

NAŠA

SKUPNOST

CENA 10 DIN

LETNA NAROČNINA 250.-
DIN - TEKOCI RACUN
PRI KOMUNALNI BANKI
V LJUBLJANI ST. 60-KB-
5-2-367 S POSEBNO OZ-
NAKO: ZA NAŠO SKUP-
NOST.

Marijan Brecej:

Turizem v prihodnjem letu

Problemi, ki se postavljajo v zvezi s turizmom, nam vsako leto čedalje bolj jasno vsiljujejo potrebo, da se jih lotimo kompleksno in sistematično. Pogrešno bi bilo trditi, da dosedanja aktivnost ljudskih odborov, gospodarskih in družbenih organizacij na tem področju ni bila uspešna. Nasprotno, prav ta aktivnost je v marsičem prispevala, da smo s sorazmerno majhnimi sredstvi dosegli v povojnem razdobju znaten porast turističnega prometa. Število domačih turistov se je povečalo od 720.000 v letu 1938 na skoraj 3.000.000 v letu 1955, število inozemskih turistov pa od 340.000 na skoraj 500.000. V takem položaju pa, ko gospodarske organizacije, ki so usmerjene k turističnemu prometu, razpolagajo še s skromnimi sredstvi, so vsekakor dane večje stvarne možnosti bolj ekonomičnega in obsežnejšega izkoriščanja teh zmogljivosti. No, vidimo pomanjkljivost potrebne koordinacije vseh tistih činiteljev tako gospodarskih kakor političnih in družbenih, ki delujejo na tem družbeno ekonomskem področju. Prav ta pomanjkljivost pa povzroča zelo pogosto tudi neposredne težave. Posebno vprašanje predstavlja investicijska politika v turizmu, ki smo jo doslej samo delno reševali. No, kaže, da bo tudi v bodoče potrebno, vsekakor tako s splošnega kakor z gospodarskega stališča, lotiti se v tem pogledu sistematične krepitve osnovnih sredstev v turizmu.

Izkušnje lanske in letošnje sezone nam jasno vevajo, da moramo na tem področju napraviti nekatere spremembe v sedanjem sistemu in v praksi. Zaradi aktualnosti nalog, posebno tistih, ki se tičejo inozemskega turizma v Jugoslaviji, jih moramo reševati že sedaj, večino pa še pred sprejetjem družbenega plana za leto 1957. Gospodarske in družbene organizacije in državni organi, ki so zadolženi z nalogami iz turizma, so analizirali sedanje stanje in ugotovili, da moramo sprejeti določene spremembe na vseh tistih področjih, ki vplivajo na razvoj tako domačega kakor tudi inozemskega turizma pri nas. Razen temeljnega vprašanja, kako doseči v turističnem sezonskem gostinstvu rentabilnost podjetij, hkrati pa omogočiti izkoriščanje vseh zmogljivosti za domače in tuje turiste, so bila obdelana tehnična in ekonomska vprašanja v zvezi s prometom, s carinskimi in finančnimi predpisi, z vprašanji izdajanja vizumov in tarif za vizume. Obdelani so bili prav tako tudi gospodarski instrumenti, ki naj zagotovijo komunam dohodke iz turizma, razpravljalo se je o investicijski politiki, o organizaciji informativne in propagandne službe ter s tem v zvezi tudi o funkcijah družbenih organizacij v turizmu in Turistične zveze Jugoslavije kot organizacije z določenimi uradnimi pooblastili. Kakor smo že zgoraj naglasili, so bili od vseh teh organov že predloženi predlogi kot rezultat posvetovanja vseh zainteresiranih činiteljev.

Zaradi aktualnosti želimo v tem članku posebej poudariti pomen reguliranja cen v sezonskem penzijskem gostinstvu. Rešitev tega vprašanja je nujna zaradi usmeritve politike komun in za razvoj domačega turizma, posebno pa je nujna za razvoj inozemskega turizma. Uspeh našega nastopa na inozemskem tržišču bo zagotovljen samo tako, da bomo pravočasno objavili cene, predvsem gostinskih uslug in tarife (cene prevoznih uslug, cene vizumov, turistične takse itd.). Drugi prav tako nujen pogoj je, da teh cen ne spreminjamo več.

