

ХОРВАТСЬКИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ*

Панасенко Ганна Сергіївна

канд. політ. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: panasenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

Борщ Надія Андріївна

студентка

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: borsnadezda8@gmail.com

На сьогоднішній день міжнародний туризм є однією з провідних сфер міжнародної економічної діяльності. Беззаперечний вплив туризму позначається на світовій економіці та безпосередньо на господарстві окремих країн світу. Завдяки активній діяльності уряду щодо зростання інвестиційної привабливості країни Хорватія з кожним роком стає все більш цікавою для туристів як у Європі, так і у всьому світі. Актуальність дослідження полягає у необхідності пошуку нових ринків туристичних послуг у Європі, до яких можна віднести дану республіку. Через це предметом дослідження в статті є основні показники конкурентоспроможності Республіки Хорватії на європейському туристичному ринку. Метою роботи є аналіз ролі держави Хорватії на міжнародній арені у туристичній сфері. Виходячи з мети, постають такі завдання: проаналізувати роль Хорватії у світі туристичних послуг, виокремити її конкурентні переваги та недоліки, розглянути механізми покращення положення Хорватії у рейтингу конкурентоспроможності, виявити позитивні та негативні сторони у туристичній сфері даної держави порівняно з іншими туристичними центрами світу. Під час написання статті були використані такі загальнонаукові методи досліджень, як: індукції, аналізу, таблиці, описові, історичні, математичні, обробка статистичних даних, метод експертних думок, прогностичний. Отримано такі результати: у роботі проаналізовано місце Хорватії на ринку туристичних послуг. Зокрема, проводиться дослідження сучасного стану світового ринку туристичних послуг, його особливостей, місця Хорватії у сфері туризму. Окрім цього, звернено увагу на період пандемії, його вплив на стан туристичного бізнесу як у Республіці, так і у всьому світі, та шляхи вдосконалення рівня конкурентоспроможності Хорватії. Висновки: аналіз місця Хорватської Республіки на світовому ринку туристичних послуг доцільно використовувати для покращення якості обслуговування в даній сфері, просуванні туристичного бізнесу країни на європейський ринок.

Ключові слова: глобалізація, регіоналізація, сфера послуг, ринок туристичних послуг, туризм, Хорватія, туристичні показники, конкурентоспроможність, Всесвітній економічний форум.

Постановка проблеми. Наслідки останньої світової кризи торкнулися усіх країн без винятку. Оскільки туристична індустрія охоплює близько третини світової торгівлі послугами, то для таких країн, як наприклад Хорватія, де саме туризм складає значну частку ВВП – 17%. – туризм є тим сектором економіки, який наповнює бюджет та створює робочі місця. Завдяки активній діяльності уряду щодо зростання інвестиційної привабливості країни Хорватія з кожним роком стає все більш цікавою для туристів як у Європі, так і у всьому світі. Країна є одним з найбільш значущих

туристичних напрямів середземноморського регіону, в якій 70 % ВВП та зайнятості припадає на сферу послуг з провідним сектором – туризмом. Через це постає завдання виявити позитивні та негативні сторони у туристичній сфері даної держави порівняно з іншими туристичними центрами світу.

Аналіз досліджень та публікацій. Доречно зауважити, що описувана країна завжди привертала увагу багатьох дослідників. Адже Хорватія розташована на Західних Балканах, які позаочі називають «пороховою бочкою Європи». Проте сфері туризму, а саме

* **Cite as:** Panasenko, H., Borshch, N. (2021). Croatian Market of Tourist Services: Ensuring Competitiveness, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 186-195. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-19>

проблематиці конкурентоспроможності Хорватії присвячено дуже мало робіт, тож питання досліджено недостатньо. Серед авторів, які вивчали питання ролі туризму Хорватії у світі, привертають увагу роботи А. Сабо, І. Дахна, А. Городнянської, Б. Шварца, М. Сартакової, П. Летчера, В. Стафійчука, І. Дубович, та ін.

Наукова новизна роботи полягає у визначенні основних шляхів забезпечення конкурентоспроможності Хорватії саме в сучасному «світі пандемії».

Отже, **метою даної роботи** є аналіз хорватського ринку туристичних послуг, прогнозування його конкурентного потенціалу. Мета роботи обумовлює наступні завдання: проаналізувати сучасний стан світового ринку туристичних послуг, визначити особливості європейського ринку туристичних послуг, охарактеризувати соціально-економічний профіль Республіки Хорватія, дослідити потенціал сфери туризму в економіці країни, порівняти основні показники конкурентоспроможності Хорватії із деякими країнами світу, проаналізувати вплив пандемії COVID-19 на розвиток туристичних послуг у Республіці. Новизна роботи полягає в розробці механізмів покращення рівня конкурентоспроможності Республіки Хорватії на світовому туристичному просторі.

Виклад основного матеріалу. Серед тенденцій сучасного світового розвитку можна виділити процеси глобалізації, з одного боку, і зростаючу активність регіональної або субрегіональної інтеграції – з іншого.

Експерти притримуються думки, що глобалізація є продовженням процесів інтернаціоналізації. У свою чергу, під інтернаціоналізацією зазвичай розуміється процес, що має на увазі «вихід чогось раніше

суто внутрішнього за початкові рамки; або ж об'єднання дій декількох суб'єктів світової економіки і політики навколо спільних для них завдань, цілей, виду діяльності». Головна її функція – це забезпечити створення стійких міжнародних зв'язків у світі [10].

