

info@srd-je-grad.hr

www.srd-je-grad.hr



Komentari i prijedlozi na drugu radnu verziju (2017. g.)

**STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING
TURIZMU NA PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA
do 2025. godine**

Dubrovnik, 15.03.2018

Sadržaj :

Naše sudjelovanje u izradi radne verzije Strategije – kronologija	5
Redosljed donošenja strateških dokumenata	6
Opći osvrt na dvije verzije STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA (2016 / 2017)	6
Detaljan osvrt na drugu radnu verziju STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA (2017)	7
A / Nejasna metodologija te parametri korišteni prilikom utvrđivanja porasta fizičkih pokazatelja navedenih u STRATEŠKIM CILJEVIMA	7
B / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika nužnosti BRENDIRANJA DUBROVNIKA, koje bi uz turizam obuhvatilo kulturu, promet i investicije	8
C / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika GLOBALNIH KLIMATSKIH PROMJENA i njihov utjecaj na turistička kretanja do 2025.	9
D / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika SIGURNOSNOG ASPEKTA u svjetlu recentnih događanja , niti aktivnosti koje bi trebale biti donesene u kontekstu turističkih kretanja do 2025	9
E / Nije posebno obrađen utjecaj POREZNE POLITIKE u kontekstu turističkih kretanja do 2025	10
Zaključak	11

1. Naše sudjelovanje u izradi radne verzije Strategije - kronologija

KLGB Srđ je Grad je operativno uključena na samom kraju procesa izrade radne verzije Stratgije. Tako smo dana 4. listopada 2017. prisustvovali prezentaciji „Strategije razvoja turizma i odredbe o kruzing-turizmu na području grada Dubrovnika do 2025., I faza“ u Maloj vijećnici grada Dubrovnika. Naše vrlo detaljne komentare / očitovanja smo odmah dostavili autorima projekta u ostavljenom roku (30.11.2017). Naši komentari su detaljno pojašnjeni, i odnosili su se na sljedeće :

- * Zastarjelost podataka u Strategiji (podatci se odnose na period do 2014. godine)
- * Nedovoljan fokus na promjeni nepovoljnog trenda koji se odnosi na strukturu domaćih gostiju
- * Nedovoljan fokus na problematici sezonalnosti i bolje zimske zračne povezanosti
- * Nedostatan naglasak na važnosti izrade Plana upravljanja povijesnom jezgrom
- * Potreba nadopune SWOT analize u svim njenim djelovima (prednosti, prilike, nedostatci, prijetnje)
- * Nedovoljan naglasak na sigurnosnom aspektu u destinaciji (SWOT prednost)
- * Nedovoljan fokus na mogućnosti daljnjeg razvijanja obiteljskog smještaja (SWOT prednost)
- * Nedovoljan naglasak na potrebi sagledavanja cijelog područja bivše općine Dubrovnik kao CLUSTER-a (SWOT prednost)
- * Nedovoljan naglasak na projektu DUBROVNIK – SVEUČILIŠNI GRAD kao prednosti, budući isti može imati veći utjecaj na ekonomiju u cjelosti
- * Nedovoljan naglasak na kvaliteti usluge i razvijanju modela edukacije (SWOT prilike)
- * Nedovoljan naglasak na nužnosti Brendiranja Dubrovnika, koje bi uz turizam obuhvatilo obrazovanje, trgovinu, promet i investicije (SWOT prilike)
- * Potreba nadopune SWOT nedostataka i to kako slijedi : sezonalnost & razina usluge, gužve & nedostatak sigurnosnih standarda, nepostojanje projekta upravljanja povijesnom jezgrom, loša prometna povezanost, naročito u sezoni, nepostojanje strateškog promišljanja vezano uz produženje sezone, nepostojanje koncepta upravljanja prometom
- * Potreba nadopune SWOT prijetnji, i to kako slijedi : oporavak nama konkurentnih tržišta, preizgrađenost, sustavno uništavanje prostora, globalne klimatske promjene, porezna politika, nedostatak radne snage, prenapregnutost infrastrukture te monopol u hotelskom segmentu
- * Nedostatak promišljanja o GLOBALNIM KLIMATSKIM PROMJENAMA kao prijetnje

