

Универзитет у Београду

Филозофски факултет

Одељење за историју

Мастер рад:

Туристичка друштва у Београду од 1923. до 1941.

године

Ментор: Др Александар Животић Студент: Јасмина Смиљковић ИС 18/14

Београд, 2020.

Садржај:

Предговор.....	4
Увод.....	8
Услови за развој туризма.....	13
Културне установе – покретачи културног туризма.....	18
Београд – туристички град.....	22
„Путник“ друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца/Краљевини Југославији А.Д. Београд.....	30
Правилник о раду и функционисању А.Д. „Путник“.....	35
Зборови акционара.....	37
Управни одбор.....	39
Извршни одбор.....	40
Надзорни одбор.....	41
Пропагандна активност А.Д. „Путник“.....	42
Комерцијални рад А.Д. „Путник“.....	46
Судбина А.Д. „Путник“.....	47
Законска уредба 1936. године.....	48
Страни туристи.....	51
Београдски сајам.....	56
Закључак.....	64
Извори и литература.....	68



Сл.1 - Београд између два светска рата; угао Милоша Великог и Немањине улице,
Министарство војске и морнарице¹

¹ Преузето: <https://twitter.com/moler011/status/912393469599141888?lang=fi> (26.3.2020.)

Предговор

Тема овог рада бави се развојем туризма и туристичких друштава у међуратној престоници Краљевине СХС/Југославије. Нажалост, туризам као област друштвене историје, није систематски обрађен у српској историографији, што никако не значи да је мање битан сегмент друштвене историје. Напротив, ниједна привредна грана није тако уско повезана са осталим привредним гранама као туризам, а успешан туризам није ништа друго него добро организована и повезана мрежа више привредних грана. На његов развој утичу многи фактори, како директни тако и посредни. На првом месту, он је условљен географским потенцијалима, али и саобраћајним и инфраструктуралним системима. Одмах иза њих, никако не смемо заборавити ни финансијску снагу покретача која понекад зна да игра главну улогу, можда чак и кључну. Важни елементи туризма свакако су и услуге које пружају угоститељства и хотелијерства. Са друге стране, битни елементи развоја јесу и активности човека као основни покретачи туризма – одмори, авантуристичка путовања, лечења, посао, итд. Управо због свега наведеног, туризам би требало бити тема за нека даља истраживања и проучавања историчара, поготово за период између два светска рата када је и отпочео његов развој.

Време које обухвата овај рад јесте период између два светска рата. Тај период је према речима многих историчара, период просвећења новонастале државе Краљевине СХС/Југославије. Мој задатак јесте да кроз овај рад, наравно уз доступну литературу и изворе, прикажем развој туризма у престоници новонастале југословенске државе. Како наслов теме налаже акценат јесте на „туристичким друштвима у Београду“, међутим, у периоду о коме је реч, а и самој чињеници да туризам није једна засебна појава која ће се развијати независно од осталих друштвених појава, самим тим није ни могуће приказати туристичка друштва без аналогије са другим туристичким „појавама“ из наведеног периода. Конкретно, акценат ће бити стављен на акционарско туристичко друштво „Путник“ које ће малте не вући све конце у развоју туризма у међуратном периоду у читавој Југославији. Када говоримо о туризму у међуратном периоду требало би имати у виду да су подаци којима располажемо оскудни, и релативно слабо систематизовани, па је изазов упустити се у обрађивање ове тематике.

Анализом извора и литературе који су ми били доступни покушала сам да покажем како је развој туризма утицао на престоницу и њене житеље, али и обрнуто - како су њени житељи утицали на развој туризма. Једно је сигурно - туризам је променио животе свих. До избијања Другог светског рата, туризам у Југославији је знатно напредовао – никла је „култура путовања“. Људи су путовали не само из потребе како је то углавном бивало раније, већ и ради одмора и авантуре. Догађаји који су обележили тај период јесу отварање београдског Сајма и промоција туристичких дестинација Југославије - захваљујући пропагандном раду на изради промотивних материјала као што су брошуре и плакати и постери, али и изради првог туристичког филма у боји.

Што се тиче литературе коју сам користила за писање рада, као смерница преваходно су ми послужила два дела: изложбени каталог Снежане Лазић *„Развој туризма у Београду између два светска рата“* који је урађен на основу докумената Историјског архива Београда, а у част изложбе којом је обележено 80 година од проглашења Београда за туристичко место, о чему ће бити речи у даљем раду. Поред података о настанку туризма у међуратној престоници и његовом значају за градску и државну власт, наведена публикација садржи и бројне илустрације које показују чари тадашњег Београда. Ова двојезична публикација (српско-енглеска) садржи и *Хронологију* која приказује бројне податке везане за туризам, почевши од 1835, па до 1942. године. Друго дело које ми је послужило као путоказ у писању рада јесте *„Туризам у Београду: Грађа за хронику, 1840-1940“*, ауторке Весне Алексић. Хроника је настала приликом седамдесетогодишњице од доношења *Уредбе Краљевине Југославије о унапређењу туризма и Правилника о проглашењу туристичких места*, 1936. године. Ауторка је навела да је 1840. годину изабрала као почетну, јер је тада српска престоница пресељена из Крагујевца у Београд. Најзначајнији извори које је ауторка користила за писање хронике налазе се у Историјском архиву Београда.

Како бих што боље одговорила на наслов рада, поред релевантне литартуре која се директно односи на туризам међуратног периода, користила сам и литературу и изворе који својом друштвеном тематиком посредно утичу на развој туризма.

На пример, што се тиче културног развоја Београда, а што ће индиректно утицати и на туризам, главни актери међуратног периода били су Павиљон удружења „Цвијете

Зузорић“ и Музеј кнеза Павла. У писању тог дела рада највише ми је помогла књига проф. Радине Вучетић „Европа на Калемегдану“, која говори о изласку Београда на европску културну сцену, управо захваљујући Удружењу „Цвијета Зузорић“, које је својим деловањем настојало да стави Београд међу остале модерне европске престонице. Рад Удружења заправо је пратио европске утицаје на развој уметничких идеја и праваца, а павиљон који је подигнут на Калемегдану од стране Удружења, јесте била позорница најзначајнијих културних дешавања престонице Краљевине, у периоду између два рата. Павиљон и његови стални гости покушавали су да нашем народу приближе модерну, тзв. западну културу. У том „пројекту“ учествовале су најеминентније личности међуратног периода: Бранислав Нушић, Иво Андрић, Милош Црњански, Исидора Секулић, Станислав Винарев, итд. Изложбе које је Удружење организовало, како међународне тако и домаће, допринеле су развоју туризма у престоници. Београд је постао посећенији и атрактивнији за посетиоце. Поред успеха у туризму, још једна позитивна ствар јесте да се у свету чуло за југословенску уметност и самим тим се почела обраћати пажња на њу. Део активности Удружења биле су и организовање разних балова, забави, чајанки и књижевних вечери², што је још више престоницу чинило привлачнијом за посетиоце. На сличну тему, о култури, од велике помоћи ми је био и чланак: „Музеј кнеза Павла – Излазак Београда на европску културну сцену“, такође рад проф. Радине Вучетић. Рад сличан претходно наведеном делу - осликава утицај западне културе на „заосталу“ оријенталну средину престонице Краљевине Југославије.

Поред наведене литературе, користила сам и друге књиге, радове и чланке о историји Југославије са акцентом на развој туризма и улоге туристичких друштава у међуратном периоду. Њихове називе и ауторе ћу навести по завршетку рада.

Када је реч о изворима које сам користила, то су документа архива Југославије, која се односе на Правилнике и Извештаје о раду акционарско туристичког друштва *Путник* у периоду од његовог оснивања 1923. године па до 1940. године. У много већој мери, као

² Данима књиге, Цвијета Зузорић је заправо покренула први сајам књига код нас, и тиме ударила темеље овој културној манифестацији, види у: Вучетић Р., *Европа на Калемегдану*, Београд 2003, 216

извор послужила ми је домаћа штампа из ранијег периода: *Београдске општинске новине* (БОН), *Правда* и *Време*.

Београдске општинске новине, излазиле су једном месечно као часопис за комунало, социјални, привредни и социјални живот Београда, и једанпут недељно (сваког четвртка) као службени недељни лист Градског поглаварства града Београда. Под тим насловом излазиле су у периоду од 1882. до 1929. године, након чега су промениле у *Општинске новине* (у раду ће бити насловљене као БОН). У периоду од 1929. до 1937. главни уредник БОН-а Слободан Ж. Видаковић, био је уједно и шеф Одсека за штампу, туризам и културну пропаганду. Београдским општинским новинама придодат и рад на унапређењу туризма у Београду, а часопис је постао познат и ван граница Југославије.³ Дневне новине *Правда*, излазиле су у периоду од 1904. до 1941. године, а *Време* у периоду од 1921., па до избијања Другог светског рата 6. априла 1941. године. Све наведене новине део су штампе Универзитетске библиотеке „Светозар Марковић“.

³ Лазич С., *Развој туризма у Београду између два светска рата, кроз документа Историјског архива Београда*, Београд 2017, 16

Увод

Мотив који ме је натерао да изаберам баш ову тему за завршни рад јесте тај што туризам представља једну од најразвијених грана привреде како код нас тако и ван граница наше земље. Још од настанка цивилизације, током свих друштвено-економских формација биле су појаве које су аналогне данашњем туризму. Одувек је постојала потреба људи за путовањима, било ради лова, посла, трговине, ходочашћа, забаве, па и до одмора - што уједно и представља најчешћи вид путовања у данашњој епохи. Временом је путовање постало сложено - јавило се више места, више превозних средстава па и разних услуга које су захтевали корисници путовања, што је изискивало потребу за организаторима путовања. Прве туристичке агенције, које су првенствено обављале активности посредовања у туристичком промету, појавиле су се у Европи половином 19. века. Била су то углавном појединачна путовања богатијих острвљана који су из Енглеске путовали у Француску. Касније, 1841. године, Томас Кук⁴ (Thomas Cook) организовао је прво групно путовање возом, где је 570 особа одпутовало на конгрес Савеза антиалкохоличарских друштава у британском граду Лафбороу.⁵ Битно је напоменути да је управо развој железнице омогућио развој туризма у скоро свим европским земљама.⁶

⁴ Томас Кук (1808-1892) је био британски бизнисмен који је најпознатији по томе што је основао прву путничку агенцију, која је носила истоимени назив. Године 1871. назив агенције је преименован у „Thomas Cook & Son“ када се Кук удружио са својим сином. Сарадња је резултирала тиме што је организовано прво путовање око света, што ће бити полазна тачка ка даљим успешним подухватима ове агенције. Више о томе види на: <http://visokaposlovnaskola.edu.rs/blog/tomas-kuk/> (приступљено 2.4.2020.) Највећи допринос Кука јесте у томе што је омогућио путнику да на једном месту реши све захтеве везане за путовање. Поред тога, увео је штедњу за путовања и туристичке водиче.

Компанија је остала у породичном власништву до 1928. године, а 1972. поново је враћен првобитни назив „Thomas Cook“. „Thomas Cook“ уједно представља најстарију светску туристичку компанију, са стажом дугим 178 година. Под контролом је држала огроман ланац агенција, хотела и авиона. Ликвидација ове британске компаније догодила се након катастрофалног банкрота 2019. године, што је уздрмало светску јавност. Банкрот ове компаније оставио је на цедилу преко 600.000 туриста широм света и око 20.000 запослених о чему су писали сви инострани и домаћи листови.

⁵ Томас Кук је био велики противник алкохола. Сматрао је да је алкохол крив за већину проблема у викторијанском друштву, и да би се проблеми умањили уколико би се људи посветили едукацији, а не опијању. Вођен том мишљу он је повео групу путника на конгрес Савеза антиалкохоличарских друштава. Види на: <http://visokaposlovnaskola.edu.rs/blog/tomas-kuk/> (приступљено 2.4.2020.)

⁶ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, Beograd 2006, 10

Десетак година касније, пионир туризма Томас Кук основао је прву путничку агенцију под називом - *Thomas Cook*, која ће временом постати светска туристичка компанија. Наша земља се тада налазила под турском влашћу те су путовања ради разоноде и забаве била веома ретка. Прво такво путовање забележено је 1846. године на простору данашње Србије. Путовање, тј. – планинарење, организовао је Јосиф Панчић за ботаничаре и своје студенте⁷. То су углавном била путовања имућнијих грађана или представника цркве који су углавном ради потреба државних послова путовали.

Међутим, код нас се туризам, у правом смислу те речи, појавио тек касније. Новонастала држава била је заокупирана успостављањем нове модерне власти и организовањем установа у њој како би сељачку земљу приближила напреднијим државама. Ограничен капитал којим је држава располагала није се могао улагати у туристичке подухвате, јер они свакако нису били приоритетни у том тренутку, што је и било логично. На путовања се није ишло без преке потребе, и то су углавном ишли трговци, војни званичници и дипломатски представници.

Почетке туризма код нас треба тражити у другој половини 19. века, негде између оснивања Основателног фондаторског друштва лековите киселе вруће воде у Врњцима 1868. године, изградње железничке пруге Београд - Ниш 1884. године и краја 19. века, када је организација излета околином Београда постала уобичајена (воз до Раковице, Кнежевца и Ресника, и изнајмљени брод до Градишта, Обреновца или Смедерева).⁸ До почетка Првог светског рата организовале су се посете светским сајмовима и изложбама, одласци на море (најактуелнија је била Абација, данашња Опатија), а у бањама се отпочињало са изградњом кућа за одмор. У исто време у Београд су организовано пристизали и први страни туристи, углавном на пропутовању за Оријент.⁹ Тај туризам је у ствари био више спонтан него организован. Тек је двадестих година 20. века туризам полако почео да се развија, тачније од 1924. године. Из године у годину број посетилаца је растао. Године 1925. број туриста (и страних и домаћих) износио је 200.728, да би десет

⁷ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији као покретач развоја културе путовања*; Живана Крејић и Снежана Милићевић, прегледни рад Факултет за пословне студије и право, Београд, 2019, 40.

⁸ С. Лазих., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 7

⁹ Исто, 7

година касније тај број достигао цифру од 1.009.728 туриста.¹⁰ Активан развој туризма у Југославији почиње крајем двадесетих и почетком тридесетих година 20. века, када је започета активна институализација туристичких удружења и друштава али и модернизација саобраћаја и инфраструктуре који су омогућили већу мобилност не само старанаца путника, већ и домаћег становништва. Трећи битан сегмент активног туризма јесте и већа изградња туристичких објеката којих не само да није било довољно, већ су и постојећи били оштећени или временом прегажени.

Данас, код нас, туризам представља једну од водећих грана привреде, иако нису искоришћени сви њени потенцијали које она нуди. Пре стотинак година, када је туризам почео да се развија у новоствореној (СХС) Југославији, она је могла бити још примамљивија дестинација за туристе. Међутим, исцрпљена ратом и невољама које су је снашле она није ни умела, а ни могла на прави начин да искористи туристичке потенцијале. Оптерећена модернизацијом и европеизацијом, она се трудила да иде у корак са Европом, али то није било могуће у целини. За сваку похвалу је брзина којом је успела да се дигне из пепела и одбаци оријентални дух истока, мада не скроз, и приволи модерне европске утицаје. Слично је било и са туризмом. Динамика модернизације, у овом случају Београда, мада то важи и за целу земљу, била је уједно и динамика којом је напредовао туризам. Што се Београд више градио и култивисао то је више посетилаца привлачио. Да би стварно постао право туристичко место било је потребно много труда, напора и новца.

