

Оригинални научни рад

УДК 338.48(497,11)
Original scientific article

**Стеван М. Станковић
Вања Војчић**

МЕСТО ТУРИЗМА У ПРИВРЕДИ БЕОГРАДА

Извод: Учешће туризма у народном дохотку Београда (2003. = 2,44%) заостаје за низом делатности, што важи и за број запослених и реализоване инвестиције у изградњу нових и опремање постојећих туристичко-угоститељских објеката. Незадовољавајуће стање туризма може се поправити само сврсисходним и дуготрајним акцијама надлежних државних и градских власти.

Кључне речи: туризам, Београд, смештајни капацитети, економски ефекти.

Abstract: The revenue from the flow of tourism into Belgrade (2003 = 2.44%) lags behind a number of other enterprises. The same holds true for the number of employees in the tourism work force as well as ongoing investments into expansion and improvements. This situation can be remedied only through decisive and long-term actions of the state and city councils.

Key words: tourism, Belgrade, available accommodations, economic effects.

Увод

Туризам у Београду почива на повољном географском, саобраћајном и туристичком положају, као и бројним и разноврсним природним и антропогеним туристичким вредностима. У савремене туристичке токове, после Другог светског рата, због великих ратних разарања и обнове основних привредних делатности, Београд се касније укључио у односу на неке европске престонице, али је временом постао препознатљив на туристичком тржишту.

Успон домаћег и иностраног туризма у Србији и Београду, почиње 1960. године и са променљивом годишњом стопом раста траје до 1990. године, када су се услед распада Југославије десили бројни немили догађаји, чије се последице још увек осећају у низу делатности, а самим тим и у туризму Београда. Број туриста и ноћења у Београду, после вишегодишње стагнације, почео се повећавати тек 2005. и 2006. године, за које још увек нема довољно података, те се наш осврт односи на стање до 2003., односно, 2004. године.

* Рад представља резултат истраживања на пројекту 146005, који финансира Министарство науке и заштите животне средине Републике Србије.

Учешће туризма у привреди Београда никада није било на висини његових природних и антропогених туристичких вредности, материјалне базе и значаја географског и саобраћајног положаја. За побољшање стања потребне су осмишљене акције државних и градских власти како на усмеравању инвестиција у изградњу нових туристичко-угоститељских објеката, тако и на сврсисходној организацији и пропаганди туризма на домаћем и иностраном тржишту, уз праве и трајне акције обогаћивања садржаја туристичког боравака и његовог продужења.

Готово од увек Београд је био и остао највећи туристички емитивни и рецептивни центар Србије и као такав представља сложен систем туристичке понуде и потражње коју је потребно непрестано истраживати. Богата културна баштина и све бројније манифестације дају Београду посебну вредност, али се намеће закључак да остварени економски ефекти туризма још увек заостају за реалним могућностима града и његовог непосредног окружења.

У укупном броју домаћих туриста у Србији, већ дуже од две деценије, Београд учествује са 31% (1990. година) до 38% (1995. година). Са још већим процентом Београд учествује у броју страних туриста у Србији и њиховим ноћењима. Године 1985. достигнут је ниво од 45% и до 2003. године се повећао на 70%. Такво стање позитивно делује на остваривање девизног прихода и побољшање места туризма у привреди Београда, али је главна ограничавајућа чињеница кратак просечан боравак страних туриста и самим тим њихова незнатна потрошња.

Административна територија Београда има површину од 3.222,68 km², од којих градска територија чини 359,96 km², заједно са површинама река и ада. Довољно простран и морфолошки веома разноврстан, богат споменицима и препознатљив по важним историјским догађајима, Београд је највећи привредни центар Србије. Таквом значају нашег главног града доприноси и туризам, који још увек није развијен сагласно постојећим потенцијалима, традицији, запосленим и општем значају за трговински и платни биланс (Станковић и Павловић, 2003).

