

# Turčija **podjetnika** ne

**BOŠTJAN SKALAR, izvršni direktor Svetovnega združenja agencij za investicije in promocijo (WAIPA)**

## IZA VERDEL VRABL

Boštjan Skalar je izvršni direktor Svetovnega združenja agencij za investicije in promocijo (WAIPA), ki ima sedež v Istanbulu, nekdanji ekonomski svetovalec Ministrstva za zunanje zadeve Republike Slovenije v Istanbulu in nekdanji direktor Spirita - Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije. Živi v Istanbulu, od koder zaradi narave svojega dela veliko potuje po celem svetu, zato na Slovenijo gleda iz druge perspektive. Za pogovor smo ga ujeli, ko se ravno je iz Amerike vrnil v s cvetočimi tulipani oplešani Istanbul, kjer kljub terorističnim dogodkom teče življenje povsem običajno.

**Waipa je slovenski javnosti verjetno bolj slabo znana?**

"Waipa je znana bolj strokovni javnosti v globalnem merilu. Je zelo

stanovsko organizirano združenje, ki povezuje 170 članov iz 130 držav. Je neke vrste mednarodna neprofitna nevladna organizacija (NGO), združuje vse javne agencije, ki promovirajo vstopne ali izstopne investicije. Ustanovljena je bila leta 1995 pod okriljem UNCTAD (Konference Združenih narodov o trgovini in razvoju), kasneje pa se je zaradi interne zakonodaje ZN osamosvojila in postala neodvisna. Tako da se sedaj financira pretežno s članarinami."

**Kako ste prišli na čelo tega velikega, pomembnega združenja?**

"Pred tem sem bil direktor ene izmed njenih članic, slovenskega Spirita. Tako sem bil neposredno udeležen v tem procesu, saj je Waipa v preteklosti imela nekaj regijsko organiziranih dogodkov skupaj s Spiritom. To je bila glavna referenca, da sem prišel na to pozicijo."

**In zakaj ste odšli iz Spirita?**

"To je zanimiva zgodba. Iz Spirita direktorji ne odidejo, temveč jih politika zamenja. Seveda ima politika pravico, da zamenja funkcionarja, ki je vezan na mandat. Čeprav Spirit še vedno nima direktorja, temveč vršilca dolžnosti. Po

mojem odhodu leta 2014 je danes na čelu Spirita že drugi vršilec dolžnosti direktorja. V tem času pa se je tudi zamenjalo že sedem ali osem ministrov. V Sloveniji je kontinuiteta menjav v skladu z vladajočo politiko neka stalnica. Kar seveda vpliva na to, da je agenciji, kot je Spirit, ki je najpomembnejša v naši državi, nemogoče normalno delovati. Agencija namreč ni klasična investicijsko-promocijska agencija, temveč spodbuja tudi internacionalizacijo, ki na neki način izvršuje strateške odločitve naše države, vlade, ministrstva za gospodarstvo. Seveda ob vseh teh menjavah ministrov in direktorjev konsistentnost strateških usmeritev ni mogoča. Do nedavnega je spodbujala tudi turizem, a se je spet umaknil na svoje."

**Res, še nedolgo tega sta bila Spirit in Slovenska turistična organizacija pod eno streho, danes sta spet narazen. Kaj se vam zdi boljša rešitev?**

"Slišalo se bo zelo pokroviteljsko, a bom vseeno tvegaj: bolje je, da sta skupaj. V bistvu sem bil jaz tisti, ki je združeval tri agencije. Kako je bila narejena ta strateška analiza, ne bom komentiral. Velik problem

slovenskega turizma je pomanjkanje denarja. Vemo, da gre več kot 80 odstotkov denarja, ki se ustvarja v turizmu, za odplačevanja kreditov. Celotna infrastruktura je že stara in potrebna obnove. Več kot očitno je, da se brez investicij turizem ne bo mogel razvijati in dosegati načrtovanih treh milijard. Investicije v Sloveniji trenutno niso na zavidljivi ravni. Ravno zato je bila dobra rešitev, da je bil turizem v sklopu Spirita, saj sta tudi v turizmu nujno potrebni promocija in pospešitev investicij. Če ti sektorji delujejo enotno in na ravni države promovirajo investicije v smeri trajnostnega razvoja, je to zagotovo povezano tudi s turizmom. Sedaj je turizem spet samostojen in seveda dopuščam, da bo strategija turistične usmeritve boljša. Toda vzdržnost sektorja na dolgi rok je, mislim, negotova."