Зашто Београд? Речи нашег нобеловца Ива Андрића: *„Овај велики град био је, изгледа, одувек овакав: истрган, просут, управо као да никад не постоји, него вечно настаје, дограђује се и опоравља. С једног краја ниче и расте, а са другог вене и пропада. Увек се креће и таласа, никад не мирује и не зна шта је спокој и тишина. Град на две реке, на великом простору сапет ветровима.“*, најбоље показују динамику развоја престонице Краљевине СХС (Југославије) након Првог светског рата. Иако се у послератним годинама у престоници још увек осећао оријентални дух, Београд се брзо модернизовао и напредовао захваљујући утицајима Запада. Модернизација је захватила скоро све сегменте живота у престоници, од архитектуре и уметности, па до стила

¹⁰ Слободан Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, БОН, бр. 12, децембар 1936, 862-875

одевања и врсте музике која се слушала у ноћним баровима. Међутим, пут који је Београд морао да пређе да би парирао европским престонцама није био нимало лак. Кључну улогу у достизању тог циља имали су многи истакнути појединци али и институције које су се трудиле да допринесу развоју престонице. Већ у првих десетак година након рата Београд је полако попримао „европски“ изглед. Стално су ницале зграде јавне намене као што су факултети, зграда САНУ, библиотеке, министарства, јавне поште, итд. Кнез Михајлова улица постала је уређена главна улица, пуна луксузних радњи. Шеталиште се протезало од почетка кнез Махајлове улице до зграде САНУ.¹¹ Захваљујући новом урбанистичком плану многе улице су проширене, а неке нове отворене. Тако се Београд ширио, а самим тим су ницали нови стамбени квартави. Поред материјалног, дух модернизације запада захватио је и културу и забаву престонице. Захваљујући позориштима, биоскопима, музејима, па и клубовима и баровима нова култура полако али сигурно је понирала у традиционалистичко и патријархално друштво ратом измучене земље. Примат у томе имали су Музеј кнеза Павла и Павиљон Удружења „Цвијета Зузорић“. Они су неуморно радили на просветљивању и еманципацији становништва. Стално су организовали представе, изложбе, балове, књижевне вечери, итд. На таквим скуповима нису гостовали само домаћи аутори, већ је често био и огроман број странаца, поготово на изложбама и представама.

Модернизација Београда обухватала је и туризам. Београд је све више привлачио туристе, и стране и домаће. Од туризма Југославија је имала користи. Са једне стране постајала је модерна и напредна земља, а са друге, добијала је већу економску моћ која је лежала у што већој производњи добара и приливу новца од туриста. Главни актер у развоју туризма у међуратној Југославији било акционарско туристичко друштво *Путник*. Путник је, у сарадњи са другим институцијама које су радиле на напретку туризма, тежио да туристе, пре свега стране упозна са природним лепотама целе земље, а не само Београда. О Путнику ће бити речи кроз цео даљи рад. Поред Путника постојала су и друга друштва која су радила на истом плану: Српско планинско и туристичко друштво, Савез Сокола Краљевине Југославије, Савез скаута Краљевине, Југословенски ногометни савез, Ауто-клуб, Југословенски туринг-клуб, Дунавско коло јахача Кнез Михаило, Зимско-

¹¹ Р. Вучетић; *Београд између два светска рата*; Београд 2010.

спортски подсавез, Управа Београдског сајмишта, Земаљски савез угоститељских удружења Краљевине Југославије, Удружење хотелијера, ресторатера, кафеција, гостионичара, власника пансиона и свратишта за Београд – београдска секција Савеза, Феријални савез, Аеро-клуб Краљевине Југославије и Аеропут.¹²

¹² Сва наведена друштва се налазе на списку „Београдска друштва заинтересована за развој туризма“ из 1940. године; види у Lazić S., *Turizam u Beogradu između sva svetska rata, kroz dokumenta Istorijskog arhiva Beograda*, pregledni članak, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad, TMS Acta 9, 37-47, Beograd 2015., 46

Услови за развој туризма

Након Првог светског рата, држава је грцала у последицама рата, а једна од њих била је и рад на обнови и унапређењу саобраћајне мреже, како у престоници тако и широм земље. Развијен саобраћај представља један од главних услова развоја туризма, и самим тим требало је темељно и ефективно радити на том плану. Други битан услов за развој туризма били су објекти за пријем гостију, који су били у дефициту, а и они који су постојали били су углавном неприкладни и нису испуњавали све услове правог угоститељског објекта.

Саобраћај је био у заостатку у односу на гостиничарске радње, па је требало много државног улагања и напора да би он достигао висок степен развоја који би омогућио услове за развој туризма. Поред тога, саобраћај не само да је утицао на урбанизацију земље/града већ је давао и на унутрашњи изглед земље/града (подизање станица, постављање колосека, изградња кејова и докова, помоћне инсталације).¹³

У 19. веку, у Београд се углавном стизало из Земуна, лађама на пристаниште, док је почетком 20. века речна пловидба била релативно добро организована. Дирекција речне пловидбе и Дирекција државних железница марљиво су радиле на унапређењу саобраћајних мрежа. У почетку је путничким бродовима три пута недељно организован саобраћај између Беча и Београда, а викендом су били организовани једнодневни излети Савом и Дунавом шетним бродовима. Редовне недељне пловидбе организоване су за Сланкамен, Гроцку, Смедерево, Велико Градиште, Шабац (са везом за Ковиљачу) и Ђердап.¹⁴ Ново Дунавско пристаниште отворено је 1930. године, одакле су приватни бродови превозили путнике за Панчево, Смедерево и остале градове на Дунаву.¹⁵

Што се тиче железница, Београд је ступио на железничку мапу Европе још 1884. године изградњом пруге Београд – Ниш. Тридесетих година, на београдску железничку

¹³ *Национална улога градова*; Саобраћај, чланци и студије, БОН бр. 8, август 1939, 458-461

¹⁴ А. Б. Херенда, *Проблем туризма у Београду*, БОН бр. 10 и 11, новембар 1933., 639 – 646, 644

¹⁵ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, 55

станицу долазили су возови нормалног и уског колосека из свих крајева државе: са југа из правца Скопља и Ниша, са севера из Суботице и Новог Сада, са запада из Љубљане, Сушака, Загреба и Бања Луке, са југозапада из Зеленике, Дубровника, Сарајева и Ужица.¹⁶ Слично као и са шетним бродовима, Дирекција за железнице је тридесетих година организовао недељне и празничне излете у ближу околину, али и даље: Аранђеловац, Ковиљача и Палић биле су најпопуларније дестинације.¹⁷

Угледајући се на друге градове Европе, Београд је почео да успоставља јавни градски саобраћај. У 19. веку, а и почетком 20., у престоници се превоз вршио фијакерима, за које је требало одобрење од Управе града Београда. Поред одобрења, управа је прописивала станице, цене и казне фијакеристима.¹⁸ Фијакери су били најбројније превозно средство у граду, а одмах иза њих стајали су аутомобили. Постојале су две групе аутомобила, за приватну возњу, али и аутомобили за јавну возњу (пандам данашњем такси возилу). Разликовали су се по ознакама на таблицама (X-345 је била ознака приватног аутомобила, док је ознака на јавном аутомобилу имала додатак X иза броја, X-345-X). Као и за фијакере, постојао је одређен кодекс понашања шофера аутомобила, чије се кршење оштро санкционисало (одузимање дозволе). Брзина кретања, али и цена код јавних превозника такође су биле прописане од стране Управе града.¹⁹

Први трамвај у Београду, са коњском запрегом, прорадио је 1.10.1892. године, на линији Калемегдан – Славија. Први електрични трамвај појавио се на улицама Београда две године касније.²⁰ Према Правилнику који је прописала Управа града трамваји су морали бити потпуно исправни и чисти, а свака кола нумерисана. Занимљиво је и то да уколико трамвај касни, путник је имао право да тражи да му се врати новац за купљену карту.²¹ Јавни аутобуски саобраћај у престоници је уведен 15. јуна 1928. године када је успостављен редован аутобуски саобраћај на линији Калемегдан - Теразије - Савинац. Међутим, аутобуски саобраћај није био толико рентабилан као трамвајски. Подизањем

¹⁶С. Лазивић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 11

¹⁷ А. Б. Херенда, *Проблем туризма у Београду*, 644

¹⁸ Б. Божовић, *Београд између два светска рата*, Београд, 54

¹⁹ Б. Божовић, *Београд између два светска рата*, 55

²⁰ *Трамваји и осветљење града Београда*, белешке и прикази, БОН бр 9, септембар 1934, 649-654

²¹ Б. Божовић, *Београд између два светска рата*, 55

новог ланчаног моста преко Саве 1935. године, успоставља се трамвајски и аутобуски саобраћај са Земунем, што је представљало главну друмску саобраћајну везу са Западом. Тих година и аутомобили добијају значајнију улогу у саобраћају у Београду.²²

За излете у ближу околину Београда, посетиоцима су на располагању била сва наведена превозна средства како државног тако и приватног власништва (у зависности од организације путовања). Тридесетих година, популарна ближа излетишта Београђана била су Авала, Ресник, Раковица, Топчидер, Дедиње и Земун.²³

Ваздушни саобраћај се „упознао“ са Београдом тридесетих година 20. века. Друштво за ваздушни саобраћај Аеропут основано је јануара 1926. године, а први лет је обављен 15. фебруара 1928. године на линији Београд – Загреб, авионом Потез 29, који је носио назив Београд. Лет је трајао 2 сата, а путници су били пет новинара и фоторепортера.²⁴ Редовне авио-линије 1936. године биле су: Београд – Љубљана - Сушак; Београд – Сарајево – Дубровник; Београд - Скопље - Солун.²⁵ До 1940. године Краљевина Југославија је развила мрежу линија, не само у Југославији већ и широм Европе, укупно 13 домаћих и међународних линија и 15 цивилних авиона.²⁶

Временом, побољшања у техници саобраћаја омогућила су напредак у свим видовима живота, па и развоја туризма. Сви облици саобраћаја развијали су се непрекидним скоковима, што је омогућило да и транспортни трошкови опадају, самим тим се јавило више путника који су користили услуге саобраћајних средстава. Временом су ницала и приватна предузећа за изградњу путева и саобраћајних мрежа, а и држава је све више учествовала дајући субвенције за рад на том плану.

Други услов за развој туризма који је требало испунити било је обезбеђивање гостињских објекта. Београд је током 19. века имао гостињске објекте (каравансараје, ханове, механе, кафане...), међутим, они су показивали траг који је време оставило и требало их обновити или подићи нове који би ишли у корак са европским хотелима и

²² Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, 62

²³ А. Б. Херенда, *Проблем туризма у Београду*, 644

²⁴ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, 65

²⁵ С. Лазих., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 11

²⁶ Исто, 9

ресторанима. Кафане и гостионице Београда с почетка 20. века (Српска круна, Читаоница, Грчка краљица, Дарданели, Кафана код ?, Три шешира, итд.) привлачиле су Београђане али и странце. Када се број странаца повећавао и механе и ханови нису могли да задовоље потребе гостију, приступило се изградњи хотела. Први хотел „европског“ ранга био је *Код јелена (Старо здање)*, подигнут 1843. године.²⁷ Поред наведеног, у хотел првог ранга спадао је и *Српска круна* (отворен 1870.) на крају Кнез Михаилове улице, који је иначе све до Другог светског рата служио као хотел.²⁸ Ништа мање популаран био је и хотел *Српски краљ* (отворен 1867.) преко пута Калемегдана, на углу Узун Миркове и Париске улице. Овај хотел срушен је за време бомбардовања Београда, 1941. године. Поред њих, у хотеле првог реда спадали су још и: *Национал*, *Касина*, *Париз*, *Москва*, *Булевар*, *Престолонаследник*. Хотели *Москва* и *Булевар* су увек били пуни. У њима су одседали политичари, дипломате, књижевници и друге еминентне личности тога периода. У сали хотела *Булевар* одржавани су концерти, приређиване забаве и приредбе, па чак и мађионичарске представе. Хотел *Грчка краљица*, највероватније је био хотел другог реда, али популаран и посећен, посебно од стране београдских трговаца.²⁹ У хотеле другог реда спадали су *Славија*, *Империјал* и *Лондон*.³⁰

²⁷ Хотел Код јелена је подигао кнез Михаило Обреновић 1843. године, а десет година касније, када је кнез Александар Карађорђевић сазидао хотел Српску круну (познат као Ново здање), хотел Код јелена је прозван Старо здање. Године 1880. хотел је понео ново име – Гранд хотел, и носио га док није отворен нови Гранд хотел. Све до Првог светског рата он је био малте не једини бољи хотел за иностране госте. Више о томе у: Др Дивна Ђурић Замоло, *Хотели и кафане XIX века у Београду*, Београд 1988.

²⁸ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, 35

²⁹ Исто, 45

³⁰ Исто, 47-49



Сл.2 - Београд, Теразије, Хотел „Москва“; Разгледница, Историјски музеј Србије

Тридесетих година били су популарни хотел *Ројал* у улици Краља Петра, хотел *Унион* у Косовској и хотел *Ексцелзиор*.³¹ Проглашењем Београда за туристичко место 1936. године, а и отварање Београдског сајма наредне 1937, подстакли су изградњу нових хотела. Престоница је тада добила шестоспратни *Мажестик* на Обилићевом венцу, који је био један од најмодернијих хотела у граду, изграђен у духу европске архитектуре.³²

Тих година, што је за ову тему битно, оснивају се струковна удружења, као што је Удружење хотелијера, ресторатера, гостионичара, кафеџија, власника пансиона и свратишта за град Београд (1932), чији је утицај на развој туризма у Београду био одлучујући. Вредно помена јесте и оснивање Више угоститељске школе у Београду, 1938. године.³³ Школа се налазила у згради Удружења, Гостионичарском дому, у улици Југ Богдановој 28. Била је то прва школа ове врсте на Балкану, али је нажалост радила кратко, до 22. јула 1941. године.

