

DR. SAŠA POLJANEC BORIĆ, STRUČNJAKINJA ZA TURIZAM S INSTITUTA »IVO PILAR« O STANJU I PERSPEKTIVAMA

Zakon o golfu – smijješna igra za strane investitore

Donošenje takvog zakona deplasirana je institucionalna igra, napravljena da se

pogoduje stranim investitorima. Ne kažem da Hrvatskoj ne trebaju golf tereni, no o tome se mora dogovoriti sektor

Dubravko GRAKALIĆ

Dr. Saša Poljanec Borić, znanstvena suradnica sa zagrebačkog instituta društvenih znanosti »Ivo Pilar«, godinama se bavi sociologijom i ekonomijom turizma. Predaje i »turističke« predmete na Hrvatskim studijima, dok je domaću turističku industriju, te sve koji prate njezino poslovanje, zanimigrala svojim istraživanjima o privatizacijskim procesima domaćih hotelijerskih kuća. S dr. Poljanec Borić razgovarali smo o trenutnom stanju u hrvatskom turizmu te o njegovim perspektivama.

Je li ovogodišnja turistička sezona bila tako dobra kako to prezntira, između ostalih, Ministarstvo turizma? – Ministarstvo, zapravo, kaže da smo bili bolji od konkurencije, a ne da je sezona bila dobra. Oni ne kažu ko ga smatraju kontrolirajućom, pa to može značiti da smo bili bolji od Rumunjske i Bugarske, što je, vjerojatno, točno, ali to ništa ne znači. Sezona nije dobro išla u srpnju i kolovozu, ali se digla u rujnu zbog ljepeg vremena. Hrvatske građane više bi trebalo zanimati koja je dobiti od turističke potrošnje, ali s tim se podacima ne operira. S razlogom, jer ga još nema. Na nedavnim danima turizma u Bolu kolega Nenad Ivančić iz Instituta za turizam iznio je procjene iz kojih se, prema podacima iz četrdesetih vodećih turističkih poduzeća u zemlji, vidi da je dobit pala. Dobit je manja u prosjeku za 15 posto i to je nešto čemu vjerujem. Ni sam sklona vjerovati u brojke o turističkim dolascima kao o jamstvu turističkog uspjeha.

Znači, nije bilo povećane zarade od turizma? – Potrošnja je vjerojatno nešto niža, ali uz povećana ulaganja javnog sektora. Dakle, sezona se održala, no nije nešto čime bi se trebalo hvaliti ili uvjeravati hrvatske građane da ih to može izvući iz krize, što je intencija Ministarstva.

Jesu li se isplatile propagande akcije Ministarstva i Hrvatske turističke zajednice, poput reklama na CNN-u i jumbo-plakata u susjednim zemljama? – Uklonjenje viznih režima uvijek povećava dolaske jer smanjuje barijere za mobilnost turista. Ali nas trebaju zanimati konkretni ekonomski podaci vezani za uklanjanje viznih režima prema Ukrajini i Srbiji. Mislim da to baš nisu tržišta koja nužno trebamo jako situirati s obzirom na njihov kapacitet diskrecijske potrošnje. Što se promidžbe tiče, mislim da je Ministarstvo turizma napravilo jedan veliki gar. Naime, niti jedna zemlja koja je ušla u EU nije propustila to iskoristiti u svojoj međuzbenoj kampanji: Slovenija i druge zemlje jako su kroz turističku promogandu isticale svoj integracijski cilj. U Hrvatskoj je, kroz ove njene Ministarstva i jansiranu kampanju, to potpuno izostalo. To nije samo turistički problem, nego i kulturni, a po mom mišljenju i politički. U takvim se kampanjama ne reklamiraju samo prednosti i ne dize se samo rejting zemlje i inozemstvu, nego se i u naciji stvara regulativni mehanizam. Primjerice, kad kažete »Hrvatska - Mediteran kakav je nekad bio« to, osim globalnog afirmiranja očuvane vrijednosti Jadrana, ima utjecaj i »prema unutra«. Podiže svijesti nacije o vrijednosti teritorijare-sursa koje posjeduje. Zato posljednja kampanja nije iskoristila priliku koju je imala, a ta je da Hrvatska u EU unosi novu razvojnu filozofiju: filozofiju



Posljednja kampanja nije iskoristila priliku koju je imala, a ta je da Hrvatska u EU unosi novu razvojnu filozofiju čuvanja Jadrana – dr. Saša Poljanec Borić

čuvanja Jadrana. Ne želim odmah reći da se ministar ne trudi. On mnogo radi. Samo, namjaka mu strateških znanja.

