

SAVREMENI PROBLEMI DOMAĆEG I INOSTRANOG TURIZMA U JUGOSLAVIJI

Stevan M. Stanković*

IZVLEČEK

UDK 911.3:796.5 (497.1)

Turizam u Jugoslaviji ima dugu i bogatu tradiciju. Domaći turizam ima nekoliko osnovnih karakteristika. Analiza je pokazala da su neke od njih identične sa stranim turizmom. To znači da obe vrste turizma treba sinhronizovano razvijati.

ABSTRACT

UDC 911.3:796.5 (497.1)

CONTEMPORARY PROBLEMS OF DOMESTIC AND FOREIGN TOURISM IN YUGOSLAVIA

Tourism in Yugoslavia has a long and rich tradition. Domestic tourism in Yugoslavia has several basic characteristics. The analysis has shown that some of them are identical with foreign tourism. This means that both kinds make a unique whole.

1. UVOD

Domaći i inostrani turizam u Jugoslaviji ima dugu tradiciju, koja je od značaja i za savremeno stanje. Od najranijih početaka, razvoj turizma na tlu naše zemlje, pratile su odgovarajuće društvene i profesionalne organizacije. Neke od njih bile su i ostale osnova sadašnjih društvenih i profesionalnih institucija iz domena turizma, ugostiteljstva, zaštite prirode za potrebe turizma, inicijative i receptive turističkog prometa. Savremeni turizam u Jugoslaviji se odlikuje učešćem velikog broja naših građana i stranaca u različitim vrstama turističkih kretanja. Turizam je tokom vremena uslovio niz novih pojava i procesa u prostoru, koje ranije nisu bile ni dovoljno poznate ni dovoljno istražene. Kako su domaći i inostrani turizam od značaja za platni bilans zemlje, zapošljavanje, preusmeravanje potrošnje, investiranje u odgovarajuće smeštajne, ugostiteljske, saobraćajne kapacitete i objekte komunalne infrastrukture, turizam se nameće kao polifunkcionalna delatnost u vremenu i prostoru, sa nizom specifičnih zahteva, koji se moraju rešavati na osnovu detaljnih naučnih istraživanja stručnjaka različitih profila, pri čemu geografi imaju jasno definisano mesto (Stanković, 1987, 42).

* Dr., univ.prof., Geografski fakultet, PMF, 11000 Beograd, Studentski trg 3/III.

Domaći turistički promet predstavlja prelivanje dela lične potrošnje iz brojnih matičnih u sve brojnija turistička mesta i ima veliki ekonomski značaj. Osnovni pravci kretanja našeg stanovništva su usmereni iz kontinentalnog ka primorskom prostoru, iz velikih gradova i industrijskih centara ka izletištima, planinama i banjama, kao i iz regije gušće naseljenosti ka regijama koje su bogate spomeničkim vrednostima i dobro očuvanom prirodom. Domaći turizam se mora uvažavati i sa zdravstvenog, vaspitnog, kulturnog i socijalnog značaja. Na ovim njegovim osobinama počivaju vanekonomske funkcije, koje je potrebno više i sistematičnije negovati i unapređivati, jer je turizam osnova patriotizma, druželjublja i međusobnog zbližavanja ljudi udaljenih prostora.

