

6. Działalność Instytutu Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=5>
7. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msport.gov.pl/strategie-turystyka/524-Kierunki-rozwoju-turystyki-do-2-15-roku>
8. Polska Agencja Rozwoju Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.part.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=323&Itemid=6
9. Polska Izba Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pit.org.pl/index.php?navi=001,002>
10. Polska Organizacja Turystyczna [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pot.gov.pl/o-pot/>
11. Rozwój Regionalny [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mrr.gov.pl/szukaj/Strony/Results.aspx?k=turystyka&s=www.mrr.gov.pl>
12. Strategia rozwoju turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: msport.gov.pl/strategie-turystyka
13. Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mg.gov.pl

УДК 911.3

Матвієнко Н.М., Денисюк Ю.М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ХОРВАТІЇ

Проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку туризму Хорватії, зокрема розглянуті особливості туристичної інфраструктури, охарактеризовано динаміку туристичних потоків.

Ключові слова: туристична інфраструктура, туристичний ринок, Хорватія.

Проанализировано современное состояние и перспективы развития туризма Хорватии, в частности рассмотренные особенности туристической инфраструктуры, охарактеризована динамика туристических потоков.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, туристический рынок, Хорватия.

The modern state and prospects of development of tourism of Croatia, features of tourist infrastructure considered in particular are analysed, the dynamics of tourist streams is described.

Key words: tourist infrastructure, tourist market, Croatia.

Актуальність дослідження. Останнім часом стрімко зростає популярність Хорватії на міжнародному туристичному ринку. За результатами 2012 р. країна здобула нагороду Британської асоціації туристичних агентів (ABTA) як провідна туристична дестинація, а читачі британського журналу «Sunday Times Travel» визнали хорватські пляжі одними з найкращих в Європі, надавши їм третє місце після іспанських та грецьких. За рішенням німецького автоклубу ADAC у 2012 р. Хорватія, випередивши Австрію та Францію, посіла третю сходинку в списку кращих місць для туристів, що подорожують автомобілем. У цьому ж році хорватські кемпінги посіли восьме місце в Європі за кількістю ночівель, третє за потужністю та п'яте за ціною. За рішенням британської газети «The Guardian» Спліт було включено до 12 кращих міст світу для різдвяних покупок, відпочинку та розваг. І нарешті, престижний журнал «National Geographic Traveler» включив Істрію до двадцятки найбільш привабливих місць 2012 р.

Постановка проблеми. Туризм є дуже важливою складовою економіки Хорватії. Сьогодні Міністерство туризму Хорватії вживає активних заходів щодо просування країни на світовий туристичний ринок. Зважаючи на позитивний результат туристської політики, яку здійснює уряд Хорватії, її досвід може стати корисним для України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Туристсько-країнознавчому аналізу Хорватії присвячені праці Б. Шварца, А. Сабо, Л. Городнянської, М. Сартакової, П. Летчера, В. Стафійчука, І. Дубович, І. Дахна.

Мета статті полягає в оцінці сучасного стану та перспектив розвитку туризму Хорватії.

Виклад основного матеріалу. Історичний центр Дубровника, Амфітеатр Пули, палац Діоклетіана в Спліті, Плітвицькі озера, численні острови, лікувальний нафталан, мереживо з Лепоглави, вино острова Хвар, трюфелі, оливки, крем-шніти – все це туристичні «символи» Хорватії — перлини Адріатики – країни з багатою історією і неповторною природою. Тут створені всі умови для розвитку різних видів туризму. Багато туристів вирушають до Хорватії з метою пляжного відпочинку, оскільки Хорватія славиться чистими і акуратними пляжами, а море вважається одним з найчистіших у світі: вже кілька років поспіль ЮНЕСКО присвоює Хорватії «Блакитний прапор» за найчистішу акваторію Середземноморського узбережжя. Крім пляжного відпочинку популярністю у туристів користуються гірськолижний, лікувально-оздоровчий, морський, річковий, культурний, екологічний, сільський та навіть новий «відірваний» («unplugged») туризм. Хорватія є світовою столицею натуризму та нудизму. Розвиток всіх вище названих видів туризму забезпечується досить потужною матеріально-технічною базою.

