

8.BUSSINESS INTERNATIONAL SUMMIT-BIST 2019
VRNJAČKA BANJA,HOTEL FONTANA
21.-23.jun 2019.

U Vrnjačkoj Banji se ovog vikenda održava 8.BUSINESS INTERNATIONAL SUMMIT koji će u toku tri dana trajanja predstaviti, kroz četir programske celine biznis ,nuaku,kulturu ali i istorijske i ljudske vrednosti kao i sajamske izlagače sa konkretnom ponudom, važnom za turizam i uopšte privredu regiona...

U okviru događaja će se održati

8.Međunarodna naučna konferencija o turizmu-BIST 2019(8th International Scientific Tourism Conference - BIST 2019)

GEGULA sajam turizma,hrane i pića

GRAND PRIX-BUSINESS SUMMITA 2019(uručenje predstiznog priznanja kako pojedincima,tako i institucijama za doprinos razvoju i povezivanju regiona).

Tri sajamska dana u Vrnjačkoj Banji obuhvatiće naučne konferencije, prezentacije i promocije brendova, strateška poznanstva i šanse za saradnju, uz zanimljive izložbe, koncerte, plesne nastupe.Više o svemu...www.gegula.rs

Ovaj naučni skup koji je već postao prepoznatljiv deo naučnih događanja u Vrnjačkoj banji,Srbiji ali i u regionu, kako po brojnosti naučnih radova i izlagača, tako i po kvalitetu rezultata, predstavljenih iz okvira najnovijih naučnih istraživanja,kaže Akademik prof.Mitar Lutovac,predsednik naučnog komiteta BIST 2019

Skup su podržali predstavnici Vlade Republike Srbije, Republike Srpske, Privredne komore Srbije,gradova,lokalnih samouprava i drugih državnih naučnih institucija i ustanova, kao i privrednici, preduzetnici, primarni poljoprivredni proizvođači, članovi udruženja, zadruga iz regiona(Crna Gora,Republike Srpske,Bosne i Hercegovine,Hrvatske,Severne Makedonije,Rumunije,)i mnogi drugi. Saznanja, iskustva, ideje koja će poneti sa ovog skupa treba da opravdaju suštinu ovog okupljanja: da bude ispred vremena i da da kvalitet više.

Na ovom samitu organizatori pokazuju kako nauka, kultura, tradicija i biznis idu zajedno, odlično se dopunjuju ali i kvalitetno umrežavaju.

Biznis samiti nisu samo događaj i susret za objavljivanje naučnih radova, nego i forumi za plasiranje znanja – umeća na potencijalima kreiranja novih tehnoloških mogućnosti.

Osnovni cilj ovog Business samita, je da na osnovu referata i izlaganja - dođemo do savremenih trendova i aplikativnih znanja koja će u sferi razvoja turizma pomoći Srbiji u njenom izlasku iz krize i njenom usponu u rang liderskih država u oblasti turizma, kako u regionu tako i u Evropi. Kako su manje privrede izložene i pozitivnim, ali i negativnim efektima procesa globalizacije, tako se pomera i lestvica prioriteta, mada je u pitanju uključivanje u svetska ekonomska kretanja.

Budućnost donosi ogromne mogućnosti za turizam da preuzme glavnu ulogu na političkom i ekonomskom planu i doprinese ekonomskom rastu i razvoju. Takođe, unosi dodatne izazove i odgovornosti za turistički sektor u smislu preuzimanja vodeće uloge u ublažavanju mogućih negativnih uticaja na lokalne zajednice, društveni napredak i životnu sredinu.

Turizam se razvio u globalni fenomen i jedan od najvažnijih privrednih sektora našeg

vremena, što potvrđuje njegov direktan doprinosi od 5% u BDP u svetu. Još uvek postoje značajni potencijali za dalju ekspanziju u narednim decenijama, kako u razvijenim tako i u novim turističkim destinacijama, uz pretpostavku da se stvore odgovarajući uslovi i pravila u vezi sa poslovnim okruženjem, infrastrukturom, marketingom i ljudskim resursima.