Під регіоналізацією частіше за все мають на увазі чергову сходинку на шляху до глобалізації. Її можна визнати як одну з ознак світових процесів кінця ХХ століття. Регіоналізація також є продовженням процесу інтернаціоналізації суспільного життя. Глобалізація як наслідок регіоналізації має суттєві відмінності від інтернаціоналізації. Вона безпосередньо стосується національного суверенітету, наявності національних кордонів та складання нової спільноти у світі взагалі. Їх головна схожість – посилення взаємозалежності країн світу.

У міру розвитку світової економіки, розширення обсягів міжнародної торгівлі, вдосконалення засобів транспорту, зв'язку, підвищення інтернаціоналізації і глобалізації світового господарства збільшується кількість і різноманітність контактів, поїздок громадян, викликаних економічною необхідністю. Підвищення добробуту населення різних країн, збільшення кількості вільного часу, а також необхідність повного відновлення людського фактору в економіці сприяє зростанню міжнародних поїздок з метою відпочинку.

На сьогоднішній день міжнародний туризм є однією з провідних сфер міжнародної економічної діяльності. Беззаперечний вплив туризму позначається на світовій економіці та безпосередньо на господарстві окремих країн світу. Головні сектори економіки: торгівля, транспорт, сільське господарство, будівництво та багато інших – відчують на собі ефект розповсюдження та посилення сфери туризму [14].

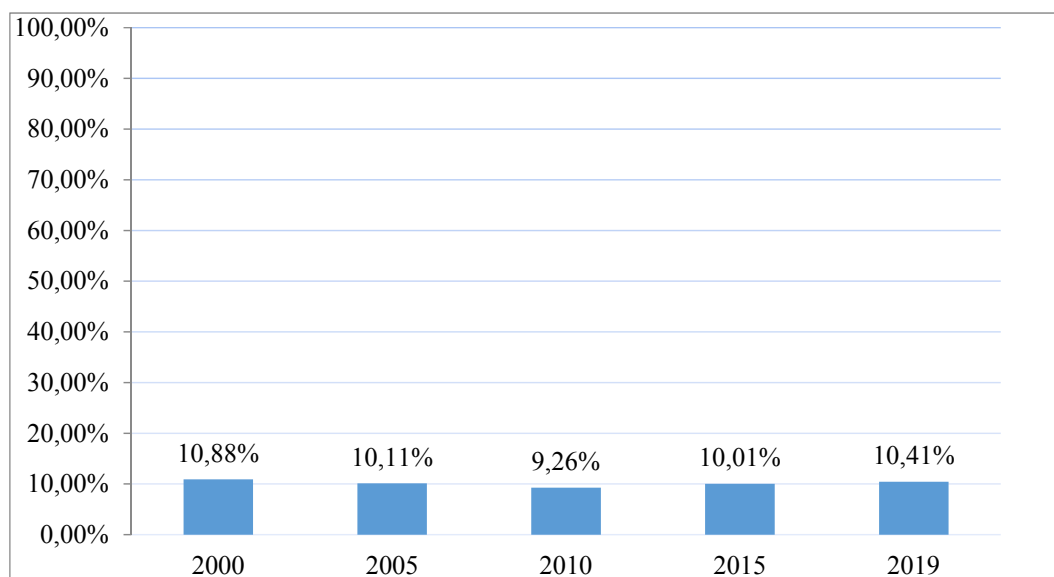


Рис. 1. Доля туристичного сектору в світовому ВВП за роками
Розроблено авторами за матеріалами: [12]

Сучасна сфера туризму є одним з найбільших секторів світової економіки. За останні три десятиліття число туристів у світі збільшилася майже в 4 рази, а доходи від туризму – більш ніж в 25 разів. Туризм є високоприбутковою галуззю і входить до числа трьох найбільших експортних галузей, якщо порівнювати за ефективністю інвестиційних вкладень з нафтогазовидобувної промисловістю і з автомобілебудуванням, питома вага яких в світовому експорті 11% і 8,6%, відповідно. Це одна з провідних галузей у багатьох країнах, так в 2019 році туристичний сектор становив 10,4% світового ВВП [12].

Економіка багатьох країн світу невід’ємно залежить від розвитку міжнародного туризму, оскільки він є практично єдиним джерелом їхніх валютних надходжень. Причому обсяг цих надходжень дозволяє країні підтримувати високий рівень економічного розвитку та добробуту.

При оцінці головних тенденцій світового ринку туризму, його потенціалу зростання та основних складових стає можливим розуміння і прогнозування подальшого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а це завжди є важливим і актуальним для будь-якого сектору економіки.

Для вивчення стану сектора туризму і аналізу туристичної конкурентоспроможності служить доповідь Всесвітнього економічного форуму про конкурентоспроможність туризму й подорожей країн всього світу. Звіт про конкурентоспроможність туризму і подорожей (The Travel & Tourism Competitiveness Report) – це глобальне дослідження і супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником туристичної конкурентоспроможності за

версією Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum). Аналітична група Всесвітнього економічного форуму за участю численних експертів в області подорожей і туризму проводить загальний аналіз стану галузі туризму та детальний аналіз конкурентоспроможності сектора туризму і подорожей кожної країни [1, с.1]. У грудні 2020 року Світовий економічний форум випустив спеціальне видання «Доповідь про глобальну конкурентоспроможність, спеціальний випуск 2020: Як країни просуваються на шляху до одужання» (Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery), в якому особливо звернено увагу, що зведений рейтинг країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності в 2020 році представлений не буде, проте в 2021 році автори планують повернутися до порівняльного аналізу [1].

