

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН, БІЗНЕСУ  
ТА ТУРИЗМУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувача кафедри  
\_\_\_\_\_ Леся ПОБОЧЕНКО  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА  
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242 «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ  
«ТУРИЗМОЗНАВСТВО»

Тема: «Післявоєнний розвиток туристичної сфери Хорватії: досвід для України»

Виконавець: Черней Єлизавета Вікторівна, група Т-413

\_\_\_\_\_  
(підпис виконавця)

Керівник: к.геогр.н., доцент, доцент кафедри міжнародних  
економічних відносин, бізнесу та туризму ФМВ НАУ  
Мархонос Світлана Миколаївна

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Нормоконтролер:  
Борисюк Оксана Анатоліївна

\_\_\_\_\_  
(підпис нормоконтролера)

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму

Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувача кафедри

\_\_\_\_\_ Леся ПОБОЧЕНКО

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

## **ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Черней Єлизавети Вікторівни**

1. Тема роботи «Післявоєнний розвиток туристичної сфери Хорватії: досвід для України» затверджена наказом ректора від «26» березня 2024 р. № 441/ст.
2. Термін виконання роботи: «13» травня 2024 р. по «16» червня 2024 р.
3. Вихідні дані роботи: статистичні матеріали Міністерства туризму і спорту Хорватії, Хорватської національної ради з туризму, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання туризму в Хорватії, щорічні звіти міжнародних організацій: Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD), Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).
4. Зміст пояснювальної записки: Теоретико-методичні засади розвитку туристичної сфери, діагностика сучасного стану туристичної сфери Хорватії, шляхи розвитку туризму в повоєнний час: досвід Хорватії для України.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 10 рисунків, 3 таблиці та 5 додатків.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 15 слайдів.

## 7. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи.	11.03.2024	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи.	25.03.2024	Виконано
3.	Розкрити теоретико-методичні засади розвитку туристичної сфери.	04.05.2024 – 10.05.2024	Виконано
4.	Провести діагностику сучасного стану туристичної сфери Хорватії.	11.05.2024 – 17.05.2024	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати шляхи розвитку туризму в повоєнний час для України завдяки досвіду Хорватії.	16.05.2024 – 22.05.2024	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки.	23.05.2024 – 26.05.2024	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат.	27.05.2024	Виконано
8.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту).	01.06.2024	Виконано
9.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	04.06.2024	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту).	03.06.2024	Виконано

8. Дата видачі завдання: «25» березня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

(підпис керівника)

Мархонос С. М.

(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

(підпис випускника)

Черней Є. В.

(П.І.Б)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Післявоєнний розвиток туристичної сфери Хорватії: досвід для України»: 62 сторінки, 10 рисунків, 3 таблиці, 43 використаних джерел.

**Об'єкт дослідження** – туристична сфера Хорватії.

**Предмет дослідження** – повоєнний розвиток туризму в Хорватії.

**Мета дослідження** – дослідження розвитку туризму у Хорватії в сучасні часи та в період післявоєнного відновлення, перспективи запровадження цього досвіду для туристичної сфери України.

**Методи дослідження.** Під час написання дипломної роботи використовувалися наступні методи дослідження: теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження, метод системного аналізу, метод аналізу економічних показників і їх динаміки, методи моделювання та прогнозування.

Результати роботи можуть бути застосовані у відновленні туристичної сфери в Україні після війни спираючись на досвід та результати розвитку туризму Хорватії.

Матеріал дослідження може бути корисним у навчальному процесі під час вивчення дисциплін «Міжнародний туризм», «Організація туристичних подорожей», «Туроперейтинг» та ін.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ, ТУРИСТИЧНА СФЕРА ХОРВАТІЇ, ХОРВАТІЯ, ПОВОЄННИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ, ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ, ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ, ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ</b> .....	9
1.1. Туристична сфера як об’єкт дослідження.....	9
1.2. Фактори впливу на розвиток туристичної сфери.....	12
1.3. Методика дослідження туристичної сфери.....	17
Висновки до 1 розділу.....	19
<b>РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ХОРВАТІЇ</b> .....	21
2.1. Післявоєнний період відновлення туристичної сфери Хорватії.....	21
2.2. Сучасний аналіз розвитку туристичної сфери Хорватії.....	25
2.3. Державне регулювання туристичної сфери Хорватії.....	29
Висновки до 2 розділу.....	33
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОВОЄННИЙ ЧАС: ДОСВІД ХОРВАТІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ</b> .....	35
3.1. Проблеми і перспективи розвитку туристичної сфери Хорватії .....	35
3.2. Повоєнний план розвитку туристичної сфери України.....	42
Висновки до 1 розділу.....	49
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	50
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	53
<b>ДОДАТКИ</b> .....	58

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Хорватія – це одна із найбільш популярних країн середземноморського регіону, де галузь туризму стрімко розвивається та приносить значний дохід країні. Зовнішні чинники суттєво впливали на галузь, особливо в часи становлення країни як незалежної та суверенної. Але незважаючи на всі перешкоди, туризм досяг значного рівня та навіть отримав статус галузі пріоритетного розвитку. В Хорватії в 1990-х роках під час війни за незалежність сфера туризму практично припинила функціонувати, проте після завершення військових дій розпочалась активна кампанія просування країни як цікавого туристичного напрямку. Громадяни Хорватії орієнтувались на туризм й максимальне залучення іноземних інвестицій. Як бачимо, це рішення виявилось успішним та призвело до появи “хорватського туристичного дива”.

Досвід відновлення галузі можливо використовувати для України відразу після закінчення війни, але деякі елементи потрібно запроваджувати вже зараз. Зокрема доцільним є пошук туристичних “родзинок” для їх подальшої популяризації, реформування системи управління галуззю та створення нових туристичних маршрутів в межах їх можливого впровадження. Такі заходи сприятимуть економічному зростанню завдяки високій прибутковості галузі та становленню позитивного міжнародного іміджу. Запозичення досвіду іншої країни допоможе заощадити державі кошти та ресурси шляхом використання вже перевірених методів і заходів щодо відновлення туристичної галузі.

Актуальність теми також полягає у зростанні попиту серед українців на тури у Хорватію в останні роки. А також обумовлена історичною схожістю розвитку туристичних галузей двох країн через вплив військового фактору. Сьогодні туризм в Україні перебуває в складному становищі, але вже після закінчення війни туризм потрібно буде активно відновлювати і для цього доцільно скористатись досвідом Хорватії. Від вдалості впровадження цього процесу залежить майбутнє української туристичної сфери.

**Мета дипломної роботи** – дослідження розвитку туризму у Хорватії в сучасний період та в часи післявоєнного відновлення, перспективи запровадження цього досвіду для туристичної сфери України.

Для досягнення мети були визначені такі **завдання** дослідження:

- дослідити туристичну сферу;
- визначити фактори впливу на розвиток туристичної сфери;
- визначити методику дослідження туристичної сфери;
- проаналізувати туристичну галузь Хорватії;
- визначити аспекти державного регулювання туризму у Хорватії;
- дослідити післявоєнний розвиток туризму в Хорватії;
- виділити проблеми та перспективи розвитку туристичної сфери Хорватії;
- скласти план розвитку туризму в Україні після закінчення війни.

На основі аналізу теоретичної бази дослідження виокремлені об'єкт, предмет і мета дипломної роботи.

**Об'єкт дослідження** – туристична сфера Хорватії.

**Предмет дослідження** – повоєнний розвиток туризму в Хорватії.

**Методи дослідження.** Під час написання дипломної роботи використовувалися наступні методи дослідження: теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження, метод системного аналізу, метод аналізу економічних показників і їх динаміки, методи моделювання та прогнозування.

**Інформаційними джерелами** при написанні роботи були наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували дане питання, матеріали періодичних видань, статистичні дані, інформаційні ресурси мережі Інтернет та дані із туристичних сайтів Хорватії. У роботі використано фахову літературу з проблеми дослідження, інформаційні ресурси мережі Інтернет, періодичні видання, статистичні дані Міжнародної туристичної організації (ЮНВТО).

Матеріал дослідження може бути корисним у навчальному процесі під час вивчення дисциплін «Міжнародний туризм», «Організація туристичних подорожей», «Туроперейтинг» та ін.

**Наукова новизна отриманих результатів.** Наукова новизна дослідження полягає у аналізі та узагальненні статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел щодо структурно-динамічного аналізу туристичної сфери Хорватії, її сучасного стану, проблем та перспектив розвитку. Також у визначенні впливу війни на туристичну сферу країни та ролі запровадження досвіду відновлення галузі в Україні.

**Практичне значення отриманих результатів.** Теоретична значущість полягає у систематизації існуючих теоретичних концепцій, оптимізації новітніх стратегій відбудови туристичного сектору в кризових умовах. Практична значущість роботи визначається у використанні цих даних державою з метою впровадження ефективних заходів щодо відновлення туристичної сфери після закінчення війни. Також ці дані можуть бути використані з освітньою метою для майбутніх спеціалістів з туризму.



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

## 1.1. Туристична сфера як об'єкт дослідження

Сфера туристичних послуг характеризується як та, що спрямована на задоволення потреб людей у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля. Вона відноситься до сфери послуг, яка є однією з найперспективніших та водночас швидко зростаючих галузей економіки. Вона є сукупністю багатьох видів діяльності та її результатом є вироблення різних послуг. В нашому випадку детально розглянемо саме туристичні послуги та їх особливості:

- невідчутність послуг;
- невіддільність споживання та виробництва послуг;
- змінюваність послуг;
- нездатність послуг до зберігання. [24]

Туристична сфера – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності. До них можна віднести: транспортні засоби та транспортні підприємства (перевізники), індивідуальні та колективні засоби розміщення, та підприємства харчування, культури, розваги (атракцій) та спорту, медичних та оздоровчих послуг курортної сфери, торгівлі, інформаційні ресурси та інше. [8] Вона також має певний позитивний вплив на різні сфери нашого життя. Найбільш помітним з них, звісно, є збільшення бюджету країн та підвищення рівня добробуту населення. Туристична сфера є джерелом залучення іноземних інвестицій та різних фінансувань. Крім того, туризм, реалізуючи право людини на відпочинок і дозвілля, безпосередньо впливає на формування світогляду і може стати “ключем до розвитку” суспільства.

Головними складовими в цій галузі є туристичні оператори та агенції, заклади харчування та розміщення, транспортні компанії, страхові компанії, підприємства, які надають послуги екскурсоводів, інструкторів, гідів-перекладачів, провідників. [8]

В Законі України “Про туризм” зазначено, що засоби тимчасового розміщення (проживання) - готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Засоби розміщення поділяються на колективні та індивідуальні. Колективний засіб розміщення - об'єкт (готель, мотель, пансіонат, гостьовий будинок, будинок відпочинку, кемпінг, санаторно-курортний заклад, туристська база, клуби з розміщенням (таймшер) та інші), що відповідає вимогам нормативних документів, стандартів, в якому надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, загальною кількістю як мінімум 5 номерів. Індивідуальний засіб розміщення - житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць (менше ніж 10); у цьому випадку всі одиниці розміщення (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок для відпочинку (дачний будинок). [8]

Ще одним важливим елементом є послуги ресторанного господарства. Заклади надають споживачам комплекс різноманітних послуг, головними з яких є звісно послуги харчування та з організації обслуговування туристів. Важливість їхнього використання полягає в тому, що харчування- це одна з базових потреб кожної людини, тому в кожній подорожі присутні неодноразові відвідування різних закладів ресторанного господарства.

В склад туристичного продукту також включене транспортне забезпечення. Транспортні послуги - одні з основних видів послуг у туризмі. На них припадає і основна частка в структурі ціни туру. Без транспорту туристична сфера просто не могла б існувати, адже в кожному турі присутнє використання одного чи декількох видів транспорту. [8]

Головною дефініцією в туристичній сфері є сам туризм – це одна з найбільш динамічних та прибуткових сфер економіки. В деяких регіонах темпи його зростання можуть перевищувати інші галузі у декілька разів. Туризм – це подорож людей з будь-якою (за винятком забороненої законом) метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування на термін від 24 годин до 1 року. [24]

В контексті нашого дослідження важливим є розгляд двох видів туризму за географічним принципом- внутрішнього та міжнародного туризму. Внутрішній туризм здійснюється в межах країни постійного проживання, а міжнародний навпаки- за межами країни постійного проживання. Внутрішній туризм виступає свого роду каталізатором міжнародного туризму. Він сприяє дослідженню нових рекреаційних ресурсів і районів, створенню певної туристичної інфраструктури, підготовці кваліфікованих фахівців і тим самим — збільшенню інтеграційних процесів і формуванню єдиного світового туристичного простору.

