

Mr.sc. Darko Vlahović

Split

KONCEPCIJSKI OKVIR POLITIKE RAZVITKA OTOČNOGA TURIZMA

UDK/UDC: 796.5

JEL klasifikacija/JEL classification: R23, L83

Prethodno priopćenje/Preliminary communication

Primljeno/Received: 3. rujna 2001./September 3, 2001

Pruhuvaćeno za tisak/Accepted for publishing: 12. prosinca 2001./December 12, 2001

Sažetak

Otoci hrvatskoga Jadrana imaju naglašene ekološke i estetske kvalitete, čiji potencijali sve više dobivaju na vrijednosti. No, u razvoju otoka treba respektirati činjenicu da su to područja male gustoće stanovništva s posebnim uvjetima gospodarenja i života, pa se na tim rubnim dijelovima zemlje reproduciraju drugačiji socijalni i kulturni obrasci življenja - u otočnim sredinama dominira "prirodna društvenost", a razvojno su usmjereni na tipove djelatnosti najuže vezane uz neposredan okoliš. Razvitak turizma na otocima može biti uspješan samo ako se temelji na suvremenosti koja neće narušiti «otočnost», tj. posebnosti kao vlastite razvojne (turističke) prednosti.

Očito je, dakle, da ispravno koncipiran otočni turizam podrazumijeva iskazivanje visokog senzibiliteta prema specifičnoj prirodnoj i kulturnoj baštini. U postojećim uvjetima hrvatsko se otočje u turističkom razvoju može afirmirati prije svega oživljavanjem lokalnih inicijativa, razvojem specifičnog otočnoga poduzetništva u kombinaciji s partnerskim savezima, uz širinu pristupa i odgovarajućim poticajima države.

Ključne riječi: darovana vrijednost, politika razvoja/strateški plan, turistička tvrtka, otočno poduzetništvo, otočni turizam, revitalizacija hrvatskoga otočja.

UVOD

Otoci obuhvaćaju šest posto kopna u sveukupnom hrvatskom prostoru. Veliki hrvatski otočni niz: 718 otoka, 389 hridi i 78 grebena (1185 "otoka") čini drugo po veličini otočje Sredozemlja.

Otoci su kao "biserje u Jadranu" zapravo neprocjenljiva hrvatska vrijednost - cijeli taj prostor prirodno i povijesno je obdaren mnogostrukim

posebnostima i uvjetima; raspolaze bogatstvom raznolikosti reljefa, klime, tradicija, običaja, utjecaja, naslijeđa... Inzularna klima, prirodne rijetkosti i ostale specifične odlike u ukupnosti čine hrvatsko otočje područjem neponovljive ljepote, iznimno privlačnim prirodnim medijem i najtraženijem prirodnim okolišem.

Civilizacija otoka stvarala se iz susreta, ili bolje rečeno, sudara čovjeka i prirode: kamena, zemlje, mora i njegovih izazova.¹ Otok nipošto ne podsjeća na umjetno zatvoren sustav, kao što su to urbane aglomeracije. Njegove naglašene individualne značajke i posebnosti nisu nastale kao plod slučajnosti, nego su izraz dugotrajnog prilagođavanja zatvorenih ljudskih skupina prirodnoj sredini i fizički ograničenih uvjeta života. Svaki ih je otok sačuvao, ovisno o specifičnostima okružja u kojima je "živio" i intenzitetu izvanjskih utjecaja kojima je bio izložen. Otočni je čovjek tijekom svoga dugog trajanja imao sluha za suživot s prirodom. Uspješno se prilagođavao uvjetima, a iz njegova bliskog odnosa s prirodom proizlazila je mudrost, kojom je izgrađivao osjećaj za mjeru i red stvari. Na otocima je prevladao tip otočnih naselja, zbijenih na malom prostoru. Ona su se odlikovala javnom čistoćom i razvijenom kulturom stanovanja žitelja. Svi su otoci hrvatskoga Jadrana uzoran primjer povezanosti prirode i čovjeka – na njima se gradilo s osjećajem za mjeru, sklad i ljepotu. Smisao za rad i slobodno vrijeme sintetiziran je gotovo u prirodnu cjelinu. Zadivljujući je moralni i duhovni uzrast ljudi i zajednica. Plemenita ljubav prema svome, prema zavičaju, prema materijalnoj i duhovnoj baštini ne guši karakter otvorenosti, univerzalnosti. U otočnom prostoru izvorna je prirodna ljepota tijekom vremena dobila još i specifične značajke humaniziranog kulturnog pejzaža. Mnogi su otočni lokaliteti obogaćeni elementima povijesno-spomeničke i kulturno-povijesne važnosti.

Premda kao zemljopisna pojava imaju iste generičke osobine, otoci pokazuju više razlika nego sličnosti – otoci našega Jadrana međusobno se razlikuju po veličini, obliku, prometnom položaju, geološkoj i morfološkoj strukturi. Razlikuju se, isto tako, i po razvedenosti obale, bujnosti vegetacije, krajoliku i po svojim ekonomskim značajkama i mogućnostima. Zapravo, svaki otok čini svijet za sebe (mikrokozam), koji osim individualnih prirodnih osobina posjeduje i određene društveno-gospodarske posebnosti.²

Otoci su područja male socijalne gustoće življenja. Stoga se na tim rubnim područjima zemlje ("mekim granicama") zakonito reproduciraju posve drugačiji socijalni i kulturni obrasci života i prirodne društvenosti. Otočna zajednica, izgrađivana u posebnim uvjetima, žilavo se stoljećima odupire

1 S. Badurina, Zauzetost Crkve za život na otocima, str. 66

2 D. Alfier, R. Domanik, Mogućnosti i pravci razvoja jadranskih otoka, Turizam, br. 7-8, 1987., str. 195

tuđoj vlasti, prihvaćajući nove pripadnike kao svoje kad oni pokažu namjeru da prihvate zakone života, odnose i postupanja, koje je izgradio život otočne zajednice i koje čine okvire njezina održanja i učvršćenja (općenito su mnogo više homogene od seoskih zajednica na kopnu).³ Život je oduvijek uglavnom počivao na tipovima djelatnosti koje su neraskidivo vezane uz neposredni okoliš. Da bi se očuvale odlike posebnosti kao izraz postojanog prilagođavanja, nova će budućnost na otocima zahtijevati prožimanje tradicionalnosti i suvremenosti.

Otočni pojas kao cjelina ima naglašene ekološke i estetske kvalitete, što ga čine turistički vrijednim i zanimljivim područjem. Upravo hrvatski jadranski prostor je jedan od rijetkih lokaliteta na Mediteranu koji se odlikuju sretnim spojem pitomih ambijenata, čistom atmosferom i naročitim klimatskim svojstvima. Gotovo sva veća i manja otočna naselja posjeduju privlačne prirodne i druge uvjete - povoljnu klimu, ljepotu krajolika, čisto more, kulturnu tradiciju. Jadranski akvatorij, to toplo južno more, svakako posjeduje najvažnije i najatraktivnije segmente prirodne turističke ponude koji svojim odlikama mogu zadovoljiti najširu sferu turističke motivacije. Posebno mjesto zauzimaju potpuno izvorne i specifične značajke. Tržištu je danas uskraćena ponuda netaknutih dijelova slobodne privlačne prirode. Otočni je prostor kao prirodni resurs sve više na cijeni i stalno dobiva na potencijalnoj vrijednosti. Hrvatsko otočje je pred izazovima budućnosti. Vrijednosti koje ti otoci imaju valja pametnom razvojnom politikom čuvati, ne dopuštajući da se brzopleto devastira sve što se sutra može višestruko valorizirati.

1. PROBLEM VRAĆANJA ŽIVOTA

Teške gospodarske prilike u prošlim vremenima prisiljavale su otočane da masovno napuštaju svoja ognjišta i da se raseljavaju na sve strane svijeta. I kamo god su došli, otočani su uspjeli, zahvaljujući prije svega svom radu, zalaganju i poštenju.

Već stoljećima na otocima živi homogeno hrvatsko katoličko stanovništvo. Posebno je zanimljiv duhovno-moralni profil otočana, kojega obilježavaju molitva, rad, kreativnost, štedljivost, solidarnost, obiteljska ukorijenjenost i ljubav prema zavičaju. Prizori zemlje i kamena kao prostora određuju sudbinu čovjeka i tvore ambijent u kojem otočanin svojim trudom ostavlja tragove što potvrđuju njegov život. Otočni su prostori profinjeno ispunjeni tragovima stvaralaštva i kulturne baštine, koja ulazi u riznicu hrvatskoga naroda i nosi biljeg njegove tipične autohtonosti.

3 M. Mirković, Otočka zajednica Suska, str. 4.

1.1. Ustaljene otočne boljke (stari grijesi)

U višestoljetnoj hrvatskoj iseljeničkoj tradiciji otočno stanovništvo prednjači; najintenzivniji val iseljavanja u prekomorske zemlje je zabilježen u zadnjim desetljećima 19. stoljeća i trajao je sve do Prvoga svjetskog rata - osobito je bio jak na prijelazu stoljeća. Iseljavanje između dva svjetska rata se nastavlja, da bismo ponovo nakon šezdesetih godina imali kolektivno iseljavanje. Godine 1857. hrvatski su otoci imali 118.798 stanovnika, a 1991. samo 126.447 stanovnika (dakle: nakon 134 godina broj stanovnika na otocima povećan je za samo osam tisuća). Najintenzivnija depopulacija nakon II. svjetskog rata zabilježena je u razdoblju 1961.-1991., kad je broj pao od 139.798 na 114.803 stanovnika.⁴ U razdoblju nakon II. svjetskog rata, s izuzetkom međupopisnog razdoblja 1981-1991, otočno stanovništvo je smanjeno 25,1 posto (istodobno Hrvatska bilježi porast od 10,1 posto).

I otočne su migracije, kao dio širega hrvatskog procesa iseljavanja, uvjetovane prvenstveno političkim razlozima. Naime, zbog političkih prilika i tuđih vladara u hrvatskim zemljama nastale su teške ekonomske prilike, koje su prisiljavale domaće stanovništvo da se otisne od rodne grude i da se raseli po svim krajevima svijeta. Bez obzira na to što su u svijetu poznat jedinstveni arhipelag s više od tisuću privlačnih otoka, otoci su postali područje neprekidne depopulacije - ti "raskošni darovi prirode" danas su gotovo mrtvi i demografski izumiru (depopulacija je toliko izrazita da su mnogobrojna manja otočna naselja već nestala ili će uskoro nestati). Na gotovo svim otočnim područjima i dalje je prisutna tendencija smanjivanja broja stanovnika, njegovo starenje. Većina otoka je u prošlosti imala dva puta više stanovnika nego danas. Najnoviji popis stanovništva iz 2001. godine najavljuje da otocima, osim nekih iznimaka, uvelike prijete depopulacija. S pravom se ukazuje na činjenicu da nema društvene snage, koja može revitalizirati naselje koje odumire. Naselje što je umiralo cijelo jedno stoljeće ne može oživjeti odmah. Problem je doista kako otoke pomladiti.

I razdoblje najintenzivnije turistifikacije naše obale nije moglo zaustaviti val iseljavanja otočnoga pučanstva. Iz postojećeg fonda stanovništva, a pogotovu s obzirom na njegovu starosnu strukturu, u mnogim sredinama je nemoguće reproducirati novu radnu snagu. Danas uglavnom u mnogim mjestima turista ima više od domorodaca, pa je za potrebe turizma nužno "uvoziti" radnu snagu.

Uglavnom veći otoci s razvijenijom infrastrukturom već sada imaju značajnije receptivne kapacitete turističke ponude; prema statističkoj evidenciji, u 1988. godini otoci su ukupno raspolagali sa 207 tisuća smještajnih komercijalnih jedinica. Turistički je promet u toj dosad

4 Detaljnije o smjeru kretanja o broju stanovnika i otočnoj depopulaciji vidjeti: I. Laić, Pučanstvo hrvatskih malih otoka: posljednjih trideset godina, str. 25-34

najuspješnijoj godini dosegao 15.377 tisuća noćenja. Podaci pokazuju da su otoci izrazita turistička područja Hrvatske - koeficijent turistifikacije (ukupni komercijalni smještaj na 100 stanovnika; ukupni broj turističkih noćenja/ukupno "noćenja" lokalnoga stanovništva) na otocima je znatno veći nego na razini Hrvatske. Također, analiza gospodarske strukture pokazuje da je kretanje društvenog proizvoda po stanovniku povoljnije u otočnim općinama u odnosu na prosječne rezultate za Hrvatsku u djelatnostima koje svoje prihode pretežno ili znatnim dijelom temelje na turističkoj potrošnji (u ostalim je djelatnostima otočni prosjek ili manji ili se kreće oko hrvatskog prosjeka)⁵. No, problem je loša strukturiranost otočne smještajne ponude (prevladavaju privatne sobe, kampovi i odmarališta) pa su gospodarski učinci turizma na hrvatskim otocima, kao uostalom i u čitavoj zemlji, još uvijek nepovoljni i znatno zaostaju za optimalnim mogućnostima.

Sve donedavna, gotovo 80 posto kapitala otočnoga "ugostiteljstva i turizma" nalazilo se u hotelima i turističkim naseljima. Analogno tome, dominantan dio prihoda (95%) realizirao se u okviru tog osnovnog segmenta ponude. U razvitku ponude prevladala je jednostrana orijentacija na masovne i standardizirane sezonske oblike turizma, a zanemarivale su se prednosti i mogućnosti razvoja u selektivnim oblicima ponude. Nije se posvećivala pozornost razvoju mreže malih privatnih obiteljskih hotela/pansiona, posebno s aspekta njezinog strukturiranja i kompletiranja potrebnim uslužnim i drugim sadržajima. Neshvatljivo je koliko je zaostala proizvodnja otočne hrane autohtone kvalitete. Unatoč brojnim ograničenjima, gotovo na svim otocima nedopustivo je ekspandirala tzv. paraturistička izgradnja, koja je dovela do pretjerane koncentracije privremenih stanovnika i do ubrzanog i nekontroliranog iscrpljivanja/degradiranja prirodnih i drugih prihvatnih uvjeta. Nekontroliranom izgradnjom kuća za odmor došlo se u apsurdnu situaciju; od ukupno 91 tisuću stanova na otocima, samo ih je 39 tisuća stalno nastanjeno, 39 tisuća je kuća i stanova za odmor, a čak je oko 13 tisuća stanova bez korisnika.⁶ Za većinu otoka na području hrvatskoga Jadrana može se reći da zapravo nisu još ozbiljnije ni zakoračili u pravi turistički razvoj, a posvuda se primjećuju znaci saturacije/opterećenja. Po svemu sudeći pretjerana sezonalnost turizma i na otocima je prihvaćena kao gotova stvar. Riječ je o turizmu od "dva mjeseca".

Osebnija otočna bogatstva očito se sustavno zapostavljaju. U prošlom sustavu "otočni razvoj" ipak je bio rezultat političkih odluka kojima su se usmjeravali tip i trend razvitka. Stoga se može reći da je nazadovanje u nekoliko posljednjih desetljeća bila opća značajka života otočnih sredina. Pod ovim, dakako, ne mislimo na parametre pukog ekonomskoga rasta, koji zanemaruju pojedine aspekte kvalitete života. Činjenica je da su otoci živjeli

5 Vidjeti: A. Radnić, V. Mikačić, Turizam i održivi razvoj malih hrvatskih otoka, str. 338-342

6 A. Radnić, V. Mikačić, op. cit. str. 343

punim životom; na njima je nekad vrijedilo pravilo: vrijediti više, biti više, a danas je nazočna opća redukcija vitalnosti u gospodarskom, društvenom i kulturnom obzoru razvoja otoka. Rekli bismo - život je tamo na uzmaku. Temeljni je problem nestanak vrijednosti po mjeri otočnog čovjeka i otočnih uvjeta života. Nikome razumnom ne pada na pamet da pokuša negirati velike pothvate realizirane na području otočne infrastrukture (struja, voda, promet), u planiranju razvoja i izgradnji hotelskih i drugih turističkih kapaciteta, u izgradnji i osposobljavanju osnovnoga kadra i sl. Ali, sve to nije bilo dovoljno da bi se zaustavilo rušenje provjerenih tradicionalnih dobrih obrazaca djelovanja i ponašanja pred naletom posvemašnje bezobzirne komercijalizacije mnogih segmenata života. Svugdje se lako primjećuje da je život zakočen. Čovjek koji je na golom kršu stvario "spomenik radu", izgubio je volju za radom (netko ga očito sustavno uništava i truje). U novim okolnostima jednostavno se nije uspostavio sraz koji obogaćuje, a servilni način ponašanja nije razvio respekt prema autohtonim sredinama - u vrtlogu "ushićenih" trenutaka često se nije znalo tko je domaćin, a tko gost! Stvari su se odvijale na način da se generirala pasivnost otočana, a mnogi su se domaći ljudi odlučili prodavati djedovinu. Način na koji se turizam razvijao često je remetio otočni "bioritam" u smislu nenadoknadivoga gubitka tradicionalnih vrijednosti i vlastitog identiteta. Gubitak otoka je upravo u početnom gubitku specifičnosti, čije značenje u suvremenome turizmu sve više raste. Ali i unatoč učinjenim propustima i greškama, hrvatski su otoci srećom još uvijek relativno dobro sačuvan prostor.

1.2. Novi propusti

Ratna događanja i tranzicijski uvjeti (pogrešna koncepcija privatizacije) dodatno su i dalekosežno, poremetili tok razvoja turizma i cjelokupnog otočnog gospodarstva. Gubitak tržišta i smještaj prognanika/izbjeglica u hotelima paralizirali su veoma značajne segmente otočne ponude. Posljednjih su se godina samo gomilali gubici i problemi oko zaduženja (kreditnih obveza) i isplate neredovitih i niskih plaća - ovi su problemi bitno obilježili poslovanje u gotovo svim otočnim turističkim tvrtkama u posljednjem desetljeću. Postojeći receptivni kapaciteti dijelom su već tehnološki i koncepcijski zastarjeli, a neki su stavljani i izvan funkcije. Indikativna je pojava da su samo slabije stojeće tvrtke prihvatile program radikalnog provođenja mjera na "čišćenju" portfelja (prodaji "problematičnih" dijelova kapaciteta). Posebni su problemi vezani uz funkcioniranje vlasničke strukture - postojeći uvjeti pogodovali su jačanju bankovnog i državnog vlasništva, kao i određenih PIF-ova, a marginalizirani su interesi zaposlenika, domaćih ljudi i lokalnih čimbenika.⁷ Dio portfelja otuđivao se primjenom specifičnog

7 Prema anketnim podacima pribavljenim prilikom osnivanja Grupacije "otočnoga turizma" pri HGK ŽK Split u prosincu 2000. proizlazi da

modela privatizacije temeljenog na pretvaranju kreditnih obveza (često nerealnih dugova) u vlasničke udjele. U pretvorbenim transakcijama malo se tko mogao snaći. Gotovo se na prste mogu nabrojiti pojedinci koji su sa svojih jačih pozicija artikulirali s interesima radnika. U nadzornim odborima forsirani su članovi s domicilom izvan otoka, koji najčešće nisu razumijevali otočnu problematiku. S obzirom na sve što se događalo, i što se još uvijek događa, opravdano se negoduje i upućuju se prigovori na ponašanje menedžmenta.

Postojeća turistička poduzeća imala su određene poduzetničke kvalitete, a aktualnim promjenama trebala se korigirati njihova struktura da bi se znalo što u njoj valja, kamo ona vodi i u kakvom je stanju, kako bi se na osnovi toga moglo pristupiti defriranju identiteta, vizije i strukture – tih polaznih točaka za početno snalaženje i opstanak u okruženju. No, umjesto takvog pristupa zavladała je čudna psihologija nametnuta od strane novih stjecatelja imovine, koji redovito nemaju vlastiti ekonomski i socijalni subjektivitet, nemaju odgovarajuću tradiciju, homeostazu, inerciju kao i sve ono što pridonosi stvaranju pozitivnog identiteta i vizije poduzeća (nositelja razvoja).

Dakle, postojeća vlasnička struktura i u otočnim turističkim tvrtkama nije se formirala pod utjecajem zdravoga tržišnog mehanizma. U nedostatku tržišta ponude i potražnje za turističkim uslugama, tržišta novca i osjetnog pada kupovne moći prevladala je politika preživljavanja, pothranjivana neprekidnim zaduženjima i raznovrsnim transakcijama s unaprijed zadanim ciljevima. Stanje je u ovom trenutku slijedeće: na otocima danas djeluju 33 turističke tvrtke/d.d., s vrijednošću temeljnoga kapitala od cca 500 milijuna DEM i 5 tisuća zaposlenika (znatno manje, nego devedesetih godina), a razni PIF-ovi, banke i državni fondovi glavni su akteri vlasničke strukture.⁸

Privatizacijom se malo pozitivnog moglo postići u uvjetima kad se unaprijed znalo da nisu ravnopravne i ujednačene mogućnosti kupovine turističke imovine, a osim toga pojedinci koji su bacili oko na imovinu bili su svjesni da je riječ o poduzećima s visokim udjelom trajnoga kapitala i da, dugoročno gledano, ta poduzeća imaju tržište i prirodnu osnovicu iznimne kvalitete te da su kao izmišljena za špekulativnu trgovinu.

Destrukcija potencijala uvijek se javlja kad se poduzeću pristupa kao objektu promjene (a poduzeće je objekt i subjekt promjene), te kada se širi neadekvatno makropoliticko i makroekonomsko okružje koje pogoduje kriminalu i bogaćenju interesnih grupa/pojedinaca.

sadašnji zaposlenici u otočnim turističkim tvrtkama raspolažu tek neznatnim brojem ukupnih dionica, te da se općenito ne vodi ažurna evidencija o stanju udjela malih dioničara.

8 Podaci procijenjeni na osnovi vlastitog anketnog upitnika (pokušaj da se dobiju puni podaci izravno iz HFP bio je neuspješan).

Neodgovarajuća vlasnička struktura u otočnim turističkim tvrtkama pogubno djeluje na stanje i odnose u otočkoj zajednici. U vlasničkoj transformaciji najgora je solucija poticati "rasprodaju" turističke imovine i stvarati uvjete za oblike privatizacije koji nisu vođeni interesima i potrebama domaćih ljudi, već su podređeni interesima novih stjecatelja turističkoga bogatstva.

Primjena pogrešna koncepta dovela je do zapostavljanja radnih, ljudskih i stvaralačkih potencijala u postojećim tvrtkama i do gubljenja povjerenja u budućnost, što ima dugoročne negativne reperkusije za budućnost otoka. Sva otočna iskustva kazuju da razvojni projekti, rađeni bez sudjelovanja i bliske povezanosti s lokalnim zajednicama i domaćim ljudima, bez jačanja lokalnih inicijativa i razvoja vlastitih sposobnosti, redovito ne donose ništa dobrog, djeluju beživotno i nose oznake nasilja. S tim projektima se ide u slijepu ulicu, naprosto zato što poduzeće nije samo imovina, već ga čine, prije svega ljudi i njihova iskustva, navike, motivacije, preokupacije i sve ostalo što čini potencijal tvrtke kao nositelja turističke ponude. Osnovno obilježje dosadašnjih promjena je zanemarivanje ljudskih, radnih i intelektualnih potencijala, pa se o privatizaciji s pravom govori kao o "velikoj pljački".

Modeli razvoja koji odudaraju od društvenog i kulturnog konteksta ubrzavaju raspadanje tradicionalne otočne kulture. Nova struktura neće moći funkcionirati, jer joj nedostaju poticaji od kojih bi svi dugoročno imali više koristi. Po svemu sudeći, privatizacijski bi proces bio uspješniji da se provela tzv. interna privatizacija, tj. prijenos ili djelomična prodaja dionica pod prihvatljivim uvjetima sa svrhom da se zaposlenicima "vrati" njihova imovina i da oni postanu većinski vlasnici s kontrolnim paketom dionica (opravdanost takvih rješenja potvrđuju, nažalost rijetki pozitivni primjeri iz privatizacijske prakse turističkih poduzeća). Prava je šteta što se pri iniciranju pretvorbenog procesa nije odmah mislilo na potrebu formiranja vlasničke strukture s većim udjelom ljudi zaposlenih u otočnim turističkim tvrtkama. Da se odmah išlo tim pravcem, imali bismo agilnije snage u pokretanju lokalnih inicijativa, nezamjenljivog činitelja revitalizacije. Tada bi bilo puno realnije očekivati prve pozitivne efekte u revitalizaciji hrvatskoga otočja.

Zakon o otocima i Nacionalni program razvitka otoka zalažu se za poboljšanje općih uvjeta življenja i razvoj poduzetništa na otocima. Ovi aktualni razvojni dokumenti, međutim, nisu dosad pokazali svoju djelotvornost u smislu da bi se moglo govoriti o novom početku, otvaranju nove stranice rasta i napredovanja otočnoga gospodarstva (dobra im je

9 D. Vlahović, Tisuću šansi na tisuću otoka, iz članka u Slobodnoj Dalmaciji od 20. veljače 1999.

strana što posebnu pozornost pridaju najvećoj skupini nerazvijenih, ili bolje rečeno, raspučenih otoka). Upravo na malim, potpuno zapuštenim otocima posao na revitalizaciji je mukotrpan proces, teče sporo i zahtijeva velik angažman svih otočana, kao i inovativne poduzetnike. U neposrednoj budućnosti uspjeh bi bio da se na tim otočnim područjima turizam pokrene i da se barem zaustavi daljnje propadanje tradicionalnih djelatnosti te da se počne vraćati dio otočne populacije, koji će udahnuti novi život u ovim sredinama. No, ne treba se zavaravati da je s «razvijenim otocima» više-manje sve u redu. Ako privatizacijski proces ne bude izveden u interesu zaštite vitalnih otočnih interesa, lako se može dogoditi da stvari krenu u neželjenom pravcu daljnjeg nazadovanja i osiromašivanja.

2. ODREDNICE NOVE TURISTIČKE BUDUĆNOSTI

2.1. Opći okviri razvoja

Otoci su sredine s velikom kulturnom (i turističkom) tradicijom. Svaki je otok "državica" za sebe, što znači da žitelji otoka moraju biti u poziciji sami upravljati svojom sudbinom. U mnogim otočnim mjestima turizam se počeo razvijati od nule. Ljudi su počeli razvijati ovu djelatnost o kojoj ništa nisu znali. Ali, entuzijazmom su razvijali i čuvali poduzeća kao svoje vlasništvo, i unatoč izrazitim infrastrukturnim i drugim ograničenjima organizirali su profitabilno poslovanje.

Može se reći da od otočana nema boljih poduzetnika. Došljaci sa strane u svojstvu vlasnika/poduzetnika, kao uljezi u otočnim su sredinama - strano tijelo. Otočne hotele i tvrtke ne treba pustiti u prodaju ("rasprodaju") samo zato da bi se mogle riješiti sadašnje financijske poteškoće - takav bi pristup imao dalekosežne štetne posljedice za naš otočni turizam. Nagomilane dugove u turističkim tvrtkama treba početi ozbiljnije rješavati, prije svega otpisom jednog njihovog dijela (osloboditi ih barem troškova i šteta izazvanih boravkom prognanika u hotelima, što je država bila nametnula kao obvezu hotelskim kućama). Da bi privatizacija brže i učinkovitije krenula, država bi svoje udjele u vlasništvu trebala prepustiti općinama/gradovima u kojima se ti hoteli nalaze. Lokalne bi strukture inače trebale imati veću mogućnost utjecaja na politiku razvoja otoka a time i na način vođenja turističkih tvrtki.

Na otocima treba nadvladati osjećaj nemoći i zaustaviti umiranje. Prije svega, privatizacijom koja nije sama sebi cilj, treba doći do opipljivih rezultata. Otočne su turističke tvrtke vrlo vrijedan i perspektivan segment turističkoga gospodarstva. Riječ je očito o strateški prvorazrednoj značajnoj gospodarskoj djelatnosti od golemog nacionalnog interesa, pa je izuzetno važno kako će se voditi turističko poslovanje. Za jačanje poduzetničke funkcije ljudima koji su čuvali imovinu i minuli rad ugradili u poduzeća bila bi dragocjena potpora na način da se sredstva od prodaje otočnih tvrtki vrate na otoke, u razvoj. Promjene koje su u tijeku treba da pridonesu ozračju povjerenja. Presudno je zadržati i očuvati mladi i vitalniji

dio populacije koji će udahnuti nov život u otočne sredine. Konkretno, sada bi trebalo raditi na revitalizaciji i aktiviranju svih potencijala, u skladu s novonastalom situacijom. Za ovo su prijeko potrebne samoinicijativa, samoorganizacija i vizija koje će voditi u perspektivniju budućnost. Otoci će predstavljati specifičnu vrijednost u hrvatskoj turističkoj ponudi samo ako sačuvaju izvorna obilježja, prirodne vrijednosti, te kulturno i graditeljsko nasljeđe.

Razvitak otočnih područja očito treba sagledati u posebnostima civilizacije koja je na njima stasala stoljećima. Razvoj otoka traži uklopljenost u tradicionalnu kulturu, u kojoj je izgrađena ljestvica vrednota. Konkretno, turistički se razvoj nužno mora uklopiti u društveni i kulturni kontekst sredine u kojoj se ostvaruje. Otočnu turističku ponudu ne bi se smjelo standardno oblikovati i organizirati prema shemama klasičnoga boravišno-kupališnog i po sadržaju uniformiranog oblika turizma. Ta bi se ponuda i po obliku i po sadržaju trebala formirati i strukturirati na poseban način, a u skladu s time treba osigurati rješenja kojima se omogućava optimalno korištenje turističkih posebnosti.

Otoci su atraktivan prirodni prostor prikladan za organiziranje turističkoga života u sklopu maritimnih aktivnosti, koje podrazumijevaju sve oblike dokolice, odmora i autonomne rekreacije, ostvarene u neposrednom kontaktu s biotropnim elementima mora i njihovim korištenjem. Kao najvrijedniji element turističke ponude na istočnojadranskom području otoci su upravo idealan prostor za razvoj maritimnoga turizma u najizvornijim i po sadržaju najizdiferenciranijim oblicima. Oni, kao bogatstvo prirode i kulture, ulaze u cjelokupnost hrvatskog identiteta i po svojoj specifičnosti i po svojoj pogodnosti za komunikaciju sa svijetom. U valorizaciji otočnih prostora, očito, treba do kraja prihvatiti koncepciju održivoga rasta/granice opterećenja, što znači da je razvoj turizma moguć samo u okviru prostornih, ljudskih i tehničko-receptivnih mogućnosti pojedinih odredišta (na otoke se ne smije dovesti masa turista koji će degradirati izvorne vrijednosti). Individualizirana otočna turistička privlačnost suprotstavlja se uniformiranosti hipetrofirane turističke izgradnje, koja se ne obazire na turistički potencijal¹⁰, to jest prirodne i tehničke receptivne kapacitete pojedinih otoka. Sve što bi bilo izvan tih okvira, bilo bi štetno i krajnje kontraproduktivno, ne samo sa stajališta revitalizacije i prosperiteta otoka. I

10 Pod "turističkim potencijalom" podrazumijeva se maksimalan broj turističkih posjetitelja što ih u jednome danu može primiti određeni lokalitet (otok), a da pri tome ne dolazi do saturacije u smislu ugrožavanja ili degradiranja prirodnih i drugih prihvatnih uvjeta, odnosno do slabljenja osnovnog i specifičnog motiva turističkog boravka u konkretnom odredištu. Rigorozna procjena prihvatnih potencijala na svim hrvatskim otocima predviđa mogućnost prihvata 500.000 gostiju, tako da se na njima može ostvariti oko 45 milijuna turističkih noćenja – detaljnije o tome vidjeti: Mogućnosti i pravci razvoja jadranskih otoka (studija), str. 176-203

hrvatski turizam u cjelini ne bi dosegao potrebnu razinu i kvalitetu u svome ukupnom rastu i razvoju.

Razvoj otoka koji želimo i koji je moguć, u sadašnjim okolnostima ne može pokrenuti samo otočno stanovništvo. Pravi početni poticaji trebaju doći s kopna. S pravom se ukazuje da pomoć otočanima treba biti u mjeri koja im je potrebna i koja im ponajviše odgovara. Nametati im "rješenja" značilo bi "pomiriti se s pasivizacijom otočana, njihovim izvlašćivanjem iz odgovornosti, pa čak i generiranjem pasivnosti. Još i više, uvezeno bi moglo prekriti, pokopati sve što je stoljećima raslo kao vlastitost".¹¹

Danas smo ipak u situaciji o otocima razmišljati slobodnije i na kreativnijoj osnovi, bez pritisaka i nemoralnih postupaka brisanja mediteranske duše čovjeka, koji je predan radu i koji se s respektom odnosi prema stvorenome. Stoga razvojna politika otoka bi trebala iskazati poštovanje prema toj posebnosti, koja uvjerljivo potvrđuje da se hrvatski otočni puk znao predstavljati sa svojom vlastitom fizionomijom, njegujući vrijednosti koje izrastaju iz adekvatnog kulturnog ambijenta. Ako je to tako, onda nema ni jednoga valjanog razloga da se na otočju "tisuću bisera" odustane od koncepta razvoja turizma s domaćim pečatom.

Naše hrvatske otoke s razlogom zovemo "bisernom ogrlicom". No, druga je stvar što se razvojno nalaze u depresiji i što se s pravom govori o pojavi "jadranske pustinje", za što su krive razne okolnosti, pa čak i neki iracionalni motivi (političke blokade i sl.). Ali, da bi otoci mogli nastaviti stazom vlastitog hoda, civilizacije i kulture prijeko je potrebno najprije temeljito ih pročistiti i stvoriti zdravu klimu u kojoj će doći do izražaja prave, istinske vrijednosti, računajući pritom da nam "Obećanu zemlju" nitko neće servirati na pladnju.

Domaćinska kultura i domaćinski tip turizma za naše je otoke najprikladnija razvojna opcija. Usljed nedostatka ukupne socijalne energije u mnogim se otočnim sredinama ne mogu očekivati velike i brze promjene. Upravo u otočnim sredinama trebaju doći do izražaja prednosti ekonomije malih razmjera u mreži jedinica obiteljskih gospodarstava, proizvodnih pogona, farmi, malih pansiona i sl. Trebalo bi se osloboditi iluzija da će samo veliki projekti donijeti otocima napredak i blagostanje. Treba zabraniti zahvate koji mogu izmijeniti sadašnju sliku i prirodno stanje pojedinih predjela. O otočnom turizmu moguće je razmišljati kao o spasonosnom rješenju, ali samo ako ono počiva na valjanim pretpostavkama.

Na otocima se rigorozno moraju provoditi djelotvorne mjere zaštite, kako bi se onemogućili neplanska ("divlja") izgradnja, nekontrolirana ekspanzija raznih oblika paraturističke izgradnje i nekontroliran prodor motorističkog i nautičkog turizma, ronilačkog sporta i sl. Treba

11 S. Badurina, op. cit. str. 67

onemogućiti daljnje propadanje tradicionalnih djelatnosti, posebno poljoprivredne proizvodnje, kojoj je nedostatak u doradi (proizvodi se pretežno prodaju kao "sirovina") i marketinškoj obradi tržišta. Otoci imaju idealne mogućnosti razvijati imidž ekološki zdrave proizvedene hrane. Ako se nemarno odnosimo prema darovima prirode, moramo biti svjesni činjenice da se postupno, ali nezaustavljivo krećemo u rušenje osnove na kojoj se temelji razvojna budućnost otočja. Sve veći broj posjetitelja cijeni čist zrak i prirodu, tradicionalnu kulturu, autohtone proizvode, kao i sve kvalitete i sadržaje života kojih nema u velikim gradovima. Na otočnim prostorima turizmu je, kao posebnoj vrsti ljudske komunikacije, ostalo još dosta prostora za sadržajno obogaćivanje, u obostranom dugoročnom interesu – i gostiju i otočana kao domaćina. Sve, dakle, upućuje na to da je turizam potrebno razvijati po mjeri otoka, ne zaboravljajući da je "maleno lijepo".

2.2. Nezamjenljiva uloga otočnih turističkih tvrtki

Otočne turističke tvrtke su već stekle vjerodostojnost i povjerenje otočana. Zahvaljujući rastu ovih poduzeća na pojedinim je otocima došlo do zaustavljanja procesa depopulacije (negdje je i povećan broj stanovnika), do bržeg i kvalitetnijeg razvoja komunalne i opće otočne infrastrukture, a samo njihovo postojanje dalo je nemjerljiv doprinos boljoj valorizaciji turističkog prostora i djelotvornijem ograničavanju rasta "divljih" i drugih oblika paraturističke izgradnje. Bez obzira na oscilacije u njihovom poslovanju u pojedinim razdobljima, ove su se tvrtke potvrdile kao ključne točke u osiguranju modernije budućnosti. One su zapravo ključ za kvalitetniji život i bolji standard otočana. Njihovom ispravnom strateškom orijentacijom širi se prostor ljudima na otocima, kako u izravnoj ponudi tako i u nizu komplementarnih djelatnosti.

Najveće trenutne nevolje tvrtki su financijske obveze prema bankama koje su kreditima financirale njihovo preživljavanje u predugom razdoblju turističke suše, izazvane političkim (ratnim) razlozima a ne njihovom krivicom. Nakon priznavanja izvoznog karaktera u dijelu turističke usluge (a time i oslobađanje od PDV-a), učinjen je prvi korak u spašavanju turističkih tvrtki. Daljnje mjere trebale bi osloboditi osnovne subjekte turističkoga gospodarstva od pretjerane upotrebe kredita (izvući ih iz situacije u koje upadaju zbog financijskih teškoća) uz neprekidno jačanje osnove njihove stabilnosti. Strategijom restrukturiranja trebalo bi im omogućiti izbor prioriteta i preferencija u cilju iniciranja i prihvaćanja razvojnih inicijativa i akcija. Težište valja prebaciti na izgradnju i razvoj upravljačkih kapaciteta, kako bi došlo do radikalnih promjena cjelokupnog poduzeća, počevši od tržišne usmjerenosti, proizvodno-tehničke, organizacijsko-upravljačke i kadrovske strukture, pa do poslovne filozofije i kulture poduzeća, identiteta i vizije. Promjene traže novu pamet. Novi vlasnici, poduzetnici i menadžeri mogu se potvrditi ako djeluju kao inovativni faktor, kao novi pokretači pozitivnih promjena.

Usporedo s finansijskim mjerama konsolidacije trebalo bi djelotvorno raditi i na rješavanju vlasničke problematike turističkih tvrtki. Sadašnja neprihvatljiva vlasnička struktura formirana je u uvjetima neorganiziranoga tržišta, uglavnom pod utjecajem "prijateljskih veza" i specifičnog "modela" privatizacije, temeljenog na pretvaranju često nerealnih dugova (neotplaćenih kredita) u vlasnički udio.

Sve govori u prilog tome da bi u privatizacijskom procesu trebalo oblikovati odgovarajuću vlasničku strukturu, kako bi se štitilo zaposleničko vlasništvo. Otočni čovjek treba biti čvršće i trajnije vezan uz svoju tvrtku. U tom smislu najprihvatljiviji bi možda bio model koji se zalaže da mali dioničari/zaposlenici ovladaju većinskim vlasničkim paketom. Specifičnost modela je u tome da svaki mali dioničar može otkupiti dionice jednokratno, uz odobravanje kredita pod povoljnim uvjetima, s time da poduzeće bude sudužnik svakom ugovorenom kreditu. Osnovni je naglasak na jačanju zaposleničkog dioničarstva prema zaposleničkom vlasničkom planu vrijednosnica ESOP plana/Employee Stock Ownership plan; osnova plana je da otočani (radnici) popustima i uz pomoć odgovarajućih kredita postanu vlasnici poduzeća, a ciljevi su sudjelovanje zaposlenika u vlasništvu, motiviranost za rad, povećanje efikasnosti poslovanja te sigurniji i kvalitetniji rast svoje tvrtke. Za takav koncept nužno je osigurati pouzdan i odgovoran menadžment koji zna artikulirati interese tvrtke s interesima radnika.

Neki smatraju da je za privatizaciju najprihvatljiviji model u kojemu je jedan čovjek vlasnik hotela, posebno stoga što državni fondovi ili gomila malih dioničara nisu vlasničke strukture prikladne za racionalno i uspješno poslovanje. Sigurno je da poslovanje državnih hotela nema perspektivu. Sigurno je isto tako da hotel u obiteljskom vlasništvu može vrlo dobro funkcionirati. No, i hoteli u vlasništvu malih dioničara imaju izgleda za uspjeh, ali pod uvjetom da u njima ne djeluje "gomila" dioničara, nego organizirana i interesno homogenizirana grupacija ljudi koja ima svoju homeostazu i svijest o zajedničkoj perspektivi.

U privatizaciji uopće nije bitna cijena hotela, osobito ne u smislu gotovine, pod pretpostavkom da su zadovoljeni određeni etički i racionalni kriteriji preobrazbe poduzeća. U orijentaciji jačanja zaposleničkog vlasništva, od običnih radnika do uspješnih menadžera, dobro bi bilo prisjetiti se da se nekada, također u prijelomnim vremenima, spas tražio upravo u naprednome zadrugarstvu, te je taj oblik organiziranja bio ključan za egzistenciju u nizu tradicionalnih gospodarskih djelatnosti primorskih područja naše zemlje.

U modernom razvitku turizma svi naglašavaju važnost uključivanja lokalnih ljudi u njega i zato bi bilo nedopustivo da slabi utjecaj razvitka otočnoga turizma, odnosno da se potiču uvjeti destrukcije, koja uništava specifičnosti kao najpouzdanije jamstvo u doživljavanju iskustva autentičnosti. Naravno, pritom se ne pledira na ograničavanje nužnih ulaganja. Zatvaranje u suvremenim uvjetima je neodrživo i štetno.

Za prosperitet otoka nužno je da turistička tvrtka kao cjelina ide naprijed (nerazborito bi bilo cijepati je i prodavati pojedine djelove). Ni jedna velika tvrtka ne bi se smjela prodavati; raspad tvrtki znači propast za naša turistička mjesta. Sva dosadašnja iskustva govore u prilog tvrdnji da su afirmirane turističke tvrtke eminentni nositelji razvoja. Svjesni smo da one iza sebe imaju veliku kulturnu i turističku tradiciju. Stoga su upravo one živo zainteresirane da svoj identitet temelje na kulturnoj baštini svoga kraja, stvarajući interakciju između turizma i kulture. Tvrtke već imaju određeno pozitivno iskustvo u stvaranju prepoznatljive turističke marke, kao osnove širenja tržišta za plasman vlastitih proizvoda. Njihova je uloga nezamjenjiva u provođenju strategije domaćinskoga turizma, posebno s aspekta stvaranja visoke turističke diferencijacije koja počiva na kvaliteti ljudskih resursa, kao i na specifičnom prirodnom i kulturnom bogatstvu. Sve to zahtijeva angažiranje prije svega vlastitih talenata. Sa spoznajama i sviješću o kulturnim vrednotama, umijećem i sposobnostima da izražavaju određene aspekte kulturnog života i senzibilitet spram raspoloživih prirodnih i kulturnih dobara, tvrtke postaju nezamjenjiv činitelj vjerodostojnosti očuvanja otočnih interesa i povjerenja otočana.

2.3. Jasan strateški razvojni plan

U sadašnjoj, prijelomnoj fazi privatizacije "rasprodaja" turističkoga bogatstva se ne može doživljavati kao normalna pojava. Cilj turističkoga razvoja nije ulaganje stranog kapitala, to je prije svega život i opstanak naših ljudi na otocima. Stoga bi prioritetno trebalo rješavati pitanja vezana uz vlasničku i financijsku konsolidaciju turističkih tvrtki, a tek onda ići na stvaranje strateških saveza s partnerima koji su zainteresirani za dugoročnu poslovnu suradnju i dokapitalizaciju. Važno je, naime, da se raspoloživi materijalni resursi koriste prvenstveno za razvoj otoka, da profiti dugoročno ostaju na otocima, da radnici, menadžeri i ostali stanovnici otoka budu zadovoljni, da turističkim razvitakom otoci ne izgube svoje izvorne kvalitete i ne naruše sklad između čovjeka i prirode.¹²

Uspjeh svakog projekta na otocima ovisi o uključenosti lokalnoga stanovništva. Razvojni projekti stoga ne bi smjeli raditi bez bliske povezanosti s lokalnim ljudima i lokalnim zajednicama. Otočani su uvijek radili s puno volje, boreći se za osvajanje komada zemlje ili sa silama mora. Sve što imaju, postigli su voljom, znanjem i duhom. S pravom se ističe da otoci imaju svoje posebnosti kao što su: izoliranost, posebnost

12 U tvrtki "Jadranka" d.d. Mali Lošinj menedžment je već u početnoj fazi privatizacije želio očuvati "otočnu supstancu", tj. vlasničke udjele svojih zaposlenika i profitne mogućnosti svoje ponude te zadržati strateške točke razvoja koje u dugoročnoj budućnosti ne dovode u pitanje rast vlastitosti - vidjeti o tome detaljnije: Tatjana Braškić, Razvoj turizma na Lošinju i privatizacija hotelijerstva, str. 259-272.

gospodarske strukture, specifičnost prirodnog i humaniziranog pejzaža, poseban način življenja i dr. I sve što se tamo poduzima na društvenom i gospodarskom planu treba poduzimati oprezno i smišljeno. Inače dolazi do narušavanja «otočnosti», pa je lako moguće izgubiti odlike posebnosti kao razvojne prednosti. Na većim otocima je ipak stvaran određen model gospodarske i socijalne sigurnosti življenja, i ta iskustva su dragocjena, osobito s gledišta koncepcije strukturiranja i usmjeravanja razvoja turističke ponude. Otočne turističke tvrtke postale su ključni čimbenik gospodarskog života, a ljudi koji su ostali živjeti na otoku njegova su duša. Doista bi trebalo učiniti sve da se koncept razvitka otoka oslanja na domicilno stanovništvo, kako bi oni mogli njegovati svoje posebnosti i neometano se razvijati.

U dugom razdoblju razvitka turizma u nas lako se primjećuje da su prirodni činitelji uvjetovali ranu njegovu genezu na otočnome području, ali se isto tako vidi da su promjenljive političke i gospodarsko-društvene okolnosti utjecale na tijek unapređenja ili nazadovanja otočnoga turizma. Kad god bi se otočna lokalna inicijativa ugasila nastupilo bi razdoblje nazadovanja i propadanje otočnoga turizma. A kad bi se otočne inicijative ohrabrile došlo bi do poželjnog oživljavanja i napredovanja. Pravilno koncipiran turizam odiše ozračjem posebnosti, što u otočnim uvjetima znači pokazivanje visokog senzibiliteta prema danoj osnovici razvitka turizma. Povezana lokalna inicijativa i pojedine turističke tvrtke otoka mogu još mnogo učiniti za procvat turizma u svojim sredinama, ali hrvatska bi država u tom smislu trebala pokazati širinu pristupa i smisao za razumijevanje specifične otočne razvojne problematike. Kad se zacrta siguran razvojni put na većim otocima i osjete rezultati takvog razvoja, sasvim sigurno će se, olakšati način i utvrditi pravci djelovanja glede revitalizacije ostalih dijelova hrvatskoga otočja.

Turizam je, nedvojbeno, za otočna područja razvojna šansa broj jedan, premda se neki njegovi negativni učinci ne mogu sasvim izbjeći. No, ako u pristupu razvoja postoji razvijen sustav planiranja i ako se provodi odgovarajuća strategija u oblikovanju/organiziranju ponude, turizam je zacijelo vrlo značajan činitelj ukupnog razvitka. Stoga valja izbjeći zamke jednostranosti shvaćanja i planiranja turističkoga razvitka.¹³ Najvažnije vrijednosti se moraju zaštićivati i unapređivati, posebice ako je riječ o duhovnim i moralnim vrijednostima. Otocima je potreban razuman (odgovoran) turizam koji će zaustaciti proces izumiranja, štiteći ekonomske, ekološke i etičke principe. Cilj je - "integralni razvoj" - izrastao iz tradicionalno prepoznatljivog kulturnog ambijenta i u funkciji ostvarivanja skupnog dobra svekolikog pučanstva. U svakom slučaju, turističko otkrivanje

13 Detaljnije o problemima istraživanja i dobivanja relevantnih informacija neophodnih za definiranje i provođenje razvojne strategije turizma vidjeti : A. Kobašić, Istraživanja u funkciji strategije razvoja turizma, str. 137- 144

naših otoka ne bi smjelo kasniti i biti prepušteno igri špekulacija jer bi oni u protivnom mogli postati «žrtve vlastite privlačnosti». U aksiološkoj turističkoj valorizaciji, raspoložive su pogodnosti resursi ugone i privlačnosti. U interesu je samog turizma da se te vrijednosti istinski čuvaju, primjenjujući principe i režim stroge zaštite. U skladu s time, razvoj treba biti usmjeren na optimalne vrste turizma, u ekološki dopustivim granicama.

Gospodarsku strukturu otoka poželjno je oblikovati na modelu gospodarstva miješanog tipa. Za funkcioniranje ponude presudna je prometna povezanost otoka s kopnom. Sve što se čini i što će se nadalje činiti u vezi s tim treba biti u funkciji izgradnje modernog i racionalnog otočnoga prometnog sustava. U otočnoj ekonomiji također je potrebno voditi računa o energentima. Zbog više razloga treba razmišljati o alternativnim izvorima energije, upotrebom solarne energije, biomase i vjetroelektrana.

Velik problem otoka su stručni kadrovi. Potencijalne kadrove bi, stoga, trebalo identificirati i stimulirati za dolazak na otok, kako bi se mogli angažirati i uključiti u realizaciju određenih projekata. Istodobno bi trebalo poboljšati uvjete školovanja na samome otoku, provoditi tečajeve doškovanja i specijalističkog usavršavanja, koristeći se dostignućima suvremene informacijske tehnologije i razmjenom iskustava s razvijenijim sredinama.

Otoci, očito, imaju šansu u obiteljskome gospodarstvu, u malom i srednjem poduzetništvu. A širu društvenu pomoć, osim u poticajnim sredstvima, trebalo bi osigurati u funkcionalnom povezivanju mreže otočnih poduzetničkih jedinica uz odgovarajuću informatičku i marketinšku podršku.

ZAKLJUČAK

Na većim otocima već su stvorene određene gospodarske i socijalne pretpostavke za sigurnije uvjete života. Ta iskustva su dragocjena, osobito sa stajališta koncepciskog usmjeravanja i strukturiranja razvoja turističke pnude. Turističke tvrtke su ključni čimbenici kreiranja gospodarskoga života na otocima, isto kao što su ljudi koji su ostali živjeti na njima njihova duša. Neophodno je učiniti sve da koncept razvitka otoka oslanjanjem na snagu vitalnosti domicilnoga stanovništva zaživi, kao jamstvo njegovanja posebnosti i uspješnoga razvoja. U sadašnjoj, prijelaznoj fazi privatizacije, kad ona u nekim slučajevima poprima obilježja "rasprodaje" turističkoga bogatstva, u središte pozornosti trebala bi biti vlasnička i financijska pitanja konsolidacije turističkih tvrtki. Cilj turističkoga razvoja nije ulaganje stranoga kapitala, nego osiguranje opstanka života naših ljudi na otocima. U sadašnjim uvjetima, ideja o brznoj rasprodaji hotelske imovine ne jamči očekivanu renesansu našeg turizma. Stoga je racionalnije da se sve najprije dovede u svoje normalno stanje, te da se onda u privatizaciju krene sa strateškim partnerom koji će pokazati interes za dokapitalizaciju i uspješnu realizaciju

dogovorenih poslovnih aranžmana. Pritom je prijeko potrebno držati se osnovnih strateških opredjeljenja: (1) turistički otočni profiti dugoročno trebaju ostati stanovnicima otoka, (2) zaposlenici trebaju osjećati sigurnost i zadovoljstvo u svojem radnom angažmanu i (3) novi turistički razvoj ne bi smio narušiti skladnu ljepotu ostvarenu suradnjom čovjeka i prirode.

Budući da su turističke tvrtke ključne strateške točke razvitka i prosperiteta otoka, u cilju njihove potpune konsolidacije i bržeg tijeka razvitka trebalo bi poduzeti sljedeće: da država preuzme dio duga koji je nastao u ratnim uvjetima poslovanja, da se inicira postupak revidiranja nerealno visokih kredita, da se prihvati subvencioniranje prijevoznih troškova, kako bi se izjednačili uvjeti života i rada na otocima s onima na kopnu, da se potiče stvaranje postojeane vlasničke strukture, osobito većim sudjelovanjem zaposleničkoga vlasništva, te da se razmotri mogućnost uzimanja posebnog zajma kod Svjetske banke za financiranje otočnih razvojnih projekata (razvoj infrastrukture, modernizaciju postojećih kapaciteta, razvoj "proizvoda" u zdravstvenim i u ekološki vrjednijim oblicima turizma). Da bi se mogle zacrtati smjernice i poduzimati konkretne mjere, nužno bi bilo što prije snimiti stanje (posebno s aspekta: vlasničke strukture, funkcionalne opremljenosti i uređenosti kapaciteta, razine zaposlenosti, potrebe za investiranjem), uz ocjenu sadašnjega stanja i utvrđivanja vizije razvoja u pojedinim otočnim tvrtkama.

Na otocima je nužno imati dugoročne programe razvoja, koji automatski podrazumijevaju razradu od prostornih planova do razrade provedbenih prostornih planova na pojedinim užim turističkim lokacijama i zonama. Da bi otoci postali "razvojna područja" nužno je uz djelotvornije rješavanje aktualnih gospodarskih i socijalnih problema na njima poboljšati opće uvjete življenja (omogućiti urbane uvjete života), pokrenuti razvoj u turizmu komplementarnim djelatnostima, provoditi mjere i akcije za cjelovitiji i skladniji razvitak ("integralni razvitak") te utjecati na reafirmaciju i revitalizaciju otočnih turističkih tvrtki - ne dopustiti da se guši njihova razvojna snaga. Jer, u pitanju je upotreba "resursa", kao bogatstvo prirode i kulture. Zapravo, riječ je o najvrednijoj prostornoj rezervi za razvoj najkvalitetnijih vrsta i oblika turizma, naravno, uz uvjet da se trajno sačuvaju prirodne i ambijentalne vrijednosti

Također još treba istaknuti da je strategiju razvitka domaćinskoga otočnog turizma potrebno realizirati uz visok stupanj turističke diferencijacije, koja počiva na upotrebi kvalitetnih ljudskih resursa (angažiranjem vlastitih talenata) u kombinaciji sa specifičnim prirodnim i drugim uvjetima. Na otoke treba vratiti barem dio najvitalnijeg iseljenog stanovništva. Dakle, naglasak se stavlja na angažman kreativnih i stvaralačkih snaga koje imaju spoznaje i svijest o kulturnim vrednotama i vrijednostima prirodne autohtone ljepote, te posjeduju umijeće i sposobnost izražavanja određenih aspekata kulture života u pojedinim otočnim sredinama. Tako će ta čarobna harmonija otočnoga niza ne samo osnažiti

hrvatski turistički proizvod novom puninom, već će zasjati i kao dragocjena prirodna oaza u europskoj turističkoj ponudi.

LITERATURA

- Alfier, D., Domanik, R., (1987), Mogućnosti i pravci razvoja jadranskih otoka, Turizam, TSH, Zagreb
- Badurina, S., (1994), Zauzetost crkve za život na otocima – iz zbornika radova "Strategija održivog razvitka hrvatskih otoka", Ministarstvo pomorstva, prometa i veza RH – Centar za razvitak otoka (hvarski simpozij)
- Braškić, T., (1995), Razvoj turizma na Lošinju i privatizacija hotelijerstva, Tržište, CROMAR, Zagreb, br. 1/2
- King, B.E.M., (1997), Creating Island Resorts, Routledge Advances in Tourism, London and New York
- Kobašić, A., (1992), Istraživanja u funkciji strategije razvoja turizma, Turizam, Zagreb, br. 9-10
- Lajić, I., (1994), Pučanstvo hrvatskih otoka: posljednjih trideset godina – iz zbornika radova "Strategija održivog razvitka hrvatskih otoka", Ministarstvo pomorstva, prometa i veza (hvarski simpozij)
- Mirković, M., (1957), Otočka zajednica Susak/ Otok Susak (knjiga 49), JAZU, Zagreb.
- Radnić, A., Mikačić, V., (1994), Turizam i održivi razvitak hrvatskih otoka – iz zbornika radova "Strategija održivog razvitka hrvatskih otoka", Ministarstvo pomorstva, prometa i veza (hvarski simpozij)
- Rocco, F., (2000), Inicijalni projekt: Razvojna strategija jadranskog otočja, CEMA, Zagreb
- Rubić, I., (1952), Naši otoci na Jadranu, Split
- Smoljanović, M., Smoljanović, A., Nejašmić, I., (1999), Stanovništvo hrvatskih otoka, Zavod za javno zdravstvo, Split
- Vlahović, D., (1995); Naši pučinski otoci u turističkom razvoju – rad u okviru XIV. kongresa i znanstvenog simpozija "Razvojni problemi turizma hrvatskog Jadrana", Tržište, CROMAR, Zagreb, br. 1/2
- Vlahović, D., (2000), Budućnost otoka s aspekta razvitka turističkih tvrtki, HGK ŽK Split – grupacija otočnoga turizma
- Vlahović, D., (2000), Razvojna strategija hrvatskih otoka – konceptualna polazišta, Institut za turizam, Zagreb
- Mogućnosti i pravci razvoja jadranskih otoka (studija), Ekonomski fakultet, Zagreb, 1983.

Nacionalni program razvitka otoka, Ministarstvo razvitka i obnove RH, Zagreb, 1997.

Povratak na hrvatske otoke, Ministarstvo povratka i useljništva RH, Zagreb, 1998.

Darko Vlahović, M.Sc.

Split

DEVELOPMENT POLICY OF ISLAND TOURISM

Summary

Croatian islands have outstanding ecological and esthetic qualities, the potential value of which is increasing. The low population density on the islands should be considered when their development is discussed. It should also be emphasised that social and cultural life is different in those marginal areas of the country where natural social life dominates. Their development is, however, associated with the activities closely related to the immediate surroundings. The successful development of the tourist industry on the islands implies a modern approach, which should not affect the authenticity of the islands, ie., their specific features, which is one of their developmental advantages.

Apparently, the proper concept of island tourism assumes a high degree of sensibility towards the specific natural and cultural heritage. Under present conditions, Croatian islands can establish themselves in a touristic sense through the revival of local initiatives, the development of their specific entrepreneurship as well as through an efficient strategy, including a thorough approach and adequate government incentives.

Key words: *development policy, strategic plan, tourist company, island tourism.*

JEL classification: R23, L83