На жаль, туризм виявився одним з секторів, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Виникли проблеми для держав із належним фінансуванням даного сектору економіки, для туристів – при отриманні певних послуг найзручнішим чином та на найвищому рівні. Відновлення туристської діяльності відкриває перспективи для проведення перетворень з акцентом на те, щоб регулювати вплив пандемії на відвідувані туристами напрямків і формувати у населення і працюючих у цій сфері компаній більш високий потенціал протидії за допомогою здійснення інновацій, діджиталізації, забезпечення стійкості й налагодження партнерських зв'язків.

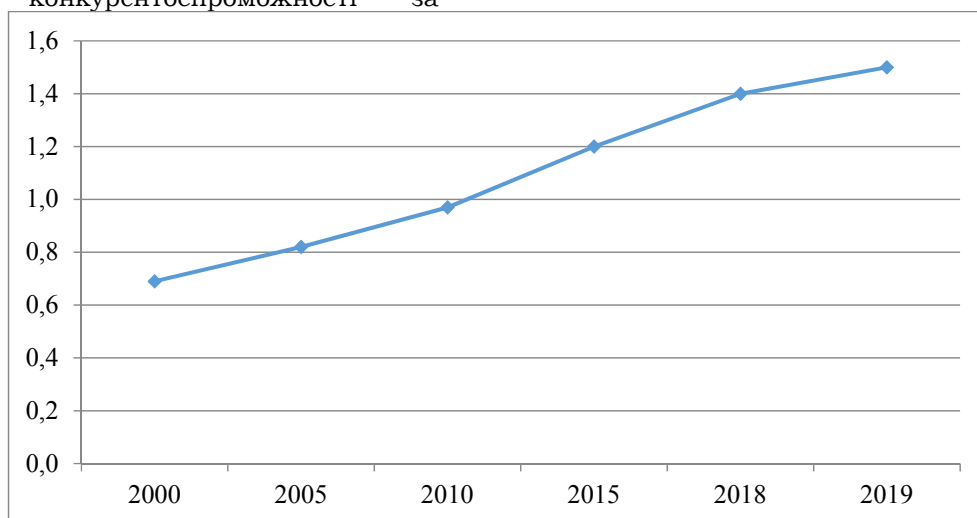


Рис. 2. Кількість прибулих туристів за роками
Розроблено авторами за матеріалами: [11]

Як можна побачити, у 2019 році число міжнародних туристів досягло 1,5 млрд осіб, що на 4% більше, ніж у 2018 році, – це рекордний показник за десятирічний період, протягом якого

темпи зростання туризму були більш швидкими, ніж світової економіки в цілому. Ще 8,8 млрд осіб забезпечило внутрішній туризм. Цей сектор забезпечив експорт в розмірі 1,5 трлн дол. США, і

в ньому прямо або побічно був зайнятий кожен десятий мешканець планети [11].

Темпи розвитку туризму знизилися в середині березня 2020 року. У перші місяці минулого року число міжнародних туристів скоротилось на 56%, а в травні – на 98%. Це призвело до втрати майже 320 млрд дол. США у вигляді експорту, що більш ніж втричі перевищує втрати за весь період глобальної економічної кризи 2009 року. Перспективні сценарії вказували на можливе скорочення числа туристів і надходжень від міжнародного туризму на 58-78% протягом усього минулого року залежно від темпів поширення пандемії, тривалості дії обмежень на поїздки і процесу поступового відкриття кордонів, який вже почався, але подальший розвиток якого залишається невизначеним. Прогнозували, що такий серйозний удар може привести до скорочення числа міжнародних туристів на 850 млн – 1,1 млрд осіб і втрати від 910 млрд дол. США до 1,2 трлн дол. США, що поставить під загрозу безпосередньо в секторі туризму від 100 до 120 мільйонів робочих місць. Через закриття кордонів, відміну перельотів, обмеження руху протягом усього 2020 року туристично залежні країни, економіка яких більш ніж на 50% складається з надходжень цієї галузі, важко переживають наслідки COVID-19. Згідно з даними Всесвітньої туристської організації ООН (UNWTO), число міжнародних туристичних поїздок з січня по травень 2020 року скоротилося на 300 млн або на 56% в порівнянні з тим же періодом 2019 року. Це призвело до падіння доходів від туризму на 320 млрд дол., що втричі перевищує аналогічний показник під час глобальної економічної кризи 2009 року [10, с. 5]. Показники міжнародного туризму на кінець 2020 року скоротилися більш ніж на 70%, і впали до рівня 1990 року – впливає з даних Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO). Згідно з прогнозами Міжнародного валютного фонду, обсяг світової економіки в 2020 році різко скоротиться – на 4,9%, хоча МВФ також запевняє, що в 2021 році прогноз покращиться [13].

Європейський туризм є одним з найбільш привабливих для любителів подорожей. Головні геополітичні чинники, які вплинули на масштаби, структуру, впорядкування й інтенсивність туристичних рухів в європейському регіоні ХХ століття стали підйом і розширення Європейського Союзу; політична переорієнтація територій Центральної і Східної Європи; розпад Радянського Союзу, зародження на його території незалежних держав. Сьогодні європейський регіон – це лідер за показниками кількості іноземних туристів, а також лідер-постачальник туристів для всього світу. Важливими чинниками, стимулюючими розвиток туризму на території Європейського Союзу, є: високий рівень життя населення

європейських країн; розвинена система соціального туризму; комплексна туристична і транспортна інфраструктура; висока якість і широкий спектр туристичних послуг; вільне переміщення в межах Шенгенської зони, відсутність прикордонного контролю; єдина валюта. Саме визнання туризму пріоритетним сектором економіки, його належне фінансування стимулює розвиток туризму країн ЄС [16].