Domaći turizam u Jugoslaviji se u periodu posle drugog svetskog rata udvijao u različitim društvenim i ekonomskim uslovima, te je imao i različita obeležja, ali u celini gledano značajan uzlazni trend. Sedamdesetih godina turizam dobija status prioriteta, te se grade brojni objekti, unapređuje propaganda i uvode stimulatívne mere na nivou federacije. Već tada jasno se ispoljila činjenica da je veća pažnja posvećivana inostranom nego domaćem turizmu, te se počinju nazirati izvesne disproporcije. Najviše objekata izgradjeno je u priobalju Jadranskog mora i na ostrvima, te je još jače naglašena usmerenost turista iz kontinentalnih prostora ka primorskim. To je izazvalo i povećanu koncentraciju turističkog prometa na letnje mesece, kada su uslovi za rekreatívni boravak najpovoljniji. Kako je u medjuvremenu sve jasnije ispoljen pad vrednosti dinara prema konvertibilnim valutama, došlo je do povećanja cena turističkih roba i usluga. Visoka lična i turistička potrošnja u mnogim stranim zemljama iz kojih Jugoslavija dobija najviše turiste (SR Nemačka, Austrija, Italija, Velika Britanija) uz pad kupovne moći domaćeg stanovništva, usloveli su nove proporcije u ukupnom turističkom prometu. Više i bolje planiran je i programiran razvoj inostranog nego domaćeg turizma u Jugoslaviji. To proističe iz značaja deviznog priliva po osnovu turizma za poboljšanje platnog bilansa zemlje, koji je godinama negativan. U treci za devizama, dinar kao sredstvo plaćenja je zapostavljen. Činjenica je da turizam nikada nije bio uzrok inflaciji i devalvaciji dinar, ali je delio sudbinu sličnih uslužnih delatnosti i zajedno sa saobraćajem ublaživao deficit platnog bilansa (Stanković, 1983, 201).

2. DEVIZNI PRIHOD

Godine 1988. naša zemlja je ostvarila ukupan devizni prihod od 22,9 milijardi dolara. Od toga je 12,8 milijardi dolara dobijeno izvozom različitih roba, a 11,1 milijarda dolara zaradjena turizmom, saobraćajnim uslugama, prijemom doznaka naših građana iz inostranstva i iz drugih izvora. Sa 2,024 milijarde dolara prihoda od stranih turista,

turizam je u ukupnom deviznom prihodu naše zemlje učestvovao sa 8,83 %, a u nerobnom prilivu deviza sa 18,23 %. Bez obzira što je inostrani turizam u Jugoslaviji značajan izvor deviznih prihoda, stanje se mora posmatrati u kontekstu niza okolnosti. Naime, devizni priliv po osnovu razvoja inostranog turizma u našoj zemlji 1987. godine u odnosu na prihode ostvarene 1986. godine, povećao se oko 15 %. U isto vreme dinar je prema dolaru devalvirao za 400 %. Nameće se jasan zaključak, da su nosioci razvoja turizma u Jugoslaviji, za nešto više ostvarenih deviza, morali dati znatno više roba i pružiti znatno više usluga. Takvo stanje direktno i indirektno utiče na ubrzanje inflacije, a ova negativno na domaći turizam (Stanković, 1989, 53).

Devizni prihodi od inostranog turizma u dolarima

| Godina | Prihod | Godina | Prihod |
|--------|-------------|--------|---------------|
| 1955. | 7.200.000 | 1975 | 768.414.000 |
| 1960. | 15.882.000 | 1980. | 1.114.700.000 |
| 1965. | 81.700.000 | 1985. | 1.050.200.000 |
| 1970 | 274.200.000 | 1988. | 2.024.000.000 |

Promene pariteta dinara prema konvertibilnim sredstvima plaćanja, uslovljavaju snižavanje cena roba i turističkih usluga za strane turiste. Zbog toga se naša zemlja mogla konkurentno uključivati u osvajanje stranog turističkog tržišta. Višestruko je potvrđeno, da je to najlošiji način osvajanja tržišta, jer borba za isto mora bazirati na odstranjivanju nelojalne konkurencije unutar naše ponude, promociji novih turističkih vrednosti, svrsishodnijoj propagandi, obogaćivanju sadržaja boravka, produženju sezone, većoj vanpansionskoj potrošnji i slično. "Uz relativnu stabilnost dinara, naročito u razdoblju od 1974. do 1977. godine, još smo se i mogli uljuljkivati u uvjerenju da je gubljenje pozicija na svjetskom turističkom tržištu rezultat činjenice što je Jugoslavije izgubila prednost koju je u ranijim godinama imala po osnovi cijena turističkog usluga. Međutim, neuspješno nastojanje Jugoslavije da se uglavnom porastom smještajnih kapaciteta i sporim mijenjanjem okoštale strukture ponude održi na svjetskom tržištu nižim cijenama svojih usluga, najbolje se ogleda u raskoraku između porasta prometa i deviznog priliva po osnovi inozemnog turizma. Ali, kada više iz platno-bilansnih razloga nije bila u mogućnosti da osigura niti ravnomjernu opskrbljenost tržišta osnovnim prehrambenim i drugim robama, Jugoslavija je u 1982. godini zabilježila veliki pad i prometa i potrošnje stranih turista. Naime, upravo je neočekivano nagli porast salda dohotka od turizma u razdoblju od 1960. do 1973. godine, unatoč višestrukih zastoja u posljednjih petnaestak godina i drastičnog pada u 1982. godini, doprineo tome da se izvozne mogućnosti jugoslavenskog turizma kao i njegov doprinos platnoj bilanci zemlje često preuveličavaju" (Vučković, 1987, 180).

