



Svaki objekat na Kopaoniku ima svoj značaj, ulogu i, na kraju krajeva, ali opet, možda i najvažnije, svoju klijentelu. Jedan u toj plejadi brendiranih mesta su i JAT apartmani, nekada prestižni, potom zapušteni, a sada u fazi oporavka.

Kako se ovaj hotelski objekat bori i opstaje na tržištu, posebno ako se zna da je u međuvremenu promenjena organizaciona struktura, kao i da je na samom Kopaoniku, izgrađeno mnogo novih, privatnih manjih hotela i apartmana? Na ovo i druga aktuelna pitanja, odgovore nam je dao Milovanu Perišić, direktor JAT apartmana.

***Prvo pitanje za njega je bilo kako su Jatovi apartmani poslovali u 2011. godini?**

-Prethodna, 2011. godina je bila relativno uspešna. Kada kažem relativno, mislim na okolnosti koje su zadesile nas i sve zemlje oko nas, mislim na globalnu ekonomsku krizu, i normalno je da su se efekti te krize odrazili i na standard običnih ljudi. U tom lancu ekonomskih okolnosti uspeli smo da nađemo prave cene, kako za leto, tako i za zimu, i ono na čemu smo lane radili, i na čemu ćemo posebno raditi i ove godine, je da napravimo dobru ponudu za rekreativnu nastavu i ekskurzije, da osmislimo leto, da to promovišemo na vreme, kao i da već negde u julu izađemo sa cenama za zimu kako bi mogli da radimo pretprodaju. Nažalost, ta dobru popunjenost i umerena politika cena, praćena je niskim profitnim stopama, jer imamo konstantno povećanje pratećih troškova, što se, na kraju krajeva, odražava na finansijski efekat. Tek kada se podvuče crta, može da se kaže da li je poslovanje bilo dobro ili nije. Mi smo potpuno svesni situacije na tržištu i ne odustajemo od umerene politike cena, svesni da jedino tako, dugoročno, možemo da ostanemo u igri. Međutim, svako poslovanje se odvija po sistemu spojenih sudova, gde se prihodi i troškovi susreću na jednoj tački. Upravo ta naša uspešna borba za solventnost, mislim pre svega na ispunjavanje naših obaveza prema dobavljačima,

iako je to sekundarno, a primarno je izmirivanje obaveza prema državi, da isplatimo poreze, prihode, raznorazne takse i da u to budu uključeni naši radnici sa platama, je to što mene čini ponosnim. Ovde sam već osam godina i posle osam godina poslovanja mi opstajemo na tržištu zahvaljujući sopstvenom trudu i zalaganju. Mi smo do 2005. godine bili deo JAT Airways sistema. Od tada poslujemo tržišno, kao društvo sa ograničenom odgovornošću, što u prevodu znači - ako zaradimo, imaćemo za plate, ako ne zaradimo, bićemo na berzi rada.

***Šta je to u strukturi troškova što najviše opterećuje vaše poslovanje?**

-Ajde da krenemo od nekih fiksnih troškova, kao što su gradsko-komunalno zemljište, odnošenje smeća i drugo. Sve obaveze koje plaćamo na lokalnom nivou su precenjene, to je preterano. Kopaonik je jedno specifično mesto, koje, iskreno, funkcioniše u punom kapacitetu četiri meseca, uz izuzetak da se u toku udarnih letnjih meseci ide na 50%, a naše obaveze su tokom svih 12 meseci. Šta god i koliko god da je, moram da kažem, mnogo je. Na Kopaoniku kubik vode košta 160 dinara, a da na Zlatiboru ili drugim turističkim mestima 50 do 60 dinara. Unija hotelijera Kopaonika se trudi da urazumi opštinu i lokalnu samoupravu u Raškoj, da mi ovde nismo „krava koja se stalno muze, a da joj se ništa ne da da jede“.

