

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра регіональних студій

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня магістра
на тему:

**«Туристична галузь Греції та Чорногорії в ХХІ столітті:
порівняльна характеристика»**

Виконала студентка 2 курсу, групи МКр-2
спеціальності 291 Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії,
освітньо-професійної програми
«Країнознавство»
Косинська Мирослава Володимирівна

Керівник – кандидат історичних наук, доцент
Шишкін Іван Геннадійович

Рецензент — кандидат історичних наук, доцент
Конопка Наталія Олегівна

Робота допущена до захисту
(протокол № 7 засідання кафедри регіональних студій
від 30 листопада 2022 року

В. о. завідувача кафедри регіональних студій:

_____ Петро КУЛАКОВСЬКИЙ

м. Острог - 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ.....	9
1.1. Географічне положення, природно-кліматичні умови.....	9
1.2. Історико-культурний потенціал.....	19
<i>Висновки до Розділу 1.....</i>	<i>24</i>
РОЗДІЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ.....	25
2.1. Нормативно-правова база регулювання галузі туризму	25
2.2. Органи регулювання галузі туристичної галузі.....	33
<i>Висновки до Розділу 2</i>	<i>38</i>
РОЗДІЛ 3. ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ..	40
3.1. Основні показники розвитку туристичної галузі.....	40
3.2. Транспортна логістика.....	48
3.3. Готельно-ресторанний сектор.....	52
3.4. Основні види туризму.....	58
<i>Висновки до Розділу 3</i>	<i>67</i>
РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСЬКОЇ ГАЛУЗІ ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ	68
<i>Висновки до Розділу 4</i>	<i>84</i>
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	91
ДОДАТКИ.....	99

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Потреба подорожувати, пізнавати нові місця, регіони та звичаї була визнана з давніх часів однією з найважливіших характеристик людського роду. Тому можна з повним правом сказати, що перші туристи з давніх-давен, керовані цікавістю, допитливістю та ентузіазмом і хтозна чим, вирушали в невідоме, часто ризикуючи життям. Сьогодні подорожувати набагато безпечніше та комфортніше, тому туризм є важливою галуззю економіки будь-якої країни світу.

Туризм також є індустрією послуг, яка складається з великої кількості матеріальних і нематеріальних одиниць, взаємопов'язаних і обумовлених одна одною. До матеріальних утворень належать транспортні системи – повітряні, залізничні, автомобільні, водні; послуги проживання, харчування та напої, екскурсії, сувеніри; супутні послуги, такі як банківська справа, страхування, а також безпека та охорона. Нематеріальні сутності включають: відпочинок і розслаблення, культуру, пригоди, нові та різні враження. Все це свідчить про масштаби та значення туризму як потенційно прогресивного виду економічної діяльності для стратегічних галузей національної економіки будь-якої країни світу.

Чорногорія та Греція як середземноморські країни, займають впізнавані місця на туристичних картах світу. Перш за все, це сприятливий середземноморський клімат, який визначає дві найпоширеніші форми туризму в Чорногорії: літо і зима. Чорногорські та грецькі міста, вплетені в архітектуру минулих епох, захоплюють подих своєю красою і повертають у століття, коли вони були створені. Останнім часом, слідуючи світовим тенденціям, в Чорногорії та Греції розвиваються різні види туризму, якими можуть захопитися туристи. Так, як туризм в Чорногорії та Греції – це основа процвітання та добробуту обох держав, тому є необхідним дослідження та порівняння стану, особливостей,

проблем та перспектив туристичної галузі Греції та Чорногорії. Завдяки своєму географічному положенню та ресурсам, якими вони володіють, ці країни вдосконалюють свою туристичну пропозицію, а також досвід Греції і Чорногорії в розвитку туристичної галузі може бути адаптований і використаний в умовах України. З огляду на це, актуальність теми не викликає жодного сумніву.