³¹Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, 51

³²*Правда*, 26.9.1937., 5

³³С. Лазић., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 10

Културне установе – покретачи културног туризма

Београд је постепено, а нарочито између два светска рата успео да се културно приближи толико жељеној Европи. Томе су пре свега допринели музеји, позоришта, биоскопи, али и споменици културе престонице Краљевине СХС/Југославије. Најзначајнији културни догађаји међуратне Југославије представљало је отварање Уметничког павиљона Удружења пријатеља уметности “Цвијета Зузорић” 1928. године и Музеја кнеза Павла 1936. године.³⁴ Носилац тако великих домена обе институције био је Милан Кашанин, који је био директор Музеја, али и члан многих жирија у изложбама које је организовала ликовна секција *Цвијете Зузорић*. Поред тога, он је био и чест члан жирија и организатор југословенских изложби у иностранству. Битно је рећи да је Кашанин био и један од оснивача Београдског туристичког друштва.³⁵

Како је након 1918. земља била измучена ратом, и у финансијском дефициту, поготово невољна за новчано улагање у културни и забавни живот, многа удружења и појединци били су принуђени да се на разне начине сналазе за новчана средства како би унапредили друштвени живот Краљевине. Најбољи пример јесте Удружење „Цвијета Зузорић“ које је дуги низ година скупљало средства за отварање Уметничког павиљона. Госпође из Удружења су прво покушале саме да обезбеде новац организујући чајанке, балове и књижевне вечери, али и сакупљајући чланарине и прилоге добротвора. Године 1927. Београдска општина је захваљујући ангажовању Косте Куманудија, уступила Удружењу под закуп земљиште на Малом Калемегдану за Уметнички павиљон, на 50 година уз годишњу кирију од 3600 динара. Након тог периода павиљон је требало да пређе у руке Општине.³⁶ Са сакупљеним капиталом и задужењем код Државне хипотекарне банке³⁷, започета је изградња Павиљона, 6. новембра 1927. године. Изградња је завршена у

³⁴ С. Лазих., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 38

³⁵ Исто, 38

³⁶ Радина Вучетић Младеновић, *Европа на Калемегдану*, Београд, 2003., 38

³⁷ Због недостатка средстава за изградњу Павиљона Удружење је било принуђено да се задужи код Државне хипотекарне банке са 100000 динара, и тај дуг ће оптерећивати Удружење до краја постајања, види у: Р. Вучетић, *Европа на Калемегдану*, 39

децембру наредне године, а свечано отварање новог културног језгра Београда било је 23. децембра 1928. године. Захваљујући изградњи Павиљона омогућен је интезиван ликовни живот Београда. „...он је омогућио повећану изложбену активност, која се веома развила у поређењу са ранијим годинама и постао је својеврсна кућа културе, место где су сликари и вајари излагали своја дела, књижевници држали књижевне вечери, где су одржавани концерти, организовани Дани књиге, где је на чувеним „Цвијетиним“ баловима београдска елита имала прилику да се, макар на једно вече, осећа као парисла, а где су и најнижи слојеви, којима је такође требало приближити уметност, успели да, неки први пут, виде или чују уметнике и њихова дела.“³⁸

Удружење је организовало разноврсне изложбе, углавном савремене стране уметности, и то не само у земљи већ и ван њених граница. У ликовном ангажману Удружење је до 1933. године приредило 46 изложби, а за 11 дало покровитељство. Поред тога, Удружење је издавало просторије Павиљона, па је од 1928. до 1933., у Павиљону одржано 76 изложби домаћих и страних уметника.³⁹ У периоду од 1929. до 1934. године међународне изложбе које су имале одјек у јавности биле су: Изложба савременог париског сликарства, Изложба немачке савремене уметности, Изложба савремене француске уметности, Чешка, Мађарска и Енглеска изложба и Изложба руских емиграната.⁴⁰ Поред тога, Удружење се такође ангажовало и за представљање савремене југословенске уметности у Европи. Године 1932. организоване су изложбе у Амстердаму и Бриселу, а 1937-38. у Кошицама, Брну, Прагу, Данској и Шведској.⁴¹

За нас су најважније изложбе о туризму, а једна таква организована у Павиљону јесте *Југославија у слици* 1930. године, коју су поред Удружења организовали и Министарство трговине и индустрије и туристичко друштво Путник. Изложба је организована са циљем да се уметношћу пропагирају природне лепоте земље, а у ствари, њен циљ је био промовисање и учвршћивање идеје југословенства. На изложби је било

³⁸ Радина Вучетић Младеновић, *Европа на Калемегдану*, 43-44

³⁹ Исто, 49-50

⁴⁰ Исто, 59

⁴¹ С. Лазић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 39

изложено 184 рада познатих југословенских сликара и 66 фотографија из одељења за туризам.⁴²

Поред Павиљона *Цвијета Зузорић*, велики допринос модернизацији Београда имао је и Музеј кнеза Павла, који је достигао посећност која у српским музејима ни данас није надмашена. Музеј је био првобитно смештен у Конаку кнегиње Љубице, као Музеј савремене уметности.⁴³ Сви послови везани за Музеј били су углавном везани за личност кнеза Павла Карађорђевића, који не само да основао Музеј, већ је и богатим поклонима – његова приватна збирка светске вредности, опремао Музеј. Музеј савремене уметности отворен је 23. јула 1929. године.⁴⁴ Музеј је имао богату збирку представника савременог домаћег и европског сликарства. Број посетилаца је био у порасту. За прве три године рада Музеја савремене уметности кроз њега је прошло око 40.000 посетилаца.⁴⁵ Како је Музеј бивао богатији, самим тим и скученији, краљ Александар је 1933. даровао Нови двор за потребе престоничког музеја. Спајањем са колекцијом Хисторијско-уметничког музеја, музеј је постао Музеј кнеза Павла.⁴⁶ Дан отварања музеја, 18. јануар 1936. године, остао је запамћен као битан датум у културној историји Београда, али и Краљевине Југославије. Самом чину свечаног отварања Музеја присуствовале су малте не све еминентније личности тога доба: краљевски намесници, представници Владе, Народне скупштине, изасланици културних установа и друштава, али и преко 200 угледних званица из света уметности и науке.⁴⁷ Први спрат музеја био је представка националне уметности, док је на другом било представљено савремено европско сликарство. Само у првом дану Музеј је обишло преко 20.000 посетилаца, што представља рекордну посету, не само код нас већ и шире. У првих месец дана кроз Музеј је прошло преко 50.000 људи, а недељом када је улаз био слободан, бележена је посета од око 5000 људи.⁴⁸

У најзначајније делатности овог Музеја спада организација међународних изложби (7): две француске, данске, пољске, турске и италијанске уметности и изложба немачких

⁴² Р. Вучетић, *Европа на Калемегдану*, 187

⁴³ Vučetić. R., „Музеј кнеза Павла – излазак Београда на европску културну сцену“, *Токви историје*, 1-2/2004, Београд, 2004, 24-25

⁴⁴ *Politika*, 23. јул 1929.

⁴⁵ Vučetić. R., „Музеј кнеза Павла“, 29

⁴⁶ Исто, 30

⁴⁷ Исто, 31

⁴⁸ Исто, 33-34

књига. Три изложбе су биле значајне не само за Београд, већ за целу државу: *Изложба модерног француског сликарства 1936.*, *Италијански портрет кроз векове 1938.*, и *Сто година француског сликарства – од Давида до Сезана 1939.* године.⁴⁹ Последња наведена, по многим проценама јесте највећа изложба француског сликарства приређена у иностранству у 19. веку.⁵⁰

Најпосећенија изложба у међуратном периоду била је *Италијански портрети кроз векове* коју су организовали италијанско Министарство за народну културу и југословенско Министарство иностраних послова и Министарство просвете, на иницијативу кнеза Павла.⁵¹ За шест недеља колико је трајала она је привукла више од 80.000 посетилаца, што је био импозантан број за град од 241.000 становника.⁵²

„Чему се странци и светски путници највише диве у нашој земљи то су контрасти и отсечене разлике у природи, етнографији, архитектури, које се налазе на тако малом простору. Југославија, на раскрсници истока и запада, како по свом географском положају, тако и по свим осталим интересантностима, претставља још непознату и неиспитану замљу, нажалост не само за иностранство него добрим и ваљда највећим делом и за нас саме.“ Овако је писао дневни лист *Време*, када је одсек за туризам Министарства трговине и индустрије, у сарадњи са друштвом Путник, отворило покретну *Туристичку изложбу* у павиљону „*Цвијете Зузорић*“, јула 1932. године. На изложби су представљене туристичке занимљивости из свих наших крајева од Охрида до Марибора, а нарочито је као целина представљена Дравска бановина јер је за изложбу био искоришћен богати материјал који је Бановина недавно изложила на Загребачком збору.⁵³

⁴⁹Vučetić. R., „Музеј кнеза Павла“, 36

⁵⁰Ljubodrag Dimić, *Kulturna politika Kraljevine Jugoslavije 1918-1941*, III, Београд 1997., 201; Након Првог светског рата француски утицај на југословенску културу је био интезиван, поготову на Београд. Присуство француског утицаја се осећао на свим полјима уметности и културе. Поред тога, политичке везе ове две земље су биле јакe још од Првог светског рата. Веже су учвршћене споразумом о пријатељству, 1927.,

⁵¹Музеј кнеза Павла 38; Односи Италије и Кралевине Југославије су били сложени до септембра 1936. године, када су потписале привредни и трговински уговор. Односи су још више учвршћени у марту 1937. када је потписан Пакт о пријатељству и привредни споразум. Управо у склопу овог зближавања организована је наведена изложба.

⁵²Vučetić. R., „Музеј кнеза Павла“, 39

⁵³*Време*, 2.7.1932., 5

Београд – туристички град

Београд међуратног периода свакако да није била прва дестинација на коју би пошли путници, али је имао своје чари које су лежале у панорами града са величанственог Калемегдана. Међутим, није било довољно само имати стратешки важне реке, Саву и Дунав, било је потребно од њих направити пропагандно средство које би привукло посетиоце. Притом, поента није била само привући странца већ га је требало и очарати како би дошао и други пут.

Главна мана у привлачењу туриста у престоницу Југославије до средине тридесетих година XX века била је скупоћа смештаја и превоза. Добри хотели које је имао Београд били су скупи, док они погоднији нису одговарали конформу туриста. Управо та неравнотежа у цени и комфору у хотелским услугама београдских хотела представљала је једну од препрека за туристе. Поред високих цена хотелског смештаја, проблем је лежао и у високим превозним трошковима од Београда до неког туристичког центра у земљи.⁵⁴ Управо због тога Београд је оскудевао у иностраним туристима, а и они који су били у престоници кратко су се задржавали.

Још један проблем био је непостојање одговарајуће рекламе која би привукла стране туристе. Није постојао никакав проспект или водич који би давао информације посетиоцима о знаменитостима и значају неког града (у овом случају Београда). Задатак за реализовање ове активности Одсек за штампу и туризам београдске општине поверио је друштву „Путник“, Министарству трговине и индустрије, и другим надлежним органима које би заједничким финансијским средствима обезбедили једно репрезентативно издање водича о Београду. Међутим, до сакупљања средстава није дошло, па је Београд био ускраћен за водич још неко време.⁵⁵ Водичи који су касније написани углавном су информисали путнике о линијама јавног превоза, ресторанима, кафанама, банкама, поштама, телефонима, конзулатима, апотекама и здравственим установама, позориштима и биоскопима, спортским и другим друштвима, музејима, плажама и купатилима, школама,

⁵⁴ А. Б. Херенда, Проблем туризма у Београду, БОН бр. 10 и 11, новембар 1933., 640

⁵⁵ Исто, 641-642

парковима, споменицима, привредним установама,... Уводни део сваког водича, по правилу, чинио је историјат Београда, док је последње поглавље посвећено за излетишта у околини града. Од излетишта су се препоручивала Авала, Раковица, Смедерево, Ђердап, Земун, Топола и Винча.⁵⁶

Од споменика за које су туристи углавном били заинтересовани у међуратном периоду издвајали су се Победник и Споменик захвалности Француској, који су и дан данас у склопу највеће и највредније споменичке целине у Београду – Калемегдана. У парку Калемегдана подигнути су бројни споменици и бисте у знак сећања на важне личности наше историје и науке: бисте кнегиње Зорке, Ђуре Јакшића, Војислава Илића, Јована Суботића, Јована Гавриловића, и др. У Универзитетском парку подигнути су споменици Доситеју Обрадовићу и Јосифу Панчићу. Посебну пажњу привлачио је и споменик Кнезу Михаилу Обреновићу, подигнут на данашњем тргу Републике. На Теразијама је чувена Теразијска чесма, подигнута давне 1860. године, која и дан данас привлачи бројне туристе. Вредни помена јесу и споменик Дечаку погинулом на Чукур - чесми, споменици палим ратницима на Новом гробљу, Бранитељима Београда и Трећепозивцима. Свакако један од најинтересантнијих јесте Споменик Незнаком јунаку на Авали - гранитни храм подигнут 1938., дело вајара Ивана Мештровића.⁵⁷

⁵⁶ С. Лазич., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 12

⁵⁷ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Grada za hroniku, 1840-194*, 100-102



Сл.3 - Београд: Споменик кнеза Михајла, Победник, Споменик захвалности Француској, Споменик Доситеја Обрадовића; Разгледница, Историјски музеј Србије.

„21 децембра т. год. (1936.) обнародован је и озваничен у „Службеним новинама“ Правилник о проглашењу туристичких места у Краљевини Југославији, и решењем Министра Трговине и индустрије, озваниченом 24 ов. м. (кроз „Службене новине“) **Београд је проглашен за туристичко место у ужем смислу.**“⁵⁸

Према Правилнику, *„туристичка места су она места која привлаче посетиоце својом климом, или својим термалним изворима, или пак својим нарочитим историјским и уметничким споменицима, природним лепотама и појавама, флором и фауном, народном ношњом, обичајима, или другим туристичким привлачностима.*“⁵⁹

Проглашењем Београда за туристичко место тек је започела борба за стварање правога туристичког града који ће постати језгро туриста. Како би што више унапредили ову нову и младу привредну грану – туризам, била је потребна сарадња свих институција које су се занимале за унапређење туризма. Конкретно, београдски туристички органи

⁵⁸ С. Ж. Видаковић, „Значај туризма за Београд и наше градове“, 867

⁵⁹ Исто, 868

сарађивали су са: Управом за туризам при министарству трговине и индустрије, Београдским туристичким друштвима („Путник“), Управом београдског сајма (од 1937.), Удружењем хотелијера, гостионичара и кафеција и других државних и приватних установа које су бринуле о туризму.⁶⁰

Што се тиче задатка и организације општинских туристичких органа, они су имали два делокруга рада. Први, тзв. шири делокруг рада који се састојао у целокупном уређењу града према захтевима модерног урбанизма, јер „Уређен и изграђен град, који осигурава удобан и културан живот, привлачи странце.“⁶¹ Београд је био изграђен и пре доношења Уредбе о уређењу туризма, али је требало уредити и прилагодити план како би више одговарао захтевима туризма. Прво, требало је санирати обале обе реке и направити модерне кејове где би посетиоци уживали у шетњи и погледу. Требало је од Аде Циганлије створити спортско острво са модерним купатилима и купалиштима. Лађе и чамци би преплавили обе реке. Такође, реке би постале локалне саобраћајнице које би повезивале Макиш са Вишњицом и тиме олакшале аутобуски и трамвајски саобраћај. Такође је требало средити паркове и излетишта у околини Београда (Кошутњак, Топчидер, на Авали, итд.). Такође је требало изградити репрезентативан туристички дом где би се сместиле све канцеларије штампе и туризма.⁶²

Други, тзв. ужи делокруг рада општинских туристичких органа спадао је у надлежност туристичких установа и обухвата бригу о туристима и туристичкој пропаганди.

Културно, привредно и туристичко уздизање Београда било је мртво слово на папиру без финансијске подршке органа власти, како градске тако и државне. Одељак за штампу и културну пропаганду Београда радио је на пропаганди престонице, пре свега у иностраним новинама. О том пропагандном раду, шеф тадашњег Културног одсека града Београда, и наш познати књижевник Сима Пандуровић, је у једном свом извештају навео да се Одељак толико трудио на пропагирању Београда да је често пласирао чланке

⁶⁰ Бүро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 539

⁶¹ Исто, 532-539.