Хорватія пропонує широкий вибір закладів розміщення. У 2011 р., за даними Національного бюро статистики, було зареєстровано 60,4 млн. ночівель у закладах розміщення країни, що на 7% більше, ніж у 2010 р.. При цьому найбільша концентрація спостерігалась в Істрії – 32% від загального числа ночівель [5, с.2].

У Хорватії прийнята європейська класифікація готелів, і більшість з них відповідає заявленій категорії. 90% готелів відреставровано і упорядковано, а якість сервісу в них не гірша, ніж в інших європейських країнах. Для прикладу, All inclusive-готелі у місті Пореч «Valamar Club Tamaris» та «Valamar Tamaris Residence» стали лауреатами престижної нагороди TUI Holly 2010 (за першість сперичалися 905 готелів з усього світу). Готелі, що входять до готельних ланцюгів Sol Melia, Iberostar, Plava, Laguna, Brela, Adria Resorts, Adriatic Luxury Hotels, Riviera вважаються кращими в Хорватії [2, с.24]. Щодо територіальної концентрації готелів, то найбільше їх у приморських жупаніях (адміністративно-територіальна одиниця Хорватії) країни, зокрема Істрії та Дубровнику. Проте готелі становлять лише частину загальної бази розміщення туристів в країні. Значно популярнішими серед туристів є кемпінги та приватні апартаменти.

Останні є у всіх курортних містах Адриатичного узбережжя. На приватний сектор припадає майже половина ліжко-місць усієї бази розміщення країни (рис.1) [7, с.34-35, 39-40].

Для тих, хто хоче бути ближче до природи, є можливість оселитися в кемпінгах. Вони є в Загребі, Задарі, Пулі, Шибенику і Дубровнику. Всі кемпінги технічно оснащені і деякі з них вважаються одними з найбільш відвідуваних в Європі. За даними Хорватської асоціації кемпінгів в країні станом на 2012 р. налічується 518 кемпінгів, що можуть розмістити 231 тис. чол., з них 268 знаходяться в приватній власності [4, с.9].

Традиційний ресторан в Хорватії носить назву коноба (коноба), в меню якого переважають страви з м'яса і риби, приготовлені на грилі. Також в Хорватії, особливо на Істрії, дуже поширені тратторії — ресторанчики італійської кухні. Ще один особливий вид ресторанчиків — спеціалізовані ресторани-гриль. Їх меню схоже на меню коноба з акцентом на приготуванні м'яса на грилі. Істотний плюс ресторанів у Хорватії — величезні порції. Вартість ситного обіду в ресторані або кафе складає близько 10-15 євро.

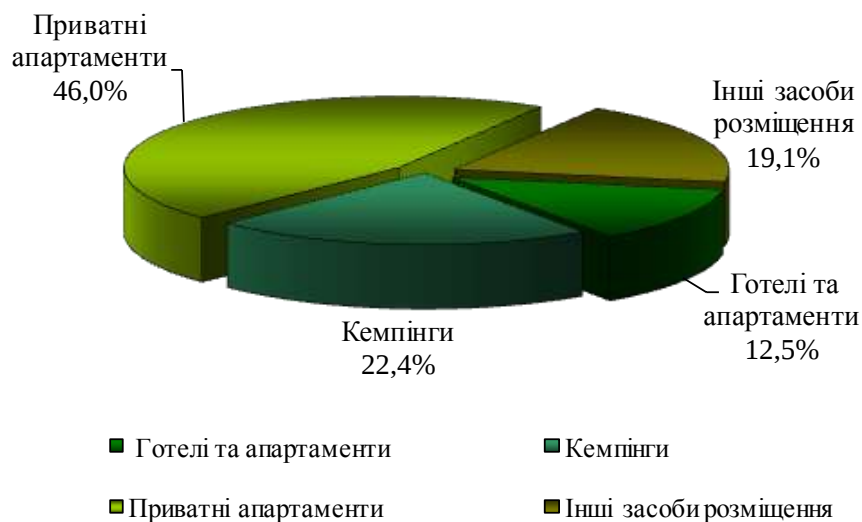


Рис. 1. Структура бази розміщення туристів в Хорватії

Національним авіаперевізником є «Croatia Airlines». Ця компанія є єдиним перевізником на внутрішніх маршрутах та виконує рейси до всіх великих міст Європи (Амстердама, Брюсселя, Лондона, Мюнхена, Франкфурта, Парижа, Праги, Рима, Сараєво, Скоп'є, Відня, Цюриха, Тель-Авіва). «Croatia Airlines» здійснює рейси між Загребом і низкою міст на узбережжі – Сплітом, Задаром, Дубровником, Осієком, Рієкою і Пулою. Сьогодні в країні діє 68 аеропортів. Серед них один геліпорт, призначений для обслуговування вертольотів, та 7 міжнародних аеропортів: «Загреб» (більше 2 млн. пасажирів на рік), «Спліт», «Дубровник», «Пула», «Задар» (злітна смуга перетинає автомобільну трасу, рух по якій зупиняється щоразу, коли злітає або сідає літак), «Рієка», «Осієк» [3, с.28-31].

