

Ravnatelj Instituta za turizam Damir Krešić

Kuglu sladoleda po pet eura teško je pravdati i tržište je već kaznilo dizanje cijena bez ikakvih kriterija



MOTIV ZA TURIZAM

Ulazak u eurozoni i schengenski prostor kao i izuzetno dobra predsezona kod nekih su na početku sezone stvorili dojam da se cijene mogu dizati bez ikakvih kriterija

Radmila Kovačević

Statistika kaže da su turističke brojke prošle godine činile se da domaći turizam može i bolje. I to unatoč inflaciji i ratu u Ukrajini koji je tada već buktao. S ravnateljem Instituta za turizam Damir Krešićem razgovaramo je li moguće da će ishod sezone presuditi visoke cijene, hoće li domaći uz takva poskupljenja uopće moći na more, kako integrirati strane sezone i drugim aktualnostima.

— Što se sezone tiče, za konačnu ocjenu broj dolazaka i noćenja nije presudan, važnije je koliko će biti prihodi od turizma. Trebam o napustiti mjerjenje uspjeha fizičkim i okrenuti se monetarnim pokazateljima, a prije svega dodanoj vrijednosti koju turizam generira od lokalne do nacionalne razine. U tom kontekstu ste u pravu kada kažete da će relativno visoke cijene biti presudne za ishod ove turističke sezone jer ćemo zbog njih s približno istim brojem noćenja ostvariti znatno veće prihode. Većina naših primorskih destinacija u vršnoj sezoni, zbog brojnih infrastrukturnih ograničenja, više nema mogućnosti za daljnji rast fizičkog prometa tako da, ako i dalje želimo rast prihoda od turizma, moramo produžiti sezonu, a u vršnom dijelu raditi na povećanju kvalitete, što znači da možemo očekivati i dalje rast cijena. Ključno je da rast cijena prati odgovarajuću rast kvalitete i da isporučujemo primjerenu vrijednost za novac. Svi razvojni scenariji koji se ne temelje na kvaliteti u konačnici će rezultirati smanjenjem konkurentnosti našeg turizma.

Kako opravdati kuglicu sladoleda od pet eura?

Teško. Nažalost, ulazak u eurozoni i schengenski prostor kao i izuzetno dobra predsezona kod nekih su na početku sezone stvorili dojam da se cijene mogu dizati bez ikakvih kriterija. Međutim, tržište ih je brzo demantiralo i mislim da su naučili lekciju. Također, smatram da su nerealno visoke cijene u Hrvatskoj češće iznimka nego pravilo. Turističko tržište sastoji se od više desetaka tisuća mikro i malih poduzetnika i najbliže je onome što se u ekonomskoj teoriji naziva monopolistička konkurencija. Zato trebamo pustiti ponudi i potražnji da reguliraju cijene, neke intervencionističke mjere države bile bi kontraproduktivne.

Je li za cijelu priču ključno to što zapadnjacima kod nas jednostavno više nije povoljno kako su navikli?

Tako je, nekim turistima je u prošlosti bilo jeftinije boraviti tjedan-dva u Hrvatskoj nego biti doma. Sjećam se jednog intervjua s umirovljenicima iz Nizozemske koji su govorili kako godinama borave u kampu u Istri od travnja do listopada, prije svega jer im je ljepše, ali dijelom i zato što je znatno jeftinije pa nešto i uštede. Smatram da su ta vremena prošla i da će Hrvatska, kroz repositioniranje na turističkom tržištu, više ciljati na tržišne segmente više i visoke kupovne moći.

Domće goste za koje je ljetovanje često veliki financijski stres često se previda, a drugi su po brojnosti na Jadranu. Kako to harmonizirati? Hoćemo li na kraju imati premium turizam bez domaćih turista?

Postoji realna opasnost da će hrvatski turizam biti sve manje dostupan domaćim gostima, osobito u glavnoj sezoni. To ne bi bilo dobro jer otpornost turizma na različite ugroze u velikoj mjeri ovisi o snazi

domaće turističke potražnje i rijetki su primjeri uspješnih destinacija u svijetu koje nemaju jaku domaću potražnju. Rekao bih da je jačanje domaće turističke potražnje strateški interes hrvatskog turizma. S druge strane, vidimo da su i ove godine upravo domaći turisti bili drugi po broju noćenja (odmah iza Nijemaca), a kada bi se tome pribrojila i noćenja domaćih turista u nekomercijalnom smještaju koja su većinom neregistrirana, vjerojatno bi bili i prvi. Dakle, domaća potražnja postoji, ali treba je dodatno osnažiti, dijelom kroz direktne poticaje, a dijelom indirektno kroz rast diskrecijskog dijela dohotka koji našim građanima stoji na raspolaganju za turistička putovanja.

U kolovozu je bilo 300.000 turista manje nego 2019., može li taj minus nadoknaditi posezona?

Teško je davati prognoze, ali ako posezona bude dobra kao predsezona, realno je moguće i da nadoknadimo dio minusa iz srpnja i kolovoza. Tu puno očekujemo od dalekih prekomorskih tržišta (jugoistočna Azija, SAD i sl.), ali i od organiziranih dolazaka s tradicionalnih tržišta koja su se tek ove godine potpuno oporavila od posljedica pandemije. Rekao bih da su svi preduvjeti za dobru posezonu ispunjeni, vidjet ćemo...

Istovremeno, stranih je radnika nikad više, je li vrijeme da se počne

Realna je opasnost da Jadran bude sve manje dostupan našim građanima, a malo je uspješnih destinacija bez domaćih gostiju

razmišljati kako te ljude trajno integrirati u naša mala mesta?

Nažalost, turizam je postao potpuno ovisan o radnoj snazi iz inozemstva i mi više ne možemo odraditi sezonu bez stranih radnika. Ako se taj trend nastavi, morat ćemo se kao društvo baviti i pitanjima koja nadležne resor turizma, odnosno kako integrirati te ljude u lokalnu zajednicu. Ono što obostrano je činjenica da ni puno bogatije zemlje od Hrvatske, koje također ovisi o stranim radnicima (npr. Njemačka, Francuska i sl.), u tome nisu bile jako uspješne, ali možda možemo nešto naučiti iz njihova iskustva. Zato se nadam da ćemo u srednjem roku kroz povećanje materijalnih prava radnika, bolje uvjete rada te kroz pojačan interes djece za upis u strukovne škole i promociju turističkih zanimanja ipak uspjeli osigurati većinu radne snage iz Hrvatske ili neposrednog okruženja.

Turizam definitivno izlazi iz zone komfora, a reforma ga gura ka održivijoj budućnosti, kako to izvesti s više od polovice svih turističkih kreveta rastrkanih na stotinjak tisuća privatnih iznajmljivača?

Održivi razvoj turizma nema alternativu i, bez obzira na brojne izazove, započete reforme nužno je provesti. To sigurno neće biti jednostavno i bit će potreban veliki angažman nositelja turističke politike, drugih javnih politika i najvažnijih dionika u turizmu kako bi se izašlo iz te zone komfora i išlo u smjeru održivog razvoja. Novi Zakon o turizmu stavlja na raspolaganje niz alata jedinicama lokalne i područne samouprave za aktivno upravljanje turizmom u smjeru održivosti, a koliko će te zakonske mogućnosti biti iskorištene, najviše ovisi o njima samima.

Budući zakon o turizmu trebao bi ograničiti bujanje privatnog smještaja, koji i ove godine ima tridesetak tisuća novih kreveta, ali nije do kraja jasno kako će njegovo rješavanje biti nametnuto, što je batina?

Koliko znam, nema tu nekih posebnih sankcija. Upravo suprotno, ideja je da se politikom poticanja stvore preduvjeti za promjene. Dakle, za provedbu Zakona o smještaju se na odgovornost JLS-a da turizam na svome području razvijaju na održiv i odgovoran način. Oni koji ne iskoriste zakonske mogućnosti za, npr., ograničenje privatnog smještaja i sl., postat će manje konkurentni, smanjit će im se promet, a onda i prihodi.

Klimatske promjene i posljedice za mediteranski turizam ubrzano stižu na dnevni red, kako Hrvatska može odgovoriti na te izazove?

Mediteran i Hrvatska zagrijavaju se brže od globalnih projekcija, međutim Hrvatska u smislu GHG emisija ne pridonosi znatno na globalnoj razini. Činjenica je da emisije koje se odvijaju negdje drugo utiču i na naš turizam, a kao odgovor možemo iskoristiti adaptacijske mjere kojima pokušavamo odgovoriti na postojeće vremenske (ne)prilike, poput infrastrukturnih nadogradnji i upravljanja kriznim situacijama. A tu su i mjere ublažavanja i prevencije budućih vremenskih ekstrema, poput održivih oblika energije, energetske učinkovitosti te ozelenjavanja.