

JESMO LI POSTALI VEGETARIJANCI?

USKRS JE PROŠAO, A JANJCI NA BROJU

str. 10 i 11



PULSKA TRŽNICA I RIBARNICA

Red za ulaz dugačak, prodaja ipak mala

str. 18 i 19

nedjeljni

Glas Istre

Nezavisni dnevnik

Pula, Nedjelja, 19. travnja 2020.
Broj 107 / GODINA LXXVI
Cijena 10,00 Kn • SLO 1,40 EUR • 1,70 EUR

ISTARSKI PODUZETNICI O KORONA KRIZI

Smirčić:
Nije lako, ali izvući ćemo se.

Stojnić:
Treba nastaviti, jer tko stane mrtav je.

Verbanac:
Najvažnije je zadržati stručnjake.

str. 8 i 9

ISTRANI SE RAĐAJU U NOVOJ BOLNICI

Rodilište kao svemirski brod



str. 2 i 3

U KLAGENFURTU VIRUSU PODLEGAO AUSTRIJANAC IZ BRTONIGLE

Guido Shwengersbauer nova žrtva Covida 19



str. 4

VRIJEME JE PROMJENA

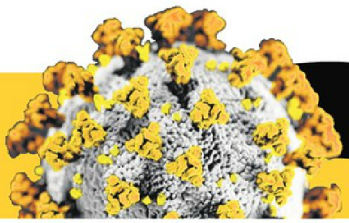
Prof. ALJOŠA VITASOVIĆ:



Dobili smo vrijeme da turistički sektor učinimo efikasnijim

str. 5, 6 i 7

smiren!



JE LI HRVATSKI TURIZAM KAO ŠVICARSKI SIR - PREPUN RUPA?

Aljoša Vitasović,

voditelj Katedre za turizam na pulskom FET-u



Damir MEMEDOVIĆ

Gostima nudimo uvozne proizvode, a i dobit od turizma nam ODLAZI u inozemstvo

POBIJEDIT ĆEMO: Ne stvaraj zalihe hrane!

GRAĐANI NEMAJU NOVCA ZA ODMARANJE U VLASTITOJ ZEMLJI

VRIJEME ZA PROMJENE

HRVATSKA JE SVOJ VRHUNAC S OVAKVIM TURISTIČKIM PROIZVODOM VEĆ DOSEGLA. OVA BI SEZONA GENERIRALA NEKE PROBLEME KOJE ĆEMO PRIPISATI PANDEMIJI. SADA SMO DOBILI VRIJEME DA UČINIMO NEKE PROMJENE, DA TURISTIČKI SEKTOR UČINIMO EFIKASNIJIM.

RAZGOVARAO **Bojan ŽIŽOVIĆ**

Turizam trpi enormne gubitke zbog pandemije koronavirusa. Brojke se stalno mijenjaju, više ih se ne može ni pratiti, sve se mjeri u postocima, tko će koliko izgubiti, jer nitko neće biti na dobitku. No, neki su tu ipak u većem blatu. Logika govori da su to one države koje su dozvolile da im turizam bude ekonomski oslonac. Tko je u ovom trenutku najugroženiji? Jesu li to one države u kojima turizam čini više od 20 posto BDP-a? Je li Hrvatska među tim nesretnicima, upitali smo izv.prof.dr.sc. Aljošu Vitasovića, voditelja Katedre za turizam na pulskom FET-u.

- Nažalost, danas se turizam promatra gotovo isključivo kao ekonomsku kategoriju, a on je prije svega sociološka pojava. Promatranje turizma kroz prizmu formule cijena puta količina stvara korist određenim grupacijama, stoga je potrebna nadgradnja da korist osjeća i domicilno stanovništvo. Promatranje turizma kao isključivo ekonomske kategorije dovodi do toga da je stanovništvo prinuđeno raditi u turističkom sektoru, kao da je to oblik socijalne djelatnosti i pukog preživljavanja, i pritom nemaju alternative, a kamoli osjećaj nekog izravnog učinka turizma na svakodnevni život. Turizam bi trebao osigurati povećanje kvalitete života domicilnog stanovništva i turista koji tu dolaze. Koje su države trenutno najranjivije? Pa one čiji turizam ne stvara dovoljnu razinu dodane vrijednosti, a tu nažalost trebamo ubrojiti i Hrvatsku.

- Kako to promijeniti?

- Naš će turizam postati uspješan onog trenutka kada prestanemo pričati o najavama za neku od turističkih sezona. Ova nam je kriza još jednom pokazala da turizam treba biti ekstenzija svih gospodarskih djelatnosti u zemlji. On mora stvarati dodanu vrijednost, mora povećati svoj multiplikativni efekt da bi generirao dodatna financijska sredstva u ostalim gospodarskim sektorima. Dobit ostvarena turističkom djelatnošću trebala bi generirati infrastrukturu potrebnu za svakodnevni život jedne zemlje jer u protivnom nama ne ostaje dovoljna količina financijskih sredstava da bi se investiralo i razvijalo, već to moramo prikupljati putem poreznih davanja građana i poslodavaca.

