

Факултет за пословне студије и право, Београд;
Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство
и туризам, Врњачка Бања

DOI 10.5937/kultura1861039K

УДК 338.481(497.1)

338.486.21

прегледни рад

НАСТАНАК ПУТНИЧКО- АГЕНЦИЈСКЕ ДЕЛАТНОСТИ У ЈУГОСЛАВИЈИ КАО ПОКРЕТАЧ РАЗВОЈА КУЛТУРЕ ПУТОВАЊА

Сажетак: *Иако је идеја о настанку прве туристичке агенције у Југославији постојала још средином 19. века, било је потребно више од 60 година да се 1923. године у Београду оснује прва туристичка агенција, „Путник”. Настанак туристичке агенције иницирао је бројна путовања, како домаћих, тако и страних туриста на просторе некадашње Југославије. Најпопуларније дестинације у Југославији у првој половини 20. века биле су јужна Србија, Словенија и Јадран. Током 1930. године пословање „Путника” обележила су крстарења, али и путовања на тематске изложбе у Париз, Лондон, Ницу, као и отварање великог броја пословница у различитим градовима у земљи и иностранству. До почетка Другог светског рата, одиграли су се значајни догађаји који су утицали на развој путовања у Југославији: штампање плаката, постера, брошура, промоције дестинација, отварање Сајма у Београду, израда првог туристичког филма у боји. Након Другог светског рата који се веома лоше одразио на туризам у целом свету, па и Југославији, настао је период обнове земље и златно доба туризма Југославије које по броју туриста, њихових ноћења и прихода од туризма никада није премашено. Настанак агенцијске делатности у Југославији допринео је стварању културе путовања која је имала*

вишеструке користи како за путнике, тако и за домаћине, али и за друштво у целини.

Кључне речи: *Југославија, путовања, туристичка агенција, „Путник”, туристи.*

Увод

Готово да не постоји догађај који је у историји туризма утицао тако снажно на његов развој, као што је то учинио настанак и развој путничко-агенцијске делатности. Поред слободног времена и новчаних средстава, оснивање прве туристичке агенције Томаса Кука 1845. године у Енглеској заувек је променило токове путовања. Захваљујући томе, путовања су постала доступна свим друштвеним слојевима и попримила су масовни карактер широм света.

У истом временском периоду, наша земља је била под турском окупацијом, те је једно од првих путовања која су била у вези са кретањем становништва ради забаве и разоноде забележено 1846. године, на подручју данашње Србије. Путовање је организовао Јосиф Панчић и то за научнике, ботаничаре и своје студенте. Било је то планинарење по Србији¹.

Нешто касније, тачније 1897. године остало је забележено у часопису „Ловац” да је лов био изузетно популаран међу имућним грађанима, који су често долазили у Србију и ловили заједно са овдашњим кнежевима и краљевима². Допринос грађанства развоју туризма на подручју наше земље почиње крајем 18. века, одласцима на излете и забаве у природи, у „кућице за уживање”, недалеко од града.³ На излете одлазе представници цркве, али и имућни грађани који са собом воде и послугу која је за ту намену носила храну и пиће. У другој половини 19. века породична путовања постају учестала, односно, одласци на летовања и зимовања, посетама бањама⁴.

Прекретницу у развоју путовања на нашим просторима доanelo је оснивање прве туристичке агенције. Наиме, године 1923. основано је акционарско друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца са седиштем у Београду. Тако је настала прва домаћа туристичка

1 (1897) Часопис *Ловац*, часопис за лов, шумарство и риболов, Београд: Савезно ловачко удружење.

2 Исто.

3 Фотић, А. (2005) *Приватни живот у српским земљама у освит модерног доба*, Београд: Клио, стр. 855.

4 Озер, А. и Поповић, М. (2015) *Ала смо се наодмарали*, Нови Сад: Музеј Војводине.

агенција под називом „Путник”,⁵ чији ће развој допринети остваривању најбројнијих путовања наших туриста, али и туристичких долазака страних туриста на подручје наше земље.