Існує ще один поділ туризму, але вже за формами, щодо країни- місця перебування. Він був розроблений UNWTO, які поділяють туризм на три окремі групи - внутрішній, в'їзний та виїзний. Водночас вони мають свої особливості (рис.1.1.).

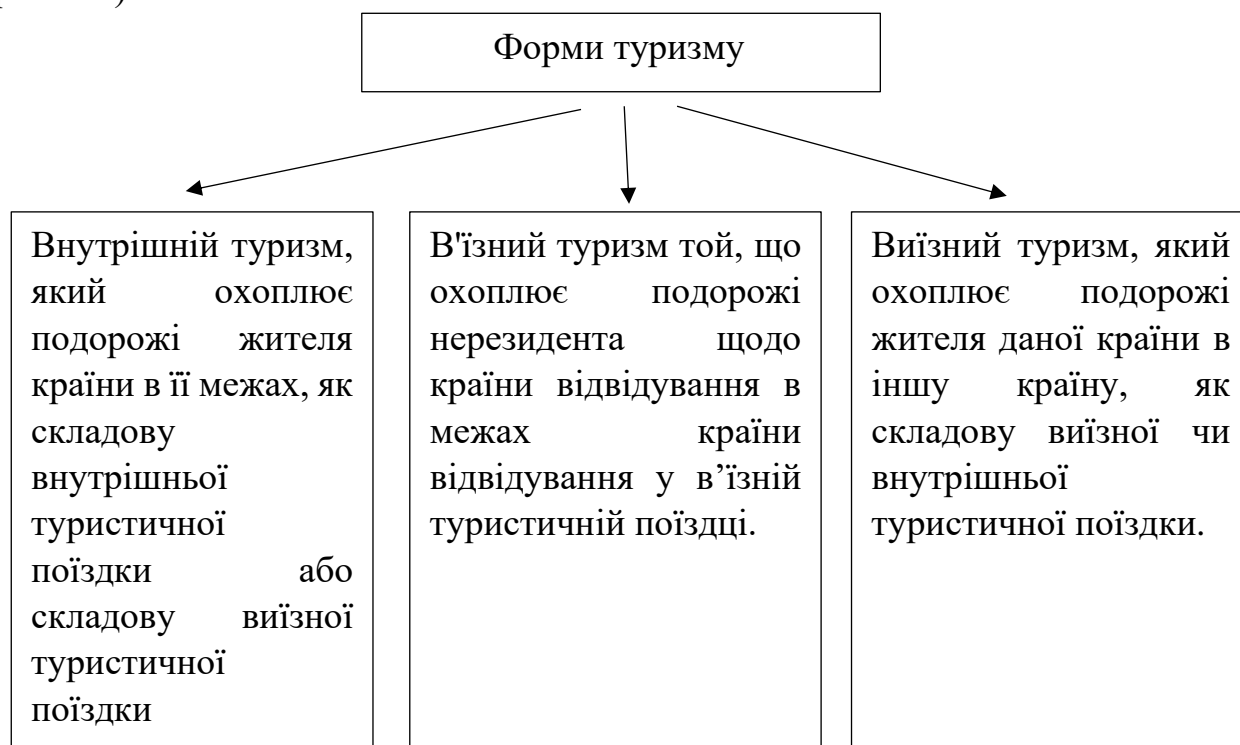


Рис. 1.1. Форми туризму

Джерело: сформоване автором за [24]

Учасниками відносин у туристичній галузі є:

- юридичні та фізичні особи, разом чи окремо, які прямо чи опосередковано беруть участь у створенні туристичного продукту, наданні комплексних або окремих туристичних послуг, туристичному обслуговуванні;

- туристи, екскурсанти, інші споживачі туристичного продукту, окремих чи комплексних туристичних послуг;

- органи державної влади та органи місцевого самоврядування;

- громадські об'єднання, створені в галузі туризму в порядку, визначеному Законом України "Про громадські об'єднання" або іншими законами. [8]

В туризмі є таке поняття як споживачі туристичних послуг. Це туристи, екскурсанти, гості засобів розміщення, інші особи, що використовують окремі або комплексні послуги суб'єктів туристичної індустрії виключно для особистих і суспільних потреб, не пов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності або отриманням доходу. Для кращого розуміння зупинимось на двох основних учасниках туристичного процесу. [24]

Турист – це мандрівник, який здійснює подорож за межі місця постійного проживання з будь-якою, але не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до 1 року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін. Екскурсант – особа, що перебуває в подорожі за таких самих умов, як і турист, але менш, ніж 24 год. Саме тому екскурсант не має потреби здійснювати ночівлю. [8]

Отже, туристична сфера – це складна галузь, яка швидко розвивається та спрямована на задоволення потреб своїх клієнтів. В своїй складовій вона має чимало різних дефініцій та характеристик. Головне з них це те, що туризм передбачає виїзд туриста за місце свого постійного проживання з будь-якою законною метою та без отримання грошової винагороди.

## **1.2. Фактори впливу на розвиток туристичної сфери**

На туристичну сферу впливають різні чинники, деякі з яких можуть повністю зупинити розвиток цієї галузі. Вони можуть стимулювати розвиток туризму чи

навпаки його стримувати. У першому випадку так чи інакше відбувається зріст показників в туризмі, а у випадку стримуючих факторів- гальмування будь- якого розвитку галузі. Розглянемо класичний поділ факторів на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори – геополітичне становище, екологічна ситуація в регіоні, рівень цін чи зростання населення. Це все, що впливає на туризм через певні зміни. Внутрішні фактори – впливають безпосередньо на сферу туризму. До них можна віднести економічну активність, якість підготовки професійних кадрів та розвиток інфраструктури. Поділ факторів та їх ознаки наведені на схемі нижче (рис.1.2.).



Рис. 1.2. Фактори впливу на туристичну сферу

Джерело: сформовано автором за [25, 1]

Прикладом дії внутрішнього фактору на туристичну сферу є сучасна повномасштабна війна в Україні. Цей фактор мав колосальний вплив на існування туризму в країні, але з часом відбулася певна адаптація галузі і його дія трохи послабилась. Зараз в 2024 році ми можемо говорити про частковий розвиток галузі.

Особливо стосовно внутрішнього туризму, для якого війна стала негативним стимулюючим фактором для розвитку.

Воєнний фактор є одним з найбільш діючих серед зовнішніх факторів. Конфлікти та війни в окремих країнах чи регіонах мають значні економічні, соціальні та культурні наслідки, які негативно впливають на індустрію туризму, економічні показники, соціальний розвиток та інші аспекти життя суспільства. Наша держава, на жаль, стала таким прикладом і зараз ми вже можемо бачити ці колосальні наслідки для галузі. За підрахунками представників ЮНЕСКО Україні знадобиться щонайменше 9 мільярдів доларів та 10 років, аби відновити пошкоджені російськими військовими туристичні об'єкти. Такі цифри озвучили в культурному агентстві ООН. Зазначили також, що дворічна війна наразі коштувала нашій країні понад 19.6 мільярда доларів збитків в туризмі. [21]

Війна призводить до значного зменшення кількості туристів, а на початковому етапі взагалі спричиняє повну зупинку галузі. Перший процес, який відбувається відразу після настання певного конфлікту- це відмова від міжнародних рейсів в країну. Далі звісно сама держава закриває свій повітряний простір та забороняє авіаційним перевізникам тут літати.

Якщо говорити про Україну, то цей фактор також спричинив певну переорієнтацію галузі. Основними особливостями, які можна виділити є:

1. На туристичному маршруті в межах країни повинні бути бомбосховища чи інші захисні споруди, щоб вся група могла сховатись в разі оголошення повітряної тривоги.
2. Зміна туристичних маршрутів у зв'язку з військовим станом в країні. Це проявляється у відмові проведення екскурсій поблизу військових чи інших важливих інфраструктурних об'єктів.
3. Альтернативні методи перевезень туристів у випадку виїзних турів. У зв'язку із закритим повітряним простором здійснення міжнародних турів є дещо ускладненим. Туристичні агенції пропонують автобусні тури чи виліт з найближчих аеропортів сусідніх держав.

Війна змінює сферу туризму, але після її закінчення можна очікувати появу нових туристичних напрямків та видів туризму в країні. Поки рано говорити про можливості для нашої країни, але післявоєнне відновлення галузі та відповідно його стабільний розвиток є важливою складовою для дослідження.

Існує також поділ факторів за тривалістю їх дії. Можна розглянути статичні та динамічні фактори. Перші мають незмінне в часі значення, тобто вони діють постійно. До них відносять: природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори. Гарним прикладом є теплі моря чи гірські масиви. Динамічні фактори – змінюються протягом відносно швидкого періоду часу. До них відносять:

- демографічні (збільшення кількості населення, зростання середньої тривалості життя та збільшення міської частки населення країни);
- соціальні (більш ранній вихід на пенсію, зростання частки самотніх людей, зростання добробуту населення та скорочення тривалості робочого тижня);
- економічні (зміна структури споживання товарів та збільшення частки туристичних послуг у споживчому кошику);
- культурні (підвищення культурного рівня людей та відповідно зростання попиту на культурні цінності зокрема і закордонні);
- науково-технічний прогрес (сприяє розвитку матеріально-технічної бази туризму). [10]

З точки зору впливу на туризм, усі фактори також поділяються на фактори залучення (ті що спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (ті які впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни). Обидва фактори мають місце на існування та проявляються в сучасній туристичній сфері. [25]

Важливим є дослідження передбачуваності цих факторів для їх подальшого вивчення чи зменшення їх дії. За цією ознакою вирізняють фактори передбачуваності та непередбачуваності. Перші є цілком доцільними і

зрозумілими. Це можуть бути щорічні національні свята чи фестивалі та їх проведення чи цілорічні низькі температури у відповідних регіонах. Фактори непередбачуваності- є гіршими у розрізі їх дослідження, адже їх практично не можна передбачити. Прикладом є стихійні лиха- цунамі, тайфуни, повені чи спалахи певних конфліктів.

Окремо можна виділити фактори, що діють нині та впливають на туристичну сферу:

- рівень свідомості населення, а точніше його зростання;
- підтримка з боку державних органів (успіх туристичної галузі прямо залежить від фінансової та іншої державної підтримки);
- скорочення робочого часу;
- поширення урбанізації (переселення більшої частини населення з сільської місцевості у міста);
- зростання суспільного багатства та рівня купівельної спроможності відповідно. [21]

Окремо потрібно виділити особистісні та поведінкові фактори, які стосуються безпосередньо людей чи туристів. Вони проявляються у мотивах здійснити подорож чи придбати туристичний продукт. Ці мотиви повинні сприяти бажанню подорожувати та при цьому повністю задовольняти туриста. Їх важливо досліджувати, бо коли турист хоче придбати певний тур він уже має про нього якесь уявлення. Якщо це попереднє бачення продукта не справдилось, то споживач швидко у ньому розчарується.

Таким чином, існує ціла класифікація факторів, що впливають на розвиток туристичної сфери за тими чи іншими ознаками. Їх можна розподілити від найбільш значущих до навпаки мало діючих. Також виявили, що на туризм впливають як позитивні, так і негативні фактори, які в свою чергу можуть бути статичні чи динамічні. В Україні зараз найбільш відчутним є внутрішній фактор нестабільності політичної ситуації, який діє вкрай негативно на туристичну галузь та державу вцілому.



