



[www.topsrbija.com](http://www.topsrbija.com)

Neophodno je osmisliti turistički proizvod, a potom se interesno povezivati kako bi se pozicionirali kao interesantno regionalno područje. Ovim rečima učesnicima najzanimljivijeg dela ovogodišnje XIV Berze Turističke prizme u Sremskim Karlovcima, na stručnom skupu na temu "Kako dovesti gosta u region", obratio se direktor manifestacije Đorđe Mihajlović.

On je rekao da je neophodno sačiniti selektivne, intresantne i prihvatljive regionalne ponude za "prave" strane turiste, poput onih iz Zapadne Evrope, istočnih, bliskoistočnih i dalekih zemalja, jer savremeni turisti više ne praktikuju dugačke odmore, već više kratkih, kojom prilikom uvek žele da vide nešto novo i zanimljivo.

Goran Petković, državni sekretar za turizam pri Ministarstvu za ekonomiju i regionalni razvoj, izrazio je zadovoljstvo što ima priliku da svoj aktivni doprinos ovogodišnjoj Berzi. On je rekao da se još jednom pokazalo da je Srbija nezaobilazni faktor na balkanskom prostoru kada je reč o turizmu i kulturno-istorijskom nasleđu i da se na nju mora računati ukoliko se želi napraviti neki ozbiljniji posao. Ovakvi stručni skupovi profesionalaca koji se bave turizmom u zemljama bivše Jugoslavije su izuzetno značajni za razmenu ideja i informacija, a s druge strane i da se naprave konkretni poslovi. O međunarodnim tokovima i regionalnim proizvodima se mnogo priča, ali realno se na skupovima ove vrste, uglavnom predstavljaju lokalne destinacije. Tek poneko kaže neku reč o regionalnom turističkom proizvodu i to je radi sopstvenog interesa.

Retko se govori o turističkim proizvodima koji mogu povezati ponude više regiona i zemalja u balkanskom prostoru. Građani jedne zemlje u regionu danas retko znaju turističke atrakcije čak i svoje zemlje, a kamoli susedne. Zato je ovo prilika da turistički radnici pojedinih regiona dođu do jedinstvenih prepoznatljivih atrakcija i portala poput Beograda, Dubrovnika i drugih, koji mogu poslužiti da se doživi i oseti jedan prostor i jedan narod. Neophodno je naći način za prolazak kroz marketinške kanale i stići do ušiju i očiju turoperatora koji dovode goste.

Ministarstvo zato sa nestrpljenjem čeka zaključke sa ovog skupa, koje će mu dostaviti organizatori Berze Turističke prizme i sa svoje strane učiniće sve da da svoj puni doprinos u realizaciji ove ideje.

Moderator ovoga skupa dr Miloš Ćuruvija iz firme "Futurizam NS", je naglasio da je svestan da je stručna tema o dovedenju gostiju na Balkan pionirski poduhvat. Svaki početak je težak, pa ni realizacija ovakvih projekata neće biti laka. Svi u regionu nekako čekaju inicijativu nekog drugog.

Ćuruvija je naglasio da su ga u razgovorima sa velikim turoperaterima prilikom ponude neke destinacija u Srbiji, oni uobičajeno pitali – “A šta je sa ostatkom Balkana?!!.” Zato je jedina šansa da se turistički proizvodi uvežu kako bi se stranim gostima ponudile zanimljive ture. Traže se paketi sa boravkom od dva dana u Beogradu, dva dana u Zagrebu, dva dana u Ljubljani, tri dana u Sarajevu... Realizacija ovakvih ideja i inicijativa nije posao koji može da bude završen za 6 meseci ili godinu dana. Cilj ovakvih okruglih stolova je iniciranje i provođenje svih praktičnih pitanja, počev od tehničkih problema, komunikacije turističkih vodiča, komunikacije gradova, preko smeštajnih kapaciteta, povezivanja agencija koje rade ove poslove... Problemi koji postoje u Srbiji identični su i u Hrvatskoj i u Bosni i u Makedoniji i svim zemljama u regionu. Lakše će biti rešeni, ako se koriste neki pozitivni primeri iz prakse koji mogu da nas pozicioniraju kao prepoznatljive. Balkan se kao jedinstvena regija za sada u turističkom svetu ne prepoznaće.

Praktično, prvi koraci u formiranju regionalnih ponuda su napravljeni prošle godine na Turističkoj berzi u Hrvatskoj . Na toj berzi bilo je 200 izlagača koji su izrazili želju da aktivno učestvuju u kreiranju ovih projekata. Sada se očekuje bar mali vетар u leđa od strane državnih institucija u celom regionu koje bi pomogle ovakve inicijative. To je proces koji traži pomoć i ako ona izostane, agencije neće stati na noge u tom kontekstu i ova ideja će se ugasiti. Lokalne turističke organizacije u celom regionu se trude da pokažu svoju ponudu, ali su one, kao i svi turističko-ugostiteljski radnici nespremni za nekog velikog turoperatera koji bi htio da dovede desetak, dvadeset ili više hiljada ljudi u naš region u nekom narednom periodu. Pitanje je i da li bismo mogli da zadovoljimo njihove potrebe.

Potencijala ima, jer je naša regija više nego bogata. Posebno treba iskoristiti najnovija dešavanja u Africi, Bliskom istoku, Japanu... koja imaju uticaj na turizam i kretanje gostiju. Takođe, mnogo više treba da obratimo pažnju na potpuno zapostavljeno rusko i bliskoistočno tržište, kojima bismo kao jedinstven i nedovoljno poznat region, mogli da ponudimo pakete koje traže.