Хорватія – це «нова туристична зірка ЄС» і є одним з найбільш значущих туристичних напрямів середземноморського регіону. У 2018 році туристичний бюджет становив приблизно 230 млн хорватських кун, що складає 0,2% від загального державного бюджету. Загальний бюджет Хорватської національної ради з туризму з усіх джерел склав 323,6 млн хорватських кун, отриманих за рахунок податків на туризм (47,8%), державного бюджету, членських внесків та інших джерел. Це на 20% більше, ніж в 2017 році [15].

Важливим завданням для Хорватії є забезпечення європейського ринку конкурентоспроможним національним туристичним бізнесом, який може зробити вагомий внесок у формування позитивного балансу зовнішньої торгівлі та зростання ВВП.

На 2019 рік у звіті ВЕФ Хорватія посідала 27 місце із показником 4.5 (за шкалою від 0 до 7), випереджаючи Фінляндію та поступаючись Ірландії. Згідно звіту 2017 року, Хорватія пройшла п'ять позицій вгору (з 32 на 27), а згідно звіту 2015 року – 6 (з 33 на 27). Це доводить постійний прогрес у рівні конкурентоспроможності Республіки [20,21,22].

За даними звіту ВЕФ можна дійти висновку, що найсильнішими сторонами Хорватії можна назвати інфраструктуру туристичних послуг (6,5; 5 місце у світі), охорону здоров'я і гігієну (6,3, 22 місце) та безпеку і захист (5,9, 34 місце у світі). Проте слабкими сторонами туристичного розвитку країни можна вважати стан бізнес середовища (123 місце у світі), інфраструктуру повітряного транспорту (44 місце) та інфраструктуру наземного та водного транспорту (47 місце) [22].

Хорватія входить до 15 найбільш конкурентоспроможних країн Європи поряд з такими великими країнами, як Велика Британія, Швеція, Норвегія, Німеччина, Франція та Іспанія.

Доречно зауважити, що Хорватія є лідером за рівнем конкурентоспроможності серед країн-сусідів, інших країн Балкан. У табл. 3.1. наведено порівняльну характеристику Хорватської Республіки та Словенії, однієї з країн-членів ЄС.

До конкурентних переваг Словенії відноситься більш розвинена інфраструктура наземного та водного транспорту, легкість ведення бізнесу, порівняно з Хорватією, безпечніше середовище

навколо та професіоналізм людських ресурсів. Негативного впливу зазнають інфраструктура повітряного транспорту, культурні ресурси, міжнародна відкритість, охорона здоров'я. Загалом для обох держав вирішальним став вступ країн до ЄС. Це надало змогу, по-перше, вирішити важкі проблеми всередині країн, а по-

друге отримувати значні інвестиції в економіку. Через свою туристичну привабливість для європейського регіону велика частка інвестицій була направлена у туристичний сектор, що надало змогу мати високий рейтинг конкурентоспроможності туристичного бізнесу серед країн світу.



Рис. 3. Основні показники конкурентоспроможності Хорватії (2019 рік)
Розроблено авторами за матеріалами: [22]

Таблиця 1

Порівняння показників конкурентоспроможності Хорватії та Словенії у рейтингу (2019 рік)

№	Показник	Місце країни у рейтингу	
		Хорватія	Словенія
1	Стан бізнес середовища	123	87
2	Безпека і захист	35	15
3	Охорона здоров'я і гігієна	22	35
4	Людські ресурси	103	40
5	Рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій	54	42
6	Пріоритетні напрямки	57	33
7	Міжнародна відкритість	27	57
8	Цінова конкурентоспроможність	97	91
9	Стійкість навколишнього середовища	14	8
10	Інфраструктура повітряного транспорту	44	79
11	Інфраструктура наземного та водного транспорту	47	20
12	Інфраструктура туристичних послуг	5	27
13	Природні ресурси	20	26
14	Культурні ресурси та ділові подорожі	32	68
	Загальний індекс конкурентоспроможності	27	36

Складено авторами за джерелом: [22]

Так після вступу до ЄС у 2013 році Хорватія у звіті ВЕФ за 2015 рік займала 33 позицію, вже за 2 роки – 32, наразі маємо 27 місце. Можна впевнено констатувати, що туристичний сектор

розвивається та Хорватія є привабливою країною для туристів на Європейському континенті. Головними конкурентами на регіональному рівні для Хорватії залишаються Греція, Іспанія і

Португалія. Також основними конкурентами за критеріями аналогічних цін, туристичних напрямків та туристичних продуктів можна назвати Іспанію, Італію, Грецію, Туреччину і Мальту. Окрім цих держав, неабияке місце займає Болгарія як великий ринок, який конкурує з витратами проти Хорватії на аналогічні туристичні напрямки, і за останні кілька років відзначає інтенсивний розвиток туризму [22].

Хорватський туризм відзначається «апартманізацією», тобто надання переваги туристами приватному житлу, на відміні від головних конкурентів. Згідно рис. 4 Хорватія посідає 5 місце серед країн з колективними закладами розміщення. Доля Хорватії була б вищою, якщо б враховували приватне житло, яке складає більш ніж 55% закладів проживання.