**Ko sva se januarja na turističnem sejmu Emitt v Istanbulu pogovarjala o promociji Slovenije, ste bili precej kritični.**

"Kritičen sem, ker država ni strateško postavila jasnih smernic, kaj je prioriteto pri promociji turizma, in se pri tem ne drži konsistentnosti. Ko sem bil bližje tej srenji, sem



Foto: osebni arhiv

# utruja, raje ga spodbuja

opažal, da se pri nas vse odvija na drobnjakarski način, da se zadovoljujejo parcialni interesi. Da se plačuje za promocijo posamičnih, da ne bom rekel krajevnih skupnosti. Slovenija se gre neke vrste destinacijski turizem, promocijo destinacij. Moramo se vprašati, kaj sploh je destinacija. Po mojem mnenju je destinacija Slovenija. Ne pa Gorenjska, Dolenjska ali Primorska. V turizmu bi se morali lotiti neke vrste destinacijskega menedžmenta, da bi promovirali našo državo v celoti. Še Hrvaška promovira svojo državo v celoti, pa je bistveno večja."

**Kako torej vidite možnosti Slovenije, da se umesti v svetu? Kaj mora narediti, da izkoristi svoje prednosti?**

"Najnujnejše je na vladni ravni sprejeti strateške usmeritve. Vedeti, kaj Slovenija sploh želi doseči v prihodnje. Premiki in poskusi so opazni, sploh v industriji informacijske tehnologije (IT), da bi bili neke vrste center, središče za multinacionalke v IT-stroki. Dokaj močni smo tudi kot poddobavitelji v avtomobilski industriji, v logistiki. Vsekakor bi Slovenija morala postaviti prioritete, prioritete trge. Pa ne tako, da se stvari stalno spreminjajo, da jih je eno leto deset, naslednje pa spet samo trije. Treba se je odločiti, opredeliti tri ali štiri sektorje, področja, na katerih smo dobri, in jih promovirati. Če bi se fokusirali na manj sektorjev in manj trgov, če bi trezno premislili in določili strategijo, kam želimo, bi bili bolj uspešni. Na primer, Singapur se je odločil, da postane eden vodilnih v kongresnem turizmu, trajalo je 20 let, a so danes res eni glavnih. Na tem področju je močna tudi Turčija, vedno gosti svetovne dogodke. Če se Slovenija, ki ima odlične potencialne za kongresni turizem, pri čemer naš kongresni urad dobro dela, odloči, da postane močna kongresna destinacija, mora za tem stati vsa država. Skratka, za karkoli se odločimo, da bomo promovirali v svetu, mora za tem stati ves ustroj države. Ko sem bil še v Spiritu, je bila to tudi moja glavna težnja."

**Zdaj ste v Istanbulu. Kako vidite Slovenijo iz Turčije?**

"Waipa ima trenutno operativno središče v Istanbulu, glavno središče pa je v Ženevi. Skupščina Waipe je Istanbul izbrala prav zaradi tega, ker je tukaj dosti bolj operativno okolje, ker so od tod direktni, ugodni leti po celem svetu, vizumska politika je boljša. Istanbul je res neverjetno središče. Moj položaj in delo omogočata, da sem v stiku s svetovno srenjo, z agencijami, kot je Spirit, z vsega sveta. S tega položaja lahko tudi kritično presojam, kje je Slovenija. In moram reči, da slovenski Spirit kotira kar visoko. Seveda se pri promociji investicij ne more primerjati z Avstriji, Francozi, Nemci ali Angleži, predvsem zaradi pomanjkanja denarja, ne samo zaradi birokratskih omejitev. Če bi bile usmeritve bolj jasne in bolj strukturirane, pa bi Slovenija lahko bila zelo privlačna destinacija za naložbe. To vsi jasno in glasno povedo. Ampak temu mora slediti celotna infrastruktura države. To je tudi glavna funkci-

ja Waipe, da daje podporo svojim članom, advokaturu, konzultacije z vlada, s težnjo po dvigovanju polnomočja članic, ki so bolj poslovno usmerjene, ampak ovirane zaradi birokratskih organov, ministrstev ... Slovenija je zelo atraktivna destinacija za investitorje in zelo veliko se jih, tudi iz Turčije, zanima zanjo. A ko pride do raznih birokratskih postopkov, dobijo občutek, da je v ozadju določena stopnja netransparentnosti. Jasno, da se marsikdo potem raje umakne. Lep primer je privatizacija Telekom, ki se je neslavno ustavila. Problem Slovenije ni njena majhnost v geografskem smislu, ampak majhnost v glavah ljudi. Po svetu potujem že od začetka svoje kariere in opažam, kako je Slovenec ujet v neke stereotipe o državi, ki da je omejena v razmišljanju že zato, ker je majhna."