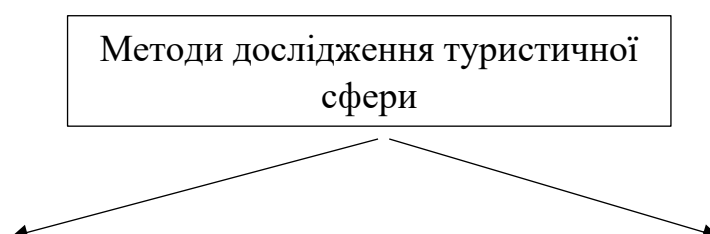
### 1.3. Методика дослідження туристичної сфери

Туризм як зростаюча галузь потребує наукового осягнення та теоретичного дослідження. В наш час для цього використовують численні підходи та методи, які дозволяють описати цей суспільний феномен. Метод- це засіб досягнення певної мети, спосіб дослідження явища, який визначає планомірний підхід до їх наукового пізнання та встановлення істини. Водночас методика дослідження- це система правил використання методів, прийомів та операцій. Вони є умовою для отримання нових знань про певне явище чи об'єкт. [3]

Методика дослідження туристичної сфери проявляється в різних методах та підходах, метою яких є пошук найбільш оптимальних та доцільних шляхів вирішення проблем. Вибір методу здійснюється на основі поставленої мети та самого об'єкта дослідження. Використовуються як географічні, так і інші наукові методи. До найбільш поширених можна віднести: статистичний, картографічний, історичний, монографічний та експедиційний. Останній вважається одним з найважчих через потрібні ресурси та відносно довгий термін на аналіз. [3]

В туризмі базовим методом дослідження є системно-структурний аналіз, який дозволяє, на підставі аналізу функціонування елементів системи - суб'єктів ринкової діяльності, структурувати ринок туристичних послуг, виявити міжкомпонентні, територіальні та організаційно-управлінські взаємозв'язки, їх характер, види, форми. Він передбачає вивчення об'єкта як цілісного елемента із сукупністю зв'язків та їх взаємодії [12]. В дослідженні він буде використовуватись для аналізу туристичної сфери Хорватії та її взаємозв'язків з іншими елементами.

Всі методи для дослідження туризму можна поділити на традиційні та сучасні. Кожен має численні підвиди. Для зручності сприйняття мною була створена схема (рис.1.3.).



- літературний;
- статистичний;
- візуальний (спостереження);
- картографічний;
- анкетний;
- польових досліджень;
- описовий метод тощо.

- географічний метод;
- моделювання;
- економічний;
- соціальний;
- комп'ютерних технологій.

Рис. 1.3. Методи дослідження туристичної сфери

Джерело: сформоване автором за [3, 12]

Найбільш поширеними з них є описовий, статистичний та картографічний методи. Статистичний метод передбачає збір та вивчення певних кількісних показників. Такий аналіз проводять для того, щоб виявити, як туристична галузь впливає на економіку країни, на її платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів. Описовий метод - один із найдавніших при якому застосовується описова статистика. Якщо перші два передбачали збір певних статистичних даних, то картографічний метод передбачає узагальнення результатів дослідження у формі картографічних моделей чи схем. [12]

Для аналізу туристичної сфери Хорватії всі ці методи є вкрай корисними. Зокрема статистичний метод буде використовуватись при дослідженні сучасного стану галузі. Описовий метод є основним для будь-якого дослідження, тому його значення також є незаперечним.

Також існують методи конкретних наукових досліджень. До них можна віднести метод сезонних оцінок чисельності самодіяльних туристів. Він передбачає опитування чи збір інформації від безпосередніх туристів для визначення їх конкретної кількості та для подальшого дослідження. Нестача даних сприяє

проведенню соціологічних опитувань, які в свою чергу стають основою для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму в країні.

Не менш поширеним та ефективним методом є метод порівняльного аналізу. Який передбачає пошук і виявлення схожості чи розбіжності однотипових властивостей досліджуваних об'єктів на основі зібраних статистичних даних або емпіричних досліджень. Він дає змогу уточнити існуючі та виявити нові тенденції, закономірності та перспективи розвитку туризму як у світі в цілому, так і в окремих країнах. Він буде використовуватись при визначенні важливості запровадження успішного досвіду відновлення туризму Хорватії після війни. Також будуть залучені елементи порівняння двох різних туристичних галузей. [3]

Отже, для виявлення істини потрібно спочатку обґрунтувати та довести судження. Для дослідження туристичної сфери можна використовувати різні методи. Вони можуть бути як виключно географічними, так і навпаки цілком філософськими. Під час вивчення конкретного туристичного об'єкта краще застосовувати декілька різних методів, що дасть можливість найповніше досягнути поставленої цілі.

### **Висновки до 1 розділу**

Розвиток туристичної сфери в країні – це складний процес, який потребує постійного оновлення задля максимального задоволення потреб іноземних та внутрішніх туристів. Туризм водночас є прибутковою сферою економіки, завдяки якій в країні розвиваються суміжні галузі, зокрема пов'язані з розміщенням і харчуванням туристів, та відбувається поповнення бюджету.

Кожна галузь може зазнавати впливу із зовнішнього чи внутрішнього середовища. На туризм впливає ряд чинників, кожен з яких може як стимулювати розвиток галузі, так і майже повністю його зупинити. В Україні найбільш відчутним зараз є один із зовнішніх факторів – воєнний. Війна змінює сферу туризму та разом може сприяти появі нових туристичних напрямків і видів туризму після свого закінчення. Поки рано говорити про можливості нашої країни

в туристичній галузі, але певні процеси ми можемо побачити вже зараз. Зокрема в країні активно процвітає внутрішній туризм в західних областях.

Для дослідження туризму варто використовувати різні методи: статистичний, географічний, соціальний, економічний, картографічний, описовий та інші.

## РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ХОРВАТІЇ

### 2.1. Післявоєнний період відновлення туристичної сфери Хорватії

Становлення суверенної Хорватії проходило в умовах хорватсько-сербської війни, яка тривала з 1991 року по 1995 рік. Однією з причин виникнення військового конфлікту стало проголошення про набуття незалежності 8 жовтня 1991 року на засіданні палат Сабору (парламенту) Хорватії. Подальше бомбардування Дубровника шокувало світ та викликало неабияку стурбованість у західних політиків. Ніхто не міг собі уявити, що будуть обстрілювати місто, яке знаходиться під захистом ЮНЕСКО, та руйнувати історичні пам'ятки. За час війни близько 70% будівель у Старому місті зазнало пошкоджень. Зазнали пошкоджень чи руйнувань багато історичних та культурних пам'яток (Рис.2.1.).

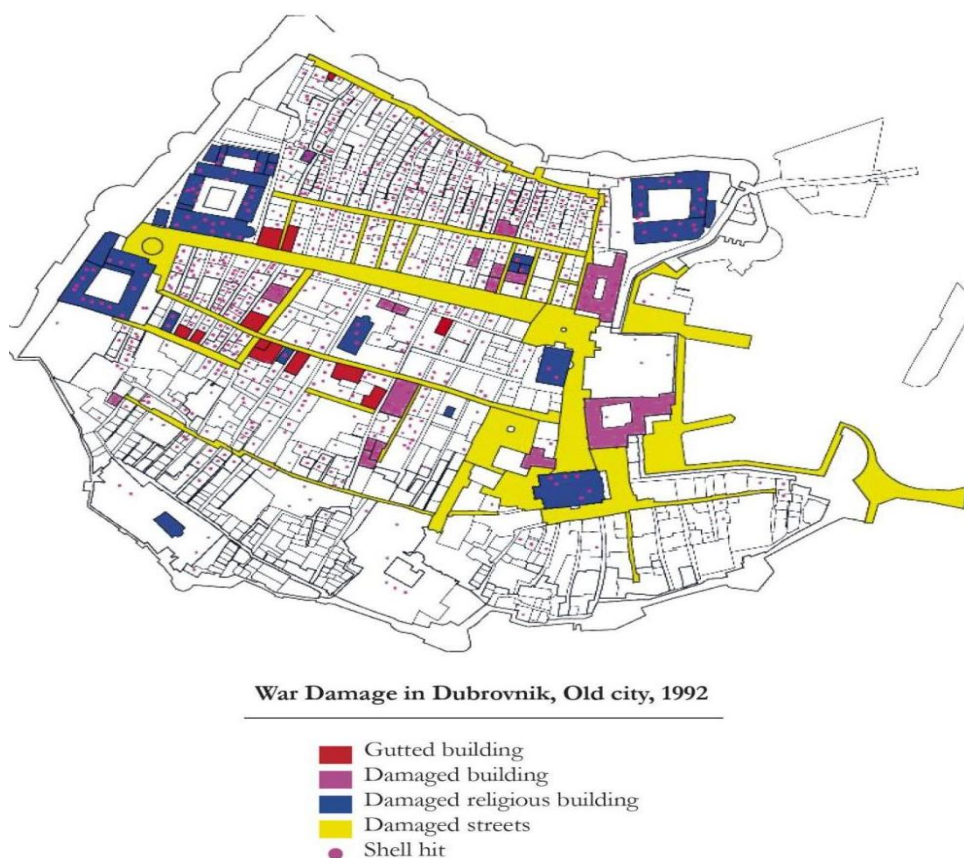


Рис. 2.1. Карта Старого міста, Дубровник, 1991-1992 рр

Джерело: [7]

У 1991 році місто було включено до Списку всесвітньої спадщини, що перебуває під загрозою, щоб привернути увагу міжнародної спільноти до ситуації та провести необхідні екстрені заходи з охорони. Вже після закінчення війни влада Хорватії і ЮНЕСКО почали проект відновлення Дубровника. Завдяки швидкій реакції міжнародної спільноти вже у грудні 1998 року стало можливим виключити місто із списку міст, що перебувають під загрозою. [11]

Ремонт пам'яток виконали в оригінальному стилі зокрема завдяки Інституту реставрації Дубровника. Більшість робіт з реконструкції провели між 1995 і 1999 роками, масштабні роботи завершилися у 2005 році. Було відновлено деталі Францисканського (дзвіниця, клуар та приміщення бібліотеки) та Домініканського монастирів, які розташовані у Загребі. Популярний зараз серед туристів фонтан Онофрію також зазнав руйнувань під час бомбардувань міста (див. додаток В). Вже у липні 2013 він був повністю відреставрований. Найбільше потребувала фінансування на подальше відновлення головна вулиця історичного центра Дубровника – вулиця Стадун. Зараз всі навколишні будинку та історичні пам'ятки є поновлені.

Туризм у Хорватії фактично припинився на період війни, але вже після цього почало відбуватись масштабне відновлення галузі. Першим кроком країни було запровадження національної валюти – куни у 1994 році, але більш масштабні структурні зміни гальмувались через відсутність коштів у бюджеті країни. Збитки від війни сягнули близько 18 млрд. доларів, або майже 50% національного доходу. [14]

Важливим є виділення таких елементів на шляху відновлення туристичної сфери Хорватії:

1. Запровадження піар-компанії країни та її раніше невідомих туристичних атракцій. В Хорватії є понад 1000 унікальних островів, які почали активно рекламувати для туристів. До цього часу відомими були лише грецькі острови як місце для проведення відпочинку (див. додаток А),
2. Отримання численних відзнак “Блакитний прапор” за чистоту та екологічність пляжів. Станом на 2023 рік у Хорватії 67 пляжів має цей

екологічний сертифікат. Про пляжні дестинації Хорватії писали іноземні видання, з'явилася інформація в соціальних медіа.

3. Хорвати зробили ставку на туризм й іноземні інвестиції. Необхідна умова для розвитку туризму звісно є капіталовкладення. Основним джерелом фінансування були кошти приватних і державних компаній.
4. Країною зацікавилися мережеві готелі, круїзні компанії, міжнародні туроператори. Багато нових готелів та курортів були побудовані або модернізовані, щоб відповідати сучасним стандартам.
5. Відновлення пошкоджених пам'яток завдяки допомозі ЮНЕСКО. Ще до війни Хорватія мала пам'ятки, які перебували під охороною. Програма відбудови тривала не один рік і закінчилась у 2005 році.
6. Просування своєї культури та природних пам'яток. Країна активно почала популяризувати наявні ресурси та застосовувати їх у туристичних цілях (див. додаток Д).
7. Країна зробила значний наголос на покращення якості обслуговування та розвиток туристичних послуг для того, щоб зробити перебування туристів більш комфортним. Зокрема було переглянуто якість обслуговування споживачів у закладах розміщення.
8. Євроінтеграція: процес євроінтеграції також сприяв туристичній індустрії, оскільки відкривав нові можливості для торгівлі та співпраці з іншими країнами Європейського союзу. У червні 2013 року країна стала членом ЄС. Країна стала 28-ю країною-членом ЄС, в тому числі й за рахунок стрімкого розвитку сфери туризму.
9. Фінансування від ЄС. Вступ країни до союзу виявився надзвичайно вдалим кроком. Згідно з Угодою про партнерство між Єврокомісією та Хорватією, з 2014 по 2020 роки країні виділили зі структурних та інвестиційних фондів 10,7 млрд. євро.
10. Розвиток ринку рейсів бюджетних авіаліній, бюджетного житла та запуск круїзних маршрутів. Найпопулярнішими маршрутами стали круїзи Адріатичним морем.