Аналіз стану наукової розробки проблеми. Дослідженню аспектів розвитку галузі туризму Чорногорії присвячено низку робіт таких науковців як: С. Дурашевич, Ю. Царович, М. Лутовач, К. Делісо, К. Баумгартнер, С. Аджич, Н. Дашич,, С. Мілошевич, М. Воденська, А. Вучетич, І. Зупанович, О. Пікулик. Розвитку туристичної галузі Греції присвячено роботи, таких науковців як: В. Вишинський, К. Дарвіду, Д. Константія, В. Пантійчук, Е. Адамопулу, Г. Агіоміргіанакіс, В. Георгула, В. Каті, Л. Марудас, П. Цартас, М. Сотіріадіс, А. Вламі, Г. Захаратос.

Зокрема, стан та роль інфраструктури туризму як ефективного елементу функціонування туристичної галузі Чорногорії досліджували С. Мілошевич, , М. Лутовач, Т. М. Воденська, тоді як у Греції – М. Сотіріадіс, Г. Захаратос. С. Аджич, Н. Дашич описали розвинуті види туризму в Чорногорії, а В. Пантійчук та Е. Адамопулу – в Греції. П. Цартас розглядав інституційні та правові аспекти регулювання та функціонування туристичної галузі Греції, тоді як О. Пікулик, А. Вучетич досліджували ці питання в функціонуванні туристичної галузі в Чорногорії. Виділили актуальні проблеми та вказали перспективні напрями розвитку туристичної галузі Чорногорії Ю. Царович, С. Дурашевич, В. Шиманська, а оцінкою проблем та перспектив грецької галузі туризму займались К. Дарвіду, Д. Константія, Г. Агіоміргіанакіс. Аналіз впливу туристично-географічного положення та туристично-рекреаційного потенціалу на розвиток галузі туризму в Чорногорії можна простежити в роботах К. Делісо та К. Баумгартнера, в той час, як ті самі елементи туристичної галузі Греції досліджували В. Вишинський В. Патійчук та В. Каті.

Позитивно оцінюючи внесок вищезгаданих науковців, варто зауважити, що комплексного дослідження цієї теми не існує та деякі питання не дослідженні належним чином. Тому, варто більш детально дослідити та порівняти туристичні галузі Греції та Чорногорії в ХХІ ст. Зокрема, охарактеризувати географічне положення, природно-кліматичні умови країн та історико-культурний потенціал Чорногорії та Греції. Крім того, існує потреба порівняти нормативно-правову базу регулювання галузі туризму Греції та Чорногорії. Також варто оцінити сучасний стан дослідити туристичної інфраструктуру цих країн. Крім того, є необхідним вказати на проблеми та перспективи розвитку галузі туризму Чорногорії та Греції. Все це вказує на необхідність більш детального дослідження цієї теми, а також на її науковій актуальності.

Метою кваліфікаційної роботи є комплексне вивчення розвитку галузі туризму Греції та Чорногорії, порівняльний аналіз сучасного стану туристичної галузі країн і проблем та перспектив її розвитку. Для реалізації зазначеної мети поставлено такі наукові завдання:

- охарактеризувати географічне положення, природно-кліматичні умови країн та історико-культурний потенціал Чорногорії та Греції;
- порівняти нормативно-правову базу регулювання галузі туризму Чорногорії та Греції;
- дослідити туристичну інфраструктуру Чорногорії та Греції;
- вказати проблеми та перспективи розвитку галузі туризму Чорногорії та Греції.

Об'єктом дослідження є економічна галузь Чорногорії та Греції.

Предметом дослідження є функціонування та розвиток туристичної галузі Чорногорії та Греції.

В процесі дослідження та написання кваліфікаційної роботи використано наступні *методи*:

- картографічний та географічний були використані для характеристики географічного положення Греції та Чорногорії та їх природно-кліматичних ресурсів;
- описовий та історичний методи були використанні для опису історико-культурного потенціалу;
- методи аналізу та синтезу, а також статистичний метод були використані для оцінки стану, проблем та перспектив розвитку туристичних галузей Греції та Чорногорії;
- метод порівняння, який дав можливість виявити ознаки подібності та відмінності між досліджуваними країнами;
- метод узагальнення, завдяки якому було сформовано узагальнюючі положення дослідження шляхом об'єднання фактів.