Izkušnje iz minulega in letošnjega leta

Kaj nam kaže analiza lanske sezone in osmih mesecev letošnjega leta? Značno smo spremenili



Marijan Brecej

gospodarske instrumente, ki uravnavajo poslovanje gostinskih podjetij tudi v turističnih krajih; predvsem gre za bistvene spremembe v deviznem sistemu. Tukaj naj ponovno poudarimo, da je najvažnejši vzrok letošnje slabše turistične sezone, posebno v prvih mesecih, tičal v tem, ker so bili ti ukrepi storjeni prepozno in se je zato naš nastop na inozemskih tržiščih toliko zakasnil, da se naša podjetja niso mogla vključiti v inozemsko tržišče v času konjunkturo. Razen tega moramo ugotoviti, da so spremembe v teh gospodarskih instrumentih tudi objektivno vplivale na razvoj letošnjega inozemskega turizma, posebno pa so se zaostriili problemi domačega turizma, ki so sicer aktualni zaradi relativno nizke kupne moči domačega prebivalstva.

Če smo si zastavili nalogo, da s temeljito analizo osvetlimo položaj sezonskega turizma kot činitelja v turizmu, tedaj moramo poudariti, da je prav letošnje leto — kljub pomanjkljivostim

in težavam, ki smo jih imeli, — odprlo nujen in pozitiven proces prilagajevanja turističnega gostinstva tržnim pogojem. Ne smemo pozabiti, da so vsi prejšnji sistemi tako ali drugače toliko subvencionirali sezonsko gostinstvo, da so s tem zaknili račune rentabilnosti ter tako navajali podjetja na negospodarno poslovanje. Visoka devizna stimulacija, posebno v letu 1955, je bila še bolj ugodna za negospodarno poslovanje. Zato je razumljivo, da je povzročil nagli prehod na gospodarno poslovanje v podjetjih težave, da se podjetja niso pravočasno znašla in da so zato brez potrebnih notranjih analiz svojega poslovanja v številnih primerih nesolidno nastopala v svojimi cenami.

Velike razlike v cenah

Take izkušnje so terjale najprej razčiščenje glede lastne cene, ker samo lastna cena, ne pa prodajna cena, lahko služi za kriterij urejevanja odnosa sezonskega gostinstva do skupnosti in za njegovo rentabilnost tako na področju domačega kakor na področju inozemskega turizma. S pomočjo gospodarskih organizacij, predvsem gostinskih zbornic in turističnih zvez so bila pregledana številna podjetja različnih kategorij z namenom, da se ugotovi stvarna cena. Ta pregled je pokazal velike razlike, ki so včasih tudi nerazumljive. Tako je n. pr. v dveh hotelih kategorije »A«, ki poslujeta v približno enakih pogojih, v enem izmed njiju cena za 1 penzion 3285 dinarjev, v drugem pa 1482 dinarjev. Take in podobne razlike so tudi v drugih kategorijah. To je lahko dokaz, da mnogim podjetjem ni do tega, da bi se trudila doseči gospodarsko upravičeno in dopustno lastno ceno svojih uslug, temveč so se usmerila samo na trenutno konjunkturo ter so zato izgubila iz vida pravi račun rentabilnosti svojega poslovanja.

Nujne so določene spremembe

Naloga podjetij in drugih gospodarskih organizacij kakor tudi državnih organov, ki delajo na tem področju, so bile jasne. Potrebno je bilo na temelju sedanjih cen materiala, na temelju višine plačnega sklada in upoštevajoč sedanje gospodarske instrumente, ki bremenijo turistično gostinstvo, izračunati realno lastno ceno; prodajno ceno uslug. Na temelju tako izračunanih cen je bilo treba razpravljati o tem, ali ima turistično gostinstvo potrebne pogoje za uspešen nastop tako na domačem kakor tudi na inozemskem tržišču in ali nudi zadostno materialno osnovo komunalni politiki, ki se naj v turističnih krajih naslanja na dohodke iz turizma. Analiza je pokazala, da je potrebno napraviti nekatere spremembe tudi v pogojih ekonomskega poslovanja turističnega gostinstva. Za te spremembe govori dejstvo, da je letošnja praksa pokazala znižanje domačega prometa v turističnem gostinstvu, da nadalje nismo bili dovolj konkurenčni na inozemskem tržišču in da so končno komune iskale v turističnih podjetjih finančna

Nadaljevanje na 2. strani

(Nadaljevanje s 1. stran)

sredstva za svoje potrebe pretežno s fiskalnimi ukrepi, tako pa objektivno zavirale turistični promet. Če smo tako potrdili, da penzijsko gostinstvo v sedanjem stanju zaradi svoje nerentabilnosti ne more vzpodbujati turističnega razvoja, čeprav po drugi strani vemo, da nam posebno inozemski turizem omogoča pomemben dotok žvez (od tega je 60 odstotkov iz penzijskega gostinstva, drugih 40 pa so izdatki inozemskega turizma), tedaj je gospodarsko upravičeno, da to rentabilnost omogočimo. Mnenja smo, da je potrebno tudi v penzijskem gostinstvu ustvariti pogoje za razvoj domačega turizma, ki jih ne moremo gledati samo z ekonomskega stališča temveč tudi kot element, ki je nujno potreben za obnavljanje in krepitev delovne sposobnosti našega delovnega človeka. Bilo bi nezdržljivo, če bi naše penzijsko turistično gostinstvo usmerili samo na inozemski turizem. Zato moramo reševati v tem pogledu cene turističnega gostinstva tako s stališča nujnega razvoja domačega turizma kakor tudi s stališča povečanja inozemskega turizma.