⁶² Исто, 532-539

бесплатно, поготово у европске и америчке новине.⁶³ Међутим, рад на унапређењу туризма пре 1937. био је слабог одјека (ма колико се нама чинило да је напредовао), а главни проблем лежао је у финансијама. Цифре којима су располагане за унапређење туризма биле су недовољне (30.000 динара годишње). Спровођење туристичке акције вршено је у тесној сарадњи друштва „Путник“ и управе Сајма. Тек је 1938/39. отпочела озбиљнија акција по питању туризма, кад је формиран буџет од 1.200.000 динара за унапређење туризма.⁶⁴ Може се рећи да је од тада туристички одбор града Београда успешно радио свој посао. Преко Удружења утицао је на власнике хотела, ресторана и кафана да не подижу цене смештаја и исхране у време организовања неких приредби у Београду. Такође, преко својих представника одбор је утицао на васпитање угоститељског особља. Изглед града (осветљење, декорација, саобраћај, итд), посебно у време организовања неких свечаности, спадали су у делокруг бриге туристичког одбора. Преко туристичких бироа и других туристичких установа како у земљи тако и у иностранству утицао је да се бесплатно разделе илустровани проспекти Београда (садржао и податке о знаменитостима града и упутства за туристе).⁶⁵

Од 1. априла 1938. године Одељак за штампу и туризам оверавао је потврде о боравку и повластице за путовања у пола цене. Том приликом посетиоцима су се делили проспекти о Београду, а дневно је кроз канцеларију пролазило од 150 до 200 туриста.⁶⁶

Што се тиче других пропагандних материјала, израђени су краћи филмови о Београду као што су *Спасовданска литија* (1938), *Прослава краљевог рођендана* (1938), и још неки филмски снимци о занимљивим крајевима Београда. Пласирани су преко домаћих биоскопа, и били су успешни од стране публике.⁶⁷

Вредан помена јесте и *Албум Београда*, рађен у Државној штампарији Београда. Овај двојезични албум (српскохрватски и француски језик) садржао је 32 стране фотографија најзанимљивијих туристичких објеката у Београду. Председник општине

⁶³ С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 872

⁶⁴ Буро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 536

⁶⁵ Исто, 536

⁶⁶ Исто, 536

⁶⁷ Исто, 537

бесплатно је делио *Албум* угледним посетиоцима престонице, док се за остале туристе продавао по приступачној цени.⁶⁸

Туристички одбор, 1938. расписао је конкурс за израду репрезентативног туристичко -пропагандистичког плаката Београда, на коме је победу однео плакат под насловом „Туризам 1938“ дело „Седме силе“ издавачког завода у Београду. Плакат је израђен у боји и садржао је неколико симбола Београда – реке, мост Краља Александра, торањ Саборне цркве, и статуу „Победника“. У позадини плаката био је Незнани јунак са Авале као симбол херојске борбе за независност и слободу престонице.⁶⁹ Плакат је постао својина београдске општине.



Сл.4 - Туристичко-пропагандни плакат Београда, БОН 1940.

Одлуком Градског већа, марта 1940., Балканском институту поверен је рад на писању монографије о Београду (на српском, енглеском, немачком и француском језику) и књиге „Бедкер“ („Вођ кроз Београд“). Одлучено је да се 50% ових издања поклони у

⁶⁸ Исто, 537

⁶⁹ Ђуро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 537

пропагандистичке сврхе, а приход продаје остатка едиције би ишао у Фонд за унапређење туризма.⁷⁰

На седници Градског одбора, марта 1940, било је речи о изградњи фотолабораторије Градског музеја Београда, који је све више привлачио туристе.⁷¹



Сл.5 - Београд, Народно Позориште („Позориште“) и споменик кнеза Михаила; Разгледница, Историјски музеј Србије

Свакако најзанимљивији визуелни (и пропагандни) материјал јесу разгледнице, које и дан данас представљају значајан део визуелне културе модерног доба.⁷² Разгледнице из међуратног периода су углавном топографске чији садржај представља јавни простор, јавна здања, јавне споменике, или представе природе. Такође, поред представе одређеног садржаја на разгледници је често писало „Поздрав из Београда“ (или неког другог места).

⁷⁰ Исто, 538

⁷¹ Ђуро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 538

⁷² Више о настанку и развоју разгледница видети у: *Простори памћења*, Зборник радова II Уметност – Баштина; Ј.Пераћ, *Масовни медији као медији памћења, Конструкција колективне меморије на разгледницама у Србији почетком 20. века*, Београд 2013.

Године 1940/41, било је доста планова и идеја које је тек требало реализовати (групни излети у Београд, више туристичке литературе, плаката, путоказа и оријентационих табли, туристичке карте Београда, итд). Нажалост, избијање Другог светског рата је све ово одложило.

„Путник“ друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца/Краљевини Југославији А.Д. Београд

Прва туристичка агенција која је основана у Београду била је у ствари филијала међународног предузећа „Wagon Lits Cook“, 1919. године. Њен задатак је био продаја карата у међународном и домаћем железничком саобраћају. Поред тога, агенција је вршила и продају карата за услугу спаваћих кола на Simplon-Orijent Expressu, који је пролазио и кроз југословенску државу.⁷³

Прва домаћа путничка агенција основана је званично 16. октобра 1923. године у Београду, као акционарско друштво *Путник*. Главни акционари Путника били су Министарство трговине и индустрије⁷⁴ и Министарство саобраћаја.

Идеја за оснивање агенције *Путник* настала је 60 година раније, од стране уредника часописа „Путник“, Ђорђа Рајковића⁷⁵, а забележена је у другом броју наведеног месечника.⁷⁶ Иницијативу за покретање домаће туристичке агенције покренуло је Друштво за промет странаца у Загребу 1911. године. Међутим, због ратних проблема, Друштво је свој рад паузирало до 1920. године, када је организовало конгрес представника термалних купалишта на коме су донет закључак да је потребно основати једно тело које

⁷³ Spasić V., *Menadžment turističkih agencija i organizatora putovanja*, Beograd, 2007. 5

⁷⁴ У надлежности Министарства трговине и индустрије био је и туризам.

⁷⁵ Ђорђе Рајковић (1824-1886) је био српски књижевник, учитељ, преводилац и уредник бројних листова. Своје прилоге, педагошке чланке, афоризме и басне објављивао је у *Војвођанки*, *Седмици*, *Јужној пчели*, *Јавору*, *Српској зори*, *Невену*, *Даница*, итд. Рајковић је био уредник бројних листова. Прво се опробао као уредник *Школског листа* 1858., али се након неког времена разишао са власником листа и своју сарадњу усмерио заједно са Јованом Јовановићем Змајем како би основали и уређивали хумористичко-сатирични лист *Комарац* који је био либерално и антиклерикално настројен. Године 1862. прекинуо је сарадњу са овим листом и покренуо месечни лист „Путник“ који није излазио ни пуних годину дана. Рајковић је био уредник и часописа *Земљак*, *Даница*, *Вечерњача*, *Глас истине*, а последњи часопис који је покренуо и уређивао био је *Бриљан*. Више о томе види на: https://sr.wikipedia.org/sr-ec/%D0%82%D0%BE%D1%80%D1%92%D0%B5_%D0%A0%D0%B0%D1%98%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%9B (приступљено 14.4.2020.)

⁷⁶ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији*, 40

би се бавило питањима везаним за туризам, као и то да се друштвима која се буду бавила питањима туризма да концесија за продају железничких карата изван железничких станица. Предлог је прихваћен и 1921. основан је Одсек за промет странаца у оквиру Министарства трговине и индустрије.⁷⁷

Путник је првобитно основан као *Задруга за саобраћај и промет странаца*, 24. јуна 1923. године, па је убрзо преименовано у *Друштво за саобраћај путника и туриста* у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца.⁷⁸ Седиште Друштва је било у Београду у улици Коларчева број 1. Прва Путникова билетарница у Београду отворена је 1. септембра 1923. године у Коларчевој улици 9, у пасажу зграде тадашње Извозне банке, а од 1929. године преселио се у број 7. Путнички биро је отворен 1924. у улици Краља Милана 7.⁷⁹



Сл.6 - Путнички биро Путника⁸⁰

Широм земље Друштво је имало своје пословнице, филијале и заступништва. И пре званичне регистрације друштва билетарнице су почеле са радом и то у Сарајеву, Београду,

⁷⁷ Крајчевић В., *Путник-акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд 1998, 31.

⁷⁸ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-194*, 170

⁷⁹ Исто, 171

⁸⁰ Преузето са <https://www.putniktravel.rs/srb-rs/tradicia-od-1923/> 10.3.2020.

Загребу и Љубљани, а потом и у Сплиту и Новом Саду.⁸¹ Касније, број билетарница се проширио и на друге градове као што су: Дубровник, Марибор, Осиек, Сомбор, Сушак, Суботица и Шибеник.⁸² Путник је 1929. године имао укупно 20 пословница, филијала и заступништва у земљи и иностранству, а 1939. године 49 путничко-туристичких и обавештајно - туристичких бироа.⁸³

Од 13. новембра 1929., када је генерални директор био Славко Сиришћевић, у билетарницама уведене су и мењачнице за стране туристе. Радно време билетарница је било од 8 часова ујутру до 7 часова увече. Недељом су билетарнице радиле од 9 часова ујутру па до 12 часова поподне. Такође, у целој Централни укинута су сви законом непредвиђени празници.⁸⁴

Први међународни уговор *Путник* је потписао са међународном компанијом „*Wagon Li*“, 1925. године, а прва инострана туристичка агенција са којом је склопио уговор била је чехословачки „*Чедок*“, 1924. године. Трећа битна година за тек насталу агенцију, била је 1927, када је *Путник* примљен у Савез великих туристичких агенција са седиштем у Бечу. Међу члановима савеза било је двадесет туристичких организација и агенција из земаља западне и средње Европе.⁸⁵ Исте године, „Путник“ је ушао у *Удружење туристичких организација Европе*.

Основна Путникова делатност до краја двадесетих година била је продаја железничких карата. Године 1926. Путник је потписао уговор са Министарством саобраћаја Краљевине СХС којим се Путнику дају одржане повластице по питању продаје железничких карата. Према члану 1. наведеног уговора, Министарство саобраћаја даје друштву Путник право продаје путничких билета свију врста за железничке пруге у државној експлоатацији, како за унутрашњи (локални) тако и за саобраћај између Краљевине СХС и иностранства. Док траје уговор ово право Министарство саобраћаја неће давати другим предузећима. Могу продавати билете по повлашћеној цени и то оне по постојећим тарифним повластицама, али и повластицама које буде повремено одобрило

⁸¹ Крајчевић В., *Путник – акционарско друштво: 75 година у туризму*, Београд, 1998.

⁸² БОН, 1.7.1929., 43

⁸³ Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-194*, 171

⁸⁴ АЈ 65-1020-1924

⁸⁵ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији*, 43-44

Министарство саобраћаја. Друштво Путник приређује и заједничка путовања појединих коорпорација и група путника и туриста у циљу унапређења саобраћаја и туризма било по пуним или по повлашћеним возним ценама.⁸⁶

Велику подршку, као и сарадњу, Путник је имао и са Министарством финансија Краљевине СХС. У прилог томе говори и чињеница да је од 16. маја 1929. године Друштво „Путник“, због његове културне сврхе и рада од опште користи, ослобођено од плаћања пореза на добитак.⁸⁷

Велику пажњу Путник је посвећивао и осигурању, о чему су брујали дневни листови у којима су путници позивани да осигурају своје пртљаге. Још на почетку каријере Путник је често у Времену објављивао огласе у којима је потенцирано на осигуравању путника и његовог пртљага. Оглас објављен у *Времену* био је у складу са *Правилником*⁸⁸ којим је регулисан рад друштва Путник:

„ПУТНИЦИ! Осигуравајте свој ПРТЉАГ, јер, неосигуран пртљаг у случају губитка, мањка или оштећења, железнице накнађују исти само са 12 динара за 1 кгр тежине а не његову праву вредност а друштво накнађује осигурани пртљаг у његовој правој вредности. Путници који путују у бање, на приморје и у иностранство ТРЕБА НАРОЧИТО ДА ЗАХТЕВАЈУ ОСИГУРАЊЕ ПРТЉАГА. Осигурање врше: БЛАГАЈНЕ ПРТЉАГА на свим железничким станицама у Краљевини, друштво за продају путних карата „ПУТНИК“, Осигуравајућа друштва, већи хотели, итд.“⁸⁹

Путник као централна југословенска агенција за туризам имала је задатак да сарађује са свим институцијама како државним тако приватним (разне организације, савези и друштва) чији је задатак био унапређење туризма. О састанцима и договорима између наведених често је домаћа штампа обавештавала јавност. Као пример навешћу конференцију друштва „Путник“ у Врњачкој бањи, 16. октобра 1930. године. На конференцији су, поред Путника, учествовали и Средишњи савез хотелијера и локалне хотелијерске организације. Исход конференције је резолуција која је прописала сталну

⁸⁶ АЈ 65-1020-1926

⁸⁷ АЈ 65-1020-1926

⁸⁸ Детаљније о томе у поглављу: *Правилник о раду и функционисању А. Д. Путник*

⁸⁹ *Време*, 2.7.1924, 4

сарадњу између друштва „Путник“ (централа и њена заступништва) и Савеза хотелијера и гостионичара (Средишњи савез и његови локални органи) ради унапређења туризма. Поред тога, на конференцији је било речи и о колективној туристичкој пропаганди у земљи и у иностранству, где ће главну улогу имати „Путник“.⁹⁰

Најпосећеније дестинације на којима је Путник водио домаће туристе биле су јужна Србија, Словенија и Јадран. Страни туристи, чији је број био у опадању, највише су посећивали бање у Србији, од којих је предњачила Врњачка бања. Места из којих је највише туриста долазило у том периоду били су Грац и Беч, али и Плзен и Праг.⁹¹

Друштво Путник често је приређивало излете не бирајући годишња доба. У скоро свим часописима и листовима у земљи излазили су огласи са понудом Путника. Били су то излети са циљем упознавања природних лепота, лековитих бања, великих градова, или места од културно - историјског значаја државе. Неретко су излети организовани у време одржавања неке манифестације у том месту. На пример, „*Групни излет на изложби вина и воћа у Смедерево*“ био је оглас у *Времену* којим је *Путник* позивао заинтересоване да се пријаве на билетарницама *Путника* у Београду и Новом Саду. Оглас је садржао и информације о датуму и времену поласка и доласка воза као и о ценама карти.⁹² Како преносе дневни листови, најчешће приморске дестинације у туристичкој понуди биле су: Дубровник, Херцег-Нови, Котор, Сплит, Шибеник, Хвар, Крк, ..., углавном данашње хрватско приморје и нека места на црногорској обали. Од лековитих бања издвајају се Илица, Рогашка Слатина, Вараждинске Топлице (данас град у Хрватској), Врућица код Теслића, Врањска бања и Нишка бања. Занимљиви туристички центри у Словенији били су Блед, Бохињ и Крањска Гора. Иначе, свој први зимски излет у Словенију Путник је организовао, у сарадњи са Радио Београдом и друштвом Фрушка Гора у Новом Саду, за католички Божић, од 23. децембра 1932, до 1. јануара 1933. године.⁹³ Од великих градова који су били актуелни туристички центри у земљи издвајају се Београд, Ниш, Загреб, Сарајево, Бања Лука, Јајце, итд. У склопу излета на територији данашње Северне Македоније често су незаобилазан део маршруте били и Скопље, Битољ и Охрид.

⁹⁰ *Време*, 17.10.1930., 5

⁹¹ *Настанак путничко-агенијске делатности у Југославији*, 43-44

⁹² *Време*, 18.9.1936., 2

⁹³ *Правда*, 7.12.1932., 4

Од путовања у иностранство 1930-их која је организовао Путник битно је поменути путовања на Колонијалну изложбу у Паризу, Индустијску изложбу у Лондону и Карневал у Ници.⁹⁴

Друга половина тридесетих година позната је још као „*златно доба*“ туризма у Краљевини Југославији. Било је то доба када је *Путник* био на врхунцу свог заната. Године 1935. године забележен је рекорд у броју туриста у међуратној Југославији, укупно 767.000 домаћих посетилаца.⁹⁵ Према статистичким подацима друштво Путник је 1936. године продало укупно 994.134 возних карата, од којих је 761.367 продато у земљи, а остатак у иностранству.⁹⁶ До 1938. годишњи промет износио је 700.000 домаћих туриста, од којих је највећи број боравио у Србији.⁹⁷ Најчешће туристичке туре ван земље на које је Путник водио туристе биле су Будимпешта, Праг, Беч, Париз, Алпи и Венеција.⁹⁸ До 1940. године Путник отворио и пословнице у Паризу, Берлину и Прагу што представља значајан успех не само агенције већ и читаве земље. Укупно је имао на располагању 38 пословница у земљи, и сарадњу са преко 800 туристичких агенција у иностранству.⁹⁹

Правилник о раду и функционисању А.Д. „Путник“

Непосредно пре оснивања Путника, састављен је *Правилник* по коме је Друштво радило и функционисало. У складу са потребама Друштва, које су из године у годину постајале опширније и захтевније, Друштво је кориговало *Правилник*. У сваком Правилнику на почетку је увек стајао циљ *Путника*, који је увек бивао исти, а то је: унапређивање и помагање развоја путничког саобраћаја и туризма у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца. У складу са наведеним, сву своју зараду, Друштво је по Правилнику, требало да користи у сврху испуњавања задатог циља.