Згідно з недавніми дослідженнями стану європейських автомобільних доріг, хорватські дороги є найбільш сучасними і безпечними в Європі. В країні є різні види доріг: «autocesta» (автомагістраль), «brza cesta» (швидке шосе), «polu-autocesta» (напівавтомагістраль). Найпоширенішим видом громадського транспорту є автобус. Вони доступні і дешеві. Регулярні міжнародні автобусні лінії з'єднують Хорватію з більшістю країн Європи. Міжнародні автобуси відповідають євростандартам. Загреб має найбільший і найсучасніший автовокзал в Хорватії. У великих містах (Загреб, Осієк) є мережа трамвайних ліній [6, с.33-34, 46-50].

Між прибережними містами Хорватії курсують пороми, теплоходи, кораблі на підводних крилах. Водним транспортом можна добратися і до більшості населених островів. Існують і міжнародні рейси. Провідна пасажирська судноплавна компанія – «Ядро лінія». Основні порти: Рієка (найбільший), Плоче, Спліт (найбільший пасажирський). Великі портові міста з'єднані поромними лініями. Внутрішніми поромними центрами є: Крес, Лошинь, Раб, Паг, Пасман, Шолта, Брач, Хвар, Віс, Корчула, Ластово і Млет. Міжнародні поромні лінії: Задар-Анкона, Спліт-Анкона, Спліт-Пескара, Дубровник-Барі, Віс-Анкона. Через Хорватію протікає р. Дунай, головний порт – Вуковар [1, с.244].

У Хорватії розвинений також залізничний транспорт. Рух поїздів найбільш інтенсивний на півночі. Узбережжям через несприятливий рельєф, потяги не ходять (відсутнє залізничне сполучення з Дубровником). Центром залізничної мережі є столиця, звідки ходять регулярні поїзди до Спліту, Осієку, Вараждіна, Пули, Рієки. Залізницям терміново потрібна модернізація. Багато важливих маршрутів все ще не електрифіковані. «Хорватська залізниця» нещодавно представила першу серію сучасних поїздів з кузовом, що нахилиється, замовлених в німецькому відділенні компанії «Bombardier». Вони успішно перевозять пасажирів горбистим маршрутом Загреб–Спліт. Ці потяги більш комфортабельні в порівнянні зі звичайними, менш гучні, а також значно швидші (5,5 годин проти 9) [6, с.33].

Останнім часом потік туристів до країни є стабільним з щорічним зростанням у середньому на 3,3%. Вдалим виявився сезон 2011 р. – туристичний потік в країну досяг майже 10 млн. чол., перевищивши показники 2010 р. на 9%. Обсяги ж внутрішнього туризму зросли на 2,4%. Понад 76% іноземних туристів, що відвідують країну, приїжджають з країн-членів ЄС, причому близько 50% туристичного потоку складають представники країн – Німеччини, Італії, Словенії та Австрії (табл.1). 65% туристичного ринку Хорватії складають наступні 10 країн: Німеччина, Італія, Словенія, Австрія, Чехія, Франція, Великобританія, Росія, США, Норвегія [7, с.32].

У туристичному секторі країни чітко вираженою є сезонність попиту. «Високим сезоном» вважається період з червня по вересень, коли в країну надходить до 75% всього річного туристичного потоку.

Найпопулярнішим місяцем є серпень – 2,8 млн. міжнародних прибуттів у 2011 р.

