Autor Guste Santini
Srijeda, 11 Listopad 2000 14:22

Sredstva javnog priopćavanja dnevno nas informiraju kako je ova turistička sezona u odnosu na prethodne daleko uspješnija. Broj turista i broj noćenja svakim danom se povećava što znači da se sezona produžava. Sve je to ugodno slušati jer stvara optimizam kako su se stvari pokrenule sa mrtve točke bar što se turizma tiče. Međutim, menađeri iz turističke privrede su izrijekom objavili da učinci u financijskom pogledu nisu zadovoljavajući. Što više, traže se reprogrami dugova. Nije pojedinačni slučaj da menađeri ukazuju da se ekonomski položaj pogoršao. Prema tome, konačna računica učinaka turističke privrede može razočarati.

Jedan dio ekonomista i analitičara će razloge slabim financijskim učincima pripisivati apreciranom tečaju kune. Drugi će naglasak dati porezu na dodanu vrijednost. Mogli tako nabrajati opće, posebne i pojedinačne razloge u nedogled.

Hegel je jednom rekao: istina je cjelina. Što to znači? Znači da je to sve više ili manje istina i da postoji cijeli niz okolnosti koje niti ove godine nisu turističkoj privredi išle na ruku. Primjera radi, spomenimo da je sezona već poodmakla kada se shvatilo da bez financijske potpore neće biti moguće pružiti standardnu (ne primjerenu - što bi morao biti cilj rastućem poslovanju) uslugu. U bojaznosti da se, iz bilo kojeg razloga, ne otkažu ugovori kapaciteti su bivali višestruko prodavani. Turisti su bili nezadovoljni tim i takvim tretmanom. Nadajmo se da je godina dana dovoljno duga da se sve te neugodne činjenice zaborave.

Pravi odgovor je ipak u nepostojanju Koncepcije i strategije razvoja. Postoji ozbiljna mogućnost rasprodaje obale. Internacionalizirane poslovne banke će, vjerojatno, u tome odigrati značajnu ulogu. Moguća posljedica bi mogla biti da će se prodati najatraktivniji kapaciteti diljem obale u što svakako treba ubrojiti Istru u cjelini. Tako rasprodana turistička privreda postaje dio mnogih sistema i nikako ih nije moguće uklopiti u Koncepciju i stzrategiju razvoja. Naime, turistička privreda se naprosto ne može promatrati izolirano. Kada je riječ o turističkoj privredi tada je važnije promatrati neizravne u odnosu na izuravne učinke. Upravo izostanak neizravnih učinaka može pokazati ovu turističku sezonu promašenom iako podaci o broju noćenja kazuju suprotno.

Turizam danas postaje poseban način života u globaliziranom svijetu. Obala i ljeto samo je "špica" turističke sezone za mediteranske zemlje, kao što je to zima za alpske zemlje. Globalni svijet sasvim drugačije pristupa turizmu kao svekolikoj društvenoj aktivnosti i njegovo svođenje na broj noćenja je nedopustiva simplifikaacija čije rezultate danas saznajemo. Posebna je priča tzv. turizam namjenjen trećoj dobi koji je vjerojatno najpotentniji dio tržišta imajući u vidu starenje stanovnišva u Evropi i mogućnost poslovanja na temelju marginalnih troškova.

Pa koji je smisao ovog napisa? Naprosto, želim ovim napisom jasno ukazati i upozoriti koji i kakvi problemi mogu proizaći iz "naprasite" prodaje turističkih kapaciteta. Drugim rječima, postavlja se pitanje tko je dobio mandat da prodaje javno dobro na kojima se nalazi većina izgrađenih turističkih kapaciteta?

Moguće je zamisliti da će u nedostatku sredstava u državnom proračunu država dinamizirati prodaju turističke kapacitete. Ovo je tim opasnije jer nije moguće poliučiti fair cijenu.Turistička će privreda vjerojatno, grosso modo, poslovati sa gubitkom što u uvjetima dinamičke procjene (diskontirane vrijednosti) znači zapravo prodati ispod realne cijene. Da to nije nemoguće

dovoljno je razmisliti o ostvarenim cijenama po kojima su poslovne banke prodane stranim partnerima. U ekonomiji stvari ipak nisu, na sreću ili nesreću, tako jednostavne kako se to nekima čini.

Što učiniti? Jasno je da nije moguće bez dugoročne odgovornosti pristupiti rasprodaji turističke privrede. Naprosto potrebno je "spustiti loptu na zemlju" i jasno pokazati da trenutni problemi u državnoj blagajni ne mogu biti prihvatljiv i dostatan argument za prodaju obiteljskog srebra. Ono što valja učiniti je sanirati turističku privredu koja je gotovo deceniju ostavljena sama sebi. Ovo tim više što je turistička privreda morala preživiti u uvjetima visokih kamatnih stopa. Sve je to poznato, ne samo stručnjacima, već i, široj javnosti. Sanacija turističke privrede koliko god bila bolna za državnu blagajnu jedino je primjeren potez u sadašnjem trenutku.

Turistička privreda je bila i ostala najvažnija izivozna privredna grana. To će se još više pokazati kada se prilike na balkanu smire do te mjere da će nestati postojeći rizici. U tom smislu dovoljno je istaknuti primjer poslovnog povezivanja dubrovačkog prostora i turističkih kapaciteta u Crnoj Gori. To svakako nije usmaljeni primjer.

Ovo je bila priča o turističkoj privredi lociranoj na obalama Jadrana. U priču svakako treba uključiti i kontinentalni dio Hrvatske gdje postoji obilje izvora termalnih voda sa ljekovitim svojstvima. To je nedovoljno valoriziran resurs koji bi valjalo što prije valorizirati.

Na kraju vratimo se početku priče. **Ovogodišnja turistička sezona je ostvarila napredak u smislu povećanja opsega poslovanja. Financijski rezultat je izostao. To se nije dogodilo samo zbog ove godine već zbog decenije koju su proveli bez ozbiljnijie podrške države. Turizam je bitan dio Koncepcije i strategije razvoja bez obzira tko bio na vlasti i kada pisao Koncepciju i strategiju razvoja. Stoga, ovaj tekst valja shvatiti kao otvorena zamolba vlasti da ne pristupi olako prodaji obiteljskog srebra koje bi moglo biti dio razvojne poluge za državu u cjelini.**