⁹⁴ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији*, 44

⁹⁵ Крајчевић В., *Путник – акционарско друштво: 75 година у туризму*, Београд, 1998.

⁹⁶ *Време*, 20.2.1937., 6

⁹⁷ Крајчевић В., *Путник – акционарско друштво: 75 година у туризму*, Београд, 1998.

⁹⁸ *Извештај управе о раду Друштва у пословној 1937. години*, Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији А.Д., Београд, Београд, 1937.

⁹⁹ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији*, 46

Делокруг Друштва је пре свега био вршење **пропаганде** за што бољу посету и упознавање Краљевине. У том циљу било је предвиђено издавање и предавање књига, брошура, проспекта, разгледница, фотографија и других рекламних публикацијама које приказују природне лепоте Краљевине. Повремено би се организовале туристичке изложбе, излети и друга туристичка путовања у земљи али и у иностранству. У делокруг Друштва спадало је и давање бесплатних информација туристима у вези туризма и путовања, издавање и продаја возних исправа за железнице, пароброде, авионе, аутобусе и друга превозна средства. Такође, његов задатак био је и добављање виза, путних исправа, бонова за спавање и коначиште у хотелским собама. Путно осигурање путника и туриста, као и њиховог пртљага је такође био задатак Друштва. Целокупну пропагандно-туристичку пропаганду (реклама и афишажа) Друштво је обављало самостално или у заједници са другим предузећима.¹⁰⁰

Што се тиче финансија акционског друштва Путник, основни капитал којим је Друштво располагало, по Правилнику износио је 600.000 динара, подељен на 600 акција од по 1000 динара. Од тога 60 акција уписује Министарство саобраћаја и 60 Министарство трговине и индустрије, а остатак акција уписује сама организација. Акционари могу бити само организације или установе од опште користи, у смислу да сву зараду од свог пословања троше на пропаганду и унапређење туризма у Краљевини. Према одредбама „оснивачког“ Правилника, физичка лица, тј. појединци не могу бити акционари Друштва.¹⁰¹ Сваки позив акционара за уплату акција морао је бити објављен у „Службеним новинама“, и достављен акционарима препорученим писмом од стране Управе. У огласу се морало објавити дан, час, место збора као и место за депоновање акција и дневни ред збора. Уколико се уплата не изврши на време (рок 15 дана од последњег огласа у новинама) уследиле би санкције. У том случају, акционар губи 50% дотадашње уплате у корист резервног друштвеног фонда, а другу половину уплаћене суме вратиће му Друштво. Такође, привремене признанице које он има, а гласе на одређен број акција, биће поништене и замењене новим које могу уплатити стари или нови акционари.

¹⁰⁰ Правила Путника Друштва за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији А.Д., Београд, Београд, 1927., АЈ 65-1260-2244

¹⁰¹ Исто, 5-6

Када се предвиђени акционарски капитал потпуно уплати, привремене признанице замениће се сталним акцијама, које ће гласити на име и носити назив: „Акција ПУТНИКА друштва за саобраћај путника и туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца А. Д.“. Свака акција носиће друштвени печат и биће потписана од стране председника и једног члана Управног Одбора. Свака акција је била обележена редним бројем и снабдевена купоном за дивиденду и талоном, од којих сваки носи број акције. Облик и садржину акције, купона за дивиденду и талона утврдиће Управни Одбор. Акције Путника недељиве су и могу се преносити само по одобрењу Управног Одбора за које морају гласати најмање $\frac{3}{4}$ присутних чланова. Такође Друштво не сме вршити никакве операције са својим акцијама, продавати их или куповати, нити давати зајмове на њих.¹⁰²

Зборови акционара

Што се тиче зборова акционара, они су били редовни и ванредни, у складу са питањима и проблемима о којима је требало расправљати. Редовне зборове сазивао је Управни Одбор, најдаље четири месеца по завршетку пословне године. На зборовима су се решавала питања апсолутном већином присутних гласова акционара. Гласање је обично било јавно (устајањем или седањем) или тајно (листићима) када је то збор захтевао. Битно је рећи да је избор чланова Управног и Надзорног Одбора бивао увек тајним гласањем. При тајном гласању сваки присутни акционар добијао је од бројача гласова онолико листића за гласање, колико према акцијама има гласова.¹⁰³ Одлучивало се апсолутном већином присутних гласова. На збору има право гласа сваки акционар који положи три акције са купонима и талонима на друштвеној благајни или онде где то Управни одбор назначи. Сваке три акције дају један глас, и нико не може имати више од десет гласова.¹⁰⁴

По члану 23. *Правилника*, на зборовима се решавају послови следећег типа:

1. Бира секретар за записник и два члана за бројање гласова и потпис записника;
2. Чита се извештај Управног и Надзорног Одбора; прима се или одбацује биланс и доноси одлука о подели добити;

¹⁰² Исто, 7

¹⁰³ Исто, 9

¹⁰⁴ Исто, 10

3. Одређује се награда Управном или Надзорном Одбору;
4. Даје се разрешница за рад и рачуне за дотичну годину;
5. Бира се Управни и Надзорни Одбор;
6. Мењају се правила по потреби;
7. Повећава или смањује се друштвена главница;
8. Решава се о потпуној или делимичној амортизацији главнице узимањем из добити или фондова, сем законом предвиђеног фонда;
9. Ликвидира се Друштво или спаја са којим другим;
10. Решава се о предлозима Управног или надзорног Одбора, а тако исто и о предлозима, које су поднели акционари, који представљају најмање 10% уписаног капитала. Предлози о којима ће се решавати на збору акционара, и имају бити објављени у дневном реду.¹⁰⁵

На збору председава председник Управног одбора, а у његовом одсуству подпредседник. У случају одсуству обојице, седницом председава један члан Управног одбора кога збор изабере. Што се тиче ванредног збора, њега могу сазвати акционари који претходно депонују најмање један десети део друштвених акција у благајну друштва уз писмену мотивацију за сазив ванредног збора. Управни одбор је дужан да сазове збор у року од 10 дана од пријема захтева, ако то не учини, онда је дужан Надзорни одбор, а уколико и он то не учини онда збор могу да сазову сами акционари. На збору председава председник оног одбора који га је сазвао, или ако су га сазвали акционари председава онај члан кога они изабери.¹⁰⁶

Да Друштво престане са радом, или да се удружи са неким друштвом, или пак да промени правац свог рада, или да измени или допуни правила Друштва, потребно је да на збору буде заступљена половина друштвених акција и да за ту одлуку гласа најмање $\frac{3}{4}$ гласова (члан 29.)¹⁰⁷

¹⁰⁵ Правила Путника, Друштва за саобраћај путника и туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца, А.Д., Београд, 1927., 11, АЈ 65-1925-1019

¹⁰⁶ Исто, 12

¹⁰⁷ Исто, 12

Управни одбор

Управни одбор представљао је друштво пред властима и трећим лицима. Управни одбор друштва „Путник“ је радило на основу Правилника које је само себи прописало (отпушта чиновнике, прописује пословник рада Извршног одбора, решава о закључивању зајмова, сазива зборове, и ставља предлоге о измени правила...). Одбор се састојао од девет чланова, од којих је два члана бирала држава, једног Министарство саобраћаја, а друго Министарство трговине и индустрије. Остале чланове бирали су акционари на збору акционара на по три године. Од чланова који се бирају по истеку прве и друге године иступају коцком по двојица чланова, а по истеку треће године иступају и остала тројица и њихова се места попуњавају. Такође, чланови који иступе могу поново бити изабрани. Изабрани чланови настављају трогодишњу периоду својих претходника. А ако број чланова спадне испод броја потребног за пуноважно одлучивање, Надзорни одбор је дужан да најдаље за 10 дана сазове ванредни збор ради попуњавања упражњених места.¹⁰⁸

Према Правилнику, чланови Управног одбора бирају председника и подпредседника, које по потреби у функцијама заступа најстарији по годинама члан Управног Одбора. Седнице сазива председник препорученим писмом, најмање једном у три месеца, или кад је потребно и чешће.

Пуноважне одлуке доносе се већином гласова, а при поновљеном гласању решава страна на чијој је председник Управног одбора. Битно је рећи да је предмет у коме се спомиње члан Одбора нема право гласа. Записник са седница потписују присутни чланови.¹⁰⁹ Чланови Управног одбора одговорни су друштву лично и целом имовином и солидарно за причињене штете друштву, које би настале од противзаконог или неправилног вршења њихове дужности.

Управни одбор делегира из своје средине чланове Управног одбора за путовања и репрезентације у специјалним случајевима и одређује накнаду трошкова стављајући их на рачун општих трошкова пре утврђивања чисте друштвене добити.

¹⁰⁸ Исто, 13

¹⁰⁹ Исто, 14-15

Што се тиче плате, чланови Управног одбора добијају од сваке седнице којој су присуствовали одређену суму коју одређује збор акционара сваке године.

Извршни одбор

Према Правилнику, Извршни одбор састојао се од четири члана, и то од два члана која изабере Управни одбор, и по два члана из државног ресора (представник Министарства саобраћаја и представник Министарства трговине и индустрије). Председника бирају чланови Извршног одбора.

Такође, Правилник прописује да сви чланови Извршног одбора морају бити становници Београда. Дужности које спадају у домен Извршног одбора биле су оне које је прописао Управни одбор. Углавном, чланови Извршног одбора имали су задатак да воде надзор над пословним особљем, врше преглед касе и књига, врше набавке и закључују уговоре, и узимају под закуп потребне локале. Све одлуке које донесу на седницама доставиће касније Управном одбору. Такође, као и чланови Управног одбора и они добијају новчане накнаде, за своја дежурства (изузев седница на којима су они дежурни).¹¹⁰

Углавном, дневни ред седнице се састојао од неколико питања у која су спадала следећа: Чиновничка (молбе и понуде), пропагандна питања, комерцијалне ствари, комисионери (страни и домаћи), финансијске ствари (стање буџета) и административне ствари (билетарнице, награде, преговори, итд.)¹¹¹.

¹¹⁰ Исто, 16-17

¹¹¹ Исто, 19

Надзорни одбор

Према Правилнику, Надзорни одбор се састојао од четири члана. Два члана предлаже Министарство саобраћаја, на годину дана, и два бира одбор, такође на годину дана. Чланови који иступе могу се поново изабрати. Такође, члан Управног одбора не може бити у исто време и члан Надзорног одбора.

Надлежности чланова Надзорног одбора биле су: прегледање друштвених књига и записника, испитивање месечних рачуна и предлоге о чистој добити, прегледи друштвених благајница и депоа карата (најмање једном у три месеца). Наравно, о свему урађеном подносе извештај на збору акционара.¹¹²

По члану 43., чланови Надзорног одбора, као и чланови Управног одбора одговорни су својом имовином у случају да су:

1. Враћене уплате акционарима;
2. Ако је друштво своје сопствене акције прибављало и на њих зајмове давало;
3. Ако је интерес или добит давало противно одредбама ових правила;
4. Ако су акције издаване пре потпуне уплате;
5. Ако је подељено друштвено имање или смањена друштвена главница.

¹¹² Исто 17-18

Пропагандна активност А.Д. „Путник“

Најпознатија и најажурнија пропагандна активност свакако да је реклама. Добра и привлачна реклама главни је мамац ка привлачењу туриста. „Путник“ је био свестан важности пропагандног материјала, па је током 1930-их био усресређен на улагања у наведени, што нам показују први плакати у боји, са мотивима Раба, Бледа и Босне и позивом на зиму на Јадрану.¹¹³

У циљу пропаганде друштво „Путник“ је првенствено водило рачуна да одржава сарадњу са другим туристичким организацијама (иностраним и домаћим), али и са властима. Најпознатији сарадник „Путника“, свакако и један од најзначајних било је Међународно удружење великих туристичких организација, чије је седиште у Бечу. Удружење је познато под називом А.Г.О.Т (скраћен назив са француског језика).¹¹⁴ Од представника државних институција значајне су сарадње са Министарством саобраћаја и Одсеком за туризам Министарства трговине и индустрије. Поред њих, велики значај имао је Централни пресбиро који је помагао у питањима новинске, филмске и привредно-туристичке пропаганде. Министарство иностраних послова је преко својих конзулата помагало рад при пропаганди националног туризма у иностранству, па и саме туристичке бирое. Министарство унутрашњих дела је у великој мери помагало у организовању унутрашњих, групних посета, посебно при издавању виза и путних исправа. И на крају, једно од најважнијих помоћи при регулисању финансијских операција у вези са туризмом, „Путнику“ је омогућавало Министарство финансија.¹¹⁵

Такође, од великог значаја била су и друштва која су се такође бавила активним туризмом: Савез планинарских друштава Краљевине Југославије у Љубљани, Југословенски туринг клуб у Београду, Аутомобилски клуб Краљевине Југославије, Феријални савез Краљевине Југославије, Аеро клуб Краљевине Југославије, и др. Захваљујући сарадњи са њима „Путник“ је активно радио на туристичкој пропаганди пре свега у земљи, а онда и ван њених граница.

¹¹³ С. Лазиф., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 27

¹¹⁴ Извештај управе о раду друштва за 1935. годину, 13, АЈ 65-1925-1019

¹¹⁵ Извештај управе о раду друштва за: 1935., 1936, 1937, 1938. годину, АЈ 65-1925-1019

Да су издаци Друштва везани за пропагандну активност били огромни показује чињеница да је Друштво из године у годину повећавало своје издатке за туристичку пропаганду. У прилог томе говори податак да су 1924. године, издаци износили 13.907 динара, да би та сума 1937. године достигла цифру од 4,185.843 динара.¹¹⁶

Пропаганда путем публикација (брошура, летака, афиша, итд.) се вршила на два начина: средствима које би одвојило друштво „Путник“ или субвенцијама туристичких савеза или државних власти. Када се пребацимо на пропагандни материјал, године 1924. тираж пропагандног материјала износио је око 7000 комада, а 1935. тај број се попео на 952.000 комада. Иначе, највећи број штампан је на страним језицима, на немачком, чешком, француском и енглеском језику, а један број и на нашем језику.¹¹⁷ Године 1939. била је доступна Путникова илустрована тројезична (енглеско-француско-немачка) ревија „Југославија“ која се дистрибуирала у најзначајније туристичке центре.¹¹⁸ На Светској изложби у Њујорку 1939. штампана је луксузна брошура *Југославија* за америчко тржиште, у тиражу од 200.000 примерака.

У циљу ширења пропаганде кроз издавање проспекта, брошура и плаката Путник је имао и своју фото-службу која је крајем 30-их имала архиву са 30.000 негатива и фотографија.¹¹⁹ Пропаганда посредством фотографије (обичан формат 6х6 цм, повећан формат 50х60 цм, велики формат 1х2 м) је била актуелна. Фотографије великог формата су имале успеха на изложбама у иностранству, док су остале фотографије имале своје место углавном у склопу колекција које су давале и домаћим и страним новинарима у циљу туристичке пропаганде наше земље.