11.Прийняття низки потрібних законодавчих актів, які регламентували порядок здійснення відбудови в постраждалих від війни районах. Зокрема був прийнятий Закон про реконструкцію в 1996 році, який встановлював перелік міст, що підпадали під державну програму реконструкції. Також щороку приймалась річна програма реконструкції. [26]

З 2000-х років в країну поступово почали надходити іноземні інвестиції, а держава просувала свій туристичний напрямок за кордоном. Інформаційні кампанії проводились і централізовано, і місцевими туристичними організаціями. Також про самі туристичні атракції активно писали в іноземних виданнях, пізніше підключились і популярні блогери, які розповідали про цікаві локації в країні своїм підписникам.

Після оголошення незалежності в країні вдалось реалізувати масштабний план розвитку туристичної інфраструктури і послуг. Близькість до основних ринків Центральної Європи, особливо Німеччини, Австрії та Польщі, також сприяло тому, щоб сюди приїжджали туристи із Західної Європи. Водночас різкий розвиток туризму суттєво впливав на хорватську економіку. Щороку Хорватія завдяки туристам отримує близько 15% свого ВВП. Країну відвідували і продовжують відвідувати мільйони туристів, які приносять значні кошти у бюджет. Це допомогло збільшити інвестиції в розвиток прибережних готелів і інфраструктури, ресторанів та інших туристичних зручностей по всій країні. [7]

Для післявоєнної відбудови окрім власних ресурсів Хорватія також отримувала значні фінансові потоки від різних міжнародних товариств- ЄС, Світового Банку, ООН, ЮНЕСКО та інших. Найбільша частина коштів була направлена на відбудову пошкоджених міст та будівель зокрема.

Останнім важливим елементом є прибуття туристів з країн, де під час війни було найбільше біженців з Хорватії. Велика частка туристів в країні зараз з Німеччини і Швейцарії. Частина туристів, то самі хорвати, які лишились у тих країнах і приїжджають відпочивати до себе на батьківщину. А частина – німці та швейцарці, які усі ці 30 років підтримують таким чином хорватів і разом



економіку країни. Саме цим Хорватія змогла відновити туризм у перші 5 років після війни – за рахунок туристів з цих двох країн.

Отже, післявоєнний період відновлення туристичної галузі Хорватії був складним, але успішним. Країна орієнтувалась на туризм та залучення всіх можливих інвестицій з міжнародних та державних фондів. Проблема відновлення туризму була піднята на найвищий державний рівень. Ну і, звісно, сприяла цьому і євроінтеграція країни та вступ Хорватії в ЄС.

## **2.2. Сучасний аналіз розвитку туристичної сфери Хорватії**

Розвиток туристичної сфери в Хорватії має важливе значення для економіки країни. Основою економіки держави є сфера послуг, частка якої у ВВП близько 70%. За оптимістичними прогнозами дохід від туризму буде лише зростати, якщо на перешкоді до цього не виникне чергова криза. Більш детально розглянемо розвиток туристичної сфери країни на сучасному етапі.

Спочатку варто розглянути “Тенденції та політика ОЕСР у сфері туризму 2022”. У 2019 році туризм становив понад 68,5% експорту послуг Хорватії, водночас показник зменшився до 48% у 2021 році. Дохід від міжнародного туризму трохи знизився з 10,5 млрд євро у 2019 р. до 9,1 млрд євро у 2021 р. Це сталося через тенденцію зменшення кількості міжнародних туристів, на яких зазвичай припадає 90% відвідувань і ночівель у Хорватії. [34]

Скористаємось даними Державного статистичного управління Республіки Хорватія для аналізу актуальних даних. У структурі загального обсягу туристичних прибуттів 86,5% становлять іноземні туристичні прибуття, 13,5% внутрішні туристи. У 2023 році кількість прибуттів внутрішніх туристів збільшилася на 7,6%, а іноземних – на 10% порівняно з 2022 роком. У структурі загального обсягу ночівель туристів 91,2% здійснено іноземними туристами, 8,8% – внутрішніми туристами. У 2023 році порівняно з 2022 роком внутрішніх туристів було більше на 4,7%, а іноземних – на 2,4%. Порівняно з 2019 роком кількість прибуттів внутрішніх туристів зросла на 19,2%, ночівель – на 14,4%. Іноземних туристів

прибуло на 2,9% менше, а ночівлі іноземних туристів залишилися на тому ж рівні у 2023 році порівняно з 2019 роком. [36]

Найбільше прибуттів іноземних туристів у 2023 році здійснено туристами з Німеччини, а саме 3,2 млн. прибуттів, що становить 19,0% від загальної кількості реалізованих іноземних туристичних прибуттів. Порівняно з рекордним 2019 роком, німецькі туристи здійснили на 11,3% більше прибуттів. Найбільший приріст прибуттів спостерігався серед угорців + 22%. За ними йдуть ночівлі туристів з Австрії (4,5%), Польщі (3,7%), Італії (4,7%) та Великої Британії (5%). Усі перелічені країни досягли зростання кількості ночівель туристів у 2023 році порівняно з 2022 роком, за винятком туристів з Німеччини та Чехії, у яких було разом на 9,0% менше ночівель (табл. 2.1).

*Таблиця 2.1.*

#### **Прибуття туристів за країнами проживання**

	у 2022 році	у 2023 році
Австрія	1 453 241	1 519 482
Чехія	835 402	781 274
Італія	908 160	952 911
Угорщина	573 011	697 270
Нідерланди	528 947	536 020
Німеччина	3 281 187	3 206 708
Польща	1 005 957	1 042 956
Словаччина	480 264	489 482
Словенія	1 418 967	1 509 640
Великобританія	695 903	730 254

Джерело: побудовано автором за даними [30].

Окремо проаналізуємо заклади розміщення Хорватії та їх структуру. У 2023 році в комерційних закладах розміщення здійснено 19,5 млн. туристичних прибуттів і 92,4 млн. ночей. Це на 9,7% більше туристичних прибуттів і на 2,6% більше ночівель порівняно з 2022 роком. Для прикладу з рекордним туристичним 2019 роком, у 2022 році було всього на 0,4% менше прибуттів, але водночас на 1,2% більше ночівель туристів. Можемо спостерігати майже повне повернення до успішних показників допандемічного періоду.

Структура готелів по категоріям: найбільша кількість готелів 4\* їх близько 51%, 3\* готелів 33%, 5\* 12% і найменша кількість 2\* готелів- 4%. Для зручності сприйняття була створена діаграма (рис. 2.2.).



Рис. 2.2. Структура готельного господарства Хорватії за 2022 рік  
Джерело: сформоване автором за даними [38].

Водночас Хорватія відома не лише своїми готелями, але й іншими закладами розміщення. Зокрема в 2023 році серед туристів були найбільш популярні курорти та аналогічні заклади для короткочасного відпочинку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

### Ночівлі туристів у закладах розміщення

	у 2022 році	у 2023 році
Загалом	90 040 177	92 376 832
Готелі та подібні засоби розміщення	23 028 353	24 716 871
Курорти та аналогічні заклади для короткочасного відпочинку	45 579 460	45 980 751
Табори та кемпінги	21 397 570	21 643 526
Інше розміщення	34 794	35 684

Джерело: побудовано автором за даними [39].

Можемо побачити, що спостерігалось зростання кількості ночівель у 2023 році в порівнянні з попереднім роком. Найпопулярнішими залишаються курорти, потім готелі, табори та кемпінги та інше розміщення. Під останнім розуміється оренда квартир чи окремих будинків.

Із туристичної статистики інституту туризму Хорватії ми можемо побачити ріст кількості ночівель за останні роки (рис. 2.3.) [36].



Рис. 2.3. Кількість ночівель (тис.), лютий 2016-2023 рр

Джерело: [36]

Із наведеної діаграми ми можемо побачити, що в період після ковіду кількість ночівель стрімко зростає і вже в минулому році (2023) цей показник перевищив допандемічні дані. Це ще один доказ, що туристична сфера Хорватії стрімко розвивається.

Щодо найпопулярніших регіонів у Хорватії, то за перші десять місяців 2023 року найбільша кількість прибуттів була зафіксована в Істрії, з 4,9 мільйонами відвідувачів, що свідчить про п'ятивідсоткове збільшення порівняно з 2022 роком. Сплітсько-Далматинська жупанія (назва округу в сучасній Хорватії) йде слідом із 3,8 мільйонами прибуттів, показуючи на 11 % більше, ніж у попередньому році. Крім того, у Кварнері було зареєстровано 3,1 мільйона прибуттів, що на п'ять відсотків більше, ніж у 2022 році. У Задарській жупанії було зафіксовано два мільйона прибуттів, що водночас на 6% більше, ніж у попередньому році. [33]

Топ-5 міст Хорватії за кількістю туристів у 2023 році:

1. Загреб - 1,1 млн.;
2. Ровінь близько 1 млн.;
3. Дубровник - 800 тисяч;
4. Спліт - 700 тисяч;
5. Пореч - 600 тисяч.

Згідно з даними Європейської туристичної комісії (ЕТС), Хорватія входить до п'яти країн, яким вдалося досягти рівня туристичного обороту з допандемічного 2019 року. Влада країни вже реалізує дієвий план розвитку на поточний 2024 рік щодо туризму. Вони прагнуть залишатись однією з найбільш популярних туристичних країн. Для цього зроблять акцент на просуванні Хорватії на ринках Швейцарії та Італії, а країна також буде країною-партнером на відповідних ярмарках у Цюріху та Неаполі.

Отже, туристична сфера Хорватії дійсно стрімко зростає в останні роки. Зараз майже всі показники досягли рівня 2019 року, а деякі навіть його набагато перевищили. В 2024 році країна прагне також залишатись популярною європейською країною для відпочинку туристів і розширити географію туристичних потоків.

### **2.3. Державне регулювання туристичної сфери Хорватії**

В Хорватії створено ефективну систему управління туризмом для розвитку галузі. Вищим органом влади є Міністерство туризму і спорту (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske). Воно відповідає за розробку стратегій, політики та інших заходів на національному рівні та розробку пропозицій до законодавства щодо управління туризму. Міністром туризму і спорту є Ніколіна Брняц. Міністерство регулярно співпрацює з Палатою економіки Хорватії (Hrvatska gospodarska komora), Торгово-ремісничою палатою (Hrvatska obrtnička komora) та професійними асоціаціями у сферах туризму та гостинності. [29]

У Міністерстві діють також чотири окремі управління:

1. Міжнародного співробітництва;
2. Розвитку і конкурентоспроможності туризму;
3. Системи туристичних рад і менеджменту дестинацій;
4. Юридичних питань.

Наступною важливою організацією є Хорватська національна рада з туризму (HTZ), яка водночас підпорядковується Міністерству туризму і спорту. Вона займається просуванням туризму та популяризацією Хорватії як цікавої країни для відпочинку. Їхня місія також включає планування та реалізацію спільної стратегії та концепції її просування, пропозицію та виконання рекламних заходів, що становлять взаємний інтерес для всіх суб'єктів туризму в країні та за кордоном, а також підвищення загальної якості спектру туристичних послуг, які пропонуються в Республіці Хорватія.

У сферу діяльності HTZ входить управління системою eVisitor та іншими туристичними інформаційними системами, а також координація всіх туристичних рад і господарських та інших суб'єктів туризму, які працюють прямо чи опосередковано для покращення та просування туризму в Хорватії.

Органами управління HTZ є Асамблея, Туристична Рада та президент, чий обов'язки виконує Міністр Туризму. Організація діє на основі річної Робочої Програми та Фінансового Плану, затвердженого Асамблеєю, і отримує дохід від таких джерел: туристичний збір, членські внески, державний бюджет та інші джерела. Хорватська туристична рада має штаб-квартиру в Загребі і 19 представництв та філій у всьому світі. Зокрема у Нью-Йорку, Відні, Мілані Мюнхені, Празі та у інших. [31]

Згадана раніше eVisitor – інформаційна система реєстрації та зняття з реєстрації туристів. Для користування фізичним та юридичним особам, які виступають як надавачі послуг розміщення (орендарі), потрібен лише комп'ютер або мобільний пристрій з Інтернет-браузером та підключення до Інтернету.