Таблиця 1

Динаміка в'їзного туризму в Хорватії

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Загальна кількість міжнародних прибуттів, тис. осіб</i>	7 988	8 559	8 665	8 694	9 111	9 927
<i>5 провідних країн на туристичному ринку Хорватії</i>						
Німеччина	1 410	1 411	1 405	1 463	1 525	1 661
Італія	1 082	1082	1 009	1 058	1 018	1 150
Словенія	871	965	985	963	1 017	1 100
Австрія	677	714	692	776	810	884
Чехія	565	635	589	579	606	638
<i>Загальна кількість міжнародних прибуттів в готелі та інші заклади розміщення, тис. осіб</i>	3 742	3 910	3 920	3 684	3 955	4 308
<i>5 провідних країн на туристичному ринку Хорватії</i>						
Німеччина	589	541	527	511	534	583
Австрія	368	384	367	416	441	487
Італія	487	468	424	428	417	422
Словенія	276	299	305	239	268	309
Франція	323	296	275	242	231	233

Складено за [8, с.348]

Що ж до перспектив розвитку туризму Хорватії, то сьогодні Міністерство туризму Хорватії вживає заходів щодо просування країни на світовий туристичний ринок. По-перше, в країні прийнято Стратегію розвитку туризму на 2011-2013 рр., Стратегію розвитку морського туризму на 2009-2019 рр., Стратегію розвитку культурного туризму, програму «Крок до успіху», у яких окреслено основні напрямки розвитку відповідних сфер у найближчі роки. По-друге, розбудовується сфера розміщення туристів та зростає якість надання послуг: керівними органами введено додатковий знак якості Q стосовно готелів та систему логотипів «Друг довілля», з метою екологізації їх діяльності. По-третє, розвиваються існуючі та створюються нові курорти, як правило, за рахунок іноземних інвестицій, розбудовується туристична інфраструктура (наприклад, споруджуються аквапарки в Затоні та Осієку). Окрім цього, набувають поширення нові види туризму, наприклад «відірваний» туризм, тобто відпочинок поза засобами зв'язку. І нарешті, для просування туристичного продукту Міністерство туризму країни проводить екологічну та освітню кампанію «Я люблю Хорватію», фінансує розробку оригінальних сувенірів, створює інформаційні центри та бере участь у міжнародних ярмарках і виставках. Результати діяльності помітні вже сьогодні: країна як туристичний напрям посіла провідні місця в багатьох світових рейтингах, наприклад, здобула нагороду Британської асоціації

туристичних агентів як провідна туристична дестинація, ставши місцем проведення її щорічної конференції у 2013 р.

Висновки. Останнім часом для туристів з Європи, в тому числі й України, Хорватія є однією з найпопулярніших у туристичному плані країною. Головними причинами цього є унікальний природно-ресурсний потенціал, традиційні та культурні особливості хорватського народу, своєрідний процес зародження та розвитку туризму в країні, потужна матеріально-технічна основа, зокрема постійно зростаюча база розміщення, зручне, сучасне транспортне сполучення, та, звісно, ефективна політика держави щодо підвищення якості туристичних послуг та просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок. Загалом Хорватія є дуже перспективною в плані розвитку туризму, адже її уряд ставлячи перед собою за мету перетворення країни на одну з провідних туристичних атракцій Європи, робить ставку на якісний, ефективний, довгостроковий і сталий розвиток туризму і розуміє, що він можливий лише за умови планового підходу та координації діяльності всіх суб'єктів господарювання даної галузі економіки країни.

Використані джерела:

1. Головченко В.І., Дорошко М.С., Ігнатьєв П.М. та ін. Країнознавство: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. Крижанівського В.П., Головченка В.І. — К. : Київ. ун-т, 2009. — 590 с.
2. Пореч – Валамаровы отели среди самых лучших // Хорватия. Newsletter: Хорватское туристическое сообщество. — 2009-2010. — с.24
3. Сартакова М.С., Фридман В. Э., Кусый И. А. Хорватия. Путеводитель. — Вокруг света, 2008. — 262 с.
4. Croatian National Tourism Board // Newsletter. — January 2012. — 27 p.
5. Croatia Tourism Report Q3 2012. — MarketPublishers, 2012. — 4 p.
6. Letcher P. Croatia. — USA: The Globe Pequot Press Inc, 2010.— 393 p.
7. Litvinova E. An Analysis Of The Hotel Industry In Croatia. Applying Porter's Diamond Model. // Jamk University Of Applied Sciences. — October 2011. — 66 p.
8. OECD Tourism Trends and Policies 2012. — OECD Publishing, 2012. — 422 p.