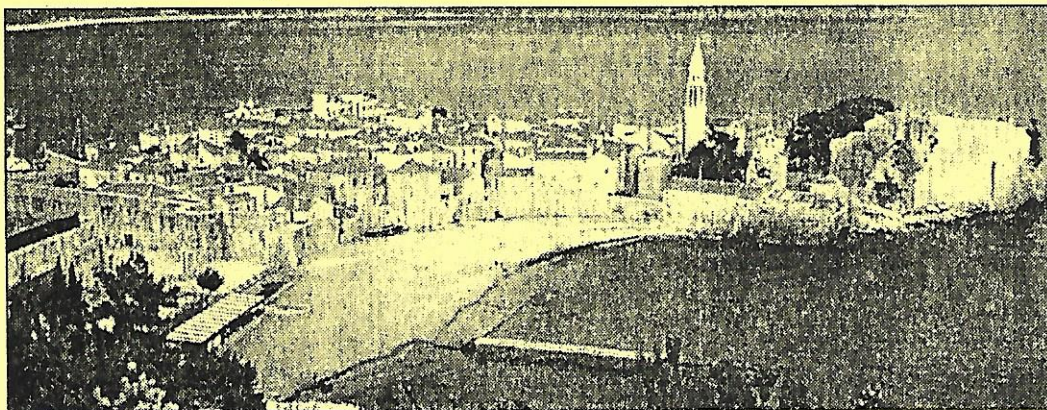


OKRUGLI STO O TURIZMU

# Jugoslavija na dnu evropske lestvice

*Sa desetog mesta u svetskoj turističkoj ponudi, sada smo iza Mađarske, Poljske i Češke • Nedovoljna prezentacija turističkih mogućnosti*



*U Evropu samo ispred Albanije*

JUGOSLAVIJA može da zauzme bolje pozicije u evropskom turizmu, ali je za to potrebna odgovarajuća turistička politika, razvijena infrastruktura, kvalitetna usluga i briga o zaštiti stranog potrošača. Ovo je suština juče održanog Okruglog stola o potencijalima naše zemlje za uključivanje u svetske turističke tokove.

Skup je održan u organizaciji Međunarodnog naučnog foruma "Dunav-reka saradnje" i Beogradskog sajma, a u okviru seminara o međunarodnoj saradnji "Univerzitet Danubiana".

**Dr Snežana Stetić** u uvodnom izlaganju istakla je da je Jugoslavija nedavno bila među deset prvih turističkih sila u svetu, a sada mora da se bori za goli opstanak na turističkom tržištu. U Evropi u periodu 1990-1994. godine, naša zemlja je po turističkom prometu na samom dnu lestvice, ispred Albanije sa 0,03 odsto učešća u ukupnom prometu. Slična je situacija sa deviznim prilivom koji je u 1994. godini iznosio svega 31 milion dolara. Na tako loše stanje uticala je politička situacija na prostoru prethodne Jugoslavije, ali to ne može biti opravdanje za tako mršav učinak. Jugoslavija nije svetu dovoljno prezentovala svoje turističke mogućnosti. Izuzetne turističke lepote su sakrivene ne samo od svetske turističke javnosti, nego i od našeg stanovništva. Srbija svetu može da ponudi puno destinacija na Dunavu /beogradska tvrđava, Petrovaradin, Golu-

bački grad, Lepenski vir/, banjama, planinama, uključujući brojne kulturno-istorijske spomenike, posebno manastire. U našoj zemlji životna sredina je nezagađena veliki broj je nacionalnih parkova i shodno tome, ima dobre potencijale za razvoj lovnog, ribolovnog, seoskog i nautičkog turizma. Efe-

12, Poljska među prvih 20. Ove zemlje su dugo vremena bile zatvorene, ali su, zahvaljujući pravilnoj i aktivnoj turističkoj politici, napravile pravi bum na svetskom turističkom tržištu.

Sličan je i drugi primer. Španija, Italija i Francuska, vodeće turističke sile Evrope poznate po mo-

**Privredni  
PREGLJED**

4. STRANA • Sreda, 5. 3. 1997.

kata međutim nema, jer se veoma malo radi na promociji, razvoju usluga i slično. Većina hotela u unutrašnjosti nema odgovarajuće sadržaje za strane goste, a oskudan je i izbor jela.

Zemlje koje su pre nekoliko godina bile daleko iza nas a po ponudi se mogu koristiti kao poređenje, sada su daleko ispred nas, rečeno je na Okruglom stolu. Tako je Mađarska po broju dolazaka na 5. mestu u svetu, Češka

ru i suncu, u poslednje vreme svoje promotivne aktivnosti usmeravaju na seoski turizam, koji je u našem slučaju, i pored dobrih potencijala, potpuno zapostavljen. Naša zemlja jednostavno ne treba da izmišlja ništa novo, nego da primeni ono što rade druge države. Takav odgovoran pristup ovoj značajnoj privrednoj grani brzo bi doneo rezultate, rečeno je na juče-rašnjem skupu.

**D. Delić**