3. TURISTIČNI PROMET

U razvoju domaćeg i inostranog turizma u našoj zemlji ima dosta razlika, ali su ispoljene i izvesne zajedničke osobenosti. Među njima se ističu sve veća mobilnost turista, naglašen sezonski karakter, neravnomerno povećanje prometa po godinama, izrazita usmerenost ka Jadranskom moru i ostrvima, proširenje promena na veći broj turističkih mesta, kao i mogućnost izdvajanja karakterističnih perioda. Zajedničke odlike ukazuju na potrebu jedinstvenog praćenja i usmeravanja razvoja obe vrste prometa.

| Godina | Domaći | Strani | D. S. |
|--------|------------|-----------|---------|
| 1948. | 1.616.756 | 61.500 | 96 : 4 |
| 1950. | 2.319.697 | 41.221 | 98 : 2 |
| 1955. | 2.925.768 | 485.294 | 86 : 14 |
| 1960. | 4.314.903 | 873.140 | 83 : 17 |
| 1965. | 5.284.000 | 2.658.000 | 66 : 34 |
| 1970. | 7.112.000 | 4.748.000 | 60 : 40 |
| 1975. | 9.711.000 | 5.835.000 | 62 : 38 |
| 1980. | 11.679.100 | 6.410.400 | 64 : 36 |
| 1985. | 13.579.000 | 8.436.000 | 62 : 38 |
| 1987 | 13.349.000 | 8.907.000 | 60 : 40 |

Sl.1. Domaći i strani turisti u Jugoslaviji

Porast broja domaćih turista u Jugoslaviji po pojedinim godinama i dužim vremenskim periodima, dosta je neravnomeran, što je uslovljeno delovanjem niza faktora u mestima stalnog boravka stanovništva, kao i umestima njihovog turističkog opredeljenja. Promet domaćih turista zavisio je i zavisi od odgovarajućih pozitivnih i negativnih promena u privredi, politici i društvenoj stvarnosti. Uz to, na obim prometa deluju stimulatивne mere, navike, potrebe i mogućnosti za promenom mesta boravka. Inostrani turizam u našoj zemlji pokazuje brže stope rasta. Tome je doprinelo nekoliko jednokratnih devalvacija dinara, otvorenost granica naše zemlje, prepoznatljivost Jugoslavije na inostranom turističkom tržištu, povoljan geografski položaj, relativno dobra saobraćajna povezanost, velika vrednost prirodnih i antropogenih potencijala, sve obimnija materijalna baza, afirmacija nekih centara planinskog turizma i sl. Smatramo da je nepotrebno fiksirati određene proporcije broja domaćih i stranih turista. Na sadašnjem nivou razvoja turizma jedino opravdanje ima sinhronizovan razvoj obe vrste turističkog prometa. Mere nadležnih državnih i društvenih organizacija potrebno je jasno definisati, jer je celovit turistički promet osnova potpunijeg korišćenja postojećih turističkih vrednosti Jugoslavije koje su lokalnog, regionalnog, republičkog, jugoslovenskog, evropskog i svetskog značaja. Ukupnim razvojem turizma potrebno je uticati i na intenzivniji razvoj kontinentalnih turističkih centara i regija,

