



Nije mala odgovornost u kratkom roku preneti istoriju, kulturu, arhitekturu, pokazati sve lepote jedne destinacije nekome ko će na osnovu toga sklopiti celovitu sliku o zemlji, regionu i ljudima koji tamo žive. Ulogu reprezentata najčešće preuzimaju turističke agencije, a to se neretko prenebregava.

Godinama unazad, TA PanaComp „Zemlja čuda“ iz Novog Sada se trudi da afirmiše Srbiju i Balkan kao poželjnu destinaciju vrednu da se istraži, i to radi na najbolji način. Potvrda za to je permanentna komunikacija sa tržištima EU, SAD, sve više sa tržištem Australije, a u poslednje vreme i Indije. Pri tom se ne zapostavlja ni domaće tržište, mada srpski turisti češće obilaze neke strane zemlje, a i ekonomska nemogućnost da se priušti bilo kakvo putovanje, umanjuje njihov broj.

- Osnova profesionalizma je blagovremenost planiranja doživljaja i dočeka gostiju, ulaganje velikog i iskrenog napora da se zadovolje potrebe, želje i očekivanja svakog gosta. Nije jednostavna stvar ugostiti grupu vrhunskih arheologa iz susedne Hrvatske koja želi da u toku 9 dana obiđe petnaest arheoloških nalazišta na tlu Srbije. Profesionalni odnos oglada se u angažovanju vrhunskih stručnjaka, poput prof. Vujadina Ivaniševića, kada je u pitanju Caričin grad (Justinijana Prima) kod Lebana, ali i da se iskoristi prilika i u slobodno vreme gostima ponudi Leskovački ajvar i roštilj, i to od proverenih i pouzdanih domaćina. Izazov je i vođenje dve gospođice (78 i 86 godina) iz Francuske, koje su uoči Uskrsa prešle preko 2.000 km kroz Srbiju, obišle 25 manastira uz upoznavanje srpskih običaja. Svoje zadovoljstvo iskazale su u pismu i namerom da uskoro obiđu Kosovo, Pečku partijaršiju i Dečane - kaže Ivanka Tasić, direktor logistike ove agencije.

Po njenim rečima za uspešnu realizaciju jednog turističkog aranžmana veliku ulogu imaju saradnici, a PanaComp ima 3.000 dobavljača na koje uvek može da se osloni.

PanaComp „Zemlja čuda“ neguje i blisko partnerstvo sa kolegama iz regiona: BiH, Hrvatske, Slovenije, Crne Gore, Albanije, Makedonije, Bugarske i Rumunije, bez kojih takođe nema potpuno i uspešno sprovedenog putovanja. Profesionalno je da se grupi istoričara, koji dolaze u Srbiju, sugeriše obilazak i Stolca (mesta s najdužom i najraskošnijom istorijom gradskog života u BiH) i Radimlja (najpoznatijeg lokaliteta stećaka u BiH), nekropole u Zvorniku, a grupi irskih turista osim Novog Sada, Beograda, Fruške gore, priušti izlet „Vinskim cestama“ (Hrvatska), koji zadovoljni prethodnim, naredni dolazak planiraju da prošire na Bugarsku.

Na dobru organizaciju i uspešnost vođenja grupe turista bitno je dobro poznavanje destinacije, gde je loš put, njegova dužinu, da se ničim ne naruši pozitivan doživljaj.

- Primorani smo da ponekad skrivamo neke naše mane (đubre na koje nailazimo usput), sa kojima se infrastrukturno i turistički Srbija suočava. Problem je i što nismo dovoljno iskreni da

pokažemo ko smo, šta smo, kako živimo, da pokažemo svoju dušu. PanaComp insistira na autentičnosti, saradnji sa jednostavnim i prirodnim ljudima, jer po tome se Srbija razlikuje od drugih. Bitno je da se ponosimo što naši domaćini proizvode divne sokove od maline, drenjine, koji ne mogu da se nađu nigde drugde na svetu.

Kod mnogih domaćina nedostaje osećaj da treba da se potrude oko gosta, da ustanu u 4 sata i umese pogaču, da je topla kada gosti dođu. Zašto da domaćini 16 puta nalivaju rakiju nekome kome to ne prija, jer dolazi iz druge kulture, drugog je vaspitanja i izdržljivosti? - objašnjava gospođa Tasić.

Ozbiljnost TA PanaComp se ogleda i u planiranju i osmišljavanju uvek novih aktivnosti: kulinarskih radionica, radionica kaligrafije, ikonopisanja, keramike, ili onih na kojima gosti uče da igraju kolo, jer im je bitno da uspostave kontakt sa domaćinima i upoznaju se sa načinom njihovog života.

Stranci Srbiju, suprotno još uvek vladajućem imidžu, vide kao slobodnu zemlju punu raznolikosti i to treba da je njen najveći brend, a PanaComp se trudi da to istakne. Međutim, ova agencija nije dobar domaćin kada se od nje očekuje ispunjenje zahteva, poput organizacije bekstva od lavova ispred otvorenog kaveza u zoo vrtu, ili ture putevima ratnih vođa iz rata 90-tih, jer "to nije način da se promoviše naša zemlja".

Primarna aktivnost TA PanaComp "Zemlja čuda" je organizovanje kongresa, seminara, konferencija, korporativnih i stručno-specijalizovanih događaja. Svoj ugled stekla je kvalitetnim i profesionalnim odnosom i prema grupi od 10, kao i onoj od 1.000 učesnika.

- Radost je kada dođete ispred gostiju npr. na Andrevlju, koji su se fantastično proveli u NP "Fruška gora", pri tom razmenili neka nova znanja i iskustva sa našim stručnjacima. Naš zadatak je da služimo takvim događajima i da dobro procenimo koje su potrebe i zahtevi struke sa kojom saradujemo - izjavila je gospođa Tasić.

Dobro usklađivanje potencijala i resursa iz jednog i drugog sektora postavilo je TA PanaComp "Zemlja čuda" na lidersku poziciju poslovanja turističkih agencija.