Domaći ne mogu ljetovati

- Vratimo se na sadašnju krizu. Hrvatska nije jedina zemlja koja će zbog pandemije ispaštati u turizmu.

- Naravno da nije. Ovo potonje je bila samo digresija, drugačiji način promišljanja o potrebnim strukturnim promjenama u hrvatskom turizmu. Turizam je od svog postanka najosjetljiviji na rizike. Danas, imamo situaciju da je izložen cijeli svijet. Svaka kriza uvjetuje transformaciju turizma i nakon svake krize imamo promjenu u pojavnim oblicima turizma. Države koje su manje ugrožene, a imaju relativno velik udio turizma u BDP-u, su one kojima je turizam ekstenzija gospodarskih djelatnosti i imaju veći udio domaćih gostiju, a to ne gledamo kroz broj dolazaka, već kroz strukturu potrošnje. U tom se slučaju zadržava kretanje ljudi i novčanih tijekova unutar jedne zemlje. Nažalost, Hrvatska sa svojih oko četiri milijuna stanovnika, s gotovo četvrtinom radnog kontingenta, s turističkom sezonom koja je izrazito kratka ne ostavlja domaćim ljudima dovoljno ili uopće novca da podrže sezonu i otputuju negdje na odmor unutar svoje zemlje. A u turistički bi uspješnoj državi trebalo biti normalno da njeni građani mogu minimalno dva puta godišnje negdje otputovati na deset dana. Vjerujem da 75 posto hrvatskih građana to ne može, što znači da imamo strukturni problem u cjelokupnom gospodarstvu, ne samo u turizmu.

- Podaci Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (World Travel and Tourism Council - WTTC) govore da je ukupna domaća potrošnja u turizmu u Hrvatskoj lani bila svega 11 posto naspram 89 posto strane.

- Kad pričamo o strukturi potrošnje, ne smijemo zaboraviti da su proizvodi koje naši gosti koriste i konzumiraju u pravilu uvezeni. Mi na tim proizvodima nemamo neku dodanu vrijednost, nama ostaju troškovi skladištenja otpada, transporta i ostalog. Nažalost, imamo samo maržu, ali nemamo akumulaciju sredstava za pokretanje novih gospodarskih aktivnosti. U konačnici, moramo i predimenzionirati infrastrukturu zbog kratke sezone, a turizam to ne može pokriti pa smo taj trošak prebacili na porezna opterećenja građana. Kad pogledamo tko financira državu, koliko četveročlana obitelj plati PDV-a u državni proračun, u mjesec dana, puta broj takvih obitelji, puta 12 mjeseci... to su enormne cifre. To je ono što ustvari financira državu i naše društvo. Ako pojedinac ima siguran posao i adekvatno je za njega plaćen, onda je i turizam zaštićen kroz duži period.



Dario MEMEDOVIĆ

- Iznenadio me podatak WTTC-a, koji se uvelike razlikuje od onoga što naši mediji obično iznose, da u Italiji turizam čini 13 posto BDP-a. Uvijek se spominjalo dva ili tri posto.

- Treba napomenuti da postoje različite metodologije izračuna. Metodologija koja je univerzalna i međunarodno usporediva je satelitska bilanca turizma. Za Hrvatsku je rađena prije više od tri godine i turizam je sa svojim ukupnim učincima doprinio bruto domaćem proizvodu s gotovo 17 posto, a učešće bruto dodane vrijednosti turizma i povezanih djelatnosti u ukupnom BDP-u nacionalnog gospodarstva je visokih 24 posto.

- Izvor koji sam spomenuo navodi da turizam u Hrvatskoj čini 25 posto BDP-a.

- Izravni je udio turizma u Hrvatskoj dvostruko manji, ali kada gledamo sve skupa, onda dolazimo do tih 25 posto. Ni tih 25 posto ne bi bilo toliko strašno da Hrvatska nema još jedan veliki problem, a to je odljev dobiti od turizma. Mi gotovo prelazimo brojku od 80 posto dobiti koja ne ostaju unutar naše zemlje, nego odlazi u inozemstvo.

- Vratimo se još kratko na strukturu potrošnje. U Italiji domaća potrošnja čini visokih 76 posto. To djeluje iznenađujuće puno kad se zna koliko stranih gostiju privlače njihova svjetski poznata odredišta.

