



Da je Srbija zemlja velikih mogućnosti, česta je floskula u kojoj ima istine, ali ne i opravdanja. Zemlja velikih, a niskorišćenih šansi dovoljno govori o tome kako je Bog dao a ljudi, iz razloga, opravdanog ili ne, nisu znali, niti umeli da to iskoriste. Zapravo, to govori o nama samima.

Ali, postoje i drugačiji ljudi, koji se ne mire sa tim status quo Srbije, koji žele da naprave nešto bolje, više, da realizuju šanse.

Bračni par Marija i Milan Jovičić iz Etno centra "Gegula", Kraljevo, su svetao primer ambiciozne zamisli, da reči pretvore u delo.

Ove 2014. godine, održan je III Business Summit-Uposli Srbiju, uz Gegula sajam rakije i vina, od 27.-29. juna u hotelu "Breza" u Vrnjačkoj Banji. Skup su podržali: predsednik međunarodnog centra SACEN Dragan Gligorijević, gradonačelnik Kraljeva Tomislav Ilić, predsednik opštine Vrnjačka Banja Boban Đurović, predsednik RPK Kraljeva Petrašin Jakovljević, predstavnik Privredne komore Beograda Zoran S. Janković, akademici, profesori, predavači, predstavnici brojnih turističkih organizacija i mnogi drugi.

Summit je okupio 80-tak izlagača: proizvođače rakije, vina, piva, sokova, prehrambenih proizvoda, meda, kolača, sadnica i proizvoda od aronije, narodnih rukotvorina...

Ciljevi ovog Summit-a navedeni programom bili su opsežni i ozbiljni, a rezultat toga samo jedan: podizanje svesti, kako kod žitelja Vrnjačke Banje, najpopularnije banje kraljevke porodice Karađorđević, a kasnije i Tita, tako i na nivou cele Srbije, o kvalitetu i raznovrsnosti srpskih brendova koji se mogu plasirati i uticati na razvoj turizma. Održana su mnoga predavanja, iznešena zanimljiva mišljenja o radu i poslovanju, tokom tri dana vođene javne rasprave, koje su kroz teoriju i praksu, trasirale pozitivne pravce daljeg razvoja.

Na Summitu se moglo čuti da svetski turizam grabi neviđenim tempom, u kojem prednjače turističke velesile SAD, Španija, Kina, Ruska Federacija... Međutim, država Srbija još nije shvatila značaj turizma u svoukupnom društvenom i privrednom razvoju zemlje, i dalje se obmanjujemo statističkim podacima, ali na relativno niskom nivou. Iako ekonomska kriza hara svim drugim sektorima privrede, turizam je izašao iz ekonomske krize 2010. godine. U Srbiji je samo nekoliko svetlih turističkih tačaka (Beograd i Novi Sad, Zlatibor i Kopaonik), ostatak čami čekajući da se nešto desi.

-Upravo, ovaj Business Summit daje, u pravoj meri pospešuje i predstavlja jednu viziju plasmana proizvoda koje ćemo napraviti i koje treba da imamo sa zaštićenim geografskim poreklom. Da nam se ne dešava da nam drugi uzmu ono što je autentično za naš kraj. Da se to zaštiti i da se to plasira na najbolji mogući način, ne samo na domaćem nego na inostranom tržištu. Najbolji primer su upravo privrednici, oni koji su zasukali rukave - rekao je u svom

ekspozeu dr Miloš D.Tucović, profesor Ugostiteljsko-turističke škole iz Beograda i naveo reči gospođe Marije Jovičić, koja je radinost privrednika i proizvođača ovog kraja opisala jednostavnim rečima: „Pogledajte kakve su im ruke“.

-To su vizionari, mi treba da im pomognemo kroz ovakva dešavanja, da na obostranu korist, i za Srbiju i proizvođače iz Srbije, bez obzira o kojim proizvodima je reč, napravimo brend, jer to je zadatak koji moderna Evropa postavila nama. Na taj način ćemo uspeli da zaposlimo i više ljudi, da povežemo nekoliko značajnih institucija: zajednički nastup bez straha od konkurencije, nacionalnu turističku organizaciju, državne organe u turizmu, privredne komore, turističke organizacije regija i gradova, jer samo pod zajedničkim okriljem ćemo uraditi ono što treba - konstatovao je dr Tucović.

Vizionari, bračni par Jovičić, uspeli su isključivo svojim poslovnim vezama i svojim autoritetom da okupe najbolje iz Raškog okruga i Srbije, i da kroz rad i druženje, predstave i povežu najbolje iz Srbije, i direktno, na kvalitetan način, utiču na turističku ponudu Vrnjačke Banje.