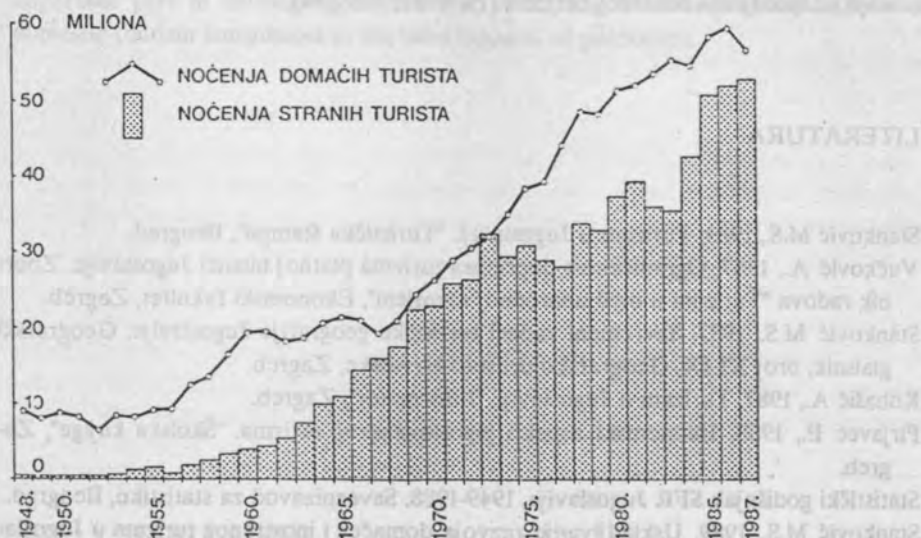
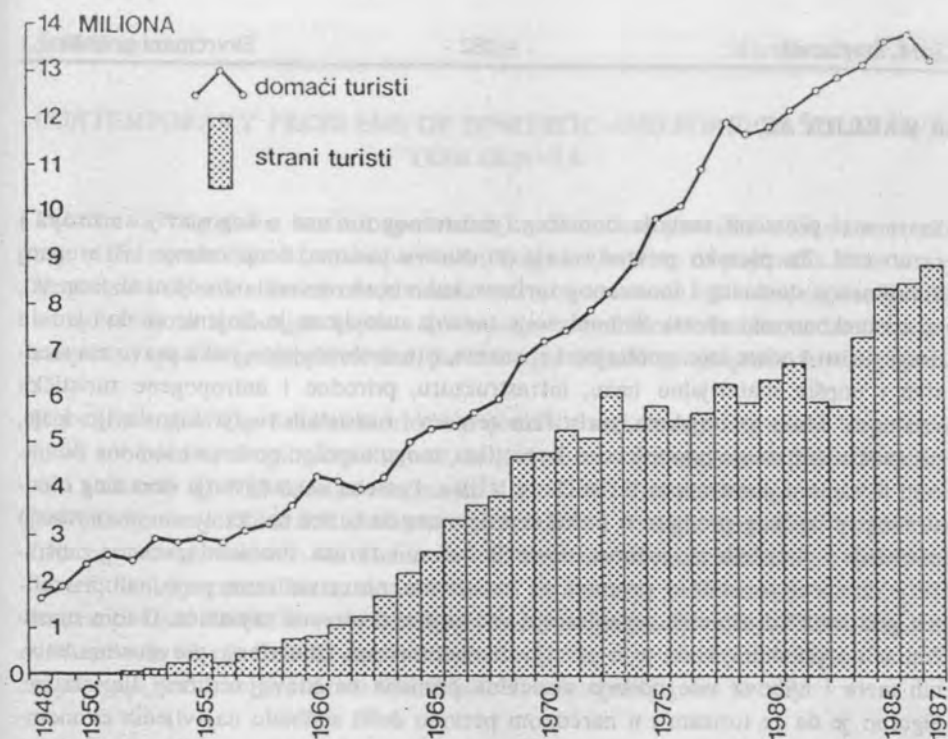
posebno banjskih, jezerskih i planinskih. Uz to, plasmanom ponude za kongresni, lovni i manifestacioni turizam, moguće je izvesno produženje turističke sezone, kao osnove za ostvarivanje većih dinarskih i deviznih ekonomskih efekata (Stanković, 1987, 43).