Средства за филмску пропаганду су била ограничена, али је Друштво у сарадњи са „Југословенским просветним филмом“ и „Југословенским привредним филмом“ успело да изради око 2000 метара општег пропагандног филма наше земље, и поред тога још око

¹¹⁶ Извештај управе о раду друштва за 1937. годину, 16

¹¹⁷ Исто, 17

¹¹⁸ *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији*, 45

¹¹⁹ С. Лазивић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 29

500 копија.¹²⁰ Године 1939. монтиран је и туристички филм у боји *Југославија – земља контраста*.¹²¹

Један вид пропаганде којим се Друштво бавило био је и путем радио-предавања, али и на Народном универзитету у Београду, која су била пропраћена приказивањем туристичких знаменитостима путем филма .

Новинска пропаганда као једно од најјачих пропагандних средстава је напредовало из године у годину. Поред огласа о путовањима и излетима које су биле доступне у штампи, од 1935. Друштво „Путник“ је утицало да се у многим листовима уведу туристичке рубрике које су обавештавале о туристичким дешавањима у земљи. Поред тога, страна штампа је често објављивала чланке, пропраћене фотографијама, о привлачностима наше земље. Још један важан део штампе јесте ширење информација о саобраћајним повластицама, посебно железничког саобраћаја, али и аутобуског, авионског и паробродског саобраћаја.¹²²

Као посебан вид пропагандне активности којом се „Путник“ служио била је и организација великих путовања страних туриста по Југославији, али и наших држављана у иностранство.¹²³ У склопу тих путовања „Путник“ је често давао погодне саобраћајне тарифе како међународне тако и унутрашње.

Од 1936. године активна је била и тзв. хотелска пропаганда. Наиме, због спровођења пропаганде о хотелијерским и угоститељским приликама основан је Одсек за угоститељство који је 1936. сакупио податке за 1300 хотела и пансиона у земљи. Друштво „Путник“ је наведене 1936. издало „вођ“ у два издања (6 језика и 2000 примерака). Водич је био намењен туристичким бироима и организацијама.¹²⁴

Кад је реч о изложбама оне су биле нарочито пропраћене, и код нас и у иностранству. Треба посебно истаћи изложбе које је Путник организовао у бановинским центрима и великим градовима Југославије, а и шире. Велика изложба у павиљону

¹²⁰ Извештај управе о раду друштва за 1935. годину, 16

¹²¹ С. Лазих., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 29

¹²² Извештај управе о раду друштва за 1935. годину, 17

¹²³ С. Лазих., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 28

¹²⁴ Извештај управе о раду друштва за 1936. годину, 16

„Цвијете Зузорић“ на Калемегдану 1932. године је једна од најпосећенијих изложби. Туристичка изложба *Лепоте Југославије* била је редован пратилац наступа домаће привреде на великим међународним сајмовима и изложбама. На пример, у Берлину је априла 1926. године организована изложба на којој је приказано Приморје и Јадран, под називом *Лепоте Југославије*. Изложбу су организовали Министарство трговине и индустрије и директор друштва „Путник“ Стјепан Драгомановић. На изложби је било приказано 180 фотографија из свих наших крајева. Циљ је био привући немачке туристе за Приморје и Јадран.¹²⁵ Снежана Лазич напомиње да је посебно била занимљива поставка из 1933., са диорамом, великим плакатима у боји, картама, графиконима и гигантским фотографијама формата 70x100 цм, које су у то време биле реткост и у Европи.¹²⁶ Успех туристичких изложби у Бариу и Солуну 1936. године постигнут је у сарадњи са Министарством трговине и индустрије. Југословенски павиљони како у Бариу тако и у Солуну својим укусним и ванредним фотографјама и фотомонтажама наших најлепших туристичких крајева и пропагандним материјалима пробудили су нарочиту пажњу посетилаца. „Војвода од Аосте који је посетио наш павиљон у Барију задржао се најдуже у њему изражавајући се најласкавије о изложбеном материјалу.“¹²⁷

¹²⁵ *Време*, 30.4.1926., 6

¹²⁶ С. Лазич., *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 29

¹²⁷ *Време*, 18.9.1936., 2

Комерцијални рад А.Д. „Путник“

Комерцијални рад „Путника“ се састојао из два дела: комисиона продаја возних карата и пословање комерцијалних јединица.¹²⁸

Постојало је пет врста карата: железничке (железничке карте које су се продавале у земљи, и железничке карте које су се продавале у иностранству), паробродске, авионске, аутобуске и карте за спаваћа места.

Продаја возних карата се у земљи вршила преко властитих бироа Друштва, и његових комисионара - искључиво туристичких савеза и друштава који ту продају врше преко својих путничких и туристичких бироа у земљи. У иностранству се препродаја карата вршила на исти начин, преко комисионара Друштва, који су опет имали своје бирое и заступништва широм земље. Поред продаје, према уговору са друштвом „Путник“ сви ти бирои имали су обавезу да врше туристичку пропаганду за југословенску земљу и да дају обавештења о саобраћајним и туристичким приликама у Краљевини. Мана овакве продаје је била та што је продаја карата и обрачунавање било у страним валутама (преко 25 валута, податак из 1935. године), па је Друштво било условљено могућим страним девизним прописима и ограничењима.¹²⁹ Поред тога, од укупног прихода које Друштво заради, морало је да исплати потраживања својих комитената, тако да су приходи од провизије продатих карата били јако мали. Приходе који су значили „Путнику“ оно је добијало из пословања његових комерцијалних јединица (Одсек за туристичку литературу, Одсек за друштва и паушална путовања, Одсек за железничку рекламу, рад банкарског и девизног одсека, билетарнице широм земље). Расходи комерцијалних јединица били су углавном њихови режијски трошкови, који су били знатно мањи него приходи. Захваљујући тим приходима „Путник“ је могао да се посвети улагању у туристичку пропаганду.

¹²⁸ Извештај управе о раду друштва за 1935. годину, 18

¹²⁹ Исто, 23

Судбина А.Д. „Путник“

Други светски рат је онемогућио било какав рад у туризму, не само у Југославији, већ и шире, међутим забележено је да је активност друштва „Путник“ почела да слаби још почетком 1940, о чему сведочи председник општине г. Ђуричић који је на једној седници (март 1940.) на коме је Одељак за штампу и туризам подигнут на ранг Одсека, изјавио: „Београд је туристичко место. Биро „Путник“ почео је да губи свој значај, пошто је број његовог особља знатно смањен. Развоју туризма у Београду треба посветити већу пажњу. Када у иностранству постоје подсекретаријати за туризам, Београд треба да има бар један одсек за туризам, пошто се више не можемо задовољити ситним услугама које нам чини овако умањен и окрњен „Путник“.“¹³⁰

Путник је de facto престао да постоји одмах након окупације земље, а њена ликвидација је службено објављена 18. фебруара 1942. године. Тада је уместо Путника основана туристичка агенција „СРБОПУТ“ предвиђена за рад у окупираној држави. По ослобођењу земље обуставља се рад свих агенција насталих током рата, па је 1. маја 1945. Савезно министарство трговине и индустрије обновило акционарско друштво Путник. Следеће године у децембру ово ову агенцију држава национализује и она добија назив Путник - предузеће за саобраћај путника и туриста, са седиштем у Београду. Њен најважнији задатак јесте планирање и спровођење годишњих одмора за домаће раднике. У фази децентрализације у нашој привреди 1951., оно престаје да постоји као савезно предузеће. Предузеће Путник, развија самостално пословање а већина његових филијала постају самостална туристичка предузећа. Данас представља једну од најзначајних туристичких агенција у нашој земљи и носи назив „Путник“ - акционарско туристичко друштво – Београд. Поред послова везаних за туризам, велики број пословних активности проширио је и на развој хотелијерства.¹³¹

¹³⁰ Ђуро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 538

¹³¹ https://www.slideshare.net/d_doll/poslovanje-turistike-agencije-putnik (5.3.2020.)

Законска уредба 1936. године

Систематски рад на развоју и унапређењу туризма у Југославији започео је доношењем Правилника о проглашењу туристичких места и Законском уредбом о унапређењу туризма, децембра 1936. године.

Према Уредби, на челу целокупне туристичке акције у Југославији био је **Врховни туристички савет** којим је председавао министар трговине и индустрије. Одмах иза министра као стручно тело стајао је Одсек за туризам мин. трговине и индустрије. Задаци Врховног туристичког савета били су давање стручних мишљења и предлога по свим питањима везаним за туризам, али и планско изграђивање рада бановина и општина у циљу унапређивања туризма. Озакоњено активно право учешћа у Врховном савету имали су и представници Савеза градова. У Врховни туристички савет, поред државних званичника био и одређен број приватних лица, односно чланова неки туристичких друштва као што су представници Савеза угоститеља, Савеза планинарских друштава, директор акционарског друштва „Путник“, итд. Нажалост, Уредба је члановима ових савета давала само саветодавни карактер, уместо одлучујући.¹³²

Други део Уредбе предвидео је образовање **бановинског туристичког савета**, чије ће чланове постављати бан. То су били представници привредних комора, туристичких савеза и удружења, представници општина, али и стручњаци из банске управе. Главни циљ био је брига над свим организацијама које својим радом и програмом обухватају рад на развијању туризма. Задаци који су спадали под наведеним циљем били су: израђивање годишњих програма бановине за рад на туризму, на основу предлога општина, туристичких савеза, и друштва за унапређење туризма; обезбеђивање средстава у бановинском буџету за остваривање наведеног програма (уколико она нису обезбеђена на други начин); иницијатива и мере за уређење туристичких места (уређење мреже путева, пошумљавање, уређивање паркова, отварање излетишта и других места која могу да привуку туристе); уређење установа које дају основне туристичке потребе (као што су смештај, осветљење, животне намернице, итд). Поред тога, задатак бановинског

¹³²С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 865

туристичког савета био је и вођење података: о кретању промета путника (да ли су дошли ради одмора, лечења, ходочашћа, провода, спорта, итд.), о хотелима и угоститељским радњама, и о превозним средствима (осим оних који спадају под ресор Министарства саобраћаја).¹³³

Поред бановина, велику улогу у унапређивању развоја туризма имале су општине, нарочито градске. У свакој општини, за послове везане за туризам, образоваће се **туристички одбори**, а у местима која буду проглашена за туристичка образоваће се Стални туристички одбор чији ће најважнији задатак бити да Градском већу подноси нацрт годишњег програма рада и његовог финансирања. Задатак туристичког одбора били су сви послови који спадају у домен туристичке пропаганде. Према Уредби о туризму, дужност општина био је: извођење јавних радова који доприносе развоју туризма, брига о очувању природних, уметничких и историјских објеката и предузећа намењених за унапређење туризма. Битно је напоменути и одредбу Уредбе која прописује и то да ће се у местима која буду проглашена туристичким бесплатно давати државна земљишта за подизање објеката потребних за туризам.¹³⁴

Како би се покрили сви издаци општина би прописала таксу на боравак странаца, а приход ће се трошити по програму који предложи општински туристички одбор (такса не сме бити већа од 10 динара по особи на дан боравка).¹³⁵ Међутим, ова одредба се није слагала са Правилником о проглашењу туристичких места. Наиме, члан 11 Правилника прописује да ће таксу на боравак посетилаца убирати надлежни туристички одбор, док Уредба то не ставља у надлежност туристичког одбора, већ говори да ће се тим приходима „посебно руковати“. С друге стране, Закон о градским општинама прописује убирање градских прихода/такси градским службеницима чијим радом руководи председник општине.¹³⁶ Друго неслагање јесте да је Правилник прописао одвојен буџет туристичког одбора од надлежне општине. Према томе, одлуку о буџету туристичког одбора требало је да донесе одбор а не градско веће (општина) што се противи и Уредби и Закону о

¹³³ С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 865-866

¹³⁴ Исто, 866

¹³⁵ Исто, 868

¹³⁶ Ђуро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 532-539, 535

градским општинама.¹³⁷ Због оваквих одредби, тј. неслагања још на самом почетку, долазило је до тешкоћа у спровођењу одредби у дело. Додаћу још и да Уредба и поред свих прописаних мера за развој туризма, и увођење новина као што су туристички савети и одбори, није потпуна. Уредба не прописује никакве санкције ни према државним ни према приватним лицима уколико не дође до спровођења програма, самим тим она је представљала списак жеља које се могу а и не морају спроводити јер их ништа не обавезује. Као мана наводи се и то што нису конкретно написани извори прихода од којих држава треба да финансира туризам (осим поменуте таксе на странце).¹³⁸

¹³⁷ Буро Бањац, *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940., 532-539, 535

¹³⁸ С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 868

Страни туристи

Када говоримо о двадесетим годинама XX века, у Београду су деловала разна удружења (Југословенско-грчка лига, Друштво пријатеља Француске, Чехословачко-југословенска лига, Англо-југословенски клуб, Пољско-југословенски клуб, и др.) чији је циљ био сарадња са другим народима и упознавање култура, али и организација путовања или дочек групе посетилаца из тих држава.¹³⁹ Њихова делатност, подразумевала је гостовања културних, музичких, ликовних или научних друштава. У те сврхе често су организовања путовања.

Тридесетих година XX века, све више су организована путовања и ради других активности, пре свега одмора, разоноде и забаве на која су ишли и појединци, независно од деловања разних удружења и организација. Број страних туриста који су долазили у Југославију је растао из године у годину, што нам показују извештаји са зборовна акционара друштва *Путник* и статистички подаци објављени у дневној штампи.

Почетак 30-их обележила је економска криза, не само код нас већ и у свету. Финансијска криза је захватила читаву југословенску привреду, не само туризам. Да је туризам био у опадању, не само код унутрашњости земље већ и на Приморју, сведоче речи тадашњег директора дубровачког *Путника*, Виктора Паравића. Он је за десетогодишњицу од оснивања А.Д. Путник изнео мишљење о томе колико је свестан да је туризам један уностан посао, поготово за Приморје. Свестан је чињенице да криза у туризму представља и кризу у другим гранама привреде, на првом месту у пољопривреди. Страни туристи купују уље, вино, рибу и друге артикле које приморски сељак производи. „*Туризам – наш невидљиви извоз*“ су његове речи за становнике Приморја, који практично живе од туризма. Управо због тога треба радити на његовом поспешивању како би привукли што више странаца. Паравић је изнео чињеницу да је туризам опао за 40% у протекле две године. Међутим, свестан светске економске кризе која је захватила свет у претходне две године, он је ипак задовољан стањем у односу на земље у којима је туризам знатно развијен. Паравић, уздајући се у окончање економске кризе и боље стање у Југославији

¹³⁹ С. Лазивић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 36-37

сматрао да држава треба да уложи доста средстава у развој путева пре свега, па онда и у пропагандни материјал који би привукао туристе на Јадран.¹⁴⁰

Са свим наведеним, слаже и извештај управног одбора са десетог редовног збора акционара друштва *Путник*, који каже да је 1932. година показала пораст домаћих туриста у земљи у односу на претходну годину. Домаћих туриста је било је 365.270 према 339.545 посетилаца у 1931. години, што значи 25.725 посетилаца више. Број ноћења се такође повећао, на 1.987.743. Новац који су домаћи туристи оставили земљи износио је око 160.000.000. динара. Међутим, супротно стање је било са страним туристима. Према подацима одсека за туризам Министарства трговине и индустрије, страни туризам је био у опадању у односу на 1931. годину, и то за 62.620 посетилаца мање (30%). Године 1931. земљу су посетила 210.167 туриста, а 1932. тај број је износио 147.547 посетилаца. Да стање није било тако лоше, види се на основу података који показују број ноћења који је 1932. године већи за 2685 ноћења што нам указује да се повећао број странаца који дуже одседају у земљи, што финансијски погодује хотелијерима и угоститељима. На крају, биланс новчаног стања показује да су странци 1932. године оставили 25 милиона динара мање него 1931. године. Напоменућу и да је број возних карата који је продат опао за 20%. Број железничких карата који је продат у земљи опао је за 9%, а у иностранству за чак 32% у односу на претходну годину. Што се тиче осталих возних карата примећен је пораст куповине (аутомобилске, паробродске и авионске карте). Извештај је на крају резимирао да се финансијско стање друштва није погоршало у односу на претходне године (чак се појавио мали вишак од 25.000 динара), али да се мора спровести рационализација и штедња.¹⁴¹ Сви ови подаци нам показују да се мора још, и то много радити на унапређењу туризма, пре свега на пропагандној активности у иностранству како се број страних туриста убудуће не би смањивао.

