



Rečima: „Dobrošli u Srbiju, zemlju bogatih motiva, bogate kulture, običaja i tradicije“, dr Miloš D. Tucović, profesor Ugostiteljsko-turističke škole u Beogradu i moderator skupa o neiskorišćenim potencijalima Srbije, obratio se prisutnima na III Business Summit-u, održanom od 27-29. juna u hotelu „Breza“ u Vrnjačkoj Banji, u organizaciji Etno centra Gegula. Predavanjem „Koncept razvoja ugostiteljsko-turističke privrede“, dr Miloš Tucović dao je viđenje stanja i perspektive srpskog turizma sa pozicije iskusnog znača godinama angažovanog na ovim pitanjima.

-Svaka zemlja je bogata onoliko koliko ima heterogenosti svojih bogatstava. Bogatstvo nije samo u novcu. Najveći kapital je čovek. Uzalud sve ako nemamo adekvatan i kvalitetan kadar. Jedan poznati biznismen je rekao: „Uzmite mi sve, samo mi ostavite kadrove. Ja ću opet početi ispočetka, i postići određene rezultate.“

Gde je turizam u svemu tome?

Turizam je jedan od pet navažnijih ekonomskih aktivnosti u svetu. Turizam postiže takve rezultate da se retko koja delatnost može staviti rame uz rame sa njom. Godine 1967. bila je pod parolom: „Turizam-pasoš mira“. Mi, turistički poslanici, prethodnici smo EU. Mi smo ti koji su izbrisali granice, a ne političari ili druge države koje to pristvajaju. Mi smo ti koji smo izbrisali podeljenost među ljudima, jer turizam ne sme da poznaće, niti poznaće podeljenost ljudi. U turizmu može da bude samo neko ko ima veliko srce, velika razmišljanja i osećanja pripadnosti i ljubavi prema svima.

Po određenim statističkim podacima 2012. godine je ostvaren prihod od 1,3 miliona dolara, što čini 9% svetskog bruto proizvoda.

Gde je Srbija u svemu tome?

Sa površinom od 88.361 km² i stanovništva negde između 7 i 8 miliona, ali stanovništva koje se na žalost smanjuje. Turistička mapa Srbije poslednji put je urađena 2005. godine kada su hrvatska kompanija i Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, uradili strategiju razvoja turizma Srbije za period 2005.-2015. godine. Uz dužno poštovanje, mislim da smo to mnogo bolje mogli sami da uradimo, a ne da angažujemo inostrane kompanije da nam pišu o turizmu. Po toj strategiji razvoja turizma Srbija je podeljena u četiri klastera: Vojvodinu, Beograd, jugoistočnu i jugozapadnu Srbiju. Vizija, tada postavljena, je da do 2015. godine Srbija bude prepoznatljiva destinacija. Prepoznatljiva destinacija jeste, ali može da bude još bolje, da je učešće turizma u bruto društvenom proizvodu 3% i dolazi do povećanja broja zaposlenih. U modelu rasta turizma do 2015. godine dati su određeni statistički podaci. Po tom modelu, broj zaposlenih u turizmu 2015. godine će biti 105.000. U 2014. godini, po nekim podacima, ima oko 58.000 ljudi zaposlenih u ovoj struci. Visina plate je u 2005. godini iznosila 135 evra, a

projekcija 2015. je bila 600 evra. Prosek u ugostiteljstvu se danas kreće između 25-30.000 dinara u ugostiteljstvu i između 30 i 35.000 u turizmu. Tim modelom je predviđeno da će broj turista sa 2 miliona, koji je bio zabeležen 2005. godine, 2015. godine biti 6,4 miliona do 7 miliona. Statistički podaci iz 1985. godine govore da je samo Srbija (u sklopu Jugoslavije) imala preko 4 miliona turista. Trideset godina nakon toga, mi smo na 50%.

Ukupan prihod 2005. godine od turizma je bio 231 milion evra, planirana vizija je milijardu i sedamsto miliona evra. Godine 2001. imali smo 23 miliona evra i uzlaznu liniju rasta, pa je zabeleženo čak milijarda, ali ne evra nego dolara.

Gde je Srbija prema strategiji razvoja turizma?

Da bi neka zemlja imala razvijen turizam, ona mora imati barem jedan od jedanaest ključnih proizvoda koje plasira svetska turistčka organizacija. Srbija ima devet, što joj daje mogućnost heterogenih vrsta razvoja turizma: specijalna interesovanja, odmor u gradu, iznenađenje, događaj, turing ture, poslovni turizam, planine, wellness&spa centri, nautika, i ono čemu ćemo sve više stremiti, ruralni turizam, odnosno boravak u prirodi.

Realna šansa turističkog razvoja Srbije leži u prirodnim uslovima koji su povazani sa eko turizmom. Ako bismo krenuli po strategiji i četiri klastera koja su urađena, ili ako bismo još detaljnije uradili analizu tih klastera videli bismo ogromno bogatstvo naše Srbije. Poenta svega urađenog do sada je ponovno vraćanje resornog ministarstva. Nažalost, Ministarstvu turizma priključeni su trgovina i telekomunikacije.

Turistička perspektiva?

Perspektiva naše zemlje je u poljoprivredi i turizmu, zato što moramo biti kvalitetni, što nam diktira savremeno turističko tržište, savremeni turista. Turista danas zna šta je to kvalitet. Turizam u Srbiji je počeo izgradnjom prvog hotela 1843. godine, "Kod jelena". To je predstavljaо temelj za razvoj srpskog hotelijestva. Da bismo shvatili gde smo u tom trenutku bili, važan je podatak da je prvi moderan hotel u svetu izgrađen 1345. godine, 500 godina pre onog u Beogradu. Razvoj hotelijerstva je išao svojim tokom, i prva korporacija koja je došla na teritoriju Srbije bio je Interkontinental, deset godina kasnije, 1989. godine Hyatt Regency, sada je Crowne Plaza, hotelska korporacija u sastavu Interkontinentala. Razvoj hotelskih kapaciteta beleži rast pa je 2012. godine zabeleženo 304 hotela.

Benefiti od turizma?

U 2012. godini je ostvaren 707,761 evro, a 2013. oko milijardu. Što se tiče dolazaka turista, zaključno sa 2012. godinom, u Srbiji ih je bilo oko 2 miliona. Ključna stvar je u broju dana, dužini boravka turista u našoj zemlji. Prema statističkim podacima, dužina zadržavanja turista u našoj zemlji je nešto više od 3 dana. Na osnovu toga mi smo ostvarili prihod u iznosu od oko milijardu dolara. Ako bismo uspeli da zadržimo turistu još jedan dan, za 20 % bi povećali devizni priliv od turizma, što nije malo.

Šta je to što stalno potenciramo, da predstavlja ponudu Srbije?

U Republici Srbiji zaštićeno je 418 prirodnih dobara: 5 nacionalnih parkova, 19 parkova prirode, 9 predela izuzetnih odlika i lepote, 71 rezervat prirode, 322 spomenika prirode i 45 prirodnih dobara sa istorijskim i kulturnim karakteristikama. Takođe, po različitim osnovama, stavljen je pod zaštitu i 215 biljnih i 427 životinjskih vrsta. Sve se ovo stavlja u funkciju potencijala razvoja turizma i povećanja efekata od samog turizma.

Zato moramo da shvatimo koji je značaj turizma, šta on može da donese, kao što su to učinile brojne zemlje, koje su odvojile ogromna sredstva da bi zemlju prezentovali na najbolji mogući način i pozicionirali je na svetskom tržištu - zaključio je dr Miloš Tucović.