Tko su glavni gosti u hrvatskom turizmu – domaći, susjedni, tranzicijski gosti, elita ili Japanci? – To su, svakako, gosti iz tranzicijskih zemalja. Mi smo izgubili na zapadnom tržištu lagvanje normalno jer se Europa integrira. Jadrani je automobilističko oduševljenje, nama tamo dolaze gosti iz bliskih zemalja, a one su tranzicijske, te mogu reći da je to normalni proces. Ali, trebali bismo imati pristup koji će im omogućiti kakve čemo goste privlačiti.

Čuju se tvrdnje da je naš prostor vrijedan, »raj na zemlji«, te da trebamo eline goste koji imaju adekvatne financijske mogućnosti. – Hrvatska nije zemlja koja se može pozicionirati kao elina destinacija. Mi misimo okruženi elinim tržištima niti će Madrid, recimo, uskoro postati elini gosti. Kao tranzicijska zemlja, moramo imati turizam koji je jednako zasnu-

pljen u svim »nišama«. Niti politički nije održivo da se izgrade skupi hoteli, koje možemo opisati »hotel-ogradomodododod«. More je naše javno dobro, mi smo nacija koja je naučena kupati se u moru, a nismo svi elita. Rijč je o tome da trebamo provoditi sofisticiranu politiku upotrebe naših resursa, onako kako je vođe Austrija i Švicarska.

Što to konkretno znači? – Da moramo jednako biti pristupačni i stranim gostima i domaćem stanovništvu. Tko će od njih igrati golf, koji je u nas zakonski zaštićen? – Donošenje Zakona o golfu smanjena je i deplasirana situacionalna igra napravljena da se pogoduje stranim investitorima. Ne kažem da Hrvatskoj ne trebaju golf tereni, no o tome se mora dogovoriti sektor. Imamo 85 velikih turističkih poduzeća na obali koja su sposobna sama razmišljati i odlučiti gdje se isplati te golf tereni, a ne da se pod presijom »nacionalnog interesa« nametnu pojedina rješenja na određenim lokacijama.

Koliko lokalna zajednica ima koristi od turizma? – Glavni novac, doima se, izvlače vlasnici hotelskih i drugih turističkih tvrtki. – Imaju koristi i hoteli i svi ostali. Prosjekna dobit obitelji, koja se bavi iznajmljivanjem apartmana, je između 20 i 60 tisuća eura. Turizam je u hrvatskim obiteljima sekundarni aktivnost, jer ljudi najčešće imaju i drugi posao. Dakle, kao dopunski izvor prihoda ima koristi od turizma? – Na to možemo zabotaviti. Može li se Hrvatska, ili njezin dio, proglasiti ekonomskom destinacijom? – Dva su problema s hrvatskim ultrakoloksim turističkim usmjerenjem. Prvi je činjenica da se Hrvatska nalazi u jadranskom bazenu što ga zagaduje rijeka Po. Otraska struja čisti obalu, ali to nije dovoljno. Osim toga, u razdoblju druge Jugoslavije hrvatska obala značajno je industrijalizirana, što se ne podudara s težnjama za eko-turizmom.

Koje su perspektive hrvatskog turizma? – Vrijeme je da se počemo baviti kontrolom kvalitete naše ponude. Ako se ne zaustavi trend nekontrolirane izgradnje kapaciteta, perspektive su loše. Počemo li time upravljati, odnosno paziti gdje se što gradi te čuvati povijesne jezgre naših gradova i priobalja, turizam će se razvijati. Ali, moramo početi razmišljati i planirati. Danas smo u situaciji da u jednu sezonu imamo pola milijuna gostiju na plažama, a da kapacitet plaža nije dovoljno velik. Od Crkvenice do Selca, ili u Makarskoj, ne možete stati viti ručnik na plažu. Moramo paziti na sve te elemente i to na cijelom teritoriju Hrvatske.

Muzij – prostor za mlade

Je li normalno da se utvrđuje kako je golf nacionalni interes, dok se, recimo, dječja i radnička odmarališta, taj re-

lik prošlosti, nigdje ne spominju? – Ne bih stavila golf u odnos s radničkim odmaralištima. Problem je u sveopćoj pomami za turizmom. Danas turizam planira svaka općina i grad u Hrvatskoj. Uzimao primjer Mužila u Puli. Podržavam prijedlog mladih pulskih arhitekata da se Mužil pretvori u prostor za mlade, jer je Pula postala sveučilišni grad. Ne vidim zašto vojni kompleks ne bi bili namijenjeni općem dobru, a morali bi biti namijenjeni elitnom turizmu. Neka turistički developeri investiraju na slobodnim terenima, dok prostori u centru grada, posebno oni koji su nekad pripadali vojsci, moraju biti privodeni javnim svrhama. Kakvog smisla ima otvarati sveučilišta po cijeloj zemlji, a da se međina istovremeno ne otvaraju multimedijalni centri i prostor za kulturne sadržaje i aktivnosti?