Основні функції eVisitor:

1. Заселення та виселення гостей - орендодавці можуть заселяти та виселяти своїх гостей у будь-який час, а система автоматично веде гостьову книгу.

2. Реєстр усіх постачальників послуг розміщення та їхніх об'єктів розміщення на території Республіки Хорватія – містить всю важливу інформацію про орендарів (ім'я/найменування, ОІВ, адреса) та їхні об'єкти розміщення (тип, категорія, місцезнаходження, місткість розміщення).
3. Розрахунок та контроль туристичного збору - розраховує суму туристичного збору з окремого засобу розміщення або окремого орендаря.
4. Обробка та аналіз даних і звітність для статистичних цілей - дозволяє створювати різноманітні звіти для потреб установ у туристичному секторі та поза ним.

Для кращого сприйняття була створена організаційна схема управління туристичною сферою в Хорватії (рис. 2.4.).

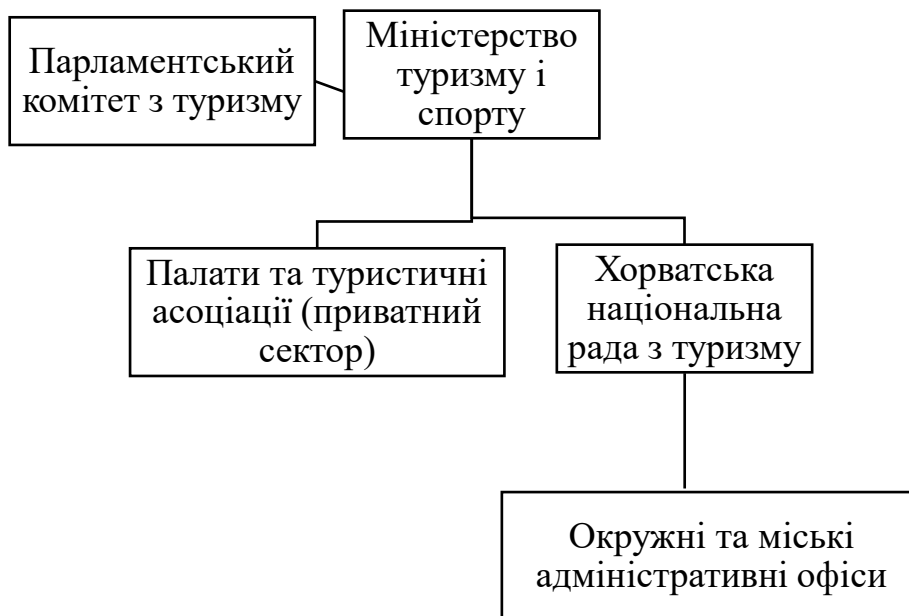


Рис. 2.4. Організаційна структура управління туризмом в Хорватії

Джерело: сформоване автором за даними [34].

На регіональному та місцевому рівні розвитком туризму в Хорватії займаються окружні адміністративні офіси, які водночас мають департаменти, що відповідають за туризм і займаються класифікацією та видачею дозволів для приватних закладів розміщення. Зараз діє 20 адміністративних офісів. Зокрема

місто Загреб має також такий офіс із відділом туризму, який є відповідальним за видачу дозволів у сфері гостинності. Крім того, існує близько 280 місцевих туристичних офісів у містах і муніципалітетах, які розробляють нові туристичні продукти, інформують і поширюють маркетингові матеріали під керівництвом регіональних туристичних офісів.

Останньою не згаданою ланкою з структури управління туризмом є Комітет з туризму. Він встановлює та контролює впровадження політики, а також процедур прийняття законодавства та інших нормативних актів. Він має права та обов'язки компетентного робочого органу з питань, що стосуються:

- концепції та стратегії розвитку хорватського туризму;
- встановлення та моніторингу реалізації політики розвитку туризму Республіки Хорватія;
- індустрії гостинності та туризму та безпосередньо пов'язаної з ними діяльності;
- програм розвитку туризму;
- встановлення та моніторингу реалізації політики охорони та підтримання якості туристичних об'єктів. [36]

Окремо варто розглянути туристичну політику, яку запровадили державні органи управління задля розвитку туризму. По-перше, це ті заходи, які були запроваджені задля відновлення галузі після світової пандемії.

До них можна віднести: продовження встановлених законом термінів дії ліцензій на діяльність; зменшення та звільнення від сплати туристичних зборів; зниження ставки членських внесків туристичної ради; відстрочення та звільнення від сплати концесійних платежів; спрощення умов доступу до певних регульованих професій у туризмі (наприклад, туристичні гіді та менеджери бізнес-агенцій); а також надання грантів, капітальних позик, субсидій та додаткових кредитних ліній.

Наступне – це стратегія сталого розвитку туризму до 2030 року, яка була прийнята безпосередньо Міністерством туризму і спорту з 2018 року. У рамках Стратегії визначено бачення Республіки Хорватія: у 2030 році Хорватія буде конкурентоспроможною, інноваційною та безпечною країною з впізнаваною



ідентичністю та культурою, країною збережених ресурсів, якісних умов життя та рівних можливостей для всіх . Розвиток сталого туризму в Республіці Хорватія має на меті підвищення якості життя та роботи місцевого населення та економічний і соціальний прогрес хорватського суспільства в цілому. Ключовою особливістю Хорватії як туристичного напрямку є її автентичність, яку відображають гостинні, відкриті та сердечні люди, різноманітність її регіонів та багата природна та культурна спадщина.

Можна сказати, що туризм в Хорватії – це пріоритетна галузь розвитку, розвитком якої зараз займається ціла структура органів управління. Кожен із державних органів працює задля покращення результатів та подальшого становлення країни як найпопулярнішої серед туристів.

Отже, державне регулювання туристичної сфери Хорватії дієво працює завдяки чіткій організаційній структурі, на чолі якої стоїть Міністерство туризму і спорту, та значному фінансуванню. Наступною, не менш важливою, організацією є Хорватська національна рада з туризму, яка займається просуванням туризму. Пріоритетним для них є бажання розвивати галузь.

## **Висновки до 2 розділу**

Туризм у Хорватії фактично припинився на період війни, але вже після цього почало відбуватись масштабне відновлення галузі. Першим кроком країни було запровадження національної валюти – куни у 1994 році, але більш масштабні структурні зміни гальмувались через відсутність коштів у бюджеті країни. Збитки від війни сягнули близько 18 млрд. доларів, або майже 50% національного доходу.

Для післявоєнної відбудови окрім власних ресурсів Хорватія також отримувала значні фінансові потоки від різних міжнародних товариств- ЄС, Світового Банку, ООН, ЮНЕСКО та інших. Найбільша частина коштів була направлена на відбудову пошкоджених міст та будівель зокрема.

Серед інших чинників успішної відбудови можна зазначити такі: наявність багатих рекреаційних ресурсів, впровадження інноваційних технологій та звісно орієнтація на туристів з Європи. Зараз країна щорічно знаходиться в переліку найбільш відвідуваних напрямків для відпочинку туристів і отримує значні фінансові потоки в свій бюджет.

В останні роки Хорватія користується шаленим попитом серед туристів з різних країн світу. Цьому сприяють наявні численні туристичні ресурси і позитивний імідж країни.

## РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОВОЄННИЙ ЧАС: ДОСВІД ХОРВАТІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

### 3.1. Проблеми і перспективи розвитку туристичної сфери Хорватії

В останні роки Хорватія користується шаленим попитом серед туристів з різних країн світу. Цьому сприяють наявні численні туристичні ресурси і позитивний імідж країни. Але цей туристичний напрямок, як і інші, має свої недоліки. Для зручності розглянемо цю схему (рис. 3.1.).



Рис. 3.1. Проблеми розвитку туристичної сфери Хорватії

Джерело: сформоване автором.

Високі ціни на відпочинок – перш, на що варто звернути увагу. Курорти Хорватії на рівень дорожчі від турецьких, болгарських та єгипетських. З 1 січня

2023 року країна приєдналась до Шенгенської зони і ввела євро – вартість всього зросла миттєво. Наприклад ціна на пляжний шезлонг в літні місяці минулого року становила від 33 до 40 євро. Прайс на страви у місцевих ресторанах стартує від 15 євро за піцу. Через це туристи змушені економити або обирати іншу країну для свого відпочинку.

Наступне – це море. Туристи, які їдуть в літні місяці на відпочинок хочуть мати можливість насолодитись морем. Але тут є відразу дві проблеми: кам'яністі пляжі і холодне море. Піщані пляжі не так просто і знайти, але ті що є – переповнені туристами. Щоб комфортно себе почувати на пляжі варто одягнути спеціальне взуття для плавання та купатись в ньому. На дні моря є дрібні колючки і морські їжаки, на які можна випадково наступити. Стосовно температури моря, то воно тут холодніше ніж у Греції чи Італії. Прогрівається воно ближче до середини літа до позначки + 25 градусів. Сюди можна додати ще один недолік – до найкращих пляжів складно дістатись. Зручніші та менш заповнені зазвичай розташовані в місцях, куди не заїдеш на автомобілі. Дорога часто вкрай незручна: кам'яниста та зі стрімким спуском вниз.

Для туристів, які подорожують на авто є ще один недолік – заборона на в'їзд в ту частину міста, де є стара забудова. Зокрема це обмеження діє у популярному Шибенику та Спліті. Відстань від парковки до закладу розміщення може бути суттєвою, і якщо у вас багато речей, то дістатись буде важко. Також сама вартість парковки є високою і знайти вільне місце в межах міста нелегко. Щодо доріг, то вони тут рівні, але водночас вузькі та без обочин. Потрібно бути обережними, як туристам на автомобілях, так і просто тим хто йде на пляж. [22]

Хоч і існує проблема з подорожами туристів на автомобілях, але водночас без транспорту ви не зможете оглянути всі цікаві місця Хорватії. Туристичні дестинації тут розміщені по всій площі країни, а це більше 56000 км<sup>2</sup>. Проблемою є навіть не сама площа, а протяжність країни. Щоб оглянути всі природні дива та міста вам знадобиться не одна відпустка. Також для огляду численних островів, яких тут більше тисячі, вам буде мало лише одного авто, потрібно орендувати яхту чи скористатись туристичними рейсами.

Наступна проблема – майже немає готелів із популярною серед українців системою all inclusive. У Хорватії не представлено такої кількості та типів готелів як у Туреччині, з повним харчуванням. Тут більше готелів зі сніданками чи апартаментів з власною кухнею. Окремо можна виділити і саму інфраструктуру готелів особливо для сімей з дітьми (водні гірки та аквапарки, дитячі майданчики та інше). Більшість закладів розміщення мають невелику територію, тому на щось масштабне не варто очікувати.

Матеріально-технічне забезпечення пляжів. В Хорватії небагато готелів із власними пляжами та зручностями у вигляді пляжних шезлонгів та парасольок. Більшість зручностей оплачується за додаткову плату, яка є доволі вражаючою, що згадувалось вище. На найкращих віддалених пляжах не знайдете ні шезлонгів, ні облаштованих пляжних кабінок для переодягання, ні туалетів. Звісно така ситуація не скрізь, є і цілком облаштовані зони відпочинку: на розміщеному за Шибеником пляжі Солярис є все – від шезлонгів до ресторанів і анімації для дітей.

У високий сезон (літні місяці) виникають відразу декілька додаткових проблем через сезонність галузі: спека, велика кількість туристів, відсутність якісного сервісу через нестачу робочої сили та недостатня кількість закладів розміщення. Більшість з цих проблем виникає саме через натовпи туристів. Спостерігається високий попит і система обслуговування зазнає змін в гірший бік. Зокрема в міста Спліт та Шибеник кожного ранку прибувають тисячі туристів з круїзів по Адриатичному узбережжю, і міста відразу стають переповнені. Бронювати готель чи інший заклад розміщення потрібно за декілька місяців, а краще навіть і раніше. Система обслуговування тут потребує оновлення відповідно до реальної кількості туристів.

Хорватія – чудова країна для активного відпочинку та дослідження цікавих місць. Цей туристичний напрям не підійде людям, які хочуть відпочинку виключно на пляжі чи біля басейну та очікують тут побачити щось на кшталт турецького 5-ти зіркового готелю. В цій країні ви платите високу вартість за можливість насолодитись національними парками та островами.