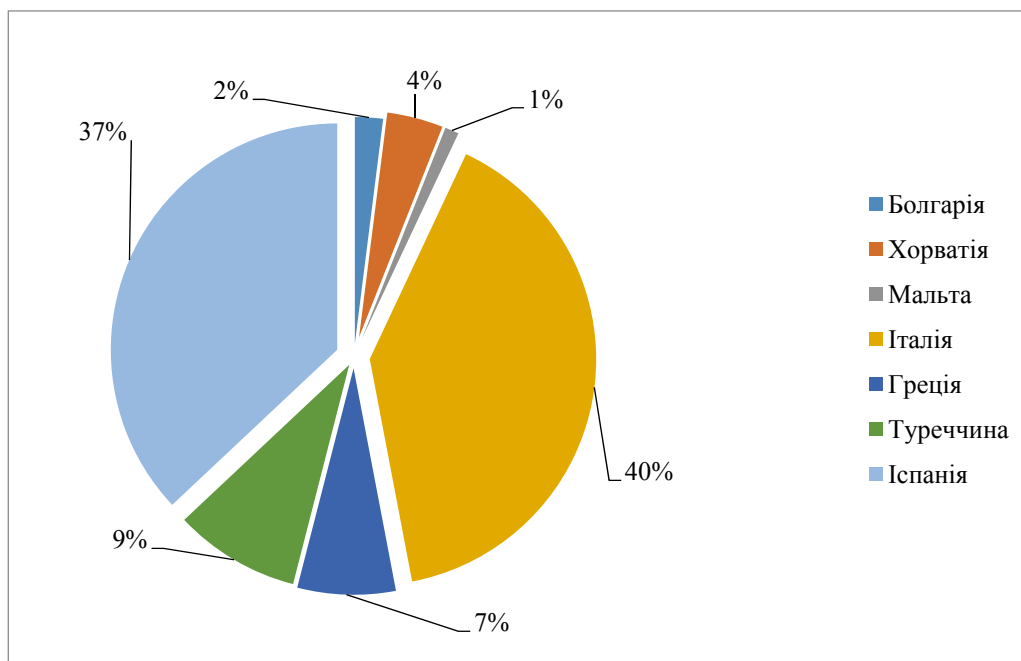


Рис. 4. Тривалість перебування в колективних помешканнях
Розроблено авторами за матеріалами: [17, с. 161]

Хорватія виділяється як одна з найвизначніших країн у європейському регіоні. Згідно з прогнозами коливання середньорічних темпів зростання міжнародних туристичних поїздок на Середземне море, найбільший приріст буде у Хорватії (8,4%), за нею йдуть Чорногорія (8,3%) і Туреччина (5,5%). Франція, Іспанія, Італія і Греція залишаться найважливішими напрямки Середземномор'я до минулого року, але в цих країнах буде зростання нижче середнього – від 2,1% до 2,6% в рік, що в кінцевому підсумку призвело до зниження їх ринкових часток [17, с. 164-165].

Хорватія визнана Європейським Союзом найважливішим туристичним центром з найбільшим потенціал для подальшого зростання. Отже, задача управління повинна бути повністю використовувати цей потенціал для власної вигоди, використовуючи цінності ЄС в галузі сталого розвитку та конкурентних стратегій. Хорватія в даний час показує недолік обізнаності про необхідність стратегічного туристичного управління дестинаціями через недостатні знання в області розвитку туризму, соціально безвідповідальна і короткострокове управління розвитком, відсутність підприємницького ентузіазму у місцевого населення і недостатню співпрацю і

взаєморозуміння між різними учасниками розробки процесу, особливо між державними службовцями, туристами компанії і приватними підприємцями.

На основі проведеного дослідження, можна стверджувати, що, по-перше, у майбутньому Хорватія повинна застосовувати довгострокові стратегії сталого розвитку туризму для впевненості, що туристична діяльність принесе найбільш можливі вигоди для всіх учасників туристичного бізнесу. Такі стратегії повинні включати той факт, що Хорватія має значну перевагу над багатьма її конкурентами та має велику кількість ще неушкоджених природних та культурних цінностей, які пропонують широкий потенціал для майбутнього сталого розвитку.

Конкурентна перевага в динаміці туристичного ринку повинна бути досягнута оригінальністю, яку туристи шукають і розпізнають, тим самим виробляючи більший прибуток для туристичних компаній. Вплив численних різних та взаємозалежних факторів від політичних, економічних, правових, екологічних, сфери захисту та технологій є також беззаперечним. Подальший розвиток конкурентних переваг туристичного ринку Хорватії особливо залежить від наступного:

відкриття нових ринків, розробка туристичного продукту та його оригінальності, охорона навколишнього середовища, розробка нових комунікацій та вдосконалення інфраструктури як повітряної, так і наземної та водної, розробка нових та інноваційних режимів управління.

Нові макроекономічні умови Хорватії як туристичної держави, дедалі динамічніші зміни вимог споживачів на світовому туристичному ринку, і зростання економічної та політичної нестабільності як у глобальному, так і європейському масштабах – це всі фактори, які доводять необхідність стратегічного планування майбутнього розвитку туризму в Хорватії та чітке встановлення напрямків розвитку та операційних стратегій.

Стратегія розвитку туризму Республіки Хорватія, яка охоплювала період до 2020 року для встановлення ключових видів туристичної політики, спрямованих на страхування виробництва, інституційних, організаційних та людських ресурсів, а також на умови, необхідні для поліпшення конкурентних можливостей хорватських туристичних напрямків. Стратегія розвитку туризму 2020 базується на аналізі поточних ключових показників розвитку та враховує розвиток обмеження та можливості, що випливають із відповідних глобальних тенденцій розвитку [17, с. 166].

Цей стратегічний документ створив необхідні передумови для довгострокової діяльності, стійкий та конкурентоспроможний туристичний розвиток в Хорватії. Крім того, для досягнення рівного рівня конкуренції в нових умовах необхідно підвищення конкурентоспроможності хорватського туризму, що перш за все має бути здійснено шляхом створення ефективного управління призначенням. Це буде заохочувати розвиток малого та середнього бізнесу, впроваджувати нові технології, збільшувати державні стандарти та інфраструктурну модернізацію, управління охороною навколишнього середовища щодо довгострокового сталого туристичного розвитку та інвестувати в освіту майбутніх міжнародних конкурентних програм управління та освітніх програм.