У периоду од 1932. до 1936. највећи број туриста био је из унутрашњости Југославије. Од иностраних туриста највише је било странаца из Чехословачке, Аустрије, Немачке, Мађарске, Италије, Пољске, Француске, Енглеске, Румуније, Швајцарске, Бугарске, Грчке, Америке, итд. Анализом места где су туристи највише дана провели,

¹⁴⁰ *Правда*, 2.6.1933., 6

¹⁴¹ *Правда*, 1.5.1933., 10

најпосећенији су били већи градови и туристичка места Југославије, па тек онда јадранско приморје, планинска места, и на крају, најмањи број странаца дошао је ради бањских места.¹⁴²

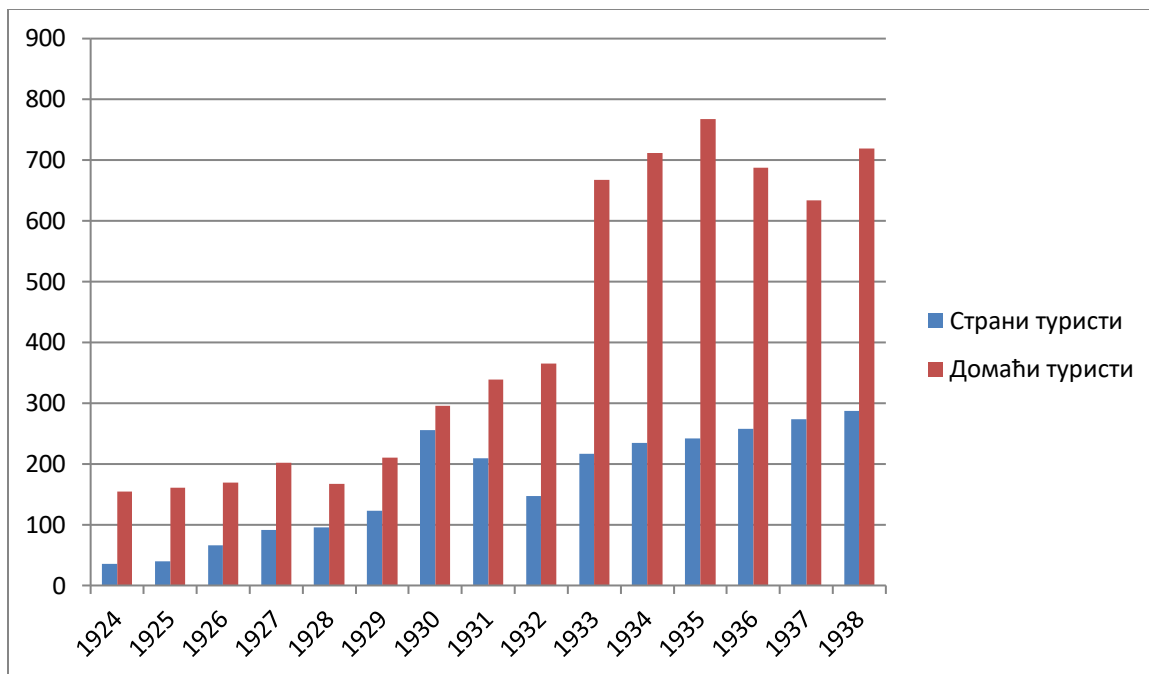
Следећа табела приказује статистичке податке броја туриста и броја проведених дана у Југославији (број туриста је укупан број домаћих и страних туриста).

ГОДИНЕ	СТРАНИХ	ДОМАЋИХ	УКУПНО	БРОЈ ПРОБАВЉЕНИХ ДАНА
1924	35.729	154.101	189.830	1.570.122
1925	39.536	161.192	200.728	1.734.829
1926	66.024	169.705	235.729	2.080.830
1927	91.168	202.486	293.654	2.823.767
1928	96.093	167.627	263.720	2.551.535
1929	122.701	210.502	333.203	3.318.506
1930	256.147	295.512	551.659	3.392.785
1931	209.797	339.236	549.033	2.993.263
1932	147.365	364.999	512.355	2.831.115
1933	216.654	667.792	884.446	4.398.169
1934	234.959	711.421	946.380	4.644.560
1935	242.214	767.514	1.009.728	5.217.251
1936	257.590	687.326	944.916	5.265.600
1937	273.897	634.038	907.935	5.289.113
1938	287.391	719.610	1.007.001	5.479.000

Табела бр.1¹⁴³

¹⁴²С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 864

¹⁴³ Извештај управе о раду друштва у 1935. години, Извештај управе о раду друштва у 1936. години



Од 1935., страни туристи били су редовни гости у Југославији, посебно на Приморју. Дневни лист *Време* за 18.9.1936., бележи следеће: *Иако је сезона готово на измаку у свим местима на Приморју опажа се долазак већих група страних туриста. Многбројне пријаве стижу свакога дана о доласку туриста из иностранства а нарочито из Енглеске где је интерес за наше крајеве нагло порастао. Овај велики прилив страних туриста очекује се услед лепог и топлог времена на целом Приморју до дубоко у јесен.*

Исте године, број немачких туриста био је у опадању због проблема са курсом марке. Немачки туристи често су прибегавали спекулацијама, па су продавали туристичке марке испод цене. Како би стали на пут овоме, друштво *Путник* је увело динарске чекове за немачке туристе. Динарске чекове, у вредности тадашњих 50 динара, туристи су могли добити у Немачкој. Чекови су се куповали по вредности марке за немачке туристе, а посетиоци су могли уновчити чек у нашој земљи у свакој банци или туристичкој установи без накнадних трошкова.¹⁴⁴

Да туризам није напредовао истим темпом, у исто време, у различитим крајевима Југославије показује чињеница да је број туриста у престоници од 1937. био у порасту, за

¹⁴⁴ *Време*, 8.12.1936., 6

разлику од Приморја. Број странаца у престоници вртоглаво је растао из године у годину, што је велика заслуга друштва *Путник*, Културног одсека, тј. Одељка за штампу, туризам и културну пропаганду поглаварства града Београда, и државне иницијативе – Одсек за туризам Министарства трговине и Централног пресбира.¹⁴⁵

¹⁴⁵С. Ж. Видаковић, *Значај туризма за Београд и наше градове*, 871

Београдски сајам

Још од средњег века вашари, панађури и сајмови били су места окупљања разних слојева друштва. Путовања из далеких земаља трајала су данима па чак и месецима како би се посетици нашли на неком друштвеном скупу, и то углавном због трговине. Временом, таква друштвена дешавања постепено су се модернизовала, али је циљ остао исти – што већи број посетилаца на неком скупу, био је већи промет и новца и добара.

Када је реч о међуратном периоду, Београд, за разлику од осталих европских центара, дуго није имао сајам, иако је било речи о томе скоро десет година пре оснивања сајма. О потреби оснивања сајма новине су често обавештавале грађане.¹⁴⁶ Након првобитног предлога да се Сајмиште подигне на Великом Ратном Острву, дошло се на идеју да то ипак буде центар вароши – Горњи и Доњи град, међутим и од тога се убрзо одустало.¹⁴⁷ Тек изградњом ланчаног моста краља Александра, који је повезивао Београд са Земуном, створен је предуслов за адекватну локацију отварања сајма. Било је то 11. септембра 1937. године на левој обали Саве, на месту данас познатом као Старо сајмиште. Београд је овим потезом коначно упловио у привредне воде, које ће од њега направити привредни центар Југославије. Сајам је чинило 26 павиљона различите намене и власништва (иностраних и приватних), укупно 17.000 квадратних метара под кровом и 20.000 на отвореној површини.¹⁴⁸ За време Првог београдског сајма у дневном листу *Време* ће излазити додатак под називом „*Ревизија привреде Првог београдског сајма*“ која ће садржати податке о привреди не само на Сајму, већ целокупне земље.¹⁴⁹ Смештај и организација посетилаца били су поверени *Путнику*, који је на београдској железничкој станици имао канцеларију у коју су посетиоци могли да добију потребне информације.¹⁵⁰

¹⁴⁶ *Правда* 27.6.1933, 2; *Правда* 11.9.1933, 3; *Правда* 14.4.1934, 9; *Време* 8.7.1940, 8; *БОН* 1.2.1935, 118.

¹⁴⁷ Привредна хроника: *За београдско сајмиште привредници траже да се закупи Доњи и Горњи град*, *БОН* 1.2.1940., 118-119.

¹⁴⁸ <https://sr.wikipedia.org/sr-ec/%D0%91%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%98%D0%B0%D0%BC> (приступљено 9.3.2020.)

¹⁴⁹ *Време*, 26.7.1937. 11; *Време* 13.8.1937., 7

¹⁵⁰ *Правда*, 25.8.1937., 8.



Свечаност отварања сајма била је организована у павиљону задужбине Николе Спасића, где је организована туристичка изложба држава Мале антанте и изложба „Београд у прошлости и садашњости“, града Београда. Свечаности су присуствовали краљевски намесник Раденко Станковић, који је заступао краља Петра II и Намесништво. Присутвом су увеличали отварање и чланови Владе, председник општине Влада Илић и други градски већници, чланови дипломатских посланстава, црквених великодостојника, чланови свих привредних трговачких друштава и установа.¹⁵¹

Сл.7 - Пропагандни плакат објављен у *Времену* непосредно пре отварања сајма¹⁵²

¹⁵¹ Први Београдски међународни сајам узорака отворен је свечано уз присуство високих функционера наше и страних држава и угледних гостију из целог света; привредна хроника, БОН, 1.9.1937., 611

¹⁵² *Време*, 26.7.1937, 11



Сл.8 - Изглед Сајма за време посете, са панорамом Београда¹⁵³

У павиљону задужбине Николе Спасића, друштво *Путник* организовало је изложбу о туризму Југославије. Поред фотографија и пропагандног материјала које је *Путник* изложио, била је и једна успела фотомонтажа која је приказивала разнолике лепоте Југославије. Концепција изложбе била је уобичајена за представљање југословенских туристичких потенцијала на међународним сајмовима. Изложба је обухватала фотографије мора, река, планина, села, лековитих бања, клисура, манастира, итд. Део изложбе био је посвећен историјском приказу туристичких знаменитости Београда. *Путник* је заједно са Сталним градским туристичким одбором (ОГБ), издао брошуру о престоници Југославије на више језика.¹⁵⁴

¹⁵³ Преузето са: Др Стеван Поповић, *После првог београдског сајма*, 543

¹⁵⁴ Исто, 543-559

Први београдски сајам је имао излагаче из 17 држава света, који су представили робу из 36 струка – апарати, машине, текстили, хемијски производи, кожа, галантерија, накит, намештај, намирнице, стакло, рукотворине, туризам... Највише излагача било је из Југославије (493), Немачке (183), Италије (46), Чехословачке (26), итд. Укупно је било 883 излагача, 493 југословенских и 390 иностраних.¹⁵⁵

На основу продатих карти, укупан број посетилаца за време сајма био је 189.998. Број бесплатних карата који је подељен био је 100.000. То нам говори да је сајам посетило око 300.000 посетилаца. Цена улазница износила је 10 динара по особи. Међутим, посетиоци сајма из унутрашњости доплаћивали су још 5 динара за оверу железничке легитимације. Групна посета је плаћала карту 5 динара по особи, а ђаци 2 динара по особи. Након тих прорачуна износ прихода од улазница је износио 1.907.443.75 динара.¹⁵⁶

Сајам је постигао задовољавајуће резултате. Сама чињеница да је изграђен за тако кратко време, и то не само како би „обавио“ посао, већ да би и естетски био привлачан била је довољна да баци у сенку остале ситне замерке. Улице сајмишта биле су осветљене ноћу и имале су многобројне клупе за одмор. Дању, сајмиште су оплемењивали велики травњаци, дрвеће и цвеће који су свуда били засађени. Прилив посетилаца се осетио не само на сајму већ и у читавој вароши. Хотели и приватне куће биле су крцате. Продавнице и ресторани су цветали од промета. Примедбе посетилаца углавном су биле на рачун носача пртљага на станицама који су грабили што више ствари путника како би зарадили више новца, али и на такси-аутомобиле који нису били у баш најбољем стању. Требало је и боље организовати паркинг места како би спречили гужве. Трамваји и аутобуси врвели су од људи. Поред примедби на саобраћај у престоници, требало је изградити још хотела и зграда за смештај туриста. Све наведене примедбе, као и још много других биле су само путоказ ка бољем организовању следећег сајма.

Осуда београдског сајма била је од стране загребачке и љубљанске штампе. Углавном су то биле критике због страха од конкуренције београдског сајма, али и од могуће централизације привредног живота у Београду. Често су писали и огромној

¹⁵⁵ С. Поповић, „После првог београдског сајма“, БОН, број 9, септембар 1937, 549.

¹⁵⁶ Исто, 549

материјалној помоћи државе.¹⁵⁷ Што се тиче материјалне помоћи утрошено је око 12 милиона динара. Девет милиона динара општина је позајмила од Општинске штедионице, док је Друштво за изградњу сајмишта прилозима сакупило 3 милиона.¹⁵⁸



Спасићев изложбени павиљон на Београдском сајмишту (главни изглед)

Сл 9. - Задужбина Николе Спасића на Београдском сајмишту¹⁵⁹

Три године касније, у Београду одржан је Четврти јесењи међународни Сајам. Свечано отварање одржано је у павиљону Задужбине Николе Спасића, а церемонији отварања присуствовао је лично краљ Петар II, као и сви представници највиших државних власти, цркве, војске, београдске општине и привредних предузећа.¹⁶⁰

Министар трговине г. Др. Иван Андрес је том приликом одржао говор којим је отворио Сајам: „Да се Београдски Сајам за тако релативно кратко време уздигне и стане у ред најзначајнијих установа те врсте, не само на Балкану него и у Европи, доказ је његове неопходности и потребе. Београд, престони и највећи град наше краљевине, на ушћу две

¹⁵⁷ С. Поповић, „После првог београдског сајма“, 550

¹⁵⁸ Први Београдски међународни сајам узорака отворен је свечано уз присуство високих функционера наше и страних држава и угледних гостију из целог света; привредна хроника, БОН, 1.9.1937., 610- 625, 612

¹⁵⁹ Преузето: <http://www.zaduzbinanspasica.rs/galerija2-lat.html> (3.5.2020.)