Dana 19. prosinca 2017 pozvani smo sudjelovati operativnom sastanku. Prije gore navedenih datuma nismo bili pozvani sudjelovati na strateškim radionicama ili sastancima vezanim uz izradu radne verzije Strategije

Inače, aktivnosti na izradi Strategije su započele puno prije, pa je tako za potrebe izradbe Strategije provedena anketa na uzorku namjerno odabranih dionika (hotelijeri, agencije, ugostitelji, vodiči, turistička zajednica, javna uprava) koji sudjeluju u kreiranju turističke politike i/ili u kreiranju turističkog proizvoda grada Dubrovnika.

Prvi rezultati projekta predstavljeni su u travnju 2016. na prvoj strateškoj radionici pročelniku Upravnog odjela za poduzetništvo, turizam i more i direktorici Turističke zajednice Grada Dubrovnika.

Gradu Dubrovniku dostavljen je prijedlog „Strategije razvoja turizma i odredbe o kruzing turizmu na području grada Dubrovnika do 2025. (I. faza)“ u rujnu 2016

Održan je sastanak s predstavnicima Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Dubrovnika, Zavoda za obnovu, Lučke kapetanije, Dubrovačke razvojne agencije DURA i s pročelnicima Upravnih odjela grada Dubrovnika s gradonačelnikom.

Na drugu stratešku radionicu pozvani su ključni dionici turističkog razvoja grada Dubrovnika i ostale osobe važne za turistički razvoj destinacije: direktorica TZ grada Dubrovnika, članovi Turističkog vijeća turističke zajednice grada Dubrovnika, ravnateljica Zavoda za obnovu, ravnateljica Dubrovačke razvojne agencije DURA, predstavnik Luke Gruž i pročelnik Upravnog odjela za poduzetništvo, turizam i more (10. studeni 2016.).

Održana je treća strateška radionica s istim ključnim dionicima turističkog razvoja, na kojoj je prezentiran „Strategijom“ definirani okvir budućeg razvoja turizma, razmijenjena mišljenja i dogovoreni stavovi o turističkim resursima i atrakcijama s kojima raspolaže područje grada Dubrovnika, o misiji i viziji razvoja turizma, strateškim ciljevima, ključnim razvojnim projektima, turističkim proizvodima, pozicioniranju, diferencijaciji i imidžu grada Dubrovnika i definiranih klastera (25. studeni. 2016.).

2. Redosljed donošenja strateških dokumenata

Unatoč činjenici da su se razgovori, strateške radionice i prezentacije duži period održavale između odabranih turističkih dionika, držimo da je unatoč tome redosljed donošenja važnih strateških dokumenata pogrešan, budući je :

1. najprije trebala biti usvojena **STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA**
2. Tako usvojena Strategija je trebala biti podloga za donošenje **PLANA UPRAVLJANJA POVIJESNOM JEZGROM GRADA DUBROVNIKA**
3. Na temelju prethodno usvojene Strategije se trebao razviti **AKCIJSKI PLAN**

Ono što do sada imamo je obrnuti smjer ; najprije smo nazočili prezentaciji aktivnosti oko AKCIJSKOG PLANA (održana u Gradskoj vijećnici 21.02.2018. godine), koja je u inicijalnoj fazi izrade. Druga, još uvijek radna verzija STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA, je u završnoj fazi izrade, ali nije prošla javnu raspravu, niti je usvojena na GV-u. PLAN UPRAVLJANJA POVIJESNOM JEZGROM GRADA DUBROVNIKA još nije ugledao svjetlost dana

Sljedom navedenog, postavlja se pitanje da li će navedeni dokumenti biti u potpunosti kompatibilni i usklađeni, obzirom na nelogičan slijed donošenja dokumenata

3. Opći osvrt na dvije verzije STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA (2016 / 2017)

Uspoređujući dvije verzije radnog dokumenta STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA, (2016 / 2017) može se primijetiti sljedeće :