Broj noćenja domaćih i stranih turista u Jugoslaviji pouzdaniji je pokazatelj turističkog prometa, u odnosu na broj turista, te ga s pravom uvažavamo.

| Godina | Domaći | Strani | D. S. |
|--------|------------|------------|---------|
| 1948. | 8.993.638 | 417.907 | 96 : 4 |
| 1950. | 8.640.158 | 178.541 | 98 : 2 |
| 1955. | 9.253.974 | 1.832.555 | 83 : 17 |
| 1960. | 19.512.496 | 3.510.500 | 85 : 15 |
| 1965. | 21.411.000 | 11.240.000 | 66 : 34 |
| 1970. | 25.943.000 | 22.560.000 | 53 : 47 |
| 1975. | 38.805.000 | 31.622.000 | 55 : 45 |
| 1980. | 50.128.100 | 36.977.900 | 57 : 43 |
| 1985. | 58.322.100 | 50.816.000 | 54 : 46 |
| 1987. | 57.684.000 | 52.299.000 | 52 : 48 |

Sl. 2. Noćenja domaćih i stranih turista u Jugoslaviji

Usporeniji rast broja noćenja domaćih turista u odnosu na strane u Jugoslaviji, uslovila je izrazita komercijalizacija turizma. "Razdoblje nakon privredne reforme (1965) karakteristično je za domaći turizam u Jugoslaviji po tome što on više nije potican državnim (društvenim) mjerama, već je prepušten pretežno tržištu i djelomično krizi radnih kolektiva za odmor svojih članova. Praktično, umjesto dotadašnjeg gledanja na domaći turizam kao socijalnu kategoriju, prelazi se na tretman turizma kao ekonomske kategorije koju opredeljuje kupovna moć i razina osobne potrošnje (tada još niske). Kako nisu bili ustvoreni uvjeti za takav razvitak domaćeg turizma, a neposredno nakon reforme ti su uvjeti pogoršani u odnosu na ranije razdoblje (povećanje cijena i ukidanje povlastica" (Kobašić, 1987, 14). Komplementarnost između domaćeg i inostranog turističkog prometa u našoj zemlji jasno je utvrđena. Utvrđeno je da se pri svakom smanjenju inostranog turističkog prometa, povećava domaći. Najveće razlike evidentiraju se u hotelskom smeštaju turista. Kada strani turisti duže i više borave u hotelima, smanjuje se udeo domaćeg prometa. Kada strani turisti ne pokazuju veće interesovanje za hotelskim smeštajem, isti se nudi domaćem turističkom tržištu, koje je u gotovo čitavom posleratnom razvoju turizma, a naročito u vreme njegove komercijalizacije posle sedamdesetih godina, svojevrsna rezerva turističke ponude (Kobašić, 1987, 18).