Stimulacija iz turizma bi pripadala komunam

Razen splošnih koristi, ki jih prinaša turistični promet v mednarodnem življenju, predstavlja turizem vsekakor v vseh državah gospodarsko najrentabilnejši način izvoza. Zato je naša gospodarska politika kakor sicer v celoti pri izvozu intenzivno zainteresirana na povečanju inozemskega turizma. Tu pa se jasno postavlja kot pogoj konkurenčnost z drugimi, posebno sosednimi državami. Letošnje cene so pokazale, da smo konkurenčni samo v višjih kategorijah, in to pri tako imenovanem individualnem turizmu, da pa smo medtem izgubili konkurenčnost v predsezoni in posezoni (ker ne dajemo popusta ali dajemo premajhne popuste). Razen tega smo premalo konkurenčni v skupinskih angažmajih, ki predstavljajo pretežni del poslov v vseh velikih in malih potniških organizacijah. Tukaj je dejansko odločitev jasna: če želimo uspešno nastopiti na inozemskih tržiščih z našimi turističnimi uslugami, tedaj moramo biti popolnoma konkurenčno sposobni.

Pri tem pa, ko težimo za razvojem domačega in inozemskega turizma, nikakor ne smemo zamenariti položaja turističnih področij, ki so nujno vezana v svoji finančni politiki prav na ta turistični promet. Zato mislimo, da je pravilno tako s splošnega stališča kakor tudi zaradi materialne zainteresiranosti, da turizem čim bolj tesno povežemo s komunami. To pomeni, da naj gre vsa ustvarjalna akumulacija iz turističnega gostinstva v korist komun, pri čemer naj komune same sprejemajo gospodarske instrumente na temelju rentabilnosti posameznih podjetij. Temeljne okvire teh instrumentov naj bi določila skupnost, ki po drugi strani prevzema nase dolžnost, da zagotovi po že omenjenih stališčih rentabilnost turističnega gostinstva v razvoju domačega in inozemskega turizma.

Ob težnji k tem smotrom bi bilo na temelju analize potrebno dosedanjo lastno ceno znižati, in to za približno 15 odstotkov (namreč tisto, ki je gospodarsko upravičena, ne pa tiste, ki je samovoljna in negospodarno visoka). Tako bi podjetja imela zadostne osnove za svoje rentabilno poslovanje in — kar je važno — dobila bi možnost, da z diferenciranjem cen (predsezona — posezona — skupinski angažmaji in podobno) vodijo politiko čim boljše izkoriščanja svojih zmogljivosti.

Dajanje premij podjetjem

Pri razpravljanju o vprašanju, kako doseči boljše pogoje za poslovanje v turističnem gostinstvu tako v gospodarskem odboru kakor tudi v koordinacijskem odboru zveznega izvršnega sveta so prišli do sklepa, da je premiranje podjetij na promet, ustvarjen v sezonskem penzijskem gostinstvu trenutno kot gospodarski ukrep najbolj smotro. Težišče teh premij bi bilo vsekakor na predsezoni in posezoni, da bi se zmogljivosti čim boljše in čim bolj ekonomično izkoristile. Premije bodo obračunane na vrednost prometa, in to v sezoni v višini 10%, izven sezone pa 25%, in to, kar je razumljivo, samo za sezonsko penzijsko gostinstvo. Dosedanji turistični tečaj 400 dinarjev za 1 dolar se ne bo spremenil.

Pristojni državni organi bodo dali potrebna navodila glede ugotavljanja, katera podjetja so

sezonska penzijska podjetja, o času sezone in o tehniki obračunavanja premij. Podčrtati moramo, da tu ne gre za neko linearno zniževanje cen, temveč se nudi sezonskim gostinskim podjetjem možnost, da prilagajajo cene uslug pogojem domačega in inozemskega tržišča. Mnenja smo, da bodo imela podjetja tako možnosti za bolj ekonomično poslovanje, razen tega pa jih bo to predvsem spodbujalo k prizadevanju, da povečajo proizvodnost.