Географічними рамками курсової роботи є Чорногорія та Греція в рамках їх сучасних державних кордонів.

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період з 2001 по 2022 роки: де нижня хронологічна межа пов'язана з початком XXI століття, коли відбуваються зміни у розвитку галузі обох країн, зокрема: приєднання Греції до зони євро, що призвело до позитивних змін у різних секторах національної економіки, зокрема в туризмі; реструктуризація Грецької національної туристичної організації у 2001 році, що включало створення Департаменту нових форм розвитку туризму; прийняття 2 листопада 2001 року Урядом Чорногорії Генерального плану розвитку туризму, який визначав стратегію розвитку, враховуючи як досвід конкурентних напрямків, так і тенденції попиту на всіх ринках Європи; а верхня хронологічна межа – сьогодення.

Джерельну базу дослідження склали офіційні статистичні дані, зокрема статистичні звіти Греції за 2017-2021 рр., а також дані статистичних щорічників Чорногорії за 2017-2021 рр., звіту Всесвітньої організації туризму «Барометр світового туризму» за 2021 р., Звіт про конкурентоспроможність туризму та

подорожей за 2021 р. Крім того, використано дані Світового банку, що відображають статистику подорожей туристів до Греції та Чорногорії та даних, що відображають кількісний облік основних об'єктів галузі туризму цих країн. Також, до джерельної бази увійшли нормативно-правові акти та законодавчі документи, що є базою в регулюванні галузі туризму Чорногорії та Греції. Було використано Також було опрацьовано путівники, офіційно опубліковані плани розвитку туризму Чорногорії та Греції. Крім того, використано опрацьовані інформаційні ресурси мережі Інтернет. З огляду на це, джерельна база дослідження є достатньою для досягнення поставленої мети і виконання дослідницьких завдань.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей «Міжнародний туризм» та «Країнознавство», а також як пропозиції щодо розробки туристичних маршрутів до Чорногорії та Греції. Крім того, результати дослідження можуть бути використані для підготовки до семінарських занять, колоквіумів, виступів на студентських наукових конференціях.

Практична апробація. Проміжні результати кваліфікаційної роботи було апробовано під час XXVII наукової викладацько-студентській конференції «Дні науки» Національного університету «Острозька академія» (м. Острог, 16-22 травня 2022 р.) у секції «Актуальні проблеми міжнародного туризму» доповіддю на тему «Розвиток гастрономічного туризму в Чорногорії в XXI столітті», що вказано на 85 ст. програми конференції. Крім того, було опубліковано в вигляді статті у збірнику Студентських наукових записок Національного університету «Острозька академія» серії «Країнознавство і міжнародний туризм» (м. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022. Вип. 10. 144 с.) на тему «Розвиток гастрономічного туризму в Чорногорії в XXI столітті» (118-125 сторінка).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота має логічну структуру, що дозволяє послідовно розкрити тему дослідження з урахуванням усіх аспектів роботи. Вона містить, вступ, чотири розділи, що поділяються на вісім підрозділів, висновки до розділів та загальний висновок. У кінці роботи подано список використаних джерел та літератури, а також додатки. Загальний обсяг роботи складає 115 с. Основний матеріал дослідження складає 88 с.

РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ

1.1. Географічне положення, природно-кліматичні умови

Оцінка туристичного потенціалу дестинації є важливим науковим напрямом, який дозволяє створити основу для визначення туристичної регіональної спеціалізації, можливостей розвитку пріоритетних видів туризму та, зрештою, орієнтації на аудиторії споживачів туристичного продукту.

