

## Ukidanje viza

Medij - Rubrika: CAFFE BAR - Van rubrike

Datum: Sre, 28/04/2010

Površina članka: 1513cm2

Strana: 76

Zemlja: Srbija

Autor: Uroš Delić

Deo: 1/3



UTICAJ VIZNE LIBERALIZACIJE  
NA SRPSKU TURISTIČKU INDUSTRIJU

# Ukidanje viza

## šansa ili pretnja za domaći turizam

Tekst: Uroš Delić Foto: Dragana Đorović, Jeleena Vemić

Tokom prva dva meseca ove godine ukupan broj dolazaka turista bio je za 23 odsto, a broj noćenja za 31 odsto manji nego u istom periodu 2009. Ni domaća turistička privreda ni sama država nisu se dovoljno dobro organizovale za promene koje su se desile – ocenjuje Slobodan Unković, koji očekuje da će se to negativno odraziti i na ukupni domaći turizam

Ukidanje viza za putovanja srpskih građana u zemlje Šengenskog sporazuma svakako je bitan događaj za žitelje Srbije, a istovremeno i šansa za našu zemlju kao turističko odredište. Ulaskom na belu šengensku listu otklonjena je jedna od prepreka za putovanje naših građana u veći deo evropskih država. Preostalo je još samo pitanje novca, za koji se naši ljudi najčešće nekako snađu.

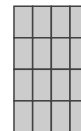
Činjenica da je Srbija dobila nešto povoljniji status u odnosima s Evropskom unijom i građanima država članica EU trebalo bi da

posluži kao signal da je Srbija destinacija koja može da bude prihvatljiva čak i za prosečnog evropskog turistu, a ne samo za one željne „egzotičnog, avanturističkog provoda“, što je imidž koji je dobrim delom Srbiju pratio poslednjih decenija.

Pitanje je, međutim, šta Srbija može da ponudi tim turistima, da li je spremno dočekala rušenje viznog zida i hoće li one koji sad prvi put dođu u nju kao turisti, podstaći da to učine ponovo ili da je možda preporučite prijateljima kao odredište koje se ne sme zaobići. Srbija ima značajne turističke potencijale i resurse, ali činjenica je da još

Medij - Rubrika: CAFFE BAR - Van rubrike  
 Datum: Sre, 28/04/2010  
 Površina članka: 1513cm2  
 Strana: 77

Zemlja: Srbija  
 Autor: Uroš Delić  
 Deo: 2/3



### Više putnika na aerodromu

Positivan uticaj vizne liberalizacije među prvima je, očigledno, osetio Beogradski aerodrom Nikola Tesla. Prema rečima direktora Velimira Radosavljevića, aerodrom, koji je tokom 2009. godine zabeležio pad prometa od osam do deset odsto, i to najviše sa Crnom Gorom, od ukidanja viza za građane Srbije, beleži konstantno povećanje broja putnika.

– Očekujemo da će to povećanje, u procentima, dostići dvocifrenu vrednost. Sada počinje borba za svakog putnika – kaže Radosavljević.

mного treba da se radi na njihovom stavljanju u punu funkciju. Utisak je, naime, da su predstavnici domaće turističke privrede nespremno dočekali ulazak u svetsku tržišnu utakmicu u kojoj i među najmoćnijim turističkim državama vlada borba za svakog turista. Tokom prva dva meseca ove godine domaći turizam ima tendenciju pada. Podaci kojima barataju stručnjaci pokazuju da je ukupan broj dolazaka turista smanjen za 23 odsto, a broj noćenja za 31 odsto. Za domaće turizmologe biće veliki izazov kako da zaustave taj proces.

Iz Srbije je i pre 19. decembra 2009. godine, kada su ukinute vize za zemlje šengena, izlazilo više novca nego što je zarađeno u oblasti turizma. Očekuje se, zato, da će građani Srbije sada još više putovati u EU, pa se postavlja pitanje kako u takvoj situaciji animirati strane goste da dođu u Srbiju. Dolaskom velikog broja stranih turista bilo bi moguće donekle kompenzovati gubitak koji naši građani stvaraju turističkom potrošnjom van Srbije, ali pitanje je šta te iste turiste čeka kad jednom prekorače srpsku granicu.