**Še nismo dovolj globalni?**

"Prav globalni verjetno nikoli ne bomo, saj ne moremo biti. Tudi v turizmu ne. Ne moremo se iti množičnega turizma, saj smo premajhni. Lahko pa se gremo butični turizem. Seveda ta zahteva luksuzne trgovine, luksuzne prevoze v sosednje države ... Slovenija je premajhna, zato je treba tržiti tudi širše, regijsko, v smislu Evrope. Nujno je torej tržiti in nastopati tudi skupaj s sosedami. Recimo, Alpe Adria je dobra praksa. Na primer japonski ali ameriški turist, ki je potoval do Slovenije deset ur ali več, se ne zadovolji samo z eno destinacijo, temveč želi obiskati vsaj tri države. Seveda je treba pri tem bolj globalno razmišljati o promociji turistične ponudbe, postaviti širšo sliko. In si potem lepo razdeliti to sočno pogačo. Zgledi turistične promocije skupaj s Hrvaško so vredni pohvale."

**Kako je živeti v Turčiji, v Istanbulu? Se počutite varno?**

"Varnost v Turčiji je enaka, kot je bila pred zadnjima dvema terorističnima napadoma v Istanbulu. Seveda je med ljudmi čutiti strah. Nikoli ne veš, kdaj, kje se bo spet kaj zgodilo. A to ni zgolj problem Istanbula. Res je, da so bili tukaj takoj po napadih prazni javni transporti, nakupovalna središča, glavne nakupovalne ulice. A le za teden dni. Zdaj je vse spet normalno, kot da se ni nič zgodilo. Hitro se pozabi. Mislim, da je treba sprejeti dejstvo, da se te stvari ne bodo nehale."

**Kaj pa turizem v Turčiji?**

"V turizmu je seveda bil in tudi letos bo padec, ampak mislim, da ne bo tako hudo. Stvari se bodo hitro postavile na svoje mesto."

**Kaj pomeni za Turčijo ta izpad v turizmu?**

"Nič bistvenega. Turčija je gospodarsko strašno močna država, ima stabilen bančni sektor, ne vidim resnih groženj. Je pa, prav tako kot druge države, seveda izpostavljena vsem tem tokovom in krizam. Turizem je zaradi vseh dogodkov občutil udarec, a resnejše grožnje za zdaj Turki ne vidijo."

**Turška mentaliteta in kultura sta zelo drugačni od slovenske, evropske. So velike razlike?**

“  
V Turčiji se popolnoma zavedajo, da ni nobene varne, stalne službe, še v javnem sektorju ne

”

"So. Turki so tradicionalno trgovci, še iz časov Otomanskega cesarstva. Zgodovinsko gledano so šli skozi raznorazne preizkušnje. So zelo stabilni, samozavestni, v ekonomsko-političnem smislu in tudi na osebni ravni. Velika razlika v mentaliteti se kaže tudi, na primer, pri izgubi službe. Če v Sloveniji izgubiš službo, je to dobesedno poraz v vseh pogledih. Ljudje padajo v osebne krize, depresije, veliko je alkoholizma, samomorov. Družba je deprimirajoča, mračnjaška. V Turčiji se popolnoma zavedajo, da ni nobene varne, stalne službe, še v javnem sektorju ne. S tem znajo normalno živeti. Moja žena, Turkinja, je profesorica mednarodnega prava na prestižni univerzi v Istanbulu in se povsem zaveda, da šele ko dobiš status izrednega profesorja, lahko postaneš član univerze. Do takrat te lahko kar tako čez noč odpišejo. Zato se vsi trudijo delati po svojih najboljših močeh. Turki so neprestano na preži, v vsakem trenutku pričakujejo, da lahko kaj pade in se zruši."

**Kaj pa način življenja?**

"Kulturne razlike so ogromne, način življenja je popolnoma drugačen. Čeprav moramo vedeti, da Istanbul ni tradicionalna Turčija, tako kot New York ni Amerika. Je kot država v državi, sploh glede na to, da ima 20 milijonov prebivalcev. Turki so Balkanci in tukaj smorda v nekaterih pogledih njihovi 'balkanski bratje', vendar vsekakor z razlikami. Če teh razlik ne spoštujemo, imaš lahko kar težave. Slovenija je tradicionalno vezana na zahodnoevropske trge, kjer je posel le posel. V Turčiji pa je izredno pomembno prijateljstvo, skupno pitje čaja, ustvarjanje odnosov. Predvsem pa mora biti prisotna pristna energija. Če Turek pri tebi ne začuti pristne energije, bo tudi posel težko sklenjen."