4. ZAKLJUČAK

Savremeni problemi razvoja domaćeg i inostranog turizma u Jugoslaviji su brojni i raznovrsni. Za plansko privredjivanje po osnovu turizma, neophodan je viši stupanj koordinacije domaćeg i inostranog turizma, kako bi se ostvarili određeni ekonomski, ali i vanekonomske efekti. Sinhronizacija razvoja uslovljena je činjenicom da i jedni i drugi turisti koriste iste smeštajne kapacitete, iste saobraćajnice, neka prevozna sredstva i uopšte materijalnu bazu, infrastrukturu, prirodne i antropogene turističke vrednosti. Malo je objekata, turističkih centara i turističkih regija Jugoslavije, koje, pri sadašnjem stanju poponjenosti kapaciteta, mogu uspešno poslovati samona domaćem ili samona inostranom turističkom tržištu. Potreba uskladjivanja domaćeg i inostranog turističkog prometa u našoj zemlji, mora da bazira na detaljnom poznavanju potražnje i platežnih mogućnosti domaćih i stranih turista. Problemi izvesnog zaostajanja domaćeg turističkog prometa za inostranim, nisu stvar samo pojedinih privrednih, političkih i društvenih organizacija, već najšire društvene zajednice. U tom smislu čini se neophodnim, kada je u pitanju domaći turizam, iznalaženje pravih stimulativnih mera i njihova višegodišnja dosledna primena na čitavoj teritoriji Jugoslavije. Sigurno je da će turizam i u narednom periodu deliti sudbinu najavljenih ekonomskih, političkih i društvenih promena, ali se mora uvažavati kao ozbiljna mogućnost za svrsishodno rešavanje nekih problema. U većini dosadašnjih planskih i koncepcijskih pritupa turizmu u Jugoslaviji, domaće tržište nije tretirano na odgovarajući način. Gotovo svuda i uvek, prioritet je davan inostranom turističkom prometu, kao izvoru deviznih prihoda. U takvoj situaciji društvo mora tražiti i pronalaziti nova rešenja unapredjenja domaćeg turizma (Pirjavec, 1988, 94).

LITERATURA

- Stanković M.S., 1983, Turizam u Jugoslaviji. "Turistička štampa", Beograd.
- Vučković A., 1987, Ograničenost doprinosa turizma platnoj bilanci Jugoslavije. Zbornik radova "Turizam u međunarodnoj razmjeni", Ekonomski fakultet, Zagreb.
- Stanković M.S., 1987, Savremeni zadaci turističke geografije Jugoslavije. Geografski glasniki, broj XLIX, Geografsko društvo Hrvatske, Zagreb.
- Kobašić A., 1987, Turizam u Jugoslaviji. "Informator", Zagreb.
- Pirjavec B., 1988, Ekonomski aspekti jugoslovenskog turizma. "Školska knjiga", Zagreb.
- Statistički godišnjak SFR Jugoslavije, 1949-1988. Saveznizavod za statistiku, Beograd.
- Stanković M.S., 1989, Uskladjivanje razvoja domaćeg i inostranog turizma u Jugoslaviji. Glasnik Srpskog geografskog društva, sveska LXIX, broj 1, Beograd.

CONTEMPORARY PROBLEMS OF DOMESTIC AND FOREIGN TOURISM IN YUGOSLAVIA

Tourism in Yugoslavia has a long-standing tradition and provides a basis for economic effects which are of consequence to Yugoslav balance of payments. Tourism in Yugoslavia affects a series of economic and non-economic activities, either directly, or indirectly or in multiple aspects. Some segments of those relations and aspects are subject to specific geographical and, particularly, touristic geographical investigations.

Since the end of the Second World War domestic and foreign tourism in Yugoslavia have not been developing equally well. In 1949 there were registered 1.985.630 domestic and only 31.920 foreign tourists in Yugoslavia. The percentage was 98 : 2. In 1987 there were 13.349.000 domestic and 8.907.000 foreign tourists in Yugoslavia. The percentage was 60 : 40. The statistics shows that foreign tourism has developed faster than domestic. This is also confirmed by the data on overnight stays. In 1950 tourist realized 8.640.158 overnight stays, and foreign tourists only 178.541. The percentage was 98 : 2. In 1987 domestic tourists in Yugoslavia realized 57.684.000 overnight stays, and foreign tourists 52.299.000. The percentage was 52 : 48.

For a successful development of tourism in Yugoslavia it is necessary to synchronize the development of both domestic and foreign tourism. Only in this way it is possible to achieve a satisfactory degree in using the already existing material basis and to prolong the tourist season. Besides economic functions which are emphasized in foreign tourism, as a source of foreign currency income, domestic tourism plays an important part in developing educational, social, and cultural function. Above all, domestic tourism contributes to the development of patriotism.