Predlogi za spremembo instrumentov

Razen tega obstajajo tudi predlogi za spremembo nekaterih instrumentov, ki jih je mogoče ublažiti, če se nanašajo na sezonska turistična podjetja. Obrniti na osnovna sredstva bi naj še naprej določali ljudski odbori, vendar največ do dveh odstotkov. Ljudski odbori bi prav tako določali lokalni davek na promet, največ do pet odstotkov, razen na alkoholne pijače, za katere ta omejitev ne bi veljala. Penzijskemu turističnemu gostinstvu bi se naj nadalje omogočilo popolno izkoriščanje amortizacije. Komunam naj bi bila upravičena, da predpiše sezonskemu penzijskemu gostinstvu plačevanje amortizacije samo v času sezone. Takso za bivanje bi bilo potrebno vskladiti s takimi taksami v drugih državah. Ljudski odbori bi naj bili upravičeni, da nekaterim sezonskim gostinskim podjetjem in obratom predpišejo plačilo družbenih obveznosti v pavšalnih zneskih, prav tako pa naj bi imeli možnost, da del dobička prepustijo sezonskim gostinskim podjetjem v korist investicijskih skladov teh podjetij.

Mnenja smo, da je s tem dana jasna osnova našim gostinskim podjetjem, zbornicam in turističnim birojem, da se pravočasno in solidno pripravijo na prihodnjo sezono. Ti gospodarski instrumenti predstavljajo jamstvo s strani upravnih organov, da ti ne bodo vplivali na spremembo cen in tarif. Zato ni nobenega vzroka, da se naša podjetja ne držijo strogo cen, ki jih bodo sedaj določila, ker lahko samo tako uspešno računamo na razvoj domačega in inozemskega turizma. Hkrati bodo odločitve o prevoznih tarifah dale, skupno s cenami penzijskega gostinstva zadostno osnovo za pravočasno in uspešno propagando v inozemstvu.

P o z a g r e b š k e m v e l e s e j m u



Te dni so zaprli 51. zagrebški velesajem, ki ga po vsej pravici lahko imamo za našo največjo dosedanjo gospodarsko manifestacijo. Da bi to potrdili, je dovolj, da navedemo nekaj dejstev: okrog 800 razstavljalcev iz Jugoslavije in okoli 1500 razstavljalcev iz 26 evropskih, azijskih, afriških in ameriških držav je razstavilo nad 7 in pol tisoč različnih izdelkov. Naj tisti ne omenimo, da so velesajemske razstavišče razširili za skoraj 37.000 kvadratnih metrov.

Ceprav še niso znani točni podatki, menijo, da je število obiskovalcev letošnjega zagrebškega velesajema preseglo 600 tisoč, približno četrtilijona več kakor lani.

Sedaj je še prezgodaj, da bi govorili o končnem finančnem in komercialnem uspehu letošnjega velesajema, saj bodo številne pogodbe sklenili šele naknadno, v teku »trgovskega dne«.

Po izjavah zastopnikov industrije in trgovine cenijo samo na notranjem trgu promet v prvih osmih dneh velesajma na 25 do 30 milijard dinarjev. Zagrebška tovarna orodnih strojev »Prvomajska« je n. pr. sklenila pogodbe za več stotin milijonov dinarjev, tovarna avtomobilov in traktorovskih delov »25 mart« iz Novega Sada pa za 400 milijonov dinarjev itd.

Zlasti velike poslovne pogodbe so sklenila nekatera podjetja kemične industrije, kot n. pr. »Jugovinil«, — za približno 2 milijardi dinarjev — Industrija škroba iz Jabuke pri Pančevu — za približno milijardo dinarjev. Več industrijskih podjetij je sklenilo pogodbe v zneskih nad 100 milijonov dinarjev — zlasti podjetja živilske in tekstilne industrije.

Letošnji zagrebški velesajem je pomenil hkrati nov korak naprej v krepitevi in razširitvi naših trgovskih zvez z drugimi državami. To se je izrazilo v sklenitvi

številnih trgovskih pogodb med našimi in tujimi podjetji.

Kot primer navajamo, da je tovarna vijakov iz Kopra prodala v Indijo za nad 180 milijonov dinarjev svojih izdelkov. Reška tovarna ladijske opreme »Rikard Benčić« je sklenila pogodbe z nekaterimi burmanskimi podjetji, »Rudnap« je prodal na Češkoslovaško razne mehove milijonov vrednosti itd.

Letošnji zagrebški velesajem je pomenil novo afirmacijo uspehov naše industrijske proizvodnje. Saj ni bilo skoraj nobene industrijske veje, ki ne bi bila razstavila kaj novega, modernega, sodobnega. To zlasti velja za izdelke za široko potrošnjo. Cela vrsta naših novih industrijskih izdelkov pomeni, da se bo lahko zmanjšal njihov uvoz iz tujine, ali pa da ga sploh ne bo več treba.