Очікується, що криза COVID-19 призведе до різкого зменшення обсягу прямих іноземних інвестицій і в 2021 році (ще на 5-10%). Згідно з останніми даними Доповіді за світовими інвестиціям, що стосуються ПІІ в нові підприємства, проекти в сфері подорожей, туризму та готельного бізнесу, безпосередньо порушені режимом ізоляції, відносяться до числа найбільш серйозно постраждалих, і це особливо стосується готельних підприємств і сектора громадського харчування (94%) [5, с. 9].

Ряд середземноморських держав, найважливішою галуззю економіки яких є туризм, серйозно постраждали від пандемії Covid-19. Дві з них – Греція і Хорватія,

розробляючи стратегії відновлення свого туристичного сектора, розглядають морський туризм як ключову позицію в реалізації цих планів.

Міністерством туризму та спорту Хорватії недавно проведено перше засідання, присвячене відновленню і розвитку туристичної галузі країни. Довга берегова лінія Хорватії, її великий парк човнів і чартерних яхт, а також безліч гарних марин є важливою частиною нової стратегії. Як йдеться в доповіді «Total Croatia News», HRTurizam (найпопулярніший новинний сайт) хорватами оголошено про створення ради, до складу якої входять ключові представники секторів туризму і подорожей, в тому числі марин, асоціацій великих і малих готелів, таборів, агентств, підприємств громадського харчування і профспілок [12].

На першому засіданні Ради учасники погодилися з тим, що здоров'я є на даний момент незаперечним пріоритетом, і дотримання заходів, пов'язаних з Covid-19, буде сприяти більш швидкому поверненню до нормальної туристичної діяльності. Обговорювалися також заходи щодо скорочення термінів підготовки до туристичного сезону 2021 року.

Іншим основним аспектом дискусії були компенсаційні заходи хорватського уряду і його підтримка в питанні збереження робочих місць. У зв'язку з цим було висловлено сподівання на те, що вони будуть продовжені.

Серед туристичних організацій, які взяли участь в засіданні, були Асоціація HGK «Марінас», Асоціація з розміщення туристів на човнах.

Отже, через пандемію Covid-19 хорватський туризм зазнав значних змін. Проте наразі уряд розробляє альтернативні шляхи розвитку туристичного бізнесу, зокрема віртуального туризму, для подолання важких наслідків карантину.

Висновки: За результатами даного дослідження можна зробити такі висновки. Сфера туризму є одним з найбільших секторів світової економіки. Через пандемію Covid-19 туристичний сектор зазнав значних змін. Європа залишається найбільш конкурентоспроможними у світі регіоном, коли справа стосується туризму.

Визначено, що Хорватія – країна Європейського Союзу, що в останній час набирає світової популярності як успішна країна в туристичній сфері. Аналіз та рейтинг Хорватії порівняно з її основними конкурентами показують, що головні переваги хорватського туристичного напрямку – це відчуття безпеки і гостинність місцевих жителів, краса природи, екологічне збереження та відсутність забруднення навколишнього середовища, а також міський дизайн та архітектурні шедеври.

Незважаючи на сильну конкуренцію в середземноморському регіоні, Хорватія має всі шанси найближчим десятиліттям стати однією з країн найкращих та найуспішніших туристичних напрямків Європейського Союзу.

Проаналізовано, що період пандемії Covid-19 докорінно змінив ситуацію в туристичній сфері світу. Проте Хорватія вчасно відреагувала на поширення вірусу та досить стійко перенесла карантинні обмеження. Вже з середини літа минулого року туристична сфера почала обслуговувати туристів. Зміна зазнала майже всіх напрямів сфери: напрямку потоку туристів, основні туристичні міста, ціни на послуги, інфраструктуру та інше. Наразі Міністерством туризму та спорту Хорватії розробляються шляхи вирішення проблем, завданих пандемією 2020 року. Подальші дослідження мають

вивчати механізми відновлення туристичного сектору республіки в контексті європейського туристичного ринку.

Отже, за результатами дослідження розроблено певні механізми покращення показників у рейтингу конкурентоспроможності Республіки Хорватії. До них можна віднести: розробку туристичного продукту та його оригінальності; застосування довгострокових стратегій розвитку туристичного бізнесу в країні; покращення стану інфраструктури всіх видів у державі; розробку нових комунікацій; необхідність запровадження нових видів туризму (екотуризм, інтернет-туризм, шопінг-туризм, медичний туризм та ін.) в країні; охорону навколишнього середовища, розвиток еко-туризму.

CROATIAN MARKET OF TOURIST SERVICES: ENSURING COMPETITIVENESS

Hanna Panasenko, Ph.D (Political Science), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: panasenko@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

Nadiia Borshch, student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: borsnadezda8@gmail.com

Nowadays international tourism is one of the leading areas of international economic activity. The undeniable impact of tourism affects the world economy and directly on the economy of some countries. Due to the active work of the government to increase the investment attractiveness of the country, Croatia is becoming more and more interesting for tourists both in Europe and around the world. The relevance of the study lies in the need to find new markets for tourism services in Europe, which include this Republic. Therefore, the subject of the article is the main indicators of the competitiveness of the Republic of Croatia in the European tourism market. The aim of the work is to analyze the role of Croatia in the international arena in the field of tourism. Based on the goal, the following tasks arise: to analyze Croatia's role in the world of tourist services, to highlight its competitive advantages and disadvantages, to consider mechanisms to improve Croatia's position in the competitiveness ranking, to identify positive and negative aspects of tourism in this country compared to other tourist centers. During the writing of the article, there are used general scientific research methods such as induction, analysis, tabular, descriptive, historical, mathematical, statistical data processing, method of expert opinions, prognostic. The following results that are obtained are analysis the place of Croatia in the market of tourist services. In particular, a study of the current state of the world market of tourist services, its features, the place of Croatia in the field of tourism. In addition, attention is paid to the pandemic period, its impact on the state of the tourism business both in the Republic and around the world, and ways to improve the competitiveness of Croatia. Conclusions are the analysis of the place of the Republic of Croatia in the world market of tourist services should be used to improve the quality of service in this area, the promotion of the country's tourism business in the European market.