- Na to utječe mentalitet stanovnika, njihove navike te platežna moć i voljnost za potrošnjom. U državama gdje je vrlo izražena mobilnost domicilnog stanovništva, građanima je trošak odlaska i boravka u drugom gradu gotovo na razini ostanka kod kuće. Uglavnom, kada vam je domaća potrošnja viša od strane, onda znači da je sektor održiv, da ste puno više imuni na neke vanjske prijetnje. To naravno znači i da građani imaju novca, što također igra bitnu ulogu.

- U Europi pretpostavljam da će najpogođeniji ovom krizom u turizmu biti Grčka, Island, Hrvatska, regije koje imaju veliku ovisnost o turizmu, a koje su ujedno i sezonske destinacije.

- Hrvatska ima sreću da je uglavnom auto destinacija. Dakle, gosti imaju neku sigurnost u dolasku u Hrvatsku. Ali nesreća je da ovisimo o okruženju, odnosno o odlukama naših susjeda hoće li otvoriti svoje granice. Problem je i što nam deset zaraženih gostiju može u nekoliko dana generirati tisuću novozaraženih među domicilnim stanovništvom i time unazaditi i tako raniono gospodarstvo.

- To je latentna opasnost.

- Tako je. Spominje se, još uvijek ispod glasa, mogućnost brendiranja Hrvatske kao Covid free destinacije, što i nije loša priča jer formira sliku Hrvatske kao uređene zemlje. No tu ne ovisimo samo o otvaranju granica, nego i o strukturi turista. Zadnjih nekoliko godina imamo problem u padu socijalne strukture gostiju. Dolaze nam oni koji svojim interesima pripadaju nižoj srednjoj klasi. Takva struktura gostiju je izravno pogođena ovom krizom jer ona živi isključivo od plaće. Viša struktura gostiju će potraživati sadržaje kao i do sada, a to su kuće za odmor na izoliranim mjestima i ekskluzivitet hotelskih kompanija. Zanemarimo li i to, najvjerniji gosti koji dolaze u Hrvatsku su obitelji s malom djecom i umirovljenici, a obje strukture su izrazito osjetljive na nesigurnost uzrokovanu virusom.

Turizam kao oblik neokolonijalizma

- Ali nije tu Hrvatska u najgorem položaju. Najteže će stradati neke otočne države, poput Britanskih Djevičanskih otoka, čiji BDP gotovo isključivo ovisi o turizmu. Što će biti s takvim državama?

- Dovoljno je na internetu pogledati recentne fotografije tih destinacija. Pustoš. Tvrtke koje tamo posluju najčešće su kćeri nekih velikih svjetskih turističkih kompanija. One, pak, mogu akumulirati gubitak jedne do dvije godine. Međutim, problem je srednjih i malih poduzetnika, i to ne samo u turizmu. Države koje spominjete će ići u dodatno zaduživanje, dug će im premašiti BDP, što i nije neuobičajeno u svjetskim razmjerima. Takva situacija stvara izrazitu ovisnost, a turizam, nažalost, za njih postaje novi oblik neokolonijalizma.

UZDAMO SE U KOLOVOZ I RUJAN

ZA HRVATSKU BI BILO ODLIČNO KADA BI SE SVE PONOVNO POKRENULO U SRPNJU, MEĐUTIM JAKO DOBRO DJELUJE I KAD BISMO IZVUKLI KOLOVOZ, RUJAN PA I LISTOPAD. NO SAD VEĆ TREBA GLEDATI NA IDUĆU SEZONU KOJA ĆE SIGURNO DEFINIRATI NEKA NOVA PRAVILA

- Nije li Hrvatska postala preskupa destinacija za niži srednji sloj?

- Istina je da trenutno nismo jeftini, ali nismo ni previše skupi. Možemo reći da su cijene prihvatljive, ali pod uvjetom da kažemo za koje emitivno tržište promatramo cijenu. Međutim, ako gledamo u strukturi ponude, ona ipak ne odgovara kvaliteti koja se nudi, a gosti danas zahtijevaju sve kvalitetnije sadržaje.

- Često se u javnom prostoru u posljednje vrijeme može čuti da svijet više neće biti isti nakon ove pandemije. Što to može značiti za turizam, može li se popraviti ono u čemu se do sada griješilo?

- Hrvatska već ima dobre recepte o zaštiti turizma samo bi trebalo konzultirati struku, a imamo i pozitivne primjere i iz bivše države. Samo ih treba primijeniti. Istina je da svaka kriza zahtijeva određenu promjenu. Turizam mora potpomoći razvoj ostalih sektora gospodarstva, turističke bi usluge trebale biti takve da ih mogu konzumirati ne samo turisti nego i domicilno stanovništvo. Dakle, ako domicil konzumira sadržaje, konzumirat će ih i turisti. Kad bi svakodnevne usluge koristili i turisti i domaćini, onda bismo imali enormno produženje turističke sezone i ne bismo bili ovisni o broju dolazaka stranih gostiju. Možemo se ovdje osvrnuti i na naše bliško okruženje, na zone poput Muzila, Vallelunge, Katarine... Ako imate sadržaje koje koriste i domicilno stanovništvo i turisti, tada govorimo o turističkom proizvodu široke potrošnje, a nemate zone koje su namijenjene isključivo turizmu. Tada turist ima stvaran uvid u život nekog područja, a vama je investicija puno održivija, kao i troškovi održavanja. Time ste zadovoljili i žitelje i turiste. Tu valja upozoriti i da je nešto što je za lokalnu samoupravu jako isplativo u srednjem roku, u dugom roku može biti izuzetno velik trošak za društvo.