***Kakva je struktura gostiju leti? Na koga ste se bazirali i kakvu ste situaciju imali prošle godine?**

-Jedan od realnih problema je taj što Jat apartmani ne raspolažu sa kongresnim kapacitetima, pa čak ni sa namenskom salom od 50 mesta. Za sastanke manjih grupa koristimo naš restoran. Za toliki broj ljudi možemo dobro da organizujemo svaku vrstu seminara, savetovanja, prezentacija, ali ako se radi o većim grupama, tu smo, po logici stvari, naslonjeni na MK Mountain Resort, koji raspolaže sa kongresnim kapacitetima, sportskim terenima i drugim sadržajima. Iz tog razloga, ciljne grupe koje jurimo su ljubitelji skijanja i ljubitelji prirode. Prvi nam dolaze zimi, drugi leti i shodno tražnji, mi pravimo cene. Primera radi, jedan apartman za četiri osobe u zimskoj sezoni košta 40.000, a takav isti preko leta je 15.000 dinara. Tražnja određuje cenu. Popunjenost u januaru iznosi 90% posto, ali kada se saberu svi meseci, pa i oni skoro prazni, imamo prosečnu popunjenost od 35%, što je za Kopaonik sasvim solidna cifra.

***Činjenica je da imate Udruženje hotelijera, da ste se povezali i da bolje saradujete međusobno. Koliko je to doprinelo boljem poslovanju?**

-Kada je MK grupa došla na Kopaonik, prvo smo usaglasili cene, pa smo onda zajednički krenuli u promociju našeg turističkog centra, koji se s pravom ubraja među 10 ski centara u Evropi. Mi mali hotelijeri, hteli ne hteli, moramo da pratimo najveće i da sa njima tesno saradjemo. Sa MK Mountain Resortom imamo vrlo korektnu saradnju. Uvek nam izađu u susret, bilo da su kongresi u pitanju ili sportska događanja. Slično je i sa Skijalištima Srbije, koji su na Kopaoniku, takođe, jedan od faktora ujedinjenja među hotelijerima.

***Rekli ste da je došlo do nekog sunovrata u kopaoničkom hotelijerstvu 2009. godine. Prošle godine je na Kopaoniku bilo snega, istina, malo je kasno pao, ali ove godine je bolja situacija, zar ne?**

-To sa snegom, je, može se reći, jedan paradoks. Mi smo treću Novu godinu zaredom, praktično, dočekali bez snega. To je za Kopaonik, po svemu, ponajviše po visini novogodišnjeg aranžmana, udarni termin, period kada se najviše zarađuje. Ipak, ceo Kopaonik su od bankrotstva spasla Skijališta Srbije, postavljanjem sistema za veštačko osnežavanje. Poslednjeg dana 2009. godine, temperatura je bila u plusu. Da 2. januara nije zahladnelo i temperatura prebacila u minus, svi hotelijeri na Kopaoniku bi bili duboko u dugovima, neki od nas bi zatvorili vrata. To se dogodilo i 2010. godine. Čim nema snega, čim temperature ne odu u minus i ne steknu se uslovi za veštački sneg, sezona skijanja ne funkcioniše u punom smislu te reči. Tako da je, tri godine zaredom, zahvaljujuću Skijalištima Srbije, spašena sezona na Kopaoniku. Zahvaljujući tome što imamo tu potrebnu infrastrukturu za veštački sneg, mogu da kažem da smo malo odahnuli. Još uvek smo tu, mučimo se, doduše, kao i cela srpska privreda, ali ne damo se.

***Da li to znači da je skijaška sezona pomerena za mesec-dva dana, jer, sada izgleda, da je sada lepše skijanje u martu nego u januaru, kada si velike padavine i opluje?**

-Jeste, jer, pretprošle godine smo ski sezonu zatvorili 10. aprila, prošle godine sam imao prilike da se skijam 19. aprila, doduše od 9-11 časova, posle toga su temperature išle u dobar plus i nije moglo da se skija. Problem je što snega nema dovoljno u decembru, kada ga trebamo, ali ostaje nešto duže. Međutim, sada dolazimo u jednu neobičnu, neizvesnu, ali očigledno sve izgledniju situaciju, da su klimatske promene uslovile pomeranje zimske turističke sezone i shodno tome mi moramo polako da se prilagođavamo sa cenovnom politikom. Mi i dalje radimo po starom, da su kraj decembra i januar udarni, te da, potom cene idu dole, tražnja pada. Međutim, moramo ozbiljno analizirati situaciju nakon završetka ovogodišnje sezone i videti šta i kako ubuduće raditi, da se prosečna popunjenost kapaciteta hotela na godišnjem nivou, dovede na 50%, što bi po difoltu značilo da funkcioniše normalno, da zatvaramo sve troškove i da nema problema sa poslovanjem.