Положај као туристичка вредност Београда

Београд има повољан географски положај, што је од значаја за домаћи и инострани туризам. Јован Цвијић поетским речима говори о географском положају Београда, јер „Он се као сфинкс пружао на ставама Саве и Дунава и гледа на панонску равницу, одређен својим положајем да у њој изазива велике догађаје и да на њу најјаче утиче. Све велике реке које протичу кроз Панонски басен конвергирају према Београду“ (Цвијић, 1987). Речи од интереса за туристичку пропаганду потенцирају и туристички положај Београда према јасно израженим туристичким токовима у Европи.

Дефинисани као западни, централни и источни, они су од великог значаја за туристичка кретања из северне, западне и централне Европе према топлим морима њеног југа и туристички развијеним земљама приобаља Средоземног мора. Западни туристички правац од интереса је за Португал и Шпанију, централни за Италију, Словенију, Хрватску и Црну Гору, а источни за Србију, Грчку, Бугарску и Турску. Положај Србије и Београда, као саобраћајног средишта на овом туристичком правцу, дефинише неке особености његовог туризма, посебно транзит, који је јасно потврђен кратким просечним боравком страних туриста, који је између 1955. и 2004. године варирао између 3,4 и 1,6 дана и као такав није био од посебног значаја за остваривање већих економских ефеката.

Материјална база и промет туриста у Београду

Материјална база туризма Београда, представљена смештајним капацитетима, релативно је скромна. Са нешто више од седам хиљада лежаја у свим врстама смештајних капацитета, Београд заостаје за многим развијеним туристичким центрима Европе, али и Србије. У нашој земљи више лежаја од Београда имају Врњачка Бања, Сокобања и Златибор. Предност Београда над овим је у броју лежаја у хотелима јер су исти најтраженији како на домаћем, тако и на иностраном туристичком тржишту.

Интензивнији развој туризма у Београду почео је 1960. године када је град имао 600 туристичко-угоститељских пословних јединица, од којих 21 хотел. Од укупног броја лежаја (3.116) у хотелима је тада било 1.935 или 62%. Највише туристичко-угоститељских пословних јединица (1.942), Београд је имао 1990. године. Укупан број лежаја за потребе туризма достигао је тада 12.475, од чега је у 36 хотела било 7.749 или 62%. Такво стање је погодновало развоју градског туризма, али су га онемогућили познати догађаји са којима се Србија суочила.

Године 2004. Београд је имао 6.079 лежаја у хотелима свих категорија. Њихова укупна годишња искоришћеност износила је 40,3%, што се сматра незадовољавајућим, јер у туристички развијеним земљама, посебно у главним градовима тај проценат достиже 90. За хотелима по броју лежаја знатно заостају преноћишта (810 лежаја, 47,2% искоришћености), кампови (300 лежаја, 3% искоришћености), мотели (223 лежаја, 7,3% искоришћеност) и пансиони (58 лежаја, 9,3% искоришћености). Укупна искоришћеност смештајних капацитета Београда током 2004. године износила је само 24%, што је изразито мало, јер не достиже ни једну четвртину правих могућности. Такво стање се јасно одражава на обим прихода по основу услуга ноћења и исхране, који чине више од 80% укупних издатака туриста у Београду.

Хотелијерство у Београду има дугу традицију. Први хотел у главном граду Србије изграђен је 1843. године. Са стотину соба и другим садржајима

