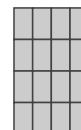


Vizna liberalizacija i industrija putovanja u Srbiji

Medij - Rubrika: TRAVEL - Van rubrike
 Datum: Čet, 22/04/2010 Zemlja: Srbija
 Površina članka: 988cm2 Autor:
 Strana: 14 Deo: 1/2



Vizna liberalizacija i industrija putovanja u Srbiji

TEKST: MILJANA TOMIĆ
 FOTOGRAFIJE: IGOR PETROVIĆ

GDE SE NALAZIMO NA TURISTIČKOJ MAPI SVETA?

Nakon uvođenja bezviznog režima, nameću se brojna pitanja o mogućnostima turističke industrije u Srbiji. Da li smo spremno dočekali viznu liberalizaciju i koji su realni potencijali i dometi Srbije za poslovanje na razvijenom evropskom, ali i svetskom turističkom tržištu?

U beogradskom hotelu Zira održana je Konferencija o viznoj liberalizaciji i industriji turizma u Srbiji, u organizaciji Danas Conference Centre-a i Travel Magazine-a. Cilj konferencije je bio da se odgovori na brojna pitanja koja su se nametnula nakon ukidanja viza, između ostalog i da li je Srbija sposobna da odgovori na sve izazove koji se pred nju postavljaju i da li može da bude konkurentno tržište na svetskoj turističkoj mapi.

Svojim izlaganjem o potencijalima koje Srbija treba da iskoristi kako bi ponudila dobar proizvod, konferenciju je otvorio prof. dr Slobodan Unković sa Univerziteta Singidunum: "Potrebno je samo više spremnosti da shvatimo da je turizam velika šansa za uspešan društveni i privredni razvoj Srbije. Mi imamo kvalitetne resurse, ne samo u Beogradu, već i u drugim regijama. Na primer, Podunavlje je biser." Prof. dr Unković je istakao kako se naši najveći potencijali nalaze u planinama, banjama, mnogim atraktivnim manifestacijama poput Exit-a ili Guče.

On smatra da je u predstojećem periodu podrška turističkoj industriji više nego potrebna: "Treba da podržavamo sve one koji će turističke destinacije Srbije učiniti još atraktivnijim, koji će omogućiti da kroz

turizam afirmišemo vrednosti koje se nalaze u Srbiji, i da na turističkoj mapi sveta postanemo još kvalitetnija destinacija. Uveren sam da imamo sve uslove da kroz turizam ostvarimo još uspešniji društveni i privredni razvoj Srbije."

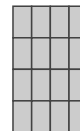
Prof. dr Velimir Radosavljević, direktor aerodroma Nikola Tesla, napomenuo je da je od 19. decembra avio saobraćaj ka zemljama šengenske zone znatno pojačan i da je broj putnika veći za oko 20%, sa prognozom da će ova cifra biti još veća. Istakavši značaj sve većeg broja novih avio prevoznika i dolaska low cost aviokompanija, on je izneo i svoja očekivanja za period koji nam predstoji: "Očekujem da će od sledeće zime, i mislim da će naši turistički radnici imati dovoljno vremena da se pripreme za taj period, ponuda u avio saobraćaju biti takva da će stanovnici Velike Britanije, Nemačke, Francuske i drugih velikih evropskih zemalja, ako ničim drugim, biti privučeni jednom bagatelnom cenom i da će to biti jedan od razloga da posećuju destinacije na kojima do tada nisu bili."

U svom izlaganju, Zoran Đukanović - direktor Duke & Peterson-a i Travel Magazine-a, podsetio je između ostalog da je slika o našoj zemlji u svetu i dalje veoma loša, ali da se to može popraviti: "Ono o čemu niko ne govori, jeste kakvo to

Na fotografiji (s leva na desno): Aleksandar Marinković - TUI ReiseCenter, prof. dr Velimir Radosavljević - aerodrom Nikola Tesla, prof. dr Slobodan Unković - Univerzitet Singidunum, Zoran Đukanović - Travel Magazine, Dragan Mihajlović - Srilankan i Singapore Airlines, Vili Mitova - Dertour. Za govornikom: Željko Pantić - Danas Conference Center.

Medij - Rubrika: TRAVEL - Van rubrike
 Datum: Čet, 22/04/2010
 Površina članka: 988cm2
 Strana: 15

Zemlja: Srbija
 Autor:
 Deo: 2/2



zapravo mišljenje o nama imaju stanovnici Evropske unije. To se može matematički dokazati i brojna istraživanja idu u prilog tome da nas sigurno preko osamdeset posto žitelja Evropske unije i dalje doživljava kao polurazrušenu zemlju, mnogi od njih misle da je kod nas i dalje rat. Mnogi od njih ne znaju dokle smo mi zapravo stigli, mnogi ne znaju da smo mi u međuvremenu ozbiljno napredovali kao država, da smo se doveli u neki red, da smo mnogo toga pozitivnog ostvarili. Dakle, mislim da je to suština, da naša država prevashodno treba da se pozabavi opštim popravljajanjem imidža, jer nas svakodnevno prate repovi naše tužne prošlosti."

Svoje mišljenje o revoluciji koju je stvorio dolazak low cost aviokompanija na naše tržište izneo je i **Dragan Mihajlović, izvršni direktor Singapore Airlines-a i Sri-lankan Airlines-a za Srbiju**: "Kada poredite cene koje su redovni avio prevoznici ponudili svojim putnicima tokom 2009. godine, zaključite da je samom pojavom low cost avio prevoznika došlo do jedne revolucije u tarifiranju. Ipak, mislim da je to nedovoljno, iz razloga što još uvek ne postoji dovoljna konkurencija među niskobudžetnim avio prevoznicima na nebu Srbije."

Dragan Mihajlović je napomenuo da će na srpsko tržište uskoro doći mađarski

low cost avio prevoznik Wizz Air, i da će tek tada doći do prave revolucije u cenama karata: "Svi ste čuli da ćemo uskoro imati i novu low cost aviokompaniju na našem nebu, a to je mađarski Wizz Air. Moje mišljenje je da ćemo tek onda imati pravu konkurenciju u low cost prevozu, jer su tarife koje se trenutno nude našim putnicima i dalje visoke. Smatram da ćemo tek 2011. godine imati pravu sliku šta nam je vizna liberalizacija zapravo donela, da li je to pozitivno ili negativno, i u kojoj meri."

Vili Mitova, direktor Dertour-a za Srbiju, podsetila je da su turističke agencije tu zbog putnika i da se moraju prilagodavati njihovim potrebama i željama, kao i da je to jedan od najboljih načina za prodaju turističkog proizvoda.

Ona je istakla i značaj edukovanja turističkog kadra u Srbiji, jer u njemu leži jedan od ključeva za uspešno poslovanje u industriji putovanja: "Segment na kojem moramo mnogo da radimo, jeste edukacija turističkih agenata. Naš dolazak na tržište ne znači samo kvalitet za krajnjeg kupca, već isto tako i za turističkog agenta. Važno je edukovati agente da koriste najnovije rezervacione sisteme u svetu, kao i obezbediti im tehničke mogućnosti za korišćenje tih sistema. Neophodno je obezbediti agentima proizvod 12 meseci u

godini, kao i provizije preko deset posto i superprovizije. To sve podrazumeva kvalitet poslovanja svih turističkih agenata, koji će sam po sebi doneti rast prometa u industriji putovanja."

Aleksandar Marinković, direktor franšizne poslovнице TUI Reisen Centre, na primeru poslovanja ovog velikog turoperatora predstavio je jedan od načina za postizanje uspeha na turističkom tržištu: "Glavne odlike TUI-ja, zbog kojih je postao tako veliki i zbog kojih je i dalje vodeći na svetskom tržištu, jesu stalni rad na kvalitetu svojih proizvoda i svoga rada, a to podrazumeva i određene normative. Ti normativi su sadržani u celom procesu organizacije putovanja, od zakupa alotmana, njegovog proizvoda i kalkulacije, sve do finalne prodaje u turističkoj agenciji."

Kao zaključak konferencije nameće se konstatacija nekoliko učesnika da, iako je položaj Srbije na svetskoj turističkoj mapi nezavidan, nije nepromenljiv. Uz dobru volju i velike napore države i pojedinaca stanje se može bitno popraviti što će značiti bolji standard, a samim tim i šire mogućnosti za putovanje građana Srbije. Uz istrajan rad koji će rezultirati celokupnim boljim imidžom, turistički proizvod koji Srbija nudi, možda će jednog dana postati prepoznatljiv i tražen u svetu. ■