***Udruženje hotelijera pokrenulo je na Kopaoniku brojne nove manifestacije, poput Ski openinga ili tzv. martovskog Ski exita. Koliko to doprinosi boljem poslovanju JAT apartmana?**

-Upravo je to ono što je nedostajalo, neka sveža krv, nešto novo da se Kopaonik promoviše. Kopaonik je naš, srpski proiozvod. Zato njegovu ponudu treba osavremeniti, dobro izreklamirati i na njega okačiti cenu. Tu se završava cela priča. Imamo Kopaonik, naš proizvod, imamo jedinstvenu usluga, sada i dobar, organizovan marketing. JAT apartmani su uključeni u svaku priču. Jako dobro smo, u saradnji sa Skijalištima Srbije i MK Mountain Resortom odradili Ski opening, a verujem da ćemo na istom nivou biti i kada je u pitanju The Big Snow festival u martu. Mi smoza tu priliku organizatoru ponudili sve raspoložive kapacitete, tako da smeštaj za nedelju dana ne dostiže ni 100 eura. Opet, za nas to znači neku malu zaradu, ali i jedan potencijalno dobar biznis u narednim godinama.

***Primetio sam da na sve sajmove turizma idete zajedno, udruženi. Koliko je to doprinelo boljoj reputaciji Kopaonika kao turističke destinacije?**

-Mi smo, ne samo prinuđeni, već i izuzetno zadovoljni zajedničkim nastupima i saradnjom, jer radimo u zajedničkom interesu. Tako se, recimo, dešava, da pojedini skupovi imaju i do 2000 učesnika. Udruženi, možemo da zadovoljimo takve i još veće zahteve. Lider u takvom načinu razmišljanja su, svakako, menadžment MK Moutain Resorta i Skijališta Srbije. Zahvaljujući tome, Kopaonik generalno funkcioniše bolje nego ranijih godina, a to znaju i umeju da cene naši gosti.

***JAT apartmani još nisu privatizovani, iako je bilo dva tendera?**

-Tačno je da su održane dve aukcijske prodaje ili kako se to već zove, ali se nije pojavio odgovarajući kupac. Čekamo da vidimo šta će dalje biti. JAT apartmani imaju na Kopaoniku 136 soba, odnosno 500 kreveta, ukupno 57 zaposlenih sa skupštinom, upravnim odborom, agencijom za knjigovodstvo, ali u stalnom radnom odnosu je 47. ljudi. To je, prema izvršenoj analizi i broju radnih sati, optimalan broj zaposlenih. Morate da imate uigran tim, a ne da ga menjate svake godine.

***Udruženi ste i u akcijama čišćenja snega, koga ove godine ima u izobilju?**

-To je moja filozofija, ali i cele ekipe JAT apartmana na Kopaoniku. Mnogo godina sam radio u inostranstvu i to u uslovima tržišne privrede, i nije mi teško da zajedno sa radnicima čistim sneg, kad god i koliko god treba. Vreme real-socijalizma je prošlo. Niko ko ovde radi ne sme da kaže: „Ja imam rešenje u kojem piše šta treba da radim i van toga neću da radim ništa“. Kod nas u sistemu, svi šefovi moraju svojim primerom da pokažu kako treba da se radi. Jedino tako, zajedničkim udruženim snagama, ćemo o(p)stati na tržištu u vreme ove teške ekonomske krize i, verujem, dočekati bolja vremena -nagovestio je Milovan Perišić.