Keywords: globalization, regionalization, services, tourism services market, tourism, Croatia, tourism indicators, competitiveness, World Economic Forum.

ХОРВАТСКИЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ: ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Панасенко Анна Сергеевна, канд. полит. наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: panasenko@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

Борщ Надежда Андреевна, студентка, Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: borsnadezda8@gmail.com.

На сегодняшний день международный туризм является одной из ведущих сфер международной экономической деятельности. Неоспоримое влияние туризма сказывается на мировой экономике и непосредственно в хозяйстве отдельных стран мира. Благодаря активной деятельности правительства по росту инвестиционной привлекательности страны Хорватия с каждым годом становится все более интересной для туристов как в Европе, так и во всем мире. Актуальность исследования заключается в необходимости поиска новых рынков туристических услуг в Европе, к которым можно отнести данную республику. Поэтому предметом исследования в статье выступают основные показатели конкурентоспособности Республики Хорватии на европейском туристическом рынке. Целью работы

является анализ роли государства Хорватии на международной арене в туристической сфере. Исходя из цели, возникают следующие задачи: проанализировать роль Хорватии в мире туристических услуг, выделить ее конкурентные преимущества и недостатки, рассмотреть механизмы улучшения положения Хорватии в рейтинге конкурентоспособности, выявить положительные и отрицательные стороны в туристической сфере данного государства по сравнению с другими туристическими центрами мира. При написании статьи были использованы такие общенаучные методы исследований, как: индукции, анализа, табличные, описательные, исторические, математические, обработка статистических данных, метод экспертных мнений, прогностический. Получены следующие результаты: в работе проанализированы место Хорватии на рынке туристических услуг. В частности, проводится исследование современного состояния мирового рынка туристических услуг, его особенностей, места Хорватии в сфере туризма. Кроме этого, обращено внимание на период пандемии, его влияние на состояние туристического бизнеса как в Республике, так и во всем мире, и пути совершенствования уровня конкурентоспособности Хорватии. Выводы: анализ места Хорватской Республики на мировом рынке туристических услуг целесообразно использовать для улучшения качества обслуживания в данной сфере, продвижении туристического бизнеса страны на европейский рынок.

Ключевые слова: глобализация, регионализация, сфера услуг, рынок туристических услуг, туризм, Хорватия, туристические показатели, конкурентоспособность, Всемирный экономический форум.

Література

1. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма. URL: <https://bit.ly/3aOmvm2> (дата звернення 04.02.21)
2. Гудзеляк І. І., Уманців Б. Б. Хорватія: суспільно-географічна характеристика. Навчальний посібник. Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 136 с.
3. Завьялов Г.А. Особенности развития туристического бизнеса в Хорватии. Москва, 2013. 47 с.
4. Итоги туристического сезона в Хорватии: впервые без туристов из России. *The Page*. URL: <https://bit.ly/3rAzFtA> (дата звернення: 04.02.21).
5. Концептуальная записка: COVID-19 и перестройка сектора туризма. Организация Объединенных Наций. URL: <https://bit.ly/3aP8PqT> (дата звернення: 25.01.21).
6. Косолапов Н. А. Глобализация: сущностные и международно-политические аспекты. *Мировая экономика и международные отношения*. 2001. № 3. С. 69–73.
7. Кругляк М. Е. Туризм у постюгославських державах. Хорватія: приклад для України. Київ: Глея: Науковий вісник. 2017. № 120. С. 101–105.
8. Матвієнко Н. М. Конкурентоспроможність Хорватії на світовому ринку туристичних послуг: досвід для України. *Часопис картографії*. 2017. Вип. 1. С. 93–107.
9. Матвієнко Н. Управління регіональним розвитком туризму Хорватії. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2014. Вип. 1. С. 64–66
10. Матвієнко Н. Матвієнко В. Чинники розвитку туризму в Хорватії. Київ: Географія. 2018. Т. 3, № 72. С. 81–88.
11. Число прибытий – Ranking, 2020 – knoema.com. *Knoema*. URL: <https://bit.ly/3p5UGuC> (дата звернення: 30.01.21).
12. Морской туризм как инструмент для восстановления экономики после пандемии – INTERPARUS. URL: <https://bit.ly/2N6XSsy> (дата звернення: 26.01.21).
13. Общий вклад в ВВП (доля, %) – Ranking, 2019 – knoema.com. *Knoema*. URL: <https://bit.ly/3aQlz0h> (дата звернення: 29.01.21).
14. Перспективы развития мировой экономики (ППМЭ). *IMF*. URL: <https://bit.ly/3rA9cfK> (дата звернення: 25.01.21).
15. Пестушко В. Ю. Макроекономічна роль туризму: сучасні реалії країн світу. Ужгород: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2020. № 29. С. 114–119.
16. Толочко А.О. Розвиток європейського ринку туристичних послуг: дис. канд. геогр. наук: 08.00.02. Київ, 2012.
17. Bosnić Irena, Stanišić Jelena, Tubić Dejan. Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism. *Ekonomski Vjesnik*. 2014. No. 1. P. 153–170.
18. Croatia's tourism accounts for 53 % of the previous year's overnight stays // Seahelp news URL: <https://bit.ly/3q0hltv> (дата звернення: 04.02.21)
19. Republic of Croatia Edition 2020 Tourism in figures. Ministry of Tourism Republic of Croatia. Zagreb, 2019. 43 p.
20. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Geneva : World Economic Forum, 2015. 519 p.
21. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Geneva : World Economic Forum, 2017. 387 p.
22. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Geneva : World Economic Forum, 2019. 112 p.

