

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM IN CROATIA

Mkrtumyan A.A. (Russian Federation) Email: Mkrtumyan559@scientifictext.ru

Mkrtumyan Alyona Artyushevna – student,
Department of socio-economic geography, geoinformatics and tourism,
NORTH CAUCASUS FEDERAL UNIVERSITY, Stavropol

Abstract: this article analyzes the state of tourism in Croatia, identifies its main tourist products and the trend of tourism development. The aim of Croatian tourism is to gain worldwide recognition of the country as a tourist destination, competitive and attractive for investors, which creates new jobs and manages development throughout its territory in a sustainable way, cultivating a quality culture, offering hospitality, safety and a unique variety of activities, as well as experience.

Keywords: tourism, Republic of Croatia, tourism in Croatia, tourist destination, management, development strategy, tourist product, sustainable tourism development, marketing.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ХОРВАТИИ

Мкртумян А.А. (Российская Федерация)

Мкртумян Алёна Артюшевна – студент,
кафедра социально-экономической географии, геоинформатики и туризма,
Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Аннотация: данная статья анализирует состояние туризма в Хорватии, определяет основные ее туристские продукты и тенденцию развития туризма. Целью хорватского туризма является достичь всемирной узнаваемости страны как туристической дестинации, конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов, которая создает новые рабочие места и управляет развитием на всей своей территории устойчивым образом, воспитывая культуру качества, предлагая гостеприимство, безопасность и уникальное разнообразие видов деятельности, а также опыт.

Ключевые слова: туризм, Республика Хорватия, туризм в Хорватии, туристская дестинация, менеджмент, стратегия развития, туристский продукт, устойчивое развитие туризма, маркетинг.

УДК 338.482.22

Хорватия входит в список стран, которые больше привлекают посетителей качеством своей природной среды и богатством культурного и исторического наследия, чем качеством, доступностью и разнообразием туристических достопримечательностей нового поколения, такие как современные конгресс-центры, тематические и развлекательные парки, поля для гольфа, инфо-центры для посетителей, тщательно продуманные тематические туристические маршруты и т. д.

Море, сильно изрезанное побережье и его многочисленные острова, а также охраняемые природные пляжи, зелень и леса на большей части территории страны, безусловно, являются основными природными достопримечательностями Хорватии. Она имеет большое количество охраняемых природных заповедников и парков, особенно с учетом общего размера своей территории, что ставит ее в число ведущих стран Европы, когда речь идет о её биологическом разнообразии.

В Хорватии сегодня отсутствуют центры для горного и спортивного туризма, которые работают в течение всего года, высококачественные велосипедные дорожки с сопровождающей их инфраструктурой и надстройкой, центры дайвинга и парусного спорта и другие объекты, необходимые для качественного и долгосрочного позиционирования на туристических объектах, представляющих особый интерес.

За последние десять лет структура туристических продуктов в Хорватии изменилась лишь незначительно. На данный момент представлны следующие виды туристских предложений:

1. «Солнце, море, песок»;
2. Морской туризм (яхтинг/круиз);
3. Деловой туризм;
4. Культурно-познавательный туризм.

Согласно данным стратегии развития туризма в Хорватии, до 2020 года планируется внедрять новые туристские предложения:

1. Оздоровительный туризм;
2. Велосипедный туризм;
3. Гастрономический и эно туризм;
4. Сельский и горный туризм;
5. Гольф-туризм;
6. Спортивный и приключенческий туризм;

7. Эко-туризм [3].

Эффективная реализация программы «Стратегия развития туризма Республики Хорватии до 2020» года предполагает организационные корректировки на уровне Министерства туризма, функционирование систем местных туристических управлений, а также сотрудничество между министерствами, связанными с туризмом [2].

Благодаря процессу рационализации системы и территориальной кластеризации нынешние туристические советы становятся организациями менеджмента дестинаций (DMO). Это подразумевает соответствующее кадровое обеспечение и дополнительное образование в области управления дестинациями, что особенно актуально для задач повышения конкурентоспособности, а также координации часто конфликтующих интересов стейкхолдеров [2].

Из-за разнородного и многопрофильного характера туризма включение министерств, деятельность которых тесно связана с туризмом, является необходимым предварительным условием для эффективного осуществления Стратегии развития туризма в Республике Хорватия до 2020 года. Хотя сотрудничество между различными министерствами уже существует, эффективная реализация Стратегии развития Республики Хорватии до 2020 года предполагает гораздо более тесное официальное сотрудничество. С этой целью создан специальный Межведомственный совет по профессиональному туризму, в состав которого входят не только высокопоставленные чиновники в министерстве туризма, но и члены, являющиеся государственными должностными лицами из других министерств: министерство морских дел, дорожного движения и инфраструктуры, министерство строительства и физического планирования, министерство культуры, министерство науки, образования и спорта, министерство сельского хозяйства, министерство предпринимательства и ремесел, министерство регионального развития и фонды ЕС. В работу Профессионального совета также входят Совет по физическому планированию Республики Хорватия, профессиональные организации в Торговой палате Хорватии и Олимпийском комитете Хорватии, а также другие гражданские и некоммерческие организации [1].