Настанак прве туристичке агенције у Југославији

Идеја о настанку туристичке агенције „Путник” забележена је још 1862. године и то у другом броју часописа „Путник”, који је излазио у Новом Саду. Упркос томе, морало је да прође скоро 60 година од идеје Ђорђа Рајковића, до самог оснивања прве туристичке агенције⁶.

Иницијативу за оснивање прве домаће туристичке агенције дало је Друштво за промет странаца у Загребу 1911. године. Бројни проблеми међу којима су предњачила ратна питања и несређена политичка ситуација утицали су да наведено Друштво прекине свој рад, али и да га обнови поново 1919. године.⁷

Почетком 1920. године на иницијативу Друштва, организује се конгрес представника термалних купалишта, у оквиру кога су донети важни закључци: „да се оснивају савези купалишта, бања, климатских места, минералних врела и санаторија за целу државу; да је потребно основати једно службено тело у влади које би се бавило проблемима развоја туризма и да се само друштвима или заједници друштава за унапређење туризма да концесија за продају железничких карата изван станичних просторија”⁸.

Наведене сугестије се убрзо разматрају, а 1921. године оснива се Одсек за промет странаца у оквиру Министарства трговине и индустрије.

Завршетком Првог светског рата тежило се обнови земље: изградњи нових грађевина, јавног превоза, комуналних служби, уређењу тргова и улица, обнови комплетне инфраструктуре. Наведено Министарство дало је одобрење 02. 10. 1923. године да „Путник”, друштво за саобраћај путника и

5 Милићевић, С. и Штетић, С. (2017) *Менаџмент у туризму*, Универзитет у Крагујевцу: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи.

6 Вуконић, Б. и Матовић, Р. (1980) *Туристичке агенције*, Свеучилиште у Ријеци и Виша економска школа Пула.

7 Крајчевић, В. (1998) *Путник-акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд: Путник.

8 Исто, стр. 31.

туриста у Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца, у Београду, може почети са радом⁹.

Делокруг рада „Путника” и његових правила може се сагледати у оквиру *Службених новина* Краљевине Југославије, бр. 266, од 19. 11.1923. године, где се истиче да је циљ овог друштва да: *путницима и туристима даје бесплатне информације; саставља путне програме, излете и поучна путовања; продаје возне исправе у земљи и иностранству за железницу, пароброде, авионе и аутомобиле; издаје карте за места за спавање на саобраћајним средствима превоза; да се брине за смештај путника и туриста; да се бави осигуравањем опреме и путничког и туристичког пртљага; да путницима и туристима добавља визе, улазнице за изложбе, трке, позоришта, концерте и друге сличне послове; да посредује код осигурања путника у случају незгода; да врши пропаганду за боље упознавање земље и њених природних лепота и богатства, а нарочито издавањем (у властитој режији) и продајом новина, брошура, слика, фотографија, разгледница и других публикација, пројекционог и филмског материјала, рекламним плакатима и таблицама на железницама, у бањама, сталним изложбама домаћих рукотворина, производа државних радионица; као и да се бави трговачким, привредним, новчаним пословима, који су у вези са саобраћајем путника и туриста и његовим унапређењем.¹⁰*

Прва деценија пословања туристичке агенције „Путник”

Прва туристичка агенција у Југославији имала је своје службене просторије у Коларчевој 9, у Београду, који је у том тренутку имао око 220.000 људи. „Путникове” билетарнице почеле су са радом и пре званичне регистрације друштва, и то у Сарајеву, Београду, Загребу, Љубљани, а потом у Сплиту и Новом Саду.¹¹

Први међународни уговор „Путник” потписује са чувеном међународном компанијом „Wagon Li”, 1925. године. У име „Путника”, уговор потписује Евжен Дероко. Прва инострана туристичка агенција са којом „Путник” склапа уговор о сарадњи 1924. године била је чехословачки „Чедок”. Иако је у том периоду на улицама било све више аутомобила због којих се оснивају туринг клубови, железница је и даље била

9 Исто, стр. 32.