- * CILJEVI i METODE su u novoj (2017. godina) verziji dodane, u prvoj ih nije bilo
- * Najveća intervencija je napravljena u dijelu koji se odnosi na ANALIZU POSTOJEĆEG STANJA
- * U dijelu koji se odnosi na STRATEŠKE ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA GRADA DUBROVNIKA je dodan dio koji se odnosi na CILJANA TRŽIŠTA
- * U dijelu koji se odnosi na STRATEŠKE ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA GRADA DUBROVNIKA (Tržišno pozicioniranje, diferencijacija i imidž) je u odnosu na prvu verziju izostavljen dio koji tretira problematiku brendiranja

* Ostala poglavlja su uglavnom ostala nepromjenjena, djelomično nadopunjena ili korigirana novim saznanjima

* Dio naših primjedbi je uvršten u nadopunjeni tekst radne verzije Strategije (ažurirani su podatci do 2016. godine umjesto do 2014. godine, uvršten veći dio naših primjedbi / sugestija na SWOT analizu, naglašen dio koji se odnosi na Sveučilište u Dubrovniku...), međutim dio naših primjedbi Strategija prebacuje na Akcijski plan, koji bi trebao, kako stoji, definirati daljnje mjere, instrumente i aktivnosti

4. Detaljan osvrt na drugu radnu verziju STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA (2017)

U osvrtu na Strategiju referirat ćemo se samo na naše strateške primjedbe koje se odnose na nadopunjeni tekst radne verzije (2017. godina). Ove primjedbe smo već naveli u našim prvim komentarima / prijedlozima, međutim iste nisu dobile zasluženi prostor u nadopunjenoj radnoj verziji Strategije. Držimo, stoga, da navedene primjedbe moraju biti dijelom finalne verzije Strategije. Riječ je o sljedećem :

A / Nejasna metodologija i parametri korišteni prilikom utvrđivanja porasta fizičkih pokazatelja do 2025. godine navedenih u CILJEVIMA

B / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika nužnosti BRENDIRANJA DUBROVNIKA, koje bi uz turizam obuhvatilo kulturu, promet i investicije

C / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika GLOBALNIH KLIMATSKIH PROMJENA i njihov utjecaj na turistička kretanja do 2025.

D / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika SIGURNOSNOG ASPEKTA u svjetlu recentnih događanja , niži aktivnosti koje bi trebale biti donesene u kontekstu turističkih kretanja do 2025

E / Nije posebno obrađen utjecaj POREZNE POLITIKE u kontekstu turističkih kretanja do 2025

A / Nejasna metodologija te parametri korišteni prilikom utvrđivanja porasta fizičkih pokazatelja navedenih u STRATEŠKIM CILJEVIMA

Strategija donosi niz pokazatelja koji se odnose na porast fizičkih pokazatelja u promatranom periodu (2025. godina). Međutim, u Strategiji se ne može razaznati metodologija koja je korištena niži ista pojašnjava na koji način se do navedenih povećanja došlo.

Strategija tako govori o ostvarivanju ukupne potrošnje putnika u iznosu od 1,0-1,1 milijarde €, o povećanju prosječne dnevnu potrošnje turista 20-25% do 2025. u svim oblicima smještaja, posjetitelja s kruzera i izletnika ili pak o ostvarenju iskorištenosti kapaciteta - hoteli 50-55%, kampovi cca. 20% i privatni smještaj od 20 do 25% do 2025. godine.

Također, Strategija navodi prosječni godišnji rast turističkog prometa 3 – 5 % u razdoblju 2016-2025. godine, te o porastu smještajnih kapaciteta u odnosu na 2016. za novih 4.000 postelja ravnomjernijim razvojem na cijelom području Grada Dubrovnika. Pojednostavljeno, riječ bi bila o nekih novih 20-tak hotela od po 100 soba, ili pak 10 hotela od po 200 soba.

Međutim, postavlja se pitanje je da li je prilikom utvrđivanja navedenih povećanja Strategija uzela u obzir prijedlog novog Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, kojim se želi postići veća kvadratura apartmana, uz paralelno smanjivanje broja kreveta ?

Postavlja se pitanje temeljem kojih ulaznih parametara je došlo do navedene procjene porasta smještajnih kapaciteta do 2025. godine navedenih u Strategiji ?