Da bi navedeno bilo moguće, neophodno je da se turizam sagledava kao prioritet nacionalnih političkih odluka, podstiče takmičarski duh i primenjuje modele odgovornog poslovanje u praksi i povećanje saradnje između javnog i privatnog sektora, ističe Marija Jovičić, predsednik Organizacionog odbora BIST 2019

Iz toga proističe da Srbija ima kvalitetne resurse i da treba posebnu pažnju da posveti stimulanju razvoja međunarodnog turizma, kao značajnog faktora ukupnog društvenog i privrednog razvoja. Pri tome ne treba zanemariti i razvoj domaćeg turizma koji je prema procenama Svetske Turističke Organizacije oko 10 puta veći u obimu, u odnosu na međunarodi turizam.

Permanentno se preduzimaju mere radi ostvarivanja što povoljnijih rezultata, kad je reč o turistima iz privredno najrazvijenijih zemalja, ali istovremeno ne treba zaboraviti i turiste iz regiona kao i turiste zemalja u razvoju, koji će stalno povećavati svoje učešće u međunarodnom turizmu, kada je reč o njihovoj inicijativnoj i receptivnoj ulozi.

Nesporno je da Srbija svoje mesto mora tražiti u okvirima najpre regionalnog, a onda i evropskog tržišta, pri čemu mora zaštititi svoje vitalne nacionalne interese koji se moraju koncipirati u adekvatnom strateškom dokumentu. Sa druge strane, regionalna integracija kojoj pripadamo u svakom pogledu, istoriskom, ekonomskom i geografskom jeste EU.

Ulaskom u EU Srbija bi dobila dodatnu snagu za prevazilaženje aktuelnih unutrašnjih anomalija. Ovaj skup je dokazao da Vlada, kako zbog budžetskih ograničenja i drugih razvojnih prioriteta, tako i zbog zanemarivanja i neprepoznavanja turizma kao jedne od ključnih privrednih grana, nije sprovela aktivnu turističku politiku, koja bi turizmu u Republici Srbiji omogućila značajniji konkurentski iskorak. Naučni doprinos izloženih radova ogleda se, između ostalog i u pokazivanju svih razvojnih mogućnosti ove, za Srbiju važne privredne grane.

Republika Srbija je najveći deo vremena od usvajanja prethodne Strategije provela u otežanim uslovima pronalaženja sopstvene političke i privredne stabilnosti, dakle unutrašnje konsolidacije, što je rezultiralo nižim političkim i vrednosnim interesima Republike Srbije u pogledu razvoja turizma.

Sada kada Republika Srbija ulazi u proces evropskih integracija i kada gradi jedinstvenu geostratešku poziciju, mogući su brojni veliki privatni i javni projekti, koji joj omogućavaju stvaranje jasnih i nedvosmislenih alternativa dugoročnog održivog rasta i razvoja u narednom periodu. U uslovima kada Republika Srbija podiže svoju pregovaračku snagu u odnosu na bliža i dalja globalna tržišta, realno je očekivati da nastaju povoljniji uslovi za značajan razvoj turizma zemlje.

Stoga je cilj da se turizmu pristupi sistemski, ne samo kroz ekonomske pokazatelje (kao mogućem održivom izvoru stvaranja nove dodatne vrednosti i zapošljavanja u Republici Srbiji), već i kroz multiplikativne efekte, koje turizam ima na ukupan društveno-socijalni razvoj, lokalni i regionalni razvoj, na razvoj kulture i obrazovanja, unapređenje životne

sredine i na razvoj komplementarnih delatnosti (trgovine, poljoprivrede, građevinarstva i dr), te je potrebno da turizam zauzme značajno mesto na agendi strateških odluka Vlade i time konačno odredi rang ambicija Republike Srbije prema ovom privrednom sektoru na srednji i dugi rok.

Vrnjačka Banja, jun 2019

Milan Jovičić, dipl. menadžer
menadžer BIST 2019