Veoma često oni se suočavaju s nerealan visokim cenama smeštaja, često neuporedivo višim nego na drugim odredištima sličnih karakteristika. Tu su, naravno, i „aerodromski specijaliteti“ poput divljih taksista koji ponekad znaju da za vožnju do centra grada uzmu više para nego što je dato za let da Beograda nekom od niskobudžetnih aviokompanija!

Direktor Departmana za posleddiplomske studije i međunarodnu saradnju Fakulteta za turizam i hotelijerstvo Univerziteta Singidunum prof. dr Slobodan Unković smatra da se ni domaća turistička privreda ni sama država nisu dovoljno dobro organizovale za promene koje su se desile i očekuje da će se to negativno odraziti i na ukupni domaći turizam.

– Nesumnjivo je da Srbija može da ponudi raznovrsne turističke atrakcije i sadržaje. Potrebno je, međutim, mnogo rada i ulaganja da bi se potencijali iskoristili. A pitanje je da li su naše afirmisane turističke destinacije kao što su Zlatibor, Kopaonik ili Vrnjačka banja dovoljno atraktivne u poređenju sa stranim turističkim odredištima – kaže Unković za **Caffe&Bar**.

Veliki problem domaćeg turizma predstavlja i to što se lošiji kvalitet nudi po istoj ili znatno višoj ceni nego isti ili bolji kvalitet negde u inostranstvu. A na takvoj vrsti patriotizma, kako kaže naš sagovornik, ne može da se bazira turizam. On, naravno, ističe da treba stimulisati programe koji promovišu domaći turizam i edukuju mlade o njihovoj zemlji, i to pre svega raznim aktivnostima kao što su, na primer, atraktivne i sadržajne ekskurzije osnovaca i srednjoškolaca.

– U Americi su još šezdesetih godina prošlog veka pokrenuli program koji je stanovnicima poručivao da prvo upoznaju svoju zemlju, pa da tek onda idu u inostranstvo – dodaje Unković.



SLOBODAN UNKOVIĆ

Da bi se privukli strani turisti i unapredio domaći turizam uopšte, potreban je drugačiji pristup, a profesor Unković predlaže i neka konkretna rešenja.

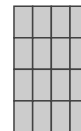
– Potrebno je definisati, recimo, deset odabranih destinacija kojima ćemo biti bitku u turističkom prometu na međunarodnom, ali i na domaćem tržištu, i uložiti u njihov razvoj. Jer, ako nemate razvijeni domaći turizam, onda imate veći spolnotrgovinski deficit – kaže Unković.

Prethodne godine Srbiju je posetilo oko 650.000 stranih gostiju, od kojih polovina iz zemalja bivše Jugoslavije. Da bi privukla još veći broj stranih turista u Srbiju, jer je to jedini način da se kompenzuje očekivani pad domaćeg turističkog prometa, domaća turistička privreda morala bi, prema Unkovićevim rečima, da bude znatno aktivnija.

– Kao strateški cilj trebalo bi postaviti da se u 2010. godini približno milijardi dolara prihoda od turizma. Prethodne je taj prihod iznosio oko 900 miliona dolara. U 2009. zarada od turizma učestvovala je sa oko devet odsto u ukupnom izvozu Srbije. Ta privredna delatnost čini oko dva odsto domaćeg BDP-a, što je manje od stvarnih mogućnosti. Ali za uspeh na zahtevnom međunarodnom tržištu potrebna je i veća koordinacija između državnih institucija i lokalnih turističkih organizacija – ističe Unković.

Medij - Rubrika: CAFFE BAR - Van rubrike  
 Datum: Sre, 28/04/2010  
 Površina članka: 1513cm2  
 Strana: 78

Zemlja: Srbija  
 Autor: Uroš Delić  
 Deo: 3/3



### Needukovan kadar

Još jedan problem s kojim se suočava srpska turistička industrija, kako je krajem marta konstatovano na konferenciji Vizna liberalizacija i industrija turizma u Srbiji, jeste needukovani domaći kadar u turističkim agencijama koji nije spreman za prihvatanje većeg broja sve zahtevnijih turista.