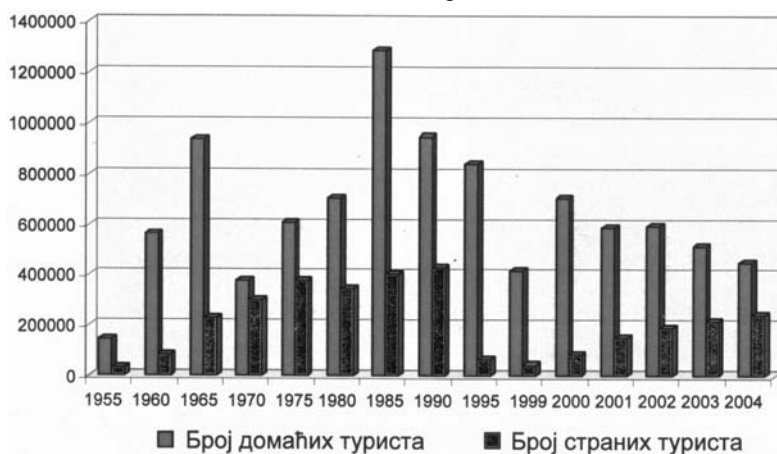
Место туризма у привреди Београда

упоређиван је са хотелима Беча (Ђурић Замоло, 1993). Из традиције ка савременом стању потребно је како повећање броја хотела и лежја у њима, тако и јасно дефинисање њихове категорије, система пословања, веза са познатим хотелијерским кућама, јер искуства низа земаља показују да се пословањем у хотелијерству могу остваривати значајни приходи. Уосталом, иако у Београду већ дуже време траје прекатегоризација хотела, долази до власничке трансформације неких објеката, приватизују се познати хотели, денационализују нека хотелска здања, све је више појединаца и компанија које желе да купе постојеће и граде нове хотеле у Београду. На значај хотела за туризам Београда јасно указују подаци да је од укупног броја туриста који су регистровани у Београду 1980. г. (1.046.961), њих 837.307 или 80% боравило у хотелима. Такав процентуални однос одржава се и данас и потврђује чињеницу да су хотели најпривлачнији туристички смештајни капацитети.

Табела 1. – Туристи и ноћења у Београду

Година	Д о м а ћ и		С т р а н и	
	Туристи	Ноћења	Туристи	Ноћења
1955.	147.332	370.364	35.174	120.797
1960.	566.905	956.684	89.078	234.227
1965.	937.714	1.266.238	231.387	484.696
1970.	376.332	734.093	300.831	599.399
1975.	611.424	1.090.610	378.478	731.958
1980.	704.186	1.343.396	342.775	704.667
1985.	1.289.033	1.850.082	405.707	774.700
1990.	948.424	1.463.539	426.109	704.126
1995.	942.711	1.380.062	65.338	163.432
2000.	707.340	1.204.302	88.477	213.886
2003.	513.978	891.412	214.109	469.522
2004.	449.964	871.338	243.239	513.051

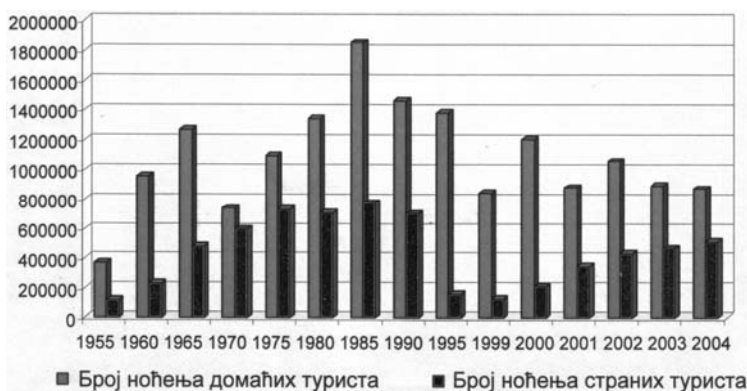
Извор података: Статистички годишњак Београда, 1960-2005.



Слика 1. – Домаћи и страни туристи у Београду

Број домаћих туриста у Београду 1955. године је износио 147.332, а њихова просечна дужина боравка достигала је 2,5 дана. Каснијих година број домаћих туриста се повећавао, као и број њихових ноћења, али је евидентно скраћивање просечног боравка, који је 1965. године износио само 1,4 дана. Године 1970. забележен је значајан пад броја домаћих туриста и њихових ноћења, али су иза тога трендови били узлазни све до 1985. године, која је по низу показатеља била најпрофитабилнија не само у Београду и Србији, већ и у тадашњој Југославији. Стање, у негативном смислу, поремећено је 1990. године и траје и данас.