Проаналізувавши наявні проблеми доцільно надати можливі шляхи розвитку та вдосконалення туристичної сфери Хорватії. Вирішення недоліків – це важлива складова для успішного бізнесу, яка згодом допоможе залучити ще більшу кількість нових туристів. Для зручності розглянемо цю схему (рис. 3.2.).

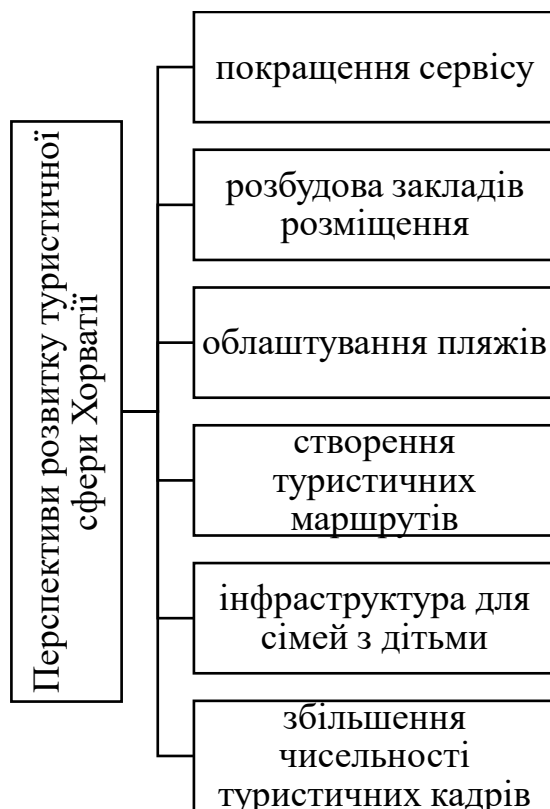


Рис. 3.2. Перспективи розвитку туристичної сфери Хорватії

Джерело: сформоване автором.

Насамперед перспективним є залучення більшої кількості туристів в країну шляхом покращення сервісу та надання ширшого переліку послуг зокрема у закладах розміщення. Перш за все це стосується якості обслуговувань номерів та їх чистоти в літні місяці. Так як наплив туристів влітку є найбільшим, потрібно збільшувати штат працівників на цей період. Це стосується не лише сфери розміщення, а й харчування і транспортування до місця призначення. Зокрема щороку відбуваються численні відміни та перенесення авіарейсів через завантаженість аеропортів.

В Хорватії більшість туристів орендують житло в приватному секторі від місцевих жителів. Така ситуація не завжди сприятливо впливає на розвиток держави та сфери туризму через відсутність сплати податків. Тому для країни важливим є розвиток закладів розміщення та приваблення цих туристів. Однією з причин такої ситуації є менша ціна на проживання та значна економія на харчуванні шляхом використання кухні і приготування власноруч страв. Доцільним є будівництво готелів з місцем для приготування їжі або вже мінімально облаштованих для цього номерів.

Завдяки покращенню пляжів також можна залучити ще більшу кількість відвідувачів. Зокрема варто розглянути можливість оренди шезлонгів та парасольок, встановлення туалетів та кабінок для переодягання. Там повинні бути рятувальні вишки, медпункт та спеціальні пандуси для людей з обмеженими можливостями. Готелям із власними пляжами варто також таким чином покращити відпочинок своїх гостей. Водночас потрібно зберегти і “дикі” пляжі для людей, які прагнуть просто насолодитись морем і природою Хорватії.

Будівництво нових готелів для середнього класу людей. Як було вже виявлено, влітку забронювати гарний номер тут майже неможливо, а ще якщо ти хочеш відпочити доволі бюджетно, то це вже проблемно. Після входження країни до Шенгенської зони та впровадження євро як єдиної валюти, ціни стали ще вищими. Потрібно розуміти важливість охоплення різних сегментів туристів за їх фінансовими можливостями. Наприклад, молодь завжди прагне зняти максимально дешевий номер. Доцільно буде побудувати більшу кількість комфортних закладів розміщення для таких людей.

Одним із елементів покращення сервісу є збільшення кількості кваліфікованих працівників в сфері туризму. Тут потрібно не лише збільшувати кількість кадрів, а й навчати їх потрібним аспектам обслуговування. Якість наданих послуг на пряму залежить від людей, які будуть їх надавати. Люди, які знаються на цій сфері допоможуть забезпечити високу якість і професійність обслуговування в закладах розміщення, закладах харчування та інших туристичних об'єктах.

Персонал, який вже працює в цій галузі, потрібно відправляти на курси по підвищенню кваліфікації, а новий штат варто відразу навчати.

Створення туристичних маршрутів. Через віддаленість туристичних destinations та неможливість скористатись орендою автомобіля туристи втрачають можливість побачити всі неймовірні місця цієї країни. Варто створити маршрути із залученням зручних автобусів на різну тривалість. Щоб кожен турист зміг максимально насолодитись країною не думаючи при цьому про оренду транспорту. Можливо навіть, щоб ці маршрути були не від приватних компаній, а від державних. Таким чином більше людей будуть довіряти таким поїздкам, а бюджет країни поповнюватиметься.

Навіть уже наявним та діючим закладам розміщення та харчування потрібно подбати про оновлення матеріально – технічного забезпечення. Наповнення готелю, ресторану чи кафе – це те, на що туристи однозначно звертають увагу. Тут також варто звернути увагу на розбудову інфраструктури для сімей з дітьми. Це можуть бути водні гірки, майданчики чи кімнати для розваг. Для невеликих закладів розміщення доступним варіантом є виділення декількох кімнат та створення там кімнат для ігор дітям.

Однією із проблем галузі є сезонність, тому варто розширити можливості відпочинку туристів в інші сезони крім літа. Потрібно таким чином розвантажити заклади розміщення та і самі міста від туристів. Більшість туристів відвідують країну в літні місяці, з особливим піком у липні і серпні. Цьому сприяє і найвища температура моря. Але багато людей приїждять сюди не лише за морем, а й за екскурсіями визначними місцями. Для таких туристів варто популяризувати відпочинок весною та восени, коли температура повітря є оптимальною для піших прогулянок. Щоб це впровадити можна побудувати спа- та велнес центри в окремих будівлях чи безпосередньо в готелях. Таким чином гості зможуть відпочити та погуляти містами і майже не відчуті для себе відсутності моря завдяки можливості поплавати в теплому басейні.

Окремо варто виділити два перспективні напрямки – екологічний та сталий туризм. Стосовно екологічного туризму, то Хорватія вже активно його розвиває.



Адже на території країни розміщені численні заповідники. Вдалим варіантом є поєднання екологічного туризму та сталого розвитку. Хоч країна і впровадила стратегію сталого розвитку туризму до 2030 року, але це поки не зможе вирішити всі наявні проблеми. Країні терміново потрібно вирішувати щось із натовпами туристів у літні місяці, а точніше із шкодою, що вони наносять природі та незручностям місцевим жителям. Країна є популярним місцем для зупинок великих круїзних лайнерів, які кожного дня зупиняються у портах та водночас забруднюють прибережну зону. Ці натовпи людей заважають місцевим жителям та переповнюють заклади харчування. Тому вкрай потрібним є орієнтування країни і галузі туризму на сталий розвиток та безпечний для навколишнього середовища екологічний туризм.

Ще одним перспективним напрямком є розвиток медичного туризму. В Хорватії вже є бальнеологічні та грязелікувальні курорти, які в більшості розташовані недалеко від столиці Загреба. Всього в Хорватії більше 20 термальних джерел плюс єдине в Європі і друге в світі після азербайджанського родовища нафталана – лікувальної нафти. Хорватія має потенціал стати однією з провідних країн в сфері відпочинку в санаторіях та лікування. Потрібно розвивати мережу цих закладів та покращувати їх матеріально-технічне забезпечення.

Хорватія має ряд перспектив для впровадження в сферу туризму. Щоб при збільшенні кількості туристів не зазнала шкоди природа та місцеві жителі варто розглянути можливість впровадження сталого розвитку та популяризації країни не лише влітку.

Отже, Хорватія має ряд недоліків в туристичній сфері, при вирішенні, яких можна залучити ще більшу кількість спеціалістів. Водночас потрібно пам'ятати про переповнення країни туристами та супутні проблеми, які виникають через це. Варто орієнтуватись на сталий розвиток та розширювати можливості екологічного, медичного та оздоровчого відпочинку, розбудовуючи при цьому заклади розміщення.

### 3.2. Повоєнний план розвитку туристичної сфери України

Війна і туризм – це речі з першого погляду зовсім не сумісні. Війна спустошує всі сфери розвитку нашої держави. Але у світі існують приклади успішного відновлення туристичної сфери після закінчення збройних конфліктів. Зокрема варто перейняти досвід Хорватії. Вони керувались таким важливим принципом, який навіть зараз можна побачити на міських мурах у Дубровнику: *Non bene pro toto libertas venditur auro* (Свобода не продається ні за яке золото). Головне для нас зараз перемогти і вистояти.

Туризм не відновиться сам собою без допомоги держави та міжнародних компаній. Зараз ми маємо лише бачення ДАРТУ про те, що Україна розглядає туризм як опору післявоєнного відродження країни. Поки немає жодного плану відновлення, адже ніхто достовірно не може знати скільки ще руйнувань зазнає ця сфера. [6]

В умовах пошуку нової парадигми розвитку туристичної сфери в Україні після війни доцільно перейняти досвід Хорватії та додати певні особливі елементи, які допоможуть нам стати популярною європейською країною серед туристів.

Заходи, щодо розвитку туристичної сфери України після нашої перемоги:

1. Першою і найголовнішою умовою є розмінування територій та об'єктів, які планують використовувати з туристичною метою. Стосовно морського узбережжя, то тут поки важко щось передбачити. Потрібно почути думку експертів.

2. Наступним є проведення інформаційних кампаній про межі небезпечних регіонів та акцентувати увагу на доступні туристичні місця. Так, ми не зможемо відразу використовувати всі регіони в цілях туризму, адже на розмінування та обстеження деяких піде не один рік.

3. Скористатись повоєнними символічними місцями для залучення туристів. В Україні таких міст багато - Буча, Ірпінь, Харків, Маріуполь та багато інших. Потрібно показати якомога більшій кількості людей всю шкоду від війни.

Вже зараз бачимо, що всі іноземні делегації відразу після приїзду в нашу країну везуть на Київщину та розповідають про реалії нашого життя.

4. Розвиток сильного туристичного бренду як зробила Хорватія. До війни масовий туризм в Україні розвивався слабкими темпами, але тепер вже більша кількість людей по всьому світу знає про нашу країну. Це потрібно використати для залучення туристів. Варто створити перелік цікавих DESTИНАЦІЙ в нашій країні і оформити все це іноземними мовами та транслювати на відповідних сайтах. В Україні є місця не гірші ніж у Хорватії, котрі варті уваги (див. додаток Б).

5. Залучення інвестицій з усіх можливих напрямків. Після закінчення війни в Хорватію почали надходити іноземні інвестиції на розвиток галузі та і сама держава розуміла важливість капіталовкладень. В Україні вже значно більше пошкоджених об'єктів та DESTИНАЦІЙ, які потребують відновлення. Потрібно транслювати на загальний рівень шкоди і шукати інвесторів.

6. Будівництво і відновлення DESTИНАЦІЙ. Отримані інвестиції необхідно спрямовувати на відновлення таких об'єктів (див. додаток Г). Хорватії дуже допомогло ЮНЕСКО. Потрібно починати перемовини стосовно наявності потреби у такій допомозі. Але не варто сподіватись лише на міжнародні інвестиції, потрібно шукати їх також в межах країни серед бізнесменів та людей, які можуть та хочуть відбудувати країну.

7. Створення окремого фонду на відновлення туристичної сфери. Тут потрібно все робити з нуля, адже він повинен працювати досконало та прозоро. Виділені кошти повинні направлятись на конкретну ціль. Таким чином ми зможемо надати інвесторам підтвердження нашої роботи.

8. Зміни у структурі державного управління туризмом (про це детальніше трохи згодом).

9. Промоція нашого туристичного потенціалу. Це може бути участь у міжнародних туристичних заходах, на яких можна буде знайти партнерів для реалізації проектів відродження туризму. Гарним досвідом вже була участь України в найбільшій профільній виставці – бірж ІТВ Berlin в березні цього року.