Dakle, samo da ponovimo, prema Strategiji, ukupni smještajni kapacitet dubrovačkog turizma do 2025. kretao bi se na razini 36 tisuća postelja (u odnosu na 2016.godinu oko 4.000 novih postelja, od čega je 750 postelja u kampovima).

Strategija također procjenjuje da će se u 2025. godini na području Dubrovnika ostvariti 4,5 – 4,7 milijuna noćenja, kao i da se broj dolazaka posjetitelja s kruzera i izletnika procjenjuje na po milijun posjetitelja/izletnika produljenjem turističke sezone i boljim rasporedom dnevnog/tjednog/mjesečnog i godišnjeg ticanja kruzera.

Ovaj dio oko kruzera je u potpunosti kontroverzan, budući je službeni stav gradske uprave da generalno treba doći do smanjenja posjetitelja / broja kruzera, Međutim, najave Lučke uprave Dubrovnik za 2018. godinu su same po sebi kontradiktorne, budući u jednom od priopćenja govore o povećanju od 47 tisuća putnika u odnosu 2017. godinu, a već u sljedećem priopćenju se govori o 770 000 putnika, odnosno 67 tisuća putnika sa kruzera više u 2018. godini u odnosu na prethodnu godinu.

KLGB SJG, stoga, traži da Strategija pojasni koji su ulazni parametri, te koja metodologija korištena pri izračunu povećanja niza pokazatelja u promatranom periodu do 2025. godine ?

B / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika nužnosti (RE)BRENDIRANJA DUBROVNIKA, koje bi uz turizam obuhvatilo kulturu, promet i investicije

Za početak, ponajprije je potrebno definirati što želimo od svog Grada, odnosno što od njega očekuju naši stanovnici.

Međutim, potreba za rebrendiranjem Dubrovnika je nužna, tako da Strategija posebnim poglavljem mora obraditi ovu problematiku vrlo sistematično, naročito u kontekstu turističkih kretanja do 2025. godine.

Dubrovnik je brand, naravno, ali ne zbog nekakvih branding procesa dosadašnjih gradskih uprava, već zbog svoje povijesne i kulturne baštine, ali i skupa različitih pokušaja, od turističkih zajednica i turističkih poduzeća preko ulaganja pa do promocije. Dakle, nikakvog strateškog pristupa do sada nije bilo. Branding, odnosno njegova suština, je potpuna izmijena vlastitog proizvoda, kvalitete, sadržaja, dizajna i izgleda.

KLGB SJG je uvjerena da je upravo izrada ove Strategije idealan trenutak za definiranje ciljeva i načina kako te ciljeve ostvariti, naročito u smislu prepoznatljivosti i vlastitog pozicioniranja u budućnosti. U suprotnom ćemo ostati na ovoj ili sličnoj razini, zagušeni i bez šansi da kontroliramo procese, bez ikakvih šansi povećamo svoju prepoznatljivost, da budemo u mogućnosti lakše pronaći nove kanale za prodaju vlastitih proizvoda ili usluga. Također, ostat ćemo bez šansi da utječemo na svoju održivost ili da budemo u stanju lakše dolaziti do najbolje radne snage na tržištu ili prihvatljivih investicija.

Međutim, u drugoj radnoj verziji Strategije (2017), sam Autor propituje prepoznatljivost Dubrovnika i njegovog proizvoda, dajući tako indirektno do znanja da je Dubrovniku, zapravo, zaista potreban rebrending. Autor, međutim, to u niti jednom trenutku to ne želi eksplicite izreći.

Pa tako, Autor, tako, kaže slijedeće :

4.3.2. Imidž Dubrovnika

„ Na temelju provedenog empirijskog istraživanja na uzorku od 355 prigodno odabranih inozemnih turista koji su boravili u Dubrovniku proizlazi da je Dubrovnik samo djelomično definiran u vidu prezentacije cjelovitog imidža koji se predstavlja svjetskom turističkom tržištu. Slika Dubrovnika još nije jedinstvena niti jasna. „

Također, Autor naglašava sljedeće : **1. STRATEŠKI CILJ**

Promjene postojećeg imidža – u budućnosti je potrebno nadopuniti postojeći imidž destinacije s novim obilježjima utemeljenim na multidimenzionalnom pristupu poput izvornog doživljaja, gostoljubivosti, eno-gastronomiji, visokoj kvaliteti usluge.“

Sljedom gore navedenog, tražimo da se posebno poglavlje u Strategiji posveti problematici (RE)BRENDIRANJA DUBROVNIKA, koje bi uz turizam obuhvatilo kulturu, promet i investicije

C / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika GLOBALNIH KLIMATSKIH PROMJENA i njihov utjecaj na turistička kretanja do 2025.