**Pogrešate kaj Slovenijo?**

"Pogrešam. Predvsem kar zadeva kakovost vsakodnevnega življenja. Kot ste opazili, je promet tukaj hud problem. Ljudje stojijo tudi po nekaj ur v prometnih zamaških, kar je fizično in psihično naporno. Seveda to ni ravno kvalitetno življenje in lahko bi rekli, da zaradi tega trpi, za slovenske pojme, tudi družinsko življenje. Je pa res, da so tukaj veliko manj razvajeni. V Sloveniji je že velik problem v družini, če mora partner potovati in je veliko zdoma. In če je treba s trebuhom za kruhom, mora biti vsa družina pripravljena na to, da si tudi več zdoma, ali celo na preselitev. Slovenci pa se niso pripravljali seliti, predvsem ne v države, kot je Turčija, ali na bližnji vzhod ali v arabski svet, ker so rizične, konfuzne, neznane. Čeprav je trenutno ravno tam največ priložnosti in denarja, ki se ga da pobrati oziroma zaslužiti. V Turčiji je družina pomembna, vse ji je podrejeno. A mora zato znati tudi potrpeti. Če na primer ni službe, gre moški delat drugam, ven iz svojega mesta, in pride enkrat, dvakrat na leto domov. To še ne pomeni, da nima rad svoje žene, otrok in da ni navezan na dom in svojo družino. Nasprotno. To pomeni, da bo tako zagotovil existenco svoji družini.

Zdi se mi, da je to v Sloveniji malo drugače, saj je posledično veliko več nerazumevanja v partnerstvu."

**Je kaj takšnega, kar vidite in čutite v Turčiji, pa bi si želeli tudi za Slovenijo?**

"Želim si, da bi se bolj povezovali kot pa razdruževali. Tukaj si na primer trgovci iste branže, ki imajo trgovine v istem okolišču, ne mečejo polen pod noge, si niso nezdrava konkurenca, temveč lepo sobivajo in so družabniki. Če trgovec nečesa nima, te napoti k sosedu, naslednjič bo pa spet obratno. Torej stojijo skupaj in si pomagajo. V Sloveniji delitev še nismo presegle. Da ne govorim o nacionalni zavesti in pripadnosti. V Turčiji visijo zastave vseh velikosti vsepovsod. V Sloveniji pa je komu nerodno, če izobesi zastavo za državni praznik. Slovenci nimamo narodne zavesti in ne ponosa dovolj razvitega, ne čutimo pripadnosti narodu. Velika razlika je tudi v spodbujanju podjetništva, najsi bo to mali ali veliki podjetnik. Tako kot je v Turčiji, bi želel tudi za Slovenijo. Odpreti podjetje v Turčiji je precej enostavno in ni drago. Prav tako turški podjetnik ni obremenjen z vsemi temi standardi, zahtevami države in birokracijo. V Sloveniji za zagon posla potrebuješ vsaj 20 tisoč, 30 tisoč evrov, da bo vse po predpisih, standardih, kot je treba. V Turčiji pa država podjetnika ne utruja z vsako malenkostjo, raje ga spodbuja, da se loti posla. In če ta podjetnik propade, izgubi pet do deset tisoč evrov, se pobere in gre dalje, znova. Pri nas pa izgubi 50 tisoč in tako je na tleh, na kolenih, brez volje in denarja za nov posel."

**Turki izredno veliko dajo na imidž, na spoštovanje. Da dobijo občutek, da so pomembni.**

"Res je. Prva stvar, ki bi jo morala Slovenija nujno narediti, je odprtje generalnega konzulata v Istanbulu. Če Slovenija ne bo imela konzulata tukaj, v svetovnem poslovnem centru, je ne bo nihče resno jemal. Ko je bil turški predsednik Erdogan v Sloveniji, se je veliko govorilo o slovenskem konzulatu v Istanbulu, in ko konzulata ni bilo, je bilo to tukaj dokaj negativno sprejeto. Ne me narobe razumeti, pri tem sploh ne gre samo za vizume, ki jih Turki za Slovenijo lahko dobijo v Istanbulu preko Madžarov. Že s samo diplomatsko prisotnostjo jim daš vedeti, da so vredni. Turki zelo veliko dajo na to, da jih ceniš, spoštujemo, jim daš veljavo, jih ovrednotiš, si njihov prijatelj, saj se popolnoma zavedajo, da so močna in pomembna nacija. In ker jim Slovenija tega očitno ne izraža dovolj, je to velik hendikep za naša podjetja. Država pa bi morala stati za svojimi podjetniki. Prepričan sem, da če bi bil v Istanbulu konzulat, torej neka močna baza, bi lahko Slovenija s Turčijo sklepala veliko več poslov. Trenutno je menjava za nekaj več kot 500 milijonov evrov, kar ni nič. Najmanj milijardo, če ne dve, je potencial v letu in pol ali dveh, če se zadeve strateško postavijo in se tudi vložijo znatna sredstva. Če je Turčija prioriteten trg, milijon evrov letno ne sme biti problem. Vse se bo zelo hitro nekajkrat povrnilo s posli naših podjetij, sam ustroj konzulata pa s prihodki od vizumov." •