10 *Службене новине Краљевине Југославије*, бр. 266, од 19. 11. 1923. године

11 Крајчевић, В. (1998) *Путник-акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд: „Путник“.

главно превозно средство. „Путник” је продавао карте за „Оријент експрес”, који је пролазио кроз нашу земљу.¹²

Током 1927. године отварају се пословнице на Страдуну, Дубровнику, Марибору, Шибенику, у бањи Врњци. Исте године „Путник” је примљен у Савез великих туристичких агенција са седиштем у Бечу, у чијем саставу је било двадесетак туристичких агенција и организација из земаља западне и средње Европе.¹³

Велики догађај за Југославију одржао се 15. фебруара 1928. године када је отворена редовна линија у ваздушном саобраћају Београд – Загреб, што ће се позитивно одразити на даља туристичка кретања. Повећан број путника који желе да путују ван граница земље иницирао је отварање нових билетарница у Сомбору, Осијеку и Суботици. На Цетињу се оснива Друштво за унапређивање саобраћаја и путника.¹⁴

Током 1930. године пословање „Путника” карактерише улагање у промотивне активности и пропаганду, као и отварање билетарница у Скопљу, Косовској Митровици, Битољу, Зрењанину, Хвару, Котору, Подгорици, Мостару, Макарској, Корчули и Солуну. Исте године, штампала се прва серија „Путникових” плаката у боји, са мотивима Раба, Бледа и Босне. „Путник” добија своје прво јавно, писано гласило „Бање и туризам” у којем веома корисне чланке објављују лекари и балнеолози. Ово је била значајна година јер прва југословенска агенција организује крстарење бродом „Краљица Марија”, на којем је имао и свој путнички биро.¹⁵

Међутим, убрзо је настао период велике кризе која је погодила комплетну југословенску привреду, што се веома неповољно одражавало на туризам и путовања. Пароле „Купујмо домаће”, „Оставите новац у својој земљи”, имале су за циљ да одвраћају грађане од путовања у иностранство. Упркос томе, растао је број путовања у земљи које је организовао „Путник”. Домаћи туристи највише су путовали у три главна правца: јужну Србију, Словенију, Јадран, док су страни туристи најрадије посећивали бање у Србији, пре свега Врњачку бању. Долазили су у највећем броју железницом,

12 Попов, Д. (1997) *Индустрија путовања путничке агенције*, Београд.

13 Крајчевић, В. (1998) *Путник-акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд: „Путник”.

14 Исто.

15 (1928-1931) Бање и туризам, *Путничко-туристичка ревија за бање, купалишта и летовалишта у Краљевини СХС*, Врњачка Бања: Друштво за промет странаца и туриста.

редовним или специјалним возовима, у највећем броју из Граца и Беча, али и Плзена и Прага.¹⁶

Велики допринос у промовисању и упознавању домовине дао је радио Београд својим емисијама, посебно у домену културне и духовне баштине. Током 1930. године „Путник” је нудио туристима тзв. „путовања са поводом”, међу којима су доминирала путовања на Колонијалну изложбу у Паризу, Индустијску изложбу у Лондону, Карневал у Ници, итд.¹⁷

Златно доба туризма у Краљевини Југославији

Иако се атентат на краља Александра 1934. године неповољно одражавао на све догађаје у земљи, па и на путовања, у периоду од 1935. до 1938.¹⁸ године „Путник” достиже пуну зрелост и стиче велику афирмацију у земљи и иностранству. Било је то златно доба туризма у Краљевини Југославији.