Основной задачей Межведомственного совета по профессиональному туризму является обсуждение и согласование годовых планов по реализации Стратегии развития туризма в Республике Хорватия до 2020 года (разработка мер), а также контроль за выполнением согласованных мероприятий. Хорватская торговая палата и Хорватский олимпийский комитет также активно участвуют в процессе повышения соответствующих критериев категоризации и сертификация зданий в туристическом предложении, в вопросах ценообразования, а также систематически проводят различные мероприятия по повышению качества работы сотрудников в сфере туризма.

Новое видение развития хорватского туризма основано на системе ценностей, которая отвечает на три важных вопроса (рис. 1):

1. Каким должен быть хорватский туризм?
2. Что является основным ключом для развития хорватского туризма?
3. Что будет использовать хорватский туризм для привлечения внимания?

Видение развития хорватского туризма содержит три аспекта: концептуальный, операционный и производственный. Концептуальный аспект этого видения дает ответ на вопрос, каким должен быть хорватский туризм. Оперативный аспект отвечает на второй вопрос о ключевых предпосылках развития хорватского туризма и определяет основные цели его операционных стратегий. Производственный аспект дает ответ на третий вопрос: что будет делать хорватский туризм, чтобы привлечь внимание, указав на ключевые компоненты хорватского туристического продукта.

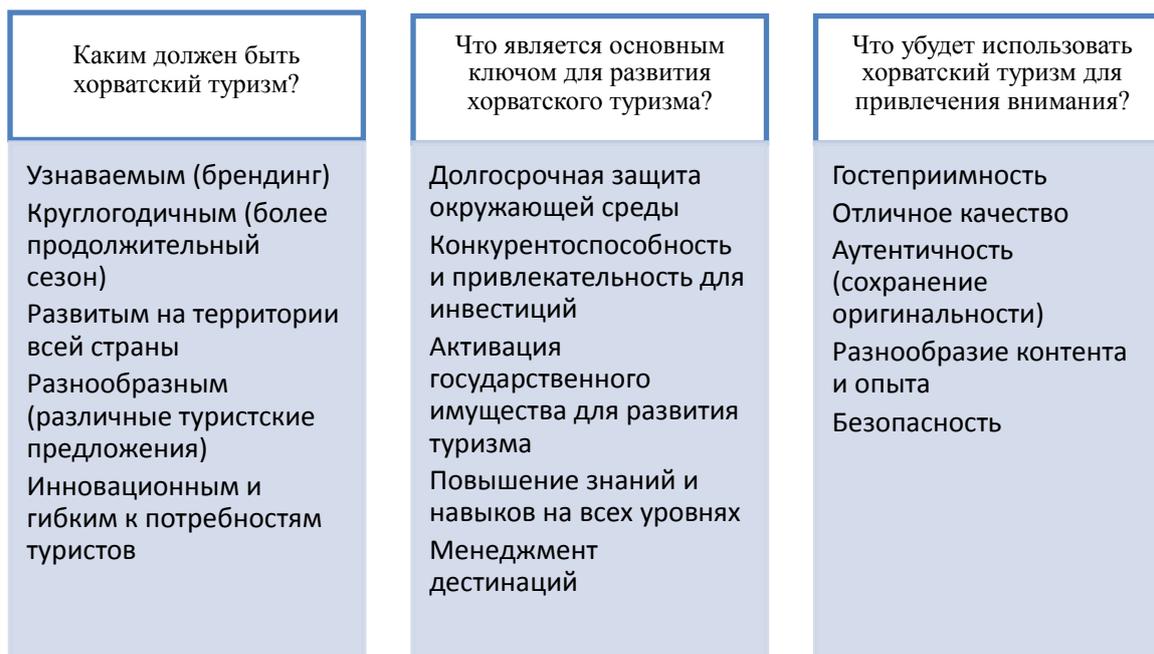


Рис. 1. Ценностная система нового видения хорватского туризма [2]

В соответствии с вышеуказанными руководящими принципами было создано новое видение развития хорватского туризма до 2020 года: «в 2020 году Хорватия является всемирно узнаваемым туристической дестинацией, конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов, которая создает новые рабочие места и управляет развитием на всей своей территории устойчивым образом, воспитывая культуру качества, предлагая гостеприимство, безопасность и уникальное разнообразие видов деятельности и опыт».

Список литературы / References

1. Croatian tourism development strategy untill 2020 // Министерство туризма Республики Хорватия URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategy-tourism.present.pdf> (дата обращения: 14.05.2018).
2. Grzinic J. Strategy of tourism for competing on the European tourism market // Management. Marketing. Tourism. - 2016. - №8. - С. 51-58.
3. Orsini K., Ostojic V. Croatia's Tourism Industry: Beyond the Sun and Sea // European Economy. - 2018. - №36. - С. 2-10.