10. Бренд-піар. Можна провести певні саміти чи навіть туристичні конференції ЮНВТО в нашій країні після війни. Це чудова можливість прорекламувати нашу країну як чудовий туристичний напрям. [26]

11. Розвиток малого та середнього бізнесу (зокрема невеликих готелів, вілл чи кафе), який найбільше постраждав. Можливим є зменшення оподаткування та сприяння створенню нових суб'єктів туристичної сфери.

12. Пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг. Зокрема залучення новітніх технологій. Для екскурсійного показу туристичних об'єктів можливо використовувати віртуальну реальність. Це є особливо актуально для тих будівель, що повністю зруйновані і на відновлення яких піде багато часу.

Після закінчення війни туризм в Україні буде зовсім іншим. Про шляхи його відновлення поки важко говорити, але можливостей є багато. Зокрема повинні бути створені нові маршрути присвячені містам-героям. Як було згадано вище, на відновлення галузі потрібно велика кількість інвестицій, адже у держави не буде можливості все це фінансувати. Поки не закінчилась війна не ясно як буде діяти міжнародна спільнота: чи повірять у нас так само, як колись у Хорватію. Для цього державі вже зараз потрібно надавати прямі докази перспективності нашої країни. Варто розглянути також окремих інвесторів, а не лише міжнародні організації. Адже вони можуть бути більш зацікавлені в цьому. Проведення переговорів - це перше, що можна вже робити зараз.

Можна встановлювати співпрацю з світовими готельними мережами та запрошувати їх будувати нові заклади розміщення в нашій країні після закінчення війни. Коли міжнародні мережі заходять в країну це стає своєрідним поштовхом для всіх інших, що напрям є перспективним.

Окремо варто зупинитись на такому аспекті як євроінтеграція. Хорватія з 2013 року знаходиться в ЄС і завдяки цьому вона отримала численні грошові трансші на різні потреби. Також в минулому 2023 році країна нарешті вступила в Шенгенську зону (на це їй знадобилось 12 років) [27].

Про позитивний вплив цих двох процесів на туристичну сферу можна говорити довго, але основним є спрощення візового режиму і як наслідок

збільшення кількості туристів. Для України це питання є як ніколи актуальним. Ми боремось за право стати європейською країною вже далеко не один рік та чи стане перемога у війні поштовхом до міжнародної спільноти поки не ясно. Сподіваємось, що в найближчому майбутньому наша країна стане наступним членом ЄС і це позитивно вплине на розвиток галузі.

В Україні зараз діє спірна структура управління туризмом, розвитком якого займається Міністерство культури та інформаційної політики України. У його складі функціонує центральний орган державної виконавчої влади у сфері туризму - Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). Така система хоч і використовується в деяких європейських країнах, але в нас вона мало ефективна і потребує змін. Спираючись на досвід Хорватії та інших провідних туристичних країн рекомендовано вдосконалити цю систему (рис. 3.3.).

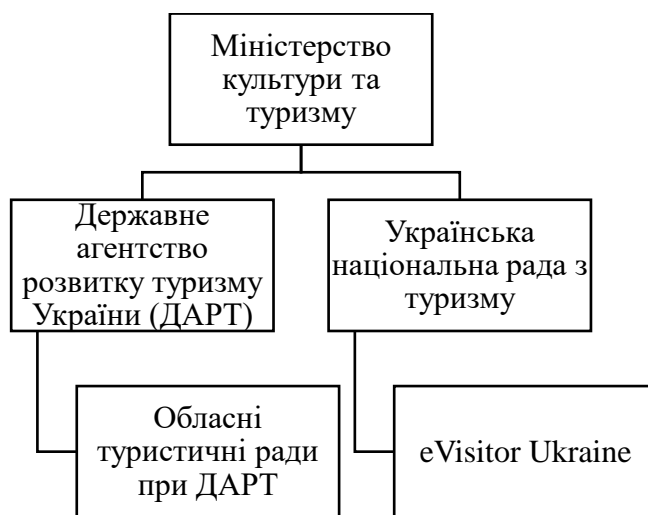


Рис. 3.3. Рекомендована організаційна структура управління туризмом в Україні

Джерело: сформоване автором

Після закінчення війни державі варто переглянути організаційну структуру управління туризмом. Насамперед повернути колишню назву Міністерству культури та туризму, яка була до 2010 року. Політика об'єднання декількох міністерств в даному випадку не була успішною. Міністерство туризму повинно бути, якщо держава розглядає розвиток галузі як пріоритетний. Для ефективної роботи також потрібно збільшити фінансування, але водночас запровадити

жорсткий контроль за виділеними коштами задля їх профільного використання. Міністерству культури та туризму повинні підпорядковуватись два окремі органи: вже діюче Державне агентство розвитку туризму України та нова Українська національна рада з туризму.

Скористаємось досвідом Хорватії, в якій вже успішно діє Хорватська національна рада з туризму. В Україні цей орган буде займатись просуванням туризму та популяризацією нашої країни як цікавого місця для відпочинку. Українська національна рада з туризму буде працювати задля підвищення загальної якості спектру туристичних послуг, які пропонуються в межах нашої країни. Органами управління буде також асамблея та президент, який буде обиратись комісією раз на декілька років. Штаб-квартиру варто розмістити в Києві. Також можна відкрити представництва та філії в сусідніх країнах для більшого охоплення споживачів. Ця організація буде вкрай важливою та потрібною для нашої країни відразу після закінчення війни, адже створення сильного іміджу країни є одним з пріоритетних напрямків роботи.

У сферу діяльності Української національної ради з туризму буде входити управління системою eVisitor Ukraine, яку спочатку потрібно створити. Ця система запроваджується задля реєстрації та зняття з реєстрації туристів, контролю туристичних зборів, обробки та створення статистичних даних в туристичній сфері і реєстрації суб'єктів розміщення. Її ефективність полягає в потребі аналізу статистичних даних і контролі суб'єктів туристичної сфери.

Розширення повноважень ДАРТУ - складний, але потрібний для нас процес. Що варто змінити:

1. Впровадження програм фінансування для розвитку малого та середнього бізнесу у сфері туризму. Потрібно додати можливість бізнесу надсилати свої заявки швидко завдяки їхньому сайту та онлайн реєстрації.

2. Агентство повинно проводити аналіз та стратегічне планування розвитку туризму, який буде спрямований на дослідження актуальних тенденцій в туризмі та їх подальше впровадження в Україні.

3. Створення обласних туристичних рад, які будуть підпорядковуватись ДАРТУ. Потрібно, щоб кожна область України була зацікавлена в розвитку туризму. Для цього важливим є контроль від очільників агентства та призначення кваліфікованих працівників в межах цих рад. Наприклад Закарпатська туристична рада, Київська туристична рада та інші.

4. Розвиток інновацій та цифровізація. Ці процеси вже були запущені, але рівень їх розвитку є недостатнім. Можна створювати мобільні додатки, веб-платформи та інші інформаційні системи для покращення туристичного досвіду.

Повоєнний розвиток туристичної сфери України розглядається в контексті таких перспективних напрямків: зелений, медичний, діловий, воєнний, освітній та мілітарі- туризм. В країні є необхідні ресурси для розвитку цих видів туризму, важливим є лише зацікавленість держави та бізнесу в будівництві та відновленні необхідних об'єктів. Зокрема медичний туризм вже зараз є вкрай актуальним серед наших громадян. Але наші можливості є більшими і наша країна може прийняти іноземних туристів. Військовий туризм буде передбачати відвідання місцевостей, пов'язаних з воєнними діями, яких в Україні вже дуже багато. Всі ці напрямки можна розвивати як для внутрішнього, так і для в'їзного туризму.

Зелений туризм. В Україні є всі необхідні ресурси для його розвитку: ліси, гори, річки, степи, озера. Зокрема, перспективними є українські Карпати та місцеві садиби. Туристи відпочивають на природі та водночас можуть ходити в ліс за грибами чи ягодами або на риболовлю на місцевий ставок. Після війни зросте попит на відпочинок в спокої та гармонії з природою. Для розвитку зеленого туризму в Україні після війни державі варто створювати екологічно чисті заклади розміщення, запроваджувати нові екологічні стежки та звісно співпрацювати з громадами та місцевим бізнесом.

Діловий туризм (mice tourism). В Україні цей вид туризму вже досягнув доволі високого рівня розвитку. Незважаючи на всі негаразди варто продовжувати інвестувати в модернізацію конференц-залів, конференц-центрів і виставкових майданчиків в найбільших містах країни. Зокрема, столиця Київ може претендувати на статус одного із світових центрів ділового туризму. Розвиток

цього виду туризму допоможе ще швидше відновитись галузі. Адже для бізнес туристів можна та варто проводити ознайомчі тури країною завдяки колориту та атмосфері України. Головне, щоб були кваліфіковані працівники та повністю оснащенні зали для проведення ділових зустрічей і конференцій.

План розвитку туристичної сфери України після закінчення війни можна систематизувати в такій таблиці (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

### Повоєнний план розвитку туризму в Україні

№ п/п	Назва заходу	Сутність заходу	Відповідальні	Фінансування	Термін впровадження
1.	Розмінування територій та відновлення пошкоджених туристичних об'єктів.	Відбудова пошкоджених туристичних дестинацій та розмінування територій країни.	державна та приватні компанії	державні та недержавні кошти	2-5 років
2.	Бренд-піар та створення сильного туристичного бренду.	Популяризація України як чудового місця для відпочинку.	органи управління туризмом	всі можливі джерела фінансування	1-2 роки
3.	Зміна в структурі управління туризмом.	Створення нових організацій та розширення сфери діяльності ДАРТУ.	державна	державні кошти	1-2 роки
4.	Розвиток перспективних видів туризму.	Розвиток зеленого, медичного, ділового, воєнного, освітнього та мілітарі- туризму.	представники бізнесу та державна	кошти від інвестицій	2-3 роки
5.	Євроінтеграція.	Вступ України в ЄС та Шенгенську зону	державна	державні кошти	-
6.	Створення нових маршрутів до символічних місць.	Формування екскурсій та турів до пам'ятних місць.	турфірми, які проводять екскурсії та державна	кошти меценатів та інвестиції	до 1 року
7.	Залучення інвестицій та створення фонду на відновлення туризму.	Участь у переговорах та пошук міжнародних інвесторів.	державна	міжнародні інвестиції	до 1 року



8.	Промоція туристичного потенціалу нашої країни.	Участь у різних туристичних з'їздах та конференціях.	ДАРТ та інші організації	всі можливі джерела фінансування	1-2 роки
----	--	--	--------------------------	----------------------------------	----------

Джерело: побудовано автором.

Туризм в Україні після війни буде розвиватись лише за умови наявності фінансування та бажання держави відновлювати цю галузь. Водночас можна скористатись досвідом Хорватії чи інших країн, які перебували в стані війни, але потрібно також залучати інші методи відродження галузі.

Отже, повоєнний розвиток туристичної сфери України – складний та тривалий процес, для реалізації якого потрібні різноманітні ресурси. Держава повинна вже зараз створити чіткий план дій та заходів, які потрібно буде запровадити відразу після нашої перемоги.

### Висновки до 3 розділу

Україна та Хорватія мають схожі елементи в політичній площині через війни за свою незалежність. Хорватський досвід є вкрай важливим для нашої країни та може бути використаний відразу після закінчення війни. Туризм після війни в Україні буде розвиватись лише за умови наявності значного фінансування від міжнародних фондів і інвесторів та бажання держави відновлювати цю галузь. Доцільно скористатись досвідом повоєнного розвитку галузі країни та притримуватись чіткого задуму задля досягнення найвищих результатів. Перспективним є розвиток таких видів туризму після війни як: зелений, медичний, діловий, воєнний, освітній та мілітарі- туризм.

## ВИСНОВКИ

Розвиток туристичної сфери в країні – це складний процес, який потребує постійного оновлення задля максимального задоволення потреб іноземних та внутрішніх туристів. Туризм водночас є прибутковою сферою економіки, завдяки якій в країні розвиваються суміжні галузі, зокрема пов'язані з розміщенням і харчуванням туристів, та відбувається поповнення бюджету.

Кожна галузь може зазнавати впливу із зовнішнього чи внутрішнього середовища. На туризм впливає ряд чинників, кожен з яких може як стимулювати розвиток галузі, так і майже повністю його зупинити. В Україні найбільш відчутним зараз є один із зовнішніх факторів – воєнний. Війна змінює сферу туризму та zarazом може сприяти появі нових туристичних напрямків і видів туризму після свого закінчення. Поки рано говорити про можливості нашої країни в туристичній галузі, але певні процеси ми можемо побачити вже зараз. Зокрема в країні активно процвітає внутрішній туризм в західних областях.