Разноврсне „Путникове” активности попут издавања квалитетних вишејезичних проспеката, изложби фотографија великог формата са мотивима природних и културних знаменитости Југославије које су биле доступне у многим светским дестинацијама, попут Лајпцига, Дрездена, Лондона, Дизелдорфа, Берлина, Париза, Азурне обале, Барселоне, Прага, Братиславе, Цириха, Хага, Утрехта, Брисела, Варшаве, Познања, Лвова, Солуна, Измира, Њујорка, Милана, Барија, утицали су на повећање туристичке тражње страних и домаћих туриста, али и на постизање одличних резултата на пољу домаћег и иностраног туризма. У овом периоду, запослени у „Путнику” ангажовали су познате уметнике тог времена за израду постера и плаката као важних графичких средстава за оглашавање.¹⁹

Током 1935. године забележен је апсолутни рекорд у броју туриста у Југославији у предратном периоду и то 767.000 домаћих туриста, који су боравили у приморским и бањским местима и на планинама. До 1938. године бележи се годишњи промет од 700.000 домаћих туриста, од којих је највећи број њих боравио у Србији.²⁰

16 Крајчевић, В. (1998) *Путник – акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд, „Путник”.

17 Исто.

18 Лазић, С. (2017) *Развој туризма у Београду између два светска рата кроз документа Историјског архива у Београду*, Београд: Историјски архив Београда.

19 Крајчевић, В. нав. дело.

20 Исто.

Током 1939. године Владета Лимић, сниматељ и фотограф, запослени у оквиру Путникове службе пропаганде, снимио је први туристички филм у Србији у колору, под именом „Дрина”. Филм је приказиван на „Путниковим” презентацијама које су се одржавале најчешће на Коларчевом универзитету у Београду, али и у градовима широм Србије, у којима је аутор често учествовао и лично.²¹

У истом периоду, у иностранство се путује све више. „Путник” своја путовања оглашава у различитим новинама, најчешће у „Политици” и „Времену”, али и у забавном путничком часопису „Туристичком лојду” у којем су се појављивали детаљни прикази најзанимљивијих тура. Најчешће се путовало у европске престонице, Будимпешту, Праг, Беч и Париз, али и на баварске и тиролске Алпе и у Венецију.²²

Током септембра 1937. године у Београду је организован Први сајам, као међународна манифестација, на којем је туристичка агенција „Путник” учествовала и аранжирала павиљон „Туризам”. То је, поред осталог, утицало да 1938. година буде рекордна по броју страних туриста у Југославији у предратном периоду. Од њих 287.000 највећи број чинили су Немци и Аустријанци, као и Чеси и Мађари. Наших туриста у иностранству било је 116.000.²³

Схвативши важност туризма за целокупни развој, држава је подстицала отварање две нове филијале „Путника”: у Паризу и Берлину, који су имали статус званичних туристичких бироа Краљевине Југославије. У априлу 1939. године „Путник” и „Дубровачка пловидба” су за француску клијентелу организовали тронедељно крстарење по Јадранском, Јонском и Егејском мору, све до Родоса и Крита, луксузним бродом краљ Александар.²⁴

Током 1939. године „Путникова” богато илустрована ревија „Југославија”,²⁵ штампана на француском, немачком и енглеском језику, била је доступна и дистрибуирала се у најзначајније емитивне туристичке центре. Марљивим радом на терену, снимљено је много предела у Југославији, од којих је направљена велика збирка дијапозитива и плоча од стакла, које су коришћене за промоцију земље.

21 Исто.

22 (1937) Путник, *Извештај управе о раду Друштва* у пословној 1937. години, Београд: Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији, а.д.

23 Крајчевић, В. нав. дело.

24 Исто.

25 (1936-1942) *Југославија у слици и речи ревија за туризам, хотелијерство и спорт*, Београд.

До 1940. године „Путник” је имао 38 пословница у земљи, сарађивао са преко 800 туристичких агенција у иностранству, имао сопствене филијале у Паризу, Софији, Прагу и Берлину, издао преко два милиона проспеката, израдио мноштво туристичких филмова и туристичких фотографија, био члан међународних путних агенција и туристичких организација.²⁶

Други светски рат прекинуо је не само рад „Путника”, већ и развој туризма уопште. „Путник” престаје да постоји одмах по окупацији Југославије, а зграда у којој се налазило његово представништво у Београду, страдала је у бомбардовању, након чега је објављена и званична ликвидација 18. 3. 1942. године. Уместо „Путника”, у Београду је отворена нова туристичка агенција „Србопут” која је била задужена за окупирану Србију, али није имала никаквог значаја за подстицање и иницирање путовања. И у осталим градовима широм Југославије, на месту некадашњег „Путника”, оснивају се нове туристичке агенције.²⁷