¹⁶⁰ С. Поповић, IV Јесењи међународни сајам у Београду, БОН бр. 9, септембар 1940., 725-735, 727

пловне реке, на раскршћу Истока и Запада, највећи потрошачки центар наше земље као да је од природе предестиниран да у томе правцу одигра своју значајну улогу. Можемо бити поносни да он ту улогу смишљено и са успехом испуњава при чему треба одати признање оним привредним установама које су његови творци и носиоци...¹⁶¹



Сл.10 - Званични представници обилазе Јесењи сајам¹⁶²

Управа је издала лепо урађен плакат и каталог сајма. Каталог је поред информација о сајму и излагачима садржао и адресе важних установа као што су болнице, банке, поште, конзулати, полиције, итд. Посетиоци у Југославији су имали повластицу од 50% на редовну цену карте на железницама и бродовима. Због огромне потражње смештаја били су у оптицају и приватни станове за издавање. Постојала је Комисија коју је формирао Туристички одбор града која је прегледала станове за издавање. У комисији је био представник Путника и лекар др Боривоје Вучковић.¹⁶³

Сви павиљони су били заузети па је велики број излагача заузео непокривени простор сајма. Укупно је било 631 излагач, највише из Југославије (241), Немачке (125) и

¹⁶¹ С. Поповић, *IV Јесењи међународни сајам у Београду*, 728

¹⁶² Преузето: *Време* 8.9.1940., 7

¹⁶³ С. Лазивић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 35

Италије (64). Било је излагача и из Мађарске, Грчке, Турске, Румуније, Словачке, Чешке, Бугарске, САД, Енглеске, Данске, Холандије, Швајцарске и Албаније. Захваљујући Сајму појачан је привредни однос са суседним земљама. На сајму је била изложена разноврсна роба: текстил, ручни радови, намештај, музички инструменти, пољопривредне машине, занатски производи, папир, кожа, нафта, угаљ, челик, разна јела и пића, итд. У павиљону број 4 био је изложен југословенски туризам (*Путник*).¹⁶⁴ У једном дану није било могуће прегледати све.

Београдско туристичко друштво је у Централној кули отворило *Прву туристичку изложбу српских крајева*. Главни излагачи били су Музеј и Туристички одсек Општине града Београда, Аеропут, Будва а.д, Вардарска задруга за унапређивање кућне радиности, Врњачка Бања, град Скопље, Друштво пријатеља Будве, КО-ОП, Друштво за унапређење туризма у Крушевцу, Нишка Бања, Речна пловидба, Управа за туризам Министарства трговине и индустрије и неколико већих хотела.¹⁶⁵

Напоменућу да је на Сајму, с обзиром да је рат већ започео, одржана изложба *Пасивне заштите од напада из ваздуха* коју је организовала Београдска општина у павиљону Николе Спасића. На изложби је био изложен прегршт војног материјала, од маски и заштитних одела против бојних отрова, азбестних одела против ватре, бојних отрова, апарата за вештачко дисање и за давање кисеоника у случају тровања отровом. Било је и демонстративних приказа дејства отрова и спасавања угрожених. Посетиоци су могли да виде и разне типове авионских бомби, а као врхунац, 15. септембра извршен је формалан напад бомбардера на Сајмишту, где је импровизовано да је Централна кула запаљена, па ју је екипа ватрогасаца гасила. Све то, пратиле су сирене за узбуну. Изложба је привукла огромну пажњу посетилаца који су помно пратили рад на демонстрирању ратног стања, не слутећи да ће их убрзо задесити прави рат.¹⁶⁶

Туристичке изложбе на београдским сајмовима су из године у годину постале одлично средство пропагирања туризма. У граду је био велики прилив не само домаћих посетилаца већ и странаца. Сајам су обилазали сви друштвени слојеви, од земљорадника

¹⁶⁴ С. Поповић, *IV Јесењи међународни сајам у Београду*, 729

¹⁶⁵ С. Лазвић, *Развој туризма у Београду између два светска рата*, 34

¹⁶⁶ С. Поповић, *IV Јесењи међународни сајам у Београду*, 730

до представника Владе. Угоститељски капацитети били су препуни у време одржавања изложби, што је условило повећану потрошњу, не само у угоститељским објектима већ и у трговинама. Саобраћај је такође радио појачаним интензитетом, поготово трамвајски и аутобуски, што је уједно условила и рад на што бољем унапређењу истог.

Након отварања Сајма многи су постали свесни да се привредни интереси земље могу спојити са туризмом (угледајући се на Италију и Швајцарску) резултирајући успехом. Једном приликом, тадашњи председник општине града Београда г. Томић је током говора на Јесењем Сајму изнео мишљење о значају повезаности привреде са туризмом, истичући како би Југославија могла искористити одређене производе карактеристичне за одређени крај/место, које би пропагирала путем туризма (На пример, пиротски ћилими, босанске рукотворине, охридске бисере, итд).¹⁶⁷ Председник је додао и то да је свестан да страни туристи и ако би купили те производе морају чути за њих и ван граница Југославије, што значи да се ти производи морају наћи и на њиховом тржишту. Повећати извоз и продају југословенских производа у иностранству је најбољи пропагатор производа југословенског земљорадника.¹⁶⁸ Исти принцип важи и за унутрашњост земље. На пример, када би се у Београду или другим већим градовима отвориле продавнице у којима би се продавала специјализована роба, карактеристична за неки крај (нпр. пиротски ћилими) то би такође био добар пропагатор. Чињеница је да се још много треба радити на југословенској привреди, па тек онда и на туризму.

¹⁶⁷ *Туризам и привреда*, БОН бр. 10, октобар 1940., 823-825, 823

¹⁶⁸ Исто, 824

Закључак

Туризам је од изузетне важности за једну земљу, пре свега материјалне. Туристи, превенствено иностранци, долазећи у земљу троше страну валуту и тиме финансијски доприносе земљи. Друга битна добит јесте сама чињеница да туристи одлазећи из земље носе утиске које ће пренети потенцијалним путницима и тиме најбоље допринети пропаганди и у иностранству, а и унутар земље. Задатак државе и њених држављана јесте да се потруде да ти утисци буду живописни и леви. На исти начин туризам функционише и у појединим крајевима, градовима и варошима сваке земље. Многи градови како код нас тако и ван граница наше земље живе само од туризма, па је самим тим њихов главни задатак рад на привлачењу туриста. Са друге стране, неке земље па и градови у којима је туризам мање заступљен теже да створе услове који би привукли туристе. Пример таквих туристичких места јесу етно села широм Србије која маме туристе на одмор и уживање.

Туризам, као што је већ било речи, не постоји као самостална, независна привредна делатност, већ представља скуп више привредних делатности од којих су најважнији саобраћај и инфраструктура, угоститељство и хотелијерство. Поред њих, на туризам утичу и трговина (на мало) и занатство. Свакако да се туризам у данашњици не може поредити са туризмом међуратног периода. Циљ туриста је остао исти – одмор, упознавање нових предела и људи, култура, забава, здравље и уживање. Међутим, услови у којима се туризам развијао тада и данас су непојмиво различити, поготово на нашим просторима. Наиме, новонастала држава, која је грцала у последицама Првог светског рата, требало је прво да „стане на ноге“, па тек онда да се посвети осталим питањима, између осталог и туризму. Државу је требало прво економски стабилизovati, средити саобраћајне и инфраструктуралне мреже у целој земљи, радити на урбанистичком плану, па тек онда отворити поглавље звано „туризам“.

Туризам у Краљевини СХС/Југославији имао је огроман потенцијал за развој. Главни туристички потенцијали лежали су на јадранском приморју, природним лепотама планинских места, у лековитим бањама, али и у културно – историјским споменицима југословенских градова. За разлику од данашњег туризма који има око двадесетак облика туризма (верски, индустријски, ловни, наутички, свемирски, планински, итд...), туризам почетком 20. века није имао такву врсту поделе, а и многи облици туризма су тек деценијама касније настали. На пример, сеоски туризам се није могао назвати туризмом, што је појам модерног доба, који је настао захваљујући утицајима које је наметнуло модерно друштво. Слична ситуација је и са свемирским туризмом, о коме почетком 20. века није било ни помена.

Како развој туризма није могао бити прича за себе, већ је био условљен разним факторима развоја као што је развој саобраћајне и инфраструктуралне мреже и изградња разних објеката у туристичке сврхе, он се у почетку развијао споро. Међутим, временом како се држава опорављала од Првог светског рата, она је прво санирала проблеме у престоници а затим и у другим градовима. Београд је временом постао прави пример туристичког града, који је могао да парира другим великим европским престоницама. Културна дешавања, историјски споменици, нови путеви и више саобраћајних средстава, отварање многобројних туристичких објеката (хотели, хостели, ресторани, итд) били су прави мамци и за домаће и за стране туристе. Улице Београде биле су препуне посетилаца, а велику улогу у томе имали су туристичко друштво Путник и њему блиски сарадници.

Задатак овог истраживачког рада јесте да одговори на тему „туристичка друштва у Београду у међуратном периоду“. Када се спомену „туристичка друштва“ прва асоцијација јесу „туристичке агенције“. Делимично тачан одговор. Међутим, у периоду о коме је реч, праве туристичке агенције нису постојале. Једина установа која је могла да носи обележје туристичке агенције било је акционарско туристичко друштво Путник. Путник је уз помоћ државних и приватних установа и организација успело да покрене туризам у Краљевини Југославији, али и ван њених граница. Под појмом „туристичка друштва“ обухватила сам све установе, али и организације и савезе који су се бавили радом на унапређењу туризма на нашим просторима, са акцентом на друштво Путник, без чијег учешћа није могао проћи готово ниједан туристички пројекат.

Институције као што су Удружење „Цвијета Зузорић“ и Музеј кнеза Павла сам издвојила у раду као посредне учеснике у раду на развоју туризма, јер су по речима проф. Радине Вучетић „извеле Београд на европску културну сцену“ и радиле на његовом оплемењивању и довођењу што више посетилаца у Београд. Друштво Путник користило је сваку погодну прилику да сарадњом са њима заједничким снагама унапреде туризам.

Поред њих, нисам могла заобићи ни отварање првог Београдског сајма, једно од најважнијих, како културних, тако и туристичких дешавања, а које је уједно утицало и на данашњи туризам. Отварање београдског сајма свакако је један од највећих обележја, не само међуратног периода, већ и читвог 20. века. Успех и огромна посећеност овог сајма били су подстрекач за даљи рад на туристичком плану у престоници Краљевине, али и целе земље. О важности туризма за Краљевину и њене градове, држава је постала свеснија тек након отварања сајма, који је премашио очекиване резултате по броју и страних и домаћих посетилаца. Међутим, пар година касније, рад на развоју туризма морао је да се паузира због избијања Другог светског рата, и да сачека нека боља времена за свој поновни успон.

На питање да ли је и у којој мери држава имала користи од туристичких акција није једноставно одговорити. Из ове перспективе не можемо рећи са сигурношћу да је цветала од прихода који су донели туристи. У годинама о којима је реч, приходе од туризма, ма колики да су били, требало је уложити у даљи развој земље. Уложити да би се касније наплатило. Поред новца, који је најважнији фактор у привреди и пословању, Југославија је развојем туризма имала и друге користи. Улагањем у туризам развијала се урбанистичка делатност, а ништа мање, и саобраћај и инфраструктура.

На крају бих још додала да је тема којом сам се бавила слабо истражена и обрађена. Кроз документа Архива Југославије добила сам одговоре о начину функционисања акционарског друштва Путник, као и о његовој сарадњи са државним и приватним организацијама и савезима. Што се тиче статистичких података, доста информација сам добила из дневне штампе која се трудила да редовно обавештава јавност о „туристичким вестима“, поготово из Београдских општинских новина (БОН). Литература која је такође доста оскудна указује нам на то да се историчари тек треба озбиљније позабавити овом темом, а да смо ми који смо тек „загребали“ ову тему само међу почетницима који су се

бавили историјом туризма код нас. Смерница у писању овог рада ми је била литература (детаљно пописана у библиографији) која ми је уједно и дала највише одговора на питања за којима сам трагала, а рађена је на основу документа из Историјског Архива Београда и Архива Југославије, што нам само показује да је кључ многих одговора на тему „туристичких друштава“ а осталих области на тему туризма, у документима архива на територији бивше југословенске државе. Надам се да ће се у некој блиској будућности јавити неке нове публикације које ће нам дочарати како су изгледале борбе за развој туризма код нас.

Извори и литература

Извори:

Необјављени извори:

- Грађа Архива Југославије, фонд 65 (МТИ) Министарства трговине и индустрије

Објављени извори:

- *Београдске општинске новине* (БОН), Београд, 1882 – 1941.
- *Време*, Београд, 1921 – 1941.
- *Правда*, Београд, 1904 - 1941.
- *Политика*, Београд, 1919 – 1941.

Литература:

- Aleksić V., *Turizam u Beogradu: Građa za hroniku, 1840-1940*, Beograd 2006.
- Божовић Б., *Београд између два светска рата: Управа града Београда 1918-1941*, Београд 1995.
- Бањац Ђ., *Акција београдске општине на унапређењу туризма*, БОН бр. 6, јун 1940.
- Вучетић Р., *Београд између два светска рата*, Београд 2010.
- Вучетић Р., *Европа на Калемегдану*, Београд 2003.

- Vučetić R., *Muzej kneza Pavla – izlazak Beograda na evropsku kulturnu scenu, Tokovi istorije*, 1-2/2004, Beograd 2004
- Видаковић Ж. С., *Значај туризма за Београд и наше градове*, БОН, бр. 12, децембар 1936, 862-875
- Dimić Lj., *Kulturna politika Kraljevine Jugoslavije 1918-1941*, III, Beograd 1997.
- Крајчевић В., *Путник – акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд 1998.
- Крејић Ж., и Милићевић С., *Настанак путничко-агенцијске делатности у Југославији као покретач развоја културе путовања*, прегледни рад, Факултет за пословне студије и право Београд; Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам, Врњачка бања 2019.
- Лазић С., *Развој туризма у Београду између два светска рата, кроз документа Историјског архива Београда*, Београд 2017.
- Lazić S., *Turizam u Beogradu između sva svetska rata, kroz dokumenta Istorijeskog arhiva Beograda*, pregledni članak, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad, TIMS Acta 9, 37-47, Beograd 2015.
- Поповић С., *После првог Београдског сајма*, БОН, бр. 9, септембар 1937, 543-552.
- Поповић С., *IV Јесењи међународни сајам у Београду*, БОН, бр. 9, септембар 1940, 725-735.
- Spasić V., *Menadžment turističkih agencija i organizatora putovanja*, Beograd 2007.
- Привредна хроника: *За београдско сајмиште привредници траже да се закупи Доњи и Горњи град*, БОН, бр. 2, фебруар 1935, 118-119.

- Привредна хроника: *Први Београдски међународни сајам узорака отворен је свечано уз присуство високих функционера наше и страних држава и угледних гостију из целог света*; БОН, 1.9.1937, 610 – 625.
- *Национална улога градова*; Саобраћај, чланци и студије, БОН бр. 8, август 1939, 458-461.
- А. Б. Херенда, *Проблем туризма у Београду*, БОН бр. 10 и 11, новембар 1933, 639 – 646.
- *Туризам и привреда*, БОН бр. 10, октобар 1940, 823-825.
- *Трамваји и осветљење града Београда*, белешке и прикази, БОН бр 9, септембар 1934, 649-654.

Интернет странице:

- <https://sr.wikipedia.org/>
- <http://visokaposlovnaskola.edu.rs/blog/tomas-kuk/>
- <https://www.putniktravel.rs/srb-rs/tradicia-od-1923/>
- *Пословање туристичке агенције Путник*, објављен 14. августа 2012. на порталу https://www.slideshare.net/d_doll/poslovanje-turistike-agencije-putnik (5.3.2020.)
- <http://www.zaduzbinanspasica.rs/galerija2-lat.html>