Број домаћих туриста у Београду 2004. године је 2,8 пута мањи него 1985. године, а број ноћења 2,1 пут. Из овога произилази закључак да је место туризма у привреди Београда не само незнатно, већ и по годинама веома променљиво. Готово исти односи важе и када су у питању страни туристи и њихова ноћења реализована у Београду. Године 1985. било је 162.468 или 1,6 пута више страних туриста него 2004. године. Још веће разлике постоје у броју ноћења као бољем показатељу економских ефеката туризма. Године 1985. у Београду је реализовано 472.058 ноћења домаћих туриста више него 2004. године, што се јасно одразило на укупне приходе од туризма.



Слика 2. – Ноћења домаћих и страних туриста у Београду

Промет туриста и број остварених ноћења у Београду из осамдесетих година прошлог века још увек није достигнут и указује на незадовољавајуће стање туризма у смислу остваривања економских и друштвених ефеката. Како недавно прокламована Стратегија развоја туризма у Србији, извесне предности даје Београду, за очекивати је да ће се у неколико наредних година стање поправити (Максин-Мићић, 2007).

Туризам у привреди Београда

По низу показатеља Београд је највећи привредни центар Србије. Он је истовремено и туристички најпосећеније место наше земље, те са

Место туризма у привреди Београда

Врњачком Бањом, Копаоником, Златибором и осталим туристичким центрима доприноси остваривању одговарајућих економских ефеката. Динарски и девизни приходи остварени у туристичко-угоститељској привреди Београда утичу на друштвени производ, национални доходак, трговински и платни биланс земље, запосленост и инвестициону активност. Како је туризам делатност наглашене мултипликативности, остварена средства значајним делом се преливају у оне делатности које су му комплементарне. Због тога туризам треба шире посматрати, утолико пре што се динарски и девизни ефекти остварују углавном на бази домаће робе која се пласира у финалном облику, чиме се у односу на класично тржиште постижу 3 до 10 пута бољи ефекти (Унковић, 1995).

Табела 2. – Структура друштвеног производа привреде Београда (2003. година у хиљадама динара)

Делатност	Апсолутни износ	%
Трговина на велико и мало	87.512.703	33,77
Прерађивачка индустрија	56.331.799	21,74
Саобраћај, складиштење и везе	40.949.360	15,80
Грађевинарство	21.292.414	8,22
Послови са некретнинама	16.581.400	6,40
Производња електричне енергије	9.796.025	5,23
Пољопривреда, лов и шумарство	9.796.025	3,78
Туризам и угоститељство	6.629.896	2,56
Вађење руда и камена	5.432.481	2,01
Комуналне и личне друштвене делатности	836.830	0,32
Здравствени и социјални рад	180.173	0,07
Рибарство	26.233	0,01
У к у п н о	259.133.730	100

Извор података: Статистички годишњак Београда, 2004.

Подаци показују у којој мери одговарајуће делатности учествују у привреди нашег главног града, односно, у структури друштвеног производа. Учешће туризма је незнатно, јер исти вишеструко заостаје за трговином, прерађивачком индустријом, саобраћајем, складиштењем робе и везама, грађевинарством, пословима са некретнинама и незнатно за производњом електричне енергије и пољопривредом, ловом и шумарством. По друштвеном производу туризам Београда је за мање од 2% испред рударства, комуналних и личних друштвених делатности, здравства и рибарства. Стање се на готово истом нивоу одржава већ више година. Може се објаснити малим бројем домаћих и страних туриста који посећују Београд, у њему кратко бораве и мало троше. Ово је последица мале платежне моћи домаћих туриста и неповољне структуре иностраних туриста,

Place of tourism in the Belgrade economy

јер је већина из бивших република Југославије. Мало је страних туриста већих платежних могућности, као и оних који се у Београду дуже задржавају и више троше на пансионске и ванпансионске услуге. Уз то, укупна туристичка понуда Београда није нити богата, нити разноврсна, јер нека истраживања показују да туристи највише троше на спавање и исхрану, а знатно мање на остале потребе.