- Kad već spominjete Muzil, što bi se moglo dogoditi s njim nakon ove krize? Je li u ovakvim okolnostima realno očekivati nekog velikog ulagača?

- Teško je bilo što prognozirati jer je riječ o području na kojem se već godinama ništa ne događa. Dugoročne bi koncesije na takvim područjima trebalo davati uz suglasnost žitelja i jasno definiranu korist od razvoja takvih područja. Jer postoji opasnost stvaranja geta, stvaranja idealiziranih slika u kojima nemamo lokalne kulture i lokalnih stanovnika, koji su tu eventualno radna snaga, a i ona, kao što smo vidjeli ranijih sezona, biva uvezena. Ono što mora biti jasno jest da se razvoj grada oslikava kroz porast broja stanovnika. Da bi se on razvijao, treba nove stanovnike koji će u njemu doslovno i živjeti i privređivati, a ne samo provoditi vikende. Uglavnom, mislim da ćemo još pričekati s bivšim vojnim zonama u Puli, osim ako neke domaće turističke tvrtke ne pokažu interes i udružđivanjem odluče nešto učiniti. A recept za to postoji. Naime, sredinom '50-ih SR Hrvatska je konzultirala UN-ove urbane planere, a Zavod za graditeljstvo je vodio oblik razvoja turizma u prostoru koji su definirali tri modela. Prvi je bio integriranije turističke funkcije u centre gradove, drugi stvaranje resorta, a treći uvođenje uskih zona s dominantnom turističkom funkcijom. Prvi je model implementacije turističke funkcije u centre gradove odbačen uz opasku da bi izvan turističke sezone dobili odrastanje socijalističke omladine u gradovima duhova. Ako danas pogledamo Pulu, Medulin, Rovinj ili bilo koji drugi grad koji se pretežno bavi turizmom, onda vidimo da imamo upravo to. Što se tiče stvaranja resorata, taj je model također odbačen. Tada je uzet u obzir treći model stvaranja uskih zona s dominantnom turističkom funkcijom, nešto poput pulske Verudele, gdje su turisti prinuđeni otići do grada i koristiti iste sadržaje kao i domicilno stanovništvo.

- Taj se model pokazao najboljim?

- Znanstveno se pokazalo da su kod primjene tog modela turisti zadovoljniji, da ne osjećaju servilnost turističke usluge, ono što se nama događala zadnjih nekoliko sezona, čime gubimo domaćinski mentalitet. Turist je, pokazalo se, u tom modelu spreman platiti i puno višu cijenu, a građani nisu osuđeni na turizam kao osnovni izvor prihoda. U Grčkoj su, primjerice, djelatnici u turizmu opušteniji nego kod nas jer nemaju tu kratkoću sezone. Turska je s druge strane konkurentna zbog cijena, ali oni imaju enormne nazovimo državne intervencije kojima su oživjeli poljoprivredu i ostalo. Nemojmo zaboraviti da je i kod nas nekada gotovo svako hotelsko poduzeće imalo svoj poljoprivredni sektor, da je Opća bolnica Pula imala svoje vrtove i svinjogojsku farmu. Želim naglasiti da je nužno ostvariti i vertikalnu i horizontalnu integraciju cjelokupnog gospodarstva, a rezultat toga bi bila novostvorena dodana vrijednost, odnosno bolji život građana.

- Kad bi se turizam mogao vratiti na stare brojke, koliko će trebati da se ljudi oslobode straha i počnu ponovno putovati?

- Teško i nezahvalno je tu davati ikakve prognoze. Za Hrvatsku bi bilo odlično kada bi se sve ponovno pokrenulo u srpnju, međutim iz ove perspektive jako dobro djeluje i kad bismo izvukli kolovoz, rujan pa i listopad. Daleko od toga da će to biti stare brojke. No sad već treba gledati na iduću sezonu koja će sigurno definirati neka nova pravila. Ono što mi zaboravljamo, a sada ćemo za sve kriviti koronavirus, jest da je Hrvatska svoj vrhunac s ovakvim turističkim proizvodom već dosegla. Ova bi sezona generirala neke probleme koje ćemo pripisati pandemiji. Sada smo dobili vrijeme da učinimo neke promjene, da turistički sektor učinimo efikasnijim.