Для дослідження туризму варто використовувати різні методи: статистичний, географічний, соціальний, економічний, картографічний, описовий та інші. Під час вивчення туристичної сфери Хорватії та України доцільно використовувати відразу декілька методів для найповнішого досягнення поставлених цілей.

Туристична сфера Хорватії пройшла складний процес становлення через післявоєнну відбудову. Країна орієнтувалась на максимальне залучення іноземних інвестицій з різних фондів та спрямовувала їх на реконструкцію галузі. Цим процесом займались на всіх рівнях керівництва Хорватії, адже вони зрозуміли всі можливості туризму в країні. Серед інших чинників успішної відбудови можна зазначити такі: наявність багатих рекреаційних ресурсів, впровадження інноваційних технологій та звісно орієнтація на туристів з Європи. Зараз країна щорічно знаходиться в переліку найбільш відвідуваних напрямків для відпочинку туристів і отримує значні фінансові потоки в свій бюджет.

Станом на минулий рік згідно з даними Європейської туристичної комісії ЕТС, Хорватія ввійшла до п'яти країн, яким вдалось досягти рівня туристичного

обороту з допандемічного 2019 року. На поточний 2024 рік влада реалізує план просування своїх курортів серед інших європейських країн для досягнення більш високих показників.

Туристична сфера потребує дієвого регулювання та запровадження чітких планів подальшого розвитку. В Хорватії діє чітка організаційна структура, на чолі якої стоїть Міністерство туризму і спорту. Також не менш впливовою є Хорватська національна рада з туризму, яка займається його просуванням. Загалом країна визначила туризм пріоритетною галуззю та значно її фінансує і створює всі можливі проекти для подальшого становлення країни як найпопулярнішої серед туристів.

В туристичній сфері країни є певні недоліки: високі ціни на відпочинок, більш холодне море та кам'яністі пляжі, заборони на проїзд в історичні центри міст, невелика кількість готелів із системою all inclusive та інші. Певну частину вирішити неможливо та і не для всіх туристів це дійсно є проблемою. Зокрема температура моря хоч і є нижчою чим в Туреччині та Єгипті, але до середини липня є цілком прийнятною. Хорватія має ряд перспектив для впровадження в сферу туризму. Для збереження природи країні варто впроваджувати програми сталого розвитку та популяризації країни не лише в літній сезон задля зменшення навантаженості на заклади розміщення та харчування.

Україна та Хорватія мають схожі елементи в політичній площині через війни за свою незалежність. Хорватський досвід є вкрай важливим для нашої країни та може бути використаний відразу після закінчення війни. Туризм після війни в Україні буде розвиватись лише за умови наявності значного фінансування від міжнародних фондів і інвесторів та бажання держави відновлювати цю галузь. Доцільно скористатись досвідом повоєнного розвитку галузі країни та притримуватись чіткого задуму задля досягнення найвищих результатів. Перспективним є розвиток таких видів туризму після війни як: зелений, медичний, діловий, воєнний, освітній та мілітарі- туризм.

Отже, Хорватія має розвинуту туристичну сферу, яку країні вдалось успішно відновити після війни. Українська туристична сфера може досягнути такого ж

високого рівня розвитку завдяки дієвому управлінню, фінансовому контролю, використанню інновацій та впровадженню хорватського досвіду відразу після закінчення війни. В контексті повоєнного відновлення туризму в Україні, доцільно розглядати співпрацю між країнами задля взаємопідтримки туристичної діяльності та максимального залучення інвестицій з іноземних фондів. Наша країна дійсно не гірша за Хорватію. Головне для нас зараз – це перемога у війні та настання миру як запоруки розвитку туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Т.І., Соколовська А.С. Вплив глобальних факторів на розвиток туризму в Україні //Причорноморські економічні студії. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/11.pdf>
2. Борисюк О. А., Беркова О.П. Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків// Економіка та суспільство. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2203>
3. Вагіна Н.С. Класифікація методів дослідження в туризмології. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/vagina.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/vagina.htm)
4. Всесвітня рада з туризму та подорожей WTTC. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact/economic-re>
5. Всесвітня туристична організація UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/>
6. ДАРТ. URL.: <https://www.tourism.gov.ua/>
7. Дубровник: від війни до туристичної мекки. URL: [https://propertytimes.com.ua/trips/dubrovnik\\_vid\\_viyni\\_do\\_turistichnoyi\\_mekki](https://propertytimes.com.ua/trips/dubrovnik_vid_viyni_do_turistichnoyi_mekki)
8. Закон України “Про туризм” від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Іванов А. М. Особливості управління сферою туризму в Україні в умовах адміністративно- територіальної реформи // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – Вип.4. – 2021. URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/392/332>
10. Кальченко О.М. Оцінка факторів розвитку підприємств туристичної сфери. URL:[https://tourlib.net/statti\\_ukr/kalchenko3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kalchenko3.htm)
11. Кириченко С. А. Відродження туризму після війни. Чого повчитися в Ізраїлю та Хорватії. URL: <https://biz.liga.net/ua/ekonomika/all/opinion/voztrojdenie-turizma-posle-voynu-chemu-pouchitsya-u-izrailya-i-horvatii>
12. Коцан Н. Н., Коцан Р. І. Сахнюк А. С. Методологічні основи дослідження туризму в регіоні.// Політичні інститути та процеси. – Вип.9. – 2021. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/183/176>

13. Кращі курорти Хорватії: як вибрати місце для відпочинку. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/news/krashi-kurorti-horvatiyi>

14. Кругляк М. Е. Туризм у постюгославських державах. Хорватія: приклад для України.// Історичні науки. – Вип.120. – 2021. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=gileya\\_2017\\_120\\_29](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=gileya_2017_120_29)

15. Мархонос, С.М. Інвестиційне забезпечення розвитку підприємств тимчасового розміщення України / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Економіка та суспільство. – Вип.34. – 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-35>

16. Мархонос, С.М. Туризм та його вплив на соціально-економічний розвиток країни (на прикладі Чеської Республіки) України / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Економіка та суспільство. 2023. No 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/21151>.

17. Мархонос, С.М. Туристичний збір як додаткове джерело наповнення місцевих бюджетів / Мархонос С.М., Турло Н.П. // Фаховий збірник наукових праць НАУ "Проблеми системного підходу в економіці", 2020. - Вип. 3(77)/2020. С.32-39

18. Матвієнко Н.М., Денисюк Ю.М Сучасний стан та перспективи розвитку туризму Хорватії// Географія та туризм. - 2012. - Вип. 23. - С. 187-193. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=gt\\_2012\\_23\\_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=gt_2012_23_31)

19. Матвієнко Н.М. Чинники розвитку туризму в Хорватії// Вісник Київського Національного Університету імені Тараса Шевченка. Географія. URL: <https://visnyk-geo.knu.ua/wp-content/uploads/2019/02/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA->

%D0%9A%D0%9D%D0%A3\_%D0%93%D0%B5%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F\_%E2%84%9672\_81-88.pdf

20. Методи туристично-рекреаційних досліджень. URL: <https://kegt.rshu.edu.ua/images/dustan/metodol4.pdf>

21. Миронов Ю. Б. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні// Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. – Вип. 71.- 2023. URL:[https://www.researchgate.net/publication/371575238\\_Ways\\_of\\_Ukraine's\\_Tourism\\_Industry\\_Post-War\\_Recovery\\_Slahi\\_pislavoennogo\\_vidnovlenna\\_industrii\\_turizmu\\_v\\_Ukraini](https://www.researchgate.net/publication/371575238_Ways_of_Ukraine's_Tourism_Industry_Post-War_Recovery_Slahi_pislavoennogo_vidnovlenna_industrii_turizmu_v_Ukraini)

22. Онацький М. Ю. Курортні райони Адріатичного узбережжя Хорватії: особливості розвитку туризму в регіоні// Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. URL: <file:///C:/Users/%D0%9B%D1%96%D0%B7%D0%B0/Downloads/12299-Article%20Text-28808-1-10-20191011.pdf>

23. Панасенко Г. С., Борщ Н. А. Хорватський ринок туристичних послуг: забезпечення конкурентоспроможності/ Панасенко Г.С., Борщ Н.А. // Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – Вип.13. – 2021. URL:<file:///C:/Users/%D0%9B%D1%96%D0%B7%D0%B0/Downloads/17544-Article%20Text-34476-1-10-20210719.pdf>

24. Пестушко В.Ю. Туризм. Вступ до фаху: навч. посіб. / В. Ю. Пестушко – К: НАУ, 2015. 276 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/42805/1/%d0%a2%d1%83%d1%80%d0%b8%d0%b7%d0%bc.%20%d0%92%d1%81%d1%82%d1%83%d0%bf%20%d0%b4%d0%be%20%d1%84%d0%b0%d1%85%d1%83.pdf>

25. Солодовник А.В. Фактори розвитку туристичної галузі. URL: <https://core.ac.uk/reader/84593240>

26. Фастовець О. О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України // Економіка та суспільство. – Вип.40. – 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1481>

27. . Черней Є. В. Діагностика розвитку туристичної сфери Хорватії / XXIV Міжнародна науково- практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених “ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки”, 2-5 квітня 2024 року.

28. Черней Є. В. Механізм регулювання туристичної сфери Хорватії: досвід для України / Міжнародна науково- практична конференція “Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики”, 18 квітня 2024 року.

29. Черней Є.В. Післявоєнний період відновлення туристичної сфери Хорватії: досвід для України / XV Міжнародна науково- практична конференція “Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі”, 25 квітня 2024 року.

30. Чи можна використати Україні досвід Хорватії?. URL: <https://uainfo.org/blognews/1455890634-chi-mozhna-vikoristati-ukrayini-dosvid-horvatiyi-.html>

31. Шитікова Т. В. Зарубіжний досвід визначення привабливості сфери туризму в іноземних країнах. URL: [file:///C:/Users/%D0%9B%D1%96%D0%B7%D0%B0/Downloads/binf\\_2018\\_10\\_14.pdf](file:///C:/Users/%D0%9B%D1%96%D0%B7%D0%B0/Downloads/binf_2018_10_14.pdf)

32. Croatia tourism administrative and territorial organization. URL: <https://www.aalep.eu/croatia-tourism-administrative-and-territorial-organization>

33. Croatian National Tourist Board. URL: <https://croatia.hr/en-gb>

34. European Committee of the regions Croatia – Tourism. URL: <https://portal.cor.europa.eu/divisionpowers/Pages/Croatia-Tourism.aspx>

35. Markhonos S. International Tourism in the System of Modern Globalization Processes / S. Markhonos, N. Stezhko, Y. Oliinyk, L. Polishchuk, I. Tyshchuk, A. Parfinenko // International Journal of Management (IJM), 11 (3), 2020, pp. 97–106.

36. Must-Know Croatian Tourism Statistics report 2024. URL: <https://gitnux.org/croatian-tourism-statistics/>

37.OECD Tourism Trends and Policies 2022. URL: <https://www.oecd.org/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>



38. Reconstructing Dubrovnik. URL: <https://www.presidentsmedals.com/Entry-14260>
39. Republic of Croatia Ministry of Tourism and Sport. URL: <https://mint.gov.hr/en>
40. Travel and tourism in Croatia - statistics & facts . URL: <https://www.statista.com/topics/7340/travel-and-tourism-in-croatia/#topicOverview>
41. Tourist statistics of Croatia in Croatian. URL: <https://www.iztg.hr/hr/turisticka-statistika/>
42. Turistička statistika Hrvatska 2023 in Croatian. URL: [https://www.iztg.hr/files/file/RAZNO/2023/2023\\_03\\_21\\_Turisticka-statistika\\_veljaca\\_2023.pdf](https://www.iztg.hr/files/file/RAZNO/2023/2023_03_21_Turisticka-statistika_veljaca_2023.pdf)
43. UNESCO. URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/fr>

## ДОДАТКИ

Додаток А

Туристична мапа Хорватії



Туристична мапа України



Пошкоджений фонтан Онофріо під час війни в Хорватії



Повністю знищений міський краєзнавчий музей в Охтирці



Національний парк Крка в Хорватії