KLGB SJG drži da je, zbog sve očitijih promjena koje se događaju po pitanju globalnih klimatskih promjena, nužno posebnim poglavljem u Strategiji obraditi ovu problematiku. Naime, destinacijska ponuda mora biti manje izložena klimatološkim parametrima i vremenskim prilikama, budući klimatsko modeliranje pokazuje povećanje temperatura tijekom cijele godine.

Modeliranje također pokazuje da se broj sušnih razdoblja povećava, ukupne oborine na godišnjoj razini ostaju podjednake, ali će se količine oborina izmijenjivati u ciklusima ; periodi suša, pa velike količina oborina u kratko vrijeme.

Međutim, ukoliko se shvate ozbiljno, klimatske promjene za turizam mogle imati i pozitivne posljedice, tako da moraju naći svoje mjesto u STRATEGIJI. Zbog svega navedenog, držimo da STRATEGIJA mora posebno tretirati i obraditi problematiku globalnih klimatskih promjena.

Međutim, osim što su u SWOT analizi na naš prijedlog dodane klimatske promjene u dijelu koji se odnosi na PRIJETNJE, ovoj važnoj problematici je pristupljeno na pojednostavljen način, tako da je dio u Strategiji koji se odnosi na klimatske promjene sažet u samo dvije (2) rečenice, i to kako slijedi :

„ Klimatske promjene - dugoročni problem s kojim će se suočiti turizam mediteranskih zemalja su toplija i suša ljeta koja će osim ekonomske štete u turizmu dovesti i do razornih suša, požara i nestanka pojedinih biljnih i životinjskih vrsta. Stoga je nužna izrada izmjena i dopuna zakonodavnog okvira u području regionalnog i prostornog razvoja uz obvezu izrade procjene utjecaja klimatskih promjena, izrada studija utjecaja klimatskih promjena i ranjivosti te razrada mjera prilagodbe „. Uvjereni smo da ova tema mora zauzimati važno mjesto unutar Strategije.

Stoga, KLGB SJG drži da bi posebno poglavlje u Strategiji trebalo biti posvećeno ovoj važnoj problematici.

D / Nije posebnim poglavljem obrađena problematika SIGURNOSNOG ASPEKTA u svjetlu recentnih događanja , te prijedlozi mjera koje bi trebale biti donesene u kontekstu turističkih kretanja do 2025

Svjetska su turistička odredišta, nakon intenziviranja turističkih prijetnji u zadnjih nekoliko godina, uložila ogromne napore i sredstva u svrhu podizanja sigurnosnih standarda na svim razinama.

Međutim, slično kao i sa globalnim klimatskim promjenama, u ovom dokumentu je vrlo mala pozornost posvećena aktivnostima oko povećanja sigurnosnog aspekta u Dubrovniku u kontekstu turističkih kretanja do 2025. godine.

Iako možda dijelom zadiru u sferu akcijskog plana, neki od prijedloga mogu biti :