Табела 3. – Народни доходак у Београду по делатностима (2003. година у хиљадама динара)

Делатност	Апсолутни износ	%
Трговина на велико и мало	81.592.370	37,06
Прерађивачка индустрија	46.517.704	21,13
Саобраћај, складиштење и везе	24.076.903	10,94
Грађевинарство	19.036.434	8,65
Послови са некретностима	15.197.247	6,90
Пољопривреда, лов и шумарство	8.756.381	3,98
Производња електричне енергије	7.895.883	3,59
Туризам и угоститељство	5.366.178	2,44
Вађење руда и камена	4.856.441	2,21
Комуналне и личне друштвене делатности	627.341	0,28
Здравствени и социјални рад	154.311	0,07
Рибарство	16.816	0,01
У к у п н о	220.181.383	100

Извор података: Статистички годишњак Београда, 2004.

Како у друштвеном производу, тако и у формирању народног дохотка у Београду, туризам и угоститељство имају скромно учешће. Заостају за седам класичних делатности, а незнатно су испред четири делатности, које у принципу нису карактеристичне за градове, а самим тим и за Београд. Са само 5.366.178.000 динара народног дохотка по основу туризма и угоститељства у Београду током 2003. године, приходи си чинили 2,44% укупне остварене суме. За главни град наше земље то су незнатне вредности, које указују на недовољно развијене туристичке функције, слабу посећеност, неповољну структуру гостију, кратак просечан боравак туриста, наглашен транзит и малу укупну потрошњу.

Стање туризма Београда из 2003. године, која одсликава читаву деценију уназад, чини се да се почело мењати после 2005. године, јер је обављен део власничке трансформације туристичко-угоститељских објеката, приведена је крају прекатегоризација, у туристичке сврхе враћени су неки објекти који су служили за смештај избеглих и расељених лица, појављује се нешто већи број туриста из богатијих земаља, организују се културне и спортске манифестације европског и светског значаја које су

добро посећене. Без обзира на све то, не треба очекивати ни брзо ни једноставно достизање резултата из периода 1985-1990. година, када је туризам био у експанзији не само у Југославији, Србији и Београду.

Стање туризма и његов удео у привреди Београда може се посматрати и кроз број запослених. Без обзира што је туризам делатност која тражи доста живе радне снаге, његово заостајање за делатностима представљеним у претходним таблицама је такође наглашено. Године 2003. највише запослених по делатностима у Београду било је у прерађивачкој индустрији (72.852 или 19,74% од укупног броја). Иза тога следе здравствени и социјални рад (45.967, или 12,46%), саобраћај и складиштење робе (41.145, или 11,15%), трговина на велико и мало (37.637, или 10,20%), образовање (30.036 или 8,14%), грађевинарство (27.786, или 7,53%), послови са некретностима (19.399 или 5,26%), комуналне делатности (16.473, или 4,46%), финансијско пословање (14.023, или 3,80%), производња енергије (13.924, или 3,77%) и рударство (9.322, или 2,53%). Тек иза наведених делатности, са 8.703 запослена, туризам и угоститељство учествују са само 2,36% у укупном броју.

Релативни показатељ учешћа запослених у туризму и угоститељству Београда на нивоу је учешћа туризма како у друштвеном производу, тако и у народном доходу. Без обзира што су све делатности дуго изложене негативним догађајима, појавама и процесима, чини се да се стање не побољшава у свима подједнако брзо. Туризам, посебно део друштвеног сектора, пролази кроз бројне промене. У позитивне се убраја повећана инвестициона активност у изградњу нових и модернизацију постојећих објеката, као и наглашену приватизацију познатих хотела и све већу заинтересованост имаоца средстава да граде нове туристичко-угоститељске објекте. Проширење материјалне базе туризма у Београду најпре мора ићи ка модернизацији, адаптацији и изградњи нових објеката, јер теоријска истраживања показују да се проширивањем обима туристичких капацитета, унапређују и проширују опште и посебне функције туризма, постижу већи економски и друштвени ефекти (Кабилџо, 1980).

Садашње стање није задовољавајуће, јер је највећи проценат лежја намењених туристима у хотелима са две звезде (30), хотелима са три звезде (29) и хотелима са четири звезде (24). У хотелима луксузне категорије Београд има само 16% лежја и њиме не може задовољити потражњу страних туриста бољих платежних могућности и тиме недовољно утиче на остваривање девизних прихода и побољшање у односу на друге делатности привреде Београда. За успешну реализацију даљих акција унапређења туризма Београда, потребно је уважавати ставове Просторног плана Републике Србије, који је, поред осталог, Београд дефинисао као главни међународни емитивни центар и главни центар градске понуде централне зоне Србије и означен приоритетом прве групе (Група аутора, 1995).

Закључак

За развој туризма у Београду постоје доста повољни природни и друштвени услови, који уз богату традицију условљавају промет домаћих и страних туриста, као и одговарајуће директне, индиректне и мултипликативне ефекте од значаја за трговински и платни биланс, односно друштвени производ, национални доходак, запосленост и сл.

После вишегодишњег узлазног тренда развоја туризма у Београду, који је са извесним осцилацијама трајао од 1960. до 1990. године, услед познатих догађаја изазваних распадом Југославије, туризам Београда је до 2003. године стагнирао. Са учешћем од 2,56% у друштвеном производу Београда, 2,44% учешћа у народном дохотку Београда и са 2,36% учешћа у укупном броју запослених, удео туризма у привреди Београда је незадовољавајуће и испод његових реалних природних и антропогених туристичких вредности, као и значаја географског, саобраћајног и туристичког положаја.

По висини друштвеног производа Београда туризам је на осмом месту, као и по висини народног дохотка. За разлику од тога, по броју запослених је на тринаестом месту, што није добро, јер туризам и угоститељство траже доста живе радне снаге за нормално пословање. Туризам Београда дели судбину његове привреде. Током протекле деценије био је изложен бројним неповољним догађајима и процесима од којих се још увек није опоравио. Извесни подаци указују на позитивна кретања почев од 2005. године, али за реално сагледавање ствари још увек нема довољно података.

Недавно представљена радна верзија Стратегије развоја туризма Републике Србије, као приоритет дефинише следеће предеоне целине Србије: Војводину, Београдску регију, Западну Србију са Косовом и Метохијом и Источну Србију. Београд ће и даље бити најпосећенији у Србији, али за побољшање удела туризма у укупној привреди Београда потребно је решити неке проблеме на којима је указано у претходном тексту.

Литература

- Група аутора (1996). *Просторни план Републике Србије*, Београд.
- Ђурић Замоло, Д. (1993). *Хотели и кафане 19. века у Београду*. Београд: Музеј града Београда.
- Кабилџо, Ј. (1980). *Економика туризма*. Београд: Одсек за туризмолешке науке Природно-математичког факултета.
- Максин-Мићић, М. (2007). *Туризам и простор*. Београд: Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент.
- Станковић, С. (2004). Туризам, спорт и просторни потенцијали. У: *Регионални просторни план административног подручја града Београда*. Београд: Урбанистички завод Београда.

- Станковић, С. и Ћирковић, С. (2003). Туристичке детерминанте региона Београд. У: *Зборник радова Београд и његов регион*. Београд: Географски факултет Универзитета у Београду.
- Унковић, С. (1995). *Економика туризма*. Београд: Савремена администрација.
- Цвијић, Ј. (1987). *Балканско полуострво и јужнословенске земље. Сабрана дела Јована Цвијића, књига 2*. Београд: Српска академија наука и уметности, Завод за уџбенике и наставна средства и НИП „Књижевне новине“.

Stevan M. Stanković
Vanja Vojčić

PLACE OF TOURISM IN THE BELGRADE ECONOMY

Summary

Belgrade has enormous potentials that are not engaged sufficiently. In the years to come all the relevant forces of society should be organized for faster development of tourism. The development of tourism is justifiable for lots of reasons, regardless of the fact that, so far, it hasn't shown the results wanted. It is complementary with transport, trade, cultural and fair happenings, preserving of natural environment and monuments, health service and share the fate of industry and society as a whole. We cannot be satisfied with the results achieved, especially with the influx of tourists from abroad that increases foreign currency income to the city and country. In order to overcome the present situation and to include Belgrade into the modern tourist trends it is necessary to improve infrastructure as an element of development, to modernize propaganda activities, to specify tourist offer, to preserve natural environment, to invest money properly and to make employees in tourism more qualified.