References

1. *Vsemirnyj jekonomicheskij forum: rejting stran mira po urovnju konkurentosposobnosti puteshestvij i turizma* [World Economic Forum: ranking of countries in the world by the level of competitiveness of travel and tourism], URL: <https://bit.ly/3aOmvm2> (04.02.21) (in Russian).

2. Ghudzeljak I. I., Umanciv B. B. *Khorvatija: suspiljno-gheografichna kharakterystyka* [Croatia: suspension-geographic characteristics], Lviv, Vydavnychyj centr LNU im. Ivana Franka, 2002, p.136 (in Ukrainian)
3. Zavjialov Gh.A. *Osobennosty razvytyja turystycheskogho byznesa v Khorvatyy* [Features of the development of tourism business in Croatia], Moscow, 2013, p.47. (unpublished) (in Russian).
4. *Itogi turisticheskogo sezona v Horvatii: vpervye bez turistov iz Rossii* [Results of the tourist season in Croatia: for the first time without tourists from Russia], The Page. URL: <https://bit.ly/3rAzFtA> (04.02.21) (in Russian).
5. *Konceptualjnaja zapyska: COVID-19 y perestrojka sektora turyzma* [Concept Note: COVID-19 and Tourism Sector Restructuring], URL: <https://bit.ly/3aP8PqT> (25.01.21) (in Russian).
6. Kosolapov N.A. (2001) *Globalizacija: sushhnostnye i mezhdunarodno-politicheskie aspekty* [Globalization: essential and international political aspects]. *Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija*, no.3 pp. 71-72 (in Russian).
7. Krughljak M. E. (2017) *Turyzm u postjughoslavs'kykh derzhavakh. Khorvatija: pryklad dlja Ukrajiny* [Tourism in the postyugoslav states. Croatia: an example for Ukraine] *Ghileja: naukovyj visnyk*, vol.120, pp. 101-105 (in Ukrainian).
8. Matvijenko N. M. (2017) *Konkurentospromozhnist' Khorvatiji na svitovomu rynku turystychnykh poslugh: dosvid dlja Ukrajiny* [Competitiveness of Croatia in the world market of tourist services: experience for Ukraine]. *Chasopys kartoghrafiji* vol.1, pp. 93-107 (in Ukrainian).
9. Matvijenko N. M. (2014) *Upravlinnja rehional'nym rozvytkom turyzmu Khorvatiji* [Management of regional tourism development in Croatia]. *Kyiv: Visnyk Kyjiv's'kogho nacional'nogho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Geography* vol. 1, pp. 64-66 (in Ukrainian).
10. Matvijenko N., Matvijenko V. (2018) *Chynnyky rozvytku turyzmu v Khorvatiji* [Factors of tourism development in Croatia]. *Kyiv: Geography* no.3, pp. 81-88 (in Ukrainian).
11. *Chislo prybytij – Ranking, 2020 – knoema.com* [Number of arrivals – Ranking, 2020 – knoema.com.], Knoema. URL: <https://bit.ly/3p5UGuC> (30.01.21) (in Russian).
12. *Morskoy turizm kak instrument dlja vosstanovlenija jekonomiki posle pandemii* [Sea tourism as a tool for economic recovery after the pandemic], *Interparus*. URL: <https://bit.ly/2N6XSsy> (26.01.21) (in Russian).
13. *Obshhij vklad v VVP (dolja, %) – Ranking, 2019 – knoema.com*. [Total contribution to GDP (share, %) – Ranking, 2019 – knoema.com.], Knoema. URL: <https://bit.ly/3aQlzOh> (29.01.21) (in Russian).
14. *Perspektivy razvitija mirovoj jekonomiki (PRMJe)* [World Economic Outlook (WEO)], IMF. URL: <https://bit.ly/3rA9cfK> (25.01.21) (in Russian).
15. Pestushko V. Ju. (2020) *Makroekonomichna rolj turyzmu: suchasni realiji krajini svitu* [Macroeconomic role of tourism: modern realities of countries]. *Uzhgorod: Naukovyj visnyk: Uzhgorod National University*, pp.114-119 (in Ukrainian).
16. Tolochko A.O. (2012) *Rozvytok jevropejs'kogho rynku turystychnykh poslugh* [Development of the European market of tourist services] (PhD Thesis), *Kyiv*.
17. Bosnić Irena, Stanišić Jelena, Tubić Dejan (2014) *Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism* // *Osijek: Ekonomski Vjesnik / Econviews*, pp. 153-170 (in English).
18. Croatia's tourism accounts for 53 % of the previous year's overnight stays // *Seahelp news* URL: <https://bit.ly/3q0hltv> (date of request: 04.02.21)
19. Republic of Croatia Edition 2020 *Tourism in figures* / Ministry of Tourism Republic of Croatia. Zagreb, 2019. 43 p.
20. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Geneva : World Economic Forum, 2015. 519 p.
21. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva : World Economic Forum, 2017. 387 p.
22. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Geneva : World Economic Forum, 2019. 112 p.

Статтю отримано 8 квітня 2021 р.