

Magazin

// USPOREDNI INTERVJU //

Kad je 2011. godine objavljena knjiga "Hrvatska: društvo i turizam", nitko nije mogao ni zamisliti da će nam se deset godina poslije dogoditi pandemija. Za takvu polakst nitko nije bio spreman, pa ni turizam, koji je dijelom svijeta, pa tako i u Hrvatskoj pretrpio goleme štete.

BRZINA EVAKUACIJE

▼ Koliko se turizam uspio prilagoditi pandemijskim okolnostima koronakrize, pitati smo autoricu spomenute knjige dr. sc. Sašu Poljanec Borić, znanstvenu savjetnicu u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar u Zagrebu?

- Pandemija COVID-19 za turizam je istovremeno i katastrofa i kriza. Zna li se, naime, da se katastrofe i krize smatraju rizicima velikih razmjera, bitno je istaknuti da kriza utječe na sustave tako da ugrožava njihove temeljne postavke, a katastrofa je situacija u kojoj se događa dramatična promjena na koju postojeći sustavi imaju malu ili nikakvu kontrolu. Zato se može reći da je, iz turističke perspektive, pandemija COVID-19 istovremeno prirodna (ako se promatra tvorac pandemije) i sociopolitički proizvedena katastrofa (ako se promatra ekonomski razvoj kroz upravljanje pandemijom) koja u turističkom poslovanju izaziva niz lančanih kriza. Prema tekućim procjenama turizam je u 2020. godini izgubio 142,6 milijuna radnih mjesta, 3,815 milijardi američkih dolara prihoda te 65 % međunarodnih i 73 % domaćih turističkih dolazaka (WTTC, 2020). Iako je u 2020. godini u Hrvatskoj zabilježen nešto manji pad nego na globalnoj razini, ipak se može reći da je ono što karakterizira globalna turistička kretanja karakteristično i za kretanja u hrvatskom turizmu.

Prema relevantnim izvorima hrvatski je turizam u 2020. godini doživio pad od 47 % u broju dolazaka te pad od 39 % u broju noćenja. No kako je Hrvatska, a posebno priobalne županije, visoko zavisna od turizma, pad turističke potrošnje povezan s ovakvim padom u broju dolazaka i noćenja nebljivo ugrožava hrvatsku nacionalnu i lokalnu ekonomiju. Globalna turistička industrija već je više od godinu dana u situaciji kriznog managementa, a vlade mnogih zemalja smišljaju mjere održavanja radnih mjesta kroz razne tipove programa od isplaćivanja plaća u djelatnostima kao što je ugostiteljstvo i hotelijerstvo koje su neposredno pogođene učincima zatvaranja poslovanja do stimuliranja domaćeg turizma u uvjetima popuštanja epidemioloških mjera. Te prilagodbe održavaju dijelove vrijednog lanca turističke ponude na životu, ali ne mogu nadoknaditi poduzetničku dinamiku i riješiti problem radikalnog pada turističke potražnje koji proizlazi iz samog zatvaranja tako i zbog pada diskretnih potrošnje do koje uvijek dolazi u kriznim vremenima. Osim zbog zabrane "socijalizacije", do pada turističke potrošnje dolazi i pevo zbog toga što ljudi gube poslove, a onda i zbog toga



SAŠA POLJANEC BORIĆ

DR. SC. SAŠA POLJANEC BORIĆ, INSTITUT DRUŠTVENIH ZNANOSTI IVO PILAR U ZAGREBU

Budemo li realizirali 60% prometa iz 2019., to će se smatrati uspjehom

ito oni koji ih ne gube pojačano ekonomiziraju s prihodima. Zbog toga valja biti svjestan da se radi o velikosti i potencijalno duboko transformativnom razdoblju za turizam u kojem će se neki turistički koncepti, npr. koncept stalnog rasta potražnje i ponude, dosta mijenjati, bez obzira na činjenicu da digitalna transformacija omogućava turističkoj industriji prilagodbu na stanje koje bih nazvala: neizvjesna i reducirana mobilnost. U tim će se uvjetima poduzetnici naći pred velikim izazovima.

▼ Republika Hrvatska nedavno je predstavila svoj ambiciozni program Safe Stay In Croatia za 2021. Koliko takva nacionalna akcija na razvira hrvatskog turizma u svim sektorima može biti efikasna, koliko može privući

domaćih, a još više stranih gostiju, i o čemu realizacija takvog plana ovisi?

- Sve vlade EU-a i Vlada Velike Britanije izlaze ove godine s kampanjama koje potiču naprijed domaći turizam. Značajno je da je Hrvatska, a pogotovo neke destinacije u Hrvatskoj, zavisna od inozemne potražnje, zanimljivo mi je da je naša vlada krenula kampanju Safe

Stay in Croatia. Moje je mišljenje da će ta kampanja biti korisna ako bude prepoznata u pojedinim inozemnim medijima i suvremenim aplikacijama koje potiču preladavati danas sveprisutna ograničenja putovanja. Naime, u okviru turističke adaptacije na pandemiju već se sada proizvode digitalna rješenja koja: a) upozoravaju putnike na alternativne zračne putne linije u uvjetima čestih mijenjanja rasporeda letenja; b) omogućavaju turistima da kupe posetne potvrde povećavajući vrijednost svog putovanja u slučaju da se planirano putovanje odgodi; c) razvijaju novi oblici putničkog osiguranja koji omogućavaju brzu uvođenja osiguranja u slučaju da se putovanje ne ostvari; d) ubrzaju način rezerviranja putovanja; e) distribuiraju podatke o ograničenjima putovanja (Smavel, 2020).

Zbog toga će spomenuta kampanja biti korisna ako bude konzistentna na način da probleme s testiranjem, potvrđama o cijepljenju i brzim reakcijama na eventualne potrebe evaluacije iz zemlje zbog promijenjenih epidemioloških uvjeta bude mogla riješiti na razini sustava kroz brzu i efikasnu realizaciju. Također, bit će korisna ako stanje informacija na internetu bude odgovaralo stvarnosti. U tom mi se smislu čini presudnim organizirati javno-zdravstveni turistički monitoring pridržavanja mjera, bar ove godine, ali hoće li se to ostvariti ili ne, ne mogu prognozirati.

Treba reći i to da Hrvatska kao rijetko naseljena zemlja s dugom obalom i velikim mogućnostima diffuse recepcije turista može, možda više od drugih, izgraditi neku vrstu otpornosti na ovakve situacije, ali ne treba očekivati 100 % rješavanja krize u ovoj situaciji. Naime, Hrvatska je i lani ljetu premostila vrlo solidno. Bude li ove godine realizirala 60 % prometa iz 2019., to će se, prema mom mišljenju, moći smatrati uspjehom. Treba ponovno naglasiti da će ove godine sve države stimulirati turistički ostanak unutar nacionalnih granica.

VAŽNOST IDEJA

▼ Vidimo i shalomo da je Vlada osigurala financijsku pomoć turistima, program državnih potpora vrijednih 1,5 milijardi kuna za potporu poduzećima u turističkom (i sportskom sektoru) pogođenima pandemijom koronavirusa. Više komentari?

- Valja reći da dugotrajno trajanje pandemijske katastrofe ugrožava sam opstanak vrijednog lanca turističke ponude. Vistu potpora koje spominjete ne mogu komentirati jer ne znam koje su interne potrebe tvrtke komunicirale s Vladom RH i koliko je selektivno bio monitoring tih potreba. No potpore su, prema mom mišljenju, racionalni odgovor na mogući kolaps ponude u uvjetima radikalnog pada turističke potražnje. Naša se zemlja izrazito jako oslonila na performanse turističkog sektora i normalno je da ga pokušava održati na životu u uvjetima katastrofe. Svim je u interesu da poduzeća prežive ovu disrupciju.

No istovremeno valja stalno biti svjestan da će učinci pandemije vjerojatno zauvijek promijeniti neke elemente poslovanja te na duže vrijeme reducirati učestalost i veličinu masovne mobilnosti tipične za avionski i kruišerski turistički promet. Također, smanjit će intenzitet automobilskeg prometa zbog kompliciranog prijelaza granica i vjerojatno dužeg oporavka od ekonomskih posljedica krize. U tim uvjetima valja razmišljati o rekonfiguraciji ponude i prilagodbi novim uvjetima, a to neće moći riješiti država s paketima potpora, nego poduzetnici s dobrim idejama i tehničko-tehničkim rješenjima. Naizgled se pred velikim ciklusom prilagodavanja ponude autonomnim tipovima potražnje, a poduzetnici se nalaze u izazovnoj i zahtjevnoj situaciji.

Naša se zemlja izrazito jako oslonila na performanse turističkog sektora i normalno je da ga pokušava održati na životu u uvjetima katastrofe...

▼ Kad smo kod turizma, kako uspije putovati u koroni i postkoroni? Hoće li tzv. COVID putovanje postati neizbježna opcija...? Zbog čega - prognozirajte u turizmu je nezahvalno, no, ipak, uzimajući sve u obzir, kakva nas turistička sezona očekuje ove godine?

- Putovanja s određenim tipovima zdravstvenih propisnica nisu novost. Potrebe za cijepljenjem i određena medicinska dokumentacija bile su, ne tako davno, obavezne. Sjetimo se sedamdesetih godina prošlog stoljeća kad je valjalo uzeti se izmisliti tzv. žuti karton, jer je tada u Jugoslaviji bila izblila epidemija velikih boginja. Naravno da dodatne potvrde i procedure kompliciraju turistička putovanja i naravno da će to utjecati na intenzitet turističke potražnje i turističke mobilnosti uopće. Ali civilizacija je prihvatila turističku mobilnost kao normalno stanje. Ona neće stati, ona će se adaptirati i promijeniti. Posebno zato što su na raspolaganju digitalni alati koji tu promjenu mogu podržati.

Ove se godine očekuje jedna umjerena sezona, visoko zavisna od dnevnih vijesti o stanju pandemije. Pretpostavljam da će biti na razini prošlogodišnje. No turizam za Hrvatsku nikad neće stati. Prevrjedniji su resursi kojima raspolazemo i preživjeli smo velikim emilivnim tržištima koja bez mora, po ljetu, više ne mogu. (D.J.) ■