- * Bolje povezivanje i uža suradnja Grada Dubrovnika i njegovih službi sa središnjom jedinicom Europske unije za brzu reakciju i koordinaciju svih aktivnosti vezanih za sigurnosna pitanja prouzročena nekom katastrofom (ECHO)
- * Zbog povećanog rizika za turiste, Grad Dubrovnik, kao ozbiljno odredište, mora imati tzv. „Risk managera“ ili „Security managera“, visoko osposobljenu osobu koja će prikupljati sve važne informacije o sigurnosnom riziku, biti u dnevnom kontaktu sa voditeljima osiguranja u svim turističkim objektima u Gradu, te u stalnom kontaktu i koordinaciji sa MUP-om i ostalim dionicima. Samo napomena da slična pozicija / odgovorna osoba postoji i djeluje pri Gradu Zagrebu.
- * Na inicijativu Grada Dubrovnika, moraju se umrežiti turistički subjekti u Dubrovniku, na dnevnoj bazi koordinirati i razmjenjivati informacije, na način da se prikupljaju sve važne informacije o sigurnosnom riziku u svrhu obrade i daljnjeg prosljeđivanja, a sve u suradnji sa MUP-om
- * U slučaju incidenta, ta je osobna ispred Grada Dubrovnika zadužena za koordinaciju pomoći zatečenim turistima, u suradnji sa ostalim službama.
- * Izradu aplikacije koje će obavještavati putnike o novonastalim rizicima i davati im upute o postupanju u slučaju incidenta.
- * Osmišljavanje i razvijanje ostalih sigurnosnih mjera i aktivnosti

KLGB Srđ je Grad traži da sastavni dio Strategije bude i poglavlje koje se odnosi na problematiku SIGURNOSNOG ASPEKTA u svjetlu recentnih događanja. Na taj način bi se stvorili preduvjeti da se prijedlozi pretoče u mjere, koje bi bile obrađene AKCIJSKIM PLANOM kroz definiranje daljnjih mjera, instrumenta i aktivnosti, a sve u kontekstu turističkih kretanja do 2025. godine.

E / Nije posebno obrađen utjecaj POREZNE POLITIKE u kontekstu turističkih kretanja do 2025

Turizam i ugostiteljstvo su danas jedne od rijetkih rastućih djelatnosti u Hrvatskoj. Pogrešne porezne politike, međutim, mogu imati negativan utjecaj na turizam kao gospodarsku granu koja dobrim rezultatima pozitivno djeluje na gospodarstvo čitave Hrvatske. Također, nepovoljne porezne politike mogu dovesti do ne konkurentnosti u odnosu na ostala turistička odredišta u svijetu.

Sadašnja stopa PDV-a u ugostiteljstvu već je najviša na Mediteranu. Cijene u hotelima i restoranima u Hrvatskoj slične su kao u Portugalu, Grčkoj, Turskoj i Malti i nešto niže nego u razvijenijim tržištima poput Italije, Španjolske, Njemačke ili Austrije. S tim se tržištima, međutim, teško možemo usporediti što zbog većeg standarda, što zbog razvijenije ukupne turističke ponude. Osim navedenog, pogrešne porezne politike mogu dovesti do zaustavljanja razvoja turističke ponude koja osigurava dugoročan uspjeh i konkurentnost svakog odredišta.

Iako lokalna razina vrlo teško može utjecati na porezne politike koje se donose na državnoj razini, KLGB SJG smatra da STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUIZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA do 2025. godine mora iskazati simulacije i predvidjeti različite varijante njihovog mogućeg utjecaja na turistička kretanja do 2025, oslanjajući se na dasadašnje ekspertize i prognoze vezane uz problematiku poreza u ugostiteljstvu i turizmu.

Pogrešne porezne politike mogu predstavljati prijetnju svakom turističkom odredištu, tako da bi Strategija simulacijom više varijanti uvelike pomogla boljem planiranju, jasnijim projekcijama, ali i shvaćanju važnosti porezne problematike u turizmu te prednostima koje balansirana porezna politika može donijeti Dubrovniku kao turističkom odredištu u periodu na koji se Strategija odnosi.

5. Zaključak

KLGB SRĐ je Grad drži da je dokument STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I ODREDBE U KRUZING TURIZMU Na PODRUČJU GRADA DUBROVNIKA do 2025. godine ključan za definiranje ciljeva, te određivanje smjera kojim će se Dubrovnik kao turističko odredište kretati u periodu do 2025. godine.

Prepoznajući važnost ovog dokumenta, KLGB SJG je u dva navrata dala vrlo iscrpne komentare na obje radne verzije Strategije, nastojeći konkretnim prijedlozima poboljšati njenu kvalitetu. Nadamo se, stoga, da će naši argumentirani prijedlozi u biti uvaženi, te da će postati sastavnim dijelom ovog važnog strateškog dokumenta.