Пословање туристичке агенције „Путник” након Другог светског рата

Након завршетка рата, „Путник” се поново враћа на тржиште и то 01. маја 1945. године, као акционарско друштво у коме су главни акционари били Министарство саобраћаја, Дирекција државних железница и Министарство трговине и снабдевања демократске федеративне Југославије. У главним градовима република, поново се оснивају главне филијале туристичке агенције, као и у Ријечи и Дубровнику. Од 1945. године „Путнику” се на управљање поверавају реномирани хотели „Москва”, „Мажестик” и хотел на Авали. Ово је био период обнове земље. Друштвена класа која је на путовања пре рата одлазила из задовољства и разоноде, повлачи се и уступа место радничкој класи, која је стекла право на плаћени годишњи одмор и путовања.²⁸

У једном од „Путникових” програма летевања који је био намењен трудбеницима каже се „да од правилног коришћења годишњег одмора зависи извршење многобројних задатака у социјалистичкој изградњи. Добро коришћен годишњи одмор, освежава и обнавља снагу за даља прегнућа у раду. Зато је годишњи одмор не само право, већ и дужност

26 Вуконић Б. и Матовић, Р. (1980) *Туристичке агенције*, Свеучилиште у Ријечи и Виша економска школа Пула.

27 Исто.

28 Крајчевић, В. нав. дело.

наших трудбеника.”²⁹ Главни задатак туристичке агенције „Путник” у периоду обнове земље био је да што већем броју људи омогући да путује. Трудбеници из фабрика и чланови сељачких радних задруга путовали су специјалним композицијама возова, у организацији „Путника”, најчешће у Словенију и на северни Јадран. Многи људи су тада у својим зрелим годинама први пут видели море.³⁰

Саставни део свакодневног живота и рада у туристичкој агенцији чинили су и курсеви и обуке запослених. Млади и стручни кадрови након завршених обука били су распоређивани по пословницама широм земље. По завршетку рата, успоставља се цивилни ваздушни саобраћај у земљи, а задатак „Путника” био је превоз путника и пртљага у почетку до београдског аеродрома, а затим и до осталих аеродрома у Југославији. По оснивању ЈАТА-а, 1. априла 1947. године, „Путник” успоставља веома важну сарадњу са националним авио-превозником и укључује све већи број својих пословница широм земље у продају авио-карата. Туристичка агенција „Путник” током исте године купује прве туристичке аутобусе марке „Шкода”. Укупан број аутобуса у земљи био је 740, а од тога су њих 55 били туристички.³¹

Од 1. јануара 1947. године „Путник” послује као Савезно предузеће од општег државног значаја. Домаћих туриста који путују по земљи захваљујући нешто више од 50 пословница, било је преко милион. У првим послератним годинама Југословени су веома ретко путовали у иностранство. Проверени и заслужни другови имали су углавном службене пасоше са којима су путовали у службене посете социјалистичким земљама и радним колективима. Током 1949. године број домаћих туриста износио је два милиона. Највеће интересовање постојало је за малобројне хотеле, радничка и синдикална одмаралишта, пре свега на мору, а затим у бањама у Србији и планинским местима у Словенији.³²

Током 1951. године оснивају се и друге туристичке агенције у Југославији попут „Компаса”, „Атласа”, „Далмација туриста”. Број домаћих туриста непрекидно расте. Повећава се број туриста у камповима, у Србији, Дечанима, Сићеву. Неколико година касније, тачније 1954. године Француска авио компанија „Air France” оснива представништво у Београду

29 Каталог „Путника” из 1945. године намењен радницима.

30 Исто.

31 Крајчевић, В. нав. дело.

32 (1948) Путник *Извештај управе о раду Друштва* у пословној 1947. години, Београд: Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији, а. д.