Чорногорія займає складне багатофункціональне положення. Вона розташована на Балканському півострові в Південній Європі та виходить до Адріатичного моря, тому є передусім адріатико-середземноморським із значними перевагами та специфікою такого розташування (Див. Додаток 1) [25]. Ці переваги впливають із напівфункціональності позиції, яка має геостратегічний, геотранспортний, транспортно-географічний та туристичний характер. Греція, або (як її сьогодні називають самі греки) – Еллада, розташована на півдні Балканського півострова і, відповідно, Європи, займаючи східну частину Середземноморського басейну [15]. Географічне розташування Греції напрочуд вигідне, оскільки вона знаходиться на стику трьох континентів (Європи, Азії та Африки), справедливо називаючись «перехрестям трьох континентів» (Див. Додаток 2).

Прикордонне положення щодо сусідніх країн також є дуже важливим, особливо з точки зору товарного та туристичного руху. Необхідно створити кращі умови для торгівлі та туристичного співробітництва з сусідніми країнами, врегулювати екскурсійний і морський туризм.

Чорногорія межує з Хорватією (14 км) на заході, Боснією і Герцеговиною на півночі (225 км), Сербією на сході (203 км), Албанією на півдні (172 км), від Італії відділена Адріатичним морем. Загальна кількість островів, острівців і скель

– 48 [24]. Греція має спільні сухопутні кордони довжиною 1210 км, та межує з такими країнами, як Албанія (282 км), Болгарія (494 км), Туреччина (206 км), Північною Македонією (228 км) [7].

Греція омивається чотирма морями – Середземним, Іонічним, Егейським і Лівійським. Країну по праву можна вважати володаркою найбільш звивистої берегової лінії, завдяки якій тут багато заток, мисів та півострівів. Загалом протяжність берегової лінії становить 13676 км [50, с. 61]. Адріатичне море ж є дуже важливим природним явищем для розвитку Чорногорії. Чорногорія належить до району східного узбережжя Адріатичного моря. Довжина берегової лінії узбережжя Чорногорії становить 293,5 км, з яких 52 км – пляжі [24]. Пляжі представляють найважливішу туристичну цінність прибережжя. На узбережжі Адріатичного моря є десять прибережних регіонів: Герцег-Нові, Пераст, Котор, Порто Монтенегро, Будва, Светі Стефан, Петровац, Бар, Улцинь і Велика Плажа – найдовший пляж на Адріатичному морі.

Балканський півострів, званий також півостровом Ему, на якому розташована Греція, оточений величезною кількістю островів: близько 3000, з яких 200 островів заселені [50]. Всі острови поділяються на кілька груп: Іонічні острови, розташовані в Іонічному морі (на заході Греції); Північні Егейські острови – біля берегів Малої Азії; Північні Споради та острів Евбея (на сході Греції); Кіклади (у центрі Егейського моря); Додеканіса (група островів на півдні Егейського моря), а також найбільші острови Греції – Крит і Родос.

Загальна площа Греції складає 131940 км² [50]:

- 130800 км² припадають на сушу;
- 1140 км² – на водну поверхню;
- 106777 км² – на материкову частину;
- 25167 км² – на острови.

У рівнинній частині знаходиться лише 1/5 частина країни, тоді як на решту припадають гори та плоскогір'я. Переважають середньовисотні масиви (1200-

1800 м). Найвищою горою є Олімп з найвищою точкою 2917 метрів. Це одна з трьох найвищих вершин гірської гряди, званої Мітікас (дві інші Сколіо та Стефані досягають відповідно 2912 та 2909 метрів над рівнем моря) Другий за величиною гірський масив – Смолікас (2637 м) – займає північну частину округу Іоанніни та західну частину округу Гревена [50, с. 62].

Всю територію Греції, з північного заходу на південний схід, перетинають дві гірські гряди: західна – гора Пінд, масив півострова Пелопоннес, гори островів Крит і Родос, і східна – гора Грамос, гірський хребет Отріс і Парнас, гори острова Евбея та Кіклