ASOCIJACIJA MENADŽERA CRNE GORE
Predsjednik Budimir RAIČKOVIĆ

Došlo vrijeme da se pita struka

Ljudi posmatraju krize kao problem, a ja kao izazov da se suočimo sa svim onim prednostima i nedostacima naše ekonomije. Crna Gora kao manji system ima mogućnost da se brže reorganizuje, ali isto tako jasno da vidi koji su to pravci, kako ne bi gubili vrijeme i sredstva na koncepte koji nam ne donose novu vrijednost.

Budimir RAIČKOVIĆ

PUTOVANJA: Kakve su posljedice i koliko će tromjesečna blokata turističkog sektora uticati na turistička dešavanja, a koliko na privredni razvoj Crne Gore?

RAIČKOVIĆ: Blokada sama po sebi predstavlja ograničavanje kretanja, što je za turizam pogubno, jer kretanje, putovanja i cirkulacija su osnov turizma. Posljedice su velike, što se manifestuje ovih dana, kada su nam u špicu sezone prazni hotelski kapaciteti i plaže. Ono što zabrinjava je koliko će sve ovo trajati, zbog čega su projekcije veoma diskutabilne. Jednostavno nema izvjesnosti. Turizam kao četvrtina naše privrede i glavna razvojna grana je zaista pogođena, anomalije i pad produktivnosti bilježe i djelatnosti koje prate turizam i sve ono što on donosi, a to je prihod za preduzetnike, zaposlene, opštinu i državu. Pa čak i o stranim direktnim investicijama zbog velikih rizika u ovakvim vremenima je teško razmišljati.

Finansijki prihodi države ali i finansiranje lokalne samouprave, zdravstva, penzionih fondova, zapošljavanja su na *klimavim nogama*. Kako reagovati? Na jednoj strani je potrebno da država u maksimalnoj mogućoj mjeri reaguje ka privredi, sa druge strane, novonastale okolnosti su ograničili budžetske prihode. Potrebno je vrijeme da se nađu najbolji modeli. Relevantne procjene iz maja, govore da će pad turističkog prihoda biti za 40%, što je veoma optimistično. Sada mogu reći da je to blaža varijanta. Znate da su i kolege iz Hrvatske procijenile više od 70% pada turističkog prihoda. Ne želim da se bavim procjenama jer zaista je nezahvalno, ali je očigledno da je pad prihoda od turizma drastičan.

Asocijacija menadžera je na početku krize rekla, da će pandemija neminovno prouzrokovati globalnu ekonomsku krizu i da ove sezone de facto nema, analogno tome nemamo projektovani rezultat, osim nastojanja da održimo ključne privredne subjekte u oblasti turizma, nalazeći neke poglede i dogovore kako da ovo sve prevaziđemo i održimo turizam ali i ostale segmente privrede.

PUTOVANJA: Kada očekujete oporavak turističkog sektora i kada ćemo dostići, fizičke i finansijke, rezultate iz 2019. godine?

RAIČKOVIĆ: Oporavak neće biti brz niti lak, iako bi željeli. Ukoliko ne bude ponovo korona virusa, oporavak će biti sofisticiran, zahtjevan i iziskivaće maksimalno angažovanje svih aktera. Brojni su faktori koji će uticati na oporavak. Prvi je korona virus kao nepoznanica i sve dok se ne „iskorijeni“ putem vakcine, prijeti opasnost. Drugi je ekonomska kriza koja je uticala na potrošnu stranu, a dobro znate da je turizam grana koja zavisi od planiranja i od tur-operatora, a oni su opet uslovljeni materijalno finansijskim okolnostima. U nedostatku ekonomske moći naših emisionih tržišta, ne možemo govoriti o snažnom crnogorskom turizmu.

Do tada, kako kod nas tako i u drugim zemljama forsiraće se domaći turizam. Kao što mi u Crnoj Gori nastojimo da naši ljudi ljetuju doma rekao bih da će u ovim okolnostima i druge države nastojati da upute svoje građane da iskoriste domaće potenicjale.

Ekonomska moć pada sa ekonomskom krizom. Nadam se da će sljedeće godine biti bolje, a da će se stvari stabilizovati tokom 2022. i 2023. godine. Ekonomska kriza je specifična po svim segmentima, jer nije izazvana ekonomskim faktorima ali je de facto preokrenula kompletnu ekonomsku sliku svije-

ta. Mi smo i suviše mala ekonomija da možemo uticati na globalne tokove, ali jako zavisna od njih.

PUTOVANJA: Kakav je, po Vašem mišljenju, poslovni ambijent u Crnoj Gori za turističko-ugostiteljsku djelatnost, postoje li biznis barijere?

RAIČKOVIĆ: Očigledno je da se u posljednje vrijeme poslovni ambijent unapređuje. Međutim, turistička i ostala privreda očekuje veću efikasnost administracija na državnom i lokalnom nivou, mnogo veću aktivnost i rekao bih brže i kvalitetnije servise prema privredi, turizmu i građanima. To je apriori zadatak u vremenu kad je bitno da budemo efikasni.

Poslovni ambijent u krizama nije motivacioni ni za preduzetništvo ni za bilo koju granu, zato mislim da je zajednički zadatak da održimo privredu, jer se iz nje crpe sredstva za zdravstvo, školstvo i ostale društvene potrebe.

Kao Asocijacija menadžera, nastojimo da prioritetna tema bude privreda, ekonomski i socijalni razvoj. Zato smo predložili formiranje Nacionalnog strateškog tima koji neće biti fokusiran na samo za jednu godinu, jer će nam za oporavak biti potreban mnogo duži period.

PUTOVANJA: Sve više se turizam definiše kao najznačajnija razvojna grana... Da li turizam može biti primarna privredna djealtnost ili nosilac privrednog razvoja Crne Gore?

RAIČKOVIĆ: Turizam treba da ostane jedna od prioritetnih grana, ne zanemarujući činjenicu da je jako senzitivan na mnogo faktora, što se nažalost manifestovalo ove godine sa virusom, ali i početkom godine nedostatkom snijega ili vremenskim prilikama tj. neprilikama. I pored kontinuiranog rasta turističkog prometa, ipak moramo istaći da imamo kratku sezonu. U posljednjem periodu počela je da se razvija predsezona i podsezona. Nažalost trenutne okolnosti su nas vratile na špic sezone, što implicira da će nam nedostajati sredstava za likvidnost.

Bez pokrivanja visoke uvozne zavisnosti ne možemo da računamo na stabilan ekonomski razvoj. Ova kriza je i pokazala još jedno, da se teorije koje govore da će se tržiste samo regulisati padaju polako u vodu, jer se vidi da je uloga države značajna sa aspekta podrške i regulacije privrednog oporavka. Naravno ne možete *dati svima*, morate voditi računa o subjektima, prvenstveno o mikro i malim preduzećima koja su jako pogođena krizom. Krizom su pogođeni i veliki sistemi. Jedno drugo vuče i bitno je naći pravu mjeru, a situacija je takva da moramo postići nacionalni konsenzus oko svih pitanja, prvenstveno u ekonomiji.

Prirodni resursi su ogroman potencijal za razvoj turizma, svrstavajući ga kao prioritet privrednog razvoja. Međutim, nikako ne smijemo da zavisimo samo od toga, treba da se okrenemo ka proizvodnji i onim djelatnostima koje možemo da valorizujemo, ali i da sve ono što prati turizam podignemo na veći nivo, kako bi uposlili oko turizma što više djelatnosti. Zaboravljaju se i ove male djelatnosti, agencije koje trenutno ne rade. Primjera radi, korona je pogodila kongresni turizam koji je počeo snažno da se razvija. Zatim koliko je događaja odloženo i pitanje je da li će ih biti ove godine.

To je naš put, znak pitanja koji postavlja AMM, kako dalje u ekonomiji, kako da se razvijamo. Kratkoročne mjere su dobre kao intervencije ali one u dužem periodu nisu održive i mora se naći kvalitetniji i osmišljeniji model da naša privreda opstane.

PUTOVANJA: Da li sjever Crne Gore može da bude ekonomski profitabilan?

RAIČKOVIĆ: Crna Gora ima značajne potencijale na sjeveru, koje moramo na pravi način valorizovati. Značajan faktor za zimski turizam su klimatske promjene. Nije ovo prva zima sa malo sniježnih dana što je uticalo na ski turizam. Po pitanju klimatskih promjena treba obratiti pažnju na iskustva zemalja koje su prepoznate u svijetu po ovom vidu turizma, poput Austije i Švajcarske. Sjever ima potencijala za ljetnji turizam, gdje se i ostvaruju bolji rezultati, ali zbog cjelogodišnje sezone fokus ide na zimski odmor, gdje turisti prvenstveno dolaze zbog skijanja i zimskih aktivnosti. Kolašin je uradio značajne pomake u tom pravcu, Bjelasica je aktivno gradilište ali i Žabljak treba strateški osmisliti, prilagoditi svjetskim trendovima. Svakako, ne manje važna - infrastruktura i na kraju uraditi strategiju promocije, kako privući goste. Najveći potencijal sjevera je u stočarstvu, proizvodnji zdrave hrane, vode, energije itd.

PUTOVANJA: Da li Država sve čini da poreskom politikom, podsticajnim mjerana, benefitima, stimuliše turistički sektor, kao i privredne djelatnosti koje ga prate?

RAIČKOVIĆ: Poreska politika mora da bude afirmativna, jer priroda kapitala je da se ulaže tamo gdje su poreski uslovi bolji, predvidljivi. Ne smijemo mijenjati poreske propise u toku igre, jer to ozbiljni investitori ne prihvataju (zbog ulaganja kapitala, planiranja, kalkulacije). Ukoliko želimo da razvijamo preduzetništvo i direktne investicije, poreska politika mora da bude stimulativna. Konkurencija je velika, mnogo je turističkih destinacija

u ponudi, treba se izboriti kvalitetom turističkog proizvoda. Meni i vama je najljepša Crna Gora, ali treba ubijediti goste iz drugih zemalja kako bi im postala prioritetna destinacija. Investitori, bilo domaći ili strani, mi ih u AMM ne dijelimo, opredeljivaće se prema onome koliki će na kraju imati profit i da li su uslovi koje im nudi država stimulativni. Rekao bih da, iz godine u godinu Crna Gora napreduje i da se mora zadržati stimulativna i predvidljiva poreska politika.

PUTOVANJA: Koliko problem sive ekonomije utiče na poslovanje i na regularnost turističko-ugostiteljskog tržišta, može li se procijeiti izgubljena dobit?

RAIČKOVIĆ: Velika boljka svih država pa i Crne Gore je upravo siva ekonomija. Kod nas, u sektoru turizma je jako naglašena, što predstavlja veliki problem u poslovanju ali i velike gubitke u prihodovnom smislu. Ne treba mnogo elaborirati, jer postoje saznanja da određeni broj objekata ne ulazi u sistem, a posebno je to eskaliralo u individualnom smještaju što rezultira neplaćanjem boravišne takse i neprijavljivanjem radnika. Zato država mora usmjeriti fokus i pažnju upravu na taj segment, češćim inspekcijskim nadzorom. Jako je važno sprovoditi oštru borbu protiv sive ekonomije u svim oblastima sa nultom tolerancijom.

PUTOVANJA: Kakvo je Vaše mišljenje o kreditnim plasmanima u turističkom sektoru?

RAIČKOVIĆ: Banke će morati da budu sistemski dio programa oporavka crnogorske privrede i turizma. Sigurno da će morati promisliti o načinu učestvovanja i podjeli ovog tereta. Bitno je istaći da privredni subjekti razmišljaju o svom opstanku, što je bitno kako bi kompletan sistem (bankarski, finansijski, privredni i državni) izašao iz krize. Nije u pitanju pola ili cjelokupna sezona, ovo je duža priča, jer moramo biti duboko svjesni gdje se nalazimo, kad i kako doći do zelene grane.

AMM je na početku krize projektovala da će doći velika recesija. Ne želimo licitirati koliko će novca trebati za turističku privredu, a isti se mora obezbijediti zbog neophodnosti ozdravljenja privrede. U cilju stvaranja nove vrijednosti ili pokrivanja *rupa*, određena zaduženja će zasigurno biti potrebna. Problem je u kojem pravcu će ista ići, zbog čega će biti značajno da se odrede prioriteti jer, između ostalog, sigurni smo da se ne može pokriti sve. Jako je važna senzitivnost kada je u pitanju državna pomoć i kompletan sistem mora da se uključi. Ovo nije pitanje samo Vlade već čitave privrede i mislim da je to jako, jako bitno.

PUTOVANJA: Koliko je Crna Gora prepoznata i marketinški promovisana na emitivnim tržištima?

RAIČKOVIĆ: Posljednjih godina se puno uradilo na promociji Crne Gore, čemu je doprinijela digitalna transformacija kao oblast marketinga. Nisam sturčnjak za turizam, ali pitanje je koliko sajmovi ili određena dešavanja ostvaruju efekat. Svaka promocija je dobra ali je pitanje da se sredstva usmjeravaju na ono što donosi najbrži i najveći efekat. Lijepo je da smo prisutni na najznačajnijim dešavanjima, ali smatram da su socijalne mreže - Instagram, Twiter i druge platforme, mnogo efikasnije. Tu su i uticajni elektronski mediji u dijelu oglašavanja, podsjetiću na kampanije CNN i BBC, ali i na Njemačke najgledanije televizije. Mora postojati kanal za turizam uz ostale djelatnosti koje su sastavni dio repro lanca turističko-ugostiteljske djelatnosti. Razmišljati i o stvaranju nove strategije i promocije turizma, odnosno osvježavanja novim idejama. Sredstva za to se moraju obezbijediti, jer će se ona višestruko vratiti.

PUTOVANJA: Da li Ministarstvo turizma treba da egzistira kao zaseban resor u Vladi Crne Gore?

RAIČKOVIĆ: Često se postavlja pitanje da li neko ministarstvo treba ili ne, a u suštini pitanje je kako se stvari kordiniraju. Recimo i da egzistira samostalno Ministarstvo turizma pitanje je koordinacije. Vjerovatno, ova kriza će možda tražiti da se smanji broj ministarstava, odnosno da li nam treba 15/20 ili nam treba 10 sa dobrom strukturom organizacije. Ministar/ka je politička figura, ali je jako bitna struktura ljudi koji su na čelu resora koje pokriva turizam.

Poštujemo mlade, poletne ali bi voljeli da vidimo isto i iskusne kadrove iz oblasti turizma, a Crna Gora ima takvih ljudi i to je suština. Nije pitanje, da li je ili nije potrebno ministarstvo turizma, već ko vodi u profesionalnom smislu, tu liniju rada i kakve rezultate daje. Ovo pitanje nije važno samo za turizam već generalno za ustrojstvo i organizaciju Vlade i koordinaciju unutar nje.

Asocijacija menadžera kao poslovna i društvena organizacija, kao dobar i kvalitetan partner, nudi svoje preporuke i razmišljanja prvenstveno Vladi i lokalnim samoupravama. Šta će se od toga prihvatiti je na donosiocima odluka. Dajući najbolje od sebe, pokušavamo da pomognemo da ove i predstoje će ekonomske izazove prevaziđemo na najbolji mogući način.

Došlo je vrijeme da se pita struka, a to je suština odgovora na pitanja da li nešto treba ili ne. Kao što smo sa koronom u datom momentu slušali struku, tako će doći veoma brzo vrijeme kada ćemo morati da poslušamo ljude koji imaju znanje i iskustva u privredi. Na kraju, moramo vjerovati i biti istrajni jer je to jedini način da pobijedimo ove nedaće.