и успоставља пословне везе са „Путником”, као и совјетска државна туристичка агенција „Ин турист”, што се повољно одражавало на повећање броја страних путника. Током 1955. године „Путник” је превозио туристе који су се бродовима заустављали у градовима на Јадрану, док је 1956. учествовао и у превозењу играча ФК „Црвена Звезда” на утакмице по Европи. Убрзо „Путник” формира туристичке аранжмане за све празнике, а посебно Празник рада. У Копенхагену и Лондону 1960. отвара се представништво „Путника”.³³

Први међународни пројекат у Југославији био је између „Путника” и француског клуба „Медитеране” 1963. године, отварањем туристичког насеља на острву Свети Марко, поред Тивта. Две године касније, „Путник” је отворио представништво у Њујорку, а исте године оснива своју рентакар службу.³⁴

Од средине шездесетих година³⁵, побољшање животног стандарда људи и олакшане пасошке процедуре, позитивно су се одражавали на развој туризма и туристичких кретања у Југославији, али и путовања Југословена у иностранство. Изградња Центра Сава 1977. године у Београду утицала је на развој манифестационог туризма и долазак великог броја странаца на сајмове и конгресе.

Златно доба туризма трајало је до деведесетих година прошлог века, односно до постојања Југославије, која је била веома атрактивна дестинација за стране туристе, чији се број из године у годину повећавао. Туристичка агенција „Путник” је своје пословање стално унапређивала, нудећи атрактивна путовања на далеке дестинације попут Хаваја, Сенегала, Аустралије, Америке, итд. Више од две милијарде долара био је приход Југославије од туризма 1987. године, што је рекорд који до данас није оборен.³⁶

Период ратова, санкција, распада Југославије, донели су озбиљне промене на пољу туристичких кретања и све мање приходе од туризма.

Закључак

Настанак прве туристичке агенције утицао је на омасовљење путовања и заувек променио њихов правац, истичући Југославију као дестинацију за којом је владала велика

33 Крајчевић, В. нав. дело.

34 Исто.

35 (1962) Путник, *Куда на одмор?*, Нови Сад: „Путник”.

36 Крејић, Ж., Черовић, С. и Милићевић, С. (2017) *ХиТ Менаџмент*, Вол. 5. (1), *Историјски развој туризма на подручју Србије*, стр. 55-63.

тражња туриста. Упркос сиромаштву, ратовима, развоју друштва и државе у целини, жеља за напретком и улагањем личних напора стручних појединаца допринели су да Југославија средином 20. века постане једна од најпосећенијих туристичких дестинација света.

Јадран, планине Словеније, бање Србије, манастири, наивно сликарство, били су најчешћи мотиви посета домаћих и страних туриста. Улагање државе у комплетну инфраструктуру, обнављање опустошене земље након Другог светског рата, отварање хотела, одмаралишта, изградња аутопутева, давали су подстицај њеним градитељима и радницима да и сами постану путници.³⁷

Доношење Закона о туризму, пасошке олакшице, подстицање туризма од стране државе, резултирали су тиме да своје златно доба туризам доживи 1987. године када је зарада од туриста премашила две милијарде долара.

Ангажовање уметника и њихово учешће у изради пропагандног материјала, снимање првих туристичких филмова у боји, штампање туристичких новина, сарадња са међународним туристичким агенцијама, огромна мрежа пословница туристичке агенције „Путник” широм света, утицали су да туризам постане једна од најразвијенијих грана привреде Југославије, а развој агенцијске делатности покретач културе путовања.³⁸

Целокупна организација пословања у оквиру агенцијске делатности у Југославији, инсистирање на стручности и образовању запослених у туристичкој агенцији, заштита и саветовање путника о новим дестинацијама, професионално пословање и откривање нових дестинација за путнике, важна улога државе која подстиче путовања, утицали су на стварање опште тражње за путовањима.

Такође, све ово је допринело остваривању изузетних пословних резултата, који до сада нису превазиђени. Примена оваквог начина пословања у данашње време важна је не само због остваривања добрих финансијских резултата, већ и због враћања поверења путника у пословање туристичких агенција.

37 Миљковић, Б. (1934) *Наш туризам: његове користи и његово решење: један проблем савремене привреде*, Београд: Планета.

38 Крајчевић, В. нав. дело.

ЛИТЕРАТУРА:

(1928–1931), Бање и туризам, *Путничко-туристичка ревија за бање, купалишта и летовалишта у Краљевини СХС*, Врњачка бања: Друштво за промет странаца и туриста.

Вуконић, Б. и Матовић, Р. (1980) *Туристичке агенције*, Свеучилиште у Риједи и Виша економска школа Пула.

(1936-1942) *Југославија у слици и речи ревија за туризам, хотелијерство и спорт*, Београд.

Каталог *Путника* из 1945. године намењен радницима

Крајчевић, В. (1998) *Путник – акционарско туристичко друштво: 75 година у туризму*, Београд: „Путник“.

Крејић, Ж., Черовић, С. и Милићевић, С. (2017) *ХиТ Менаџмент*, Вол. 5. (1), *Историјски развој туризма на подручју Србије*, стр. 55-63.

Лазић, С. (2017) *Развој туризма у Београду између два светска рата кроз документа Историјског архива у Београду*, Београд: Историјски архив Београда.

Милићевић, С. и Штетић, С. (2017) *Менаџмент у туризму*, Универзитет у Крагујевцу: Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи

Миљковић, Б. (1934) *Наш туризам: његове користи и његово решење: један проблем савремене привреде*, Београд: Планета.

Озер, А. и Поповић, М. (2015) *Ала смо се наодмарали*, Нови Сад: Музеј Војводине.

Попов, Д. (1997) *Индустрија путовања – путничке агенције*, Београд.

(1930) *Путник, Уредба о службеницима „Путника“*, Београд: Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији, а.д.

(1937) *Путник, Извештај управе о раду Друштва у пословној 1937. години*, Београд: Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији, а. д.

(1948) *Путник, Извештај управе о раду Друштва у пословној 1947. години*, Друштво за саобраћај путника и туриста у Краљевини Југославији, а. д. Београд.

Службене новине Краљевине Југославије, бр. 266, од 19. 11.1923. године.

Фотић, А. (2005) *Приватни живот у српским земљама у освит модерног доба*, Београд: Клио.

(1897) *Часопис Ловац – часопис за лов, шумарство и риболов*, Београд: Савезно ловачко удружење.

Živana Krejić and Snežana Milićević
Economic-Trade School "Paja Marganović", Pančevo;
University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and
Tourism, Vrnjačka Banja

EMERGENCE OF TRAVEL AGENCIES IN YUGOSLAVIA
AS DRIVERS OF THE DEVELOPMENT OF TRAVEL
CULTURE

Abstract

Although the idea of the creation of the first travel agency in Yugoslavia existed in the middle of the 19th century, it took more than sixty years to establish the first travel agency, *Putnik*, in Belgrade in 1923. Founding of a tourist agency initiated numerous trips, both domestic and foreign, to the places of former Yugoslavia. The most popular destinations in Yugoslavia in the first half of the 20th century were in southern Serbia, Slovenia and the Adriatic. During 1930, business operations of *Putnik* were marked by cruises and thematic exhibitions in Paris, London, Nice, as well as the opening of a large number of branches in different cities, in the country and abroad. Until the beginning of World War I, important events for the development of tourist travels in Yugoslavia occurred: printing of posters, brochures, promotions of destinations, opening of the Belgrade Fair, making of the first tourist film in colour. After World War II, which had a very negative effect on tourism in the whole world, including Yugoslavia, a period of the country's restoration followed and a golden age of tourism in Yugoslavia started, which by the number of tourists, their overnight stays and tourism revenues have never been exceeded. The appearance of agency activity in Yugoslavia contributed to the creation of a travel culture that has had multiple benefits for both travellers and hosts, but also for the society as a whole.

Key words: *Yugoslavia, travel, travel agency, Putnik, tourists*