– Zaposleni u agencijama demotivisani su niskim platama, a vlasnici ne utiču na prilagođavanje zahtevima tržišta – ocenio je direktor Travel magazina Zoran Đukanović.

I profesor Slobodan Unković istakao je da se ne može računati na uspešan plasman na međunarodnom tržištu ako nema kadrova koji su savremeno obrazovani, koji govore strane jezike, koji su ljubazni, šarmantni...

– Menadžeri na svim nivoima u turizmu treba da budu na višem nivou. Ima takvih u Srbiji, ali su im vrata često zatvorena. Veliki je značaj svih institucija koje su obrazovanje kadrova u turizmu podigle na visok nivo, kao što je to učinio Univerzitet Singidunum. Moja poruka je da se svi otvore ka novim kadrovima, ne samo prema onima koji dolaze s našeg univerziteta nego i iz ostalih obrazovnih institucija iz ove oblasti. Mladima treba omogućiti da počnu da rade. Uveren sam da bi mladi stručnjaci oživili našu turističku privredu – rekao je Unković.

On, međutim, naglašava da podršku treba pružiti onima koji razumeju promene na turističkom tržištu i konkurenciju.

– Vreme monopola naše turističke privrede i aviokompanija je prošlo. Za ostvarivanje dobrih rezultata potrebno je angažovanje svih, od vrha do dna. Moramo da unesemo više sadržaja u našu turističku ponudu i da iskoristimo značajne turističke resurse Srbije – zaključuje Unković.

O uticajima vizne liberalizacije na srpsku turističku industriju bilo je reči i na istoimenoj konferenciji koja je održana krajem marta.

Željko Pantić, predstavnik organizatora Danas conference centra, ocenio je da je ukidanje viza „istorijski proces koji, iako pozitivan,

može da bude loš po našu privredu“ i da dovede do sloma domaćeg turizma ukoliko se „nastavi autistično cenovna politika“.

– Stanovnici Srbije željni su putovanja u inostranstvo i sigurno će mnogi od njih putovati na određena mesta koja su dugo želeli da posete. Sada, međutim, mogu da izbegnu monopol domaćih hotelijera i ugostitelja, te ne treba da čudi što je Kopaonik bio poluprazan ove sezone – ocenio je Pantić.

I direktor Travel magazina Zoran Đukanović ocenio je da nerealno visoke cene na srpskom tržištu odbijaju moguće turiste.

– Beograd je proporcionalno najskuplji grad na svetu! Cene smeštaja, ugostiteljskih usluga, benzina, garderobe i mnogih drugih proizvoda i usluga iste su ili više nego, na primer, u Nemačkoj, gde su plate pet puta veće. Šta onda mogu da urade naši turistički radnici – pita se Đukanović.

Dragan Mihajlović, izvršni direktor Singapore i Sri Lankan Airlines za Srbiju, ocenio je da se može očekivati dolazak još više stranih aviokompanija u našu zemlju. To će svakako doprineti pravoj konkurenciji i daljem smanjenju cena, jer kako kaže, oglašene cene putovanja avionom nisu realne pošto se na njih dodaju i takse.

– Tako od promovisane cene od 29 evra dolazite do realne cene od oko 100 evra, a to još nije low-cost – ocenio je Mihajlović, koji je, takođe, primetio i da bi domaći autoprevoznik trebalo da se preorijentiše na regionalni saobraćaj manjim avionima, uz neophodno poboljšanje kvaliteta usluge.

Prema mišljenju Vili Miteve, direktorke inostranog turoperatera Detour za Srbiju, liberalizacija će dati samo kratkoročne efekte i predstavlja samo korak u jedno novo okruženje koje nameće znatno više standarde. Miteva naglašava da ponude moraju biti bolje i da je neophodno pažljivije oslušivati želje turista.

Direktor srpskog ogranka jednog od najvećih svetskih turoperatera TUI Aleksandar Marinković istakao je da je neophodno stalno raditi na kvalitetu ponude i usluga i prilagođavati se željama različitih kategorija turista.

– To su principi TUI-ja, koji nedostaju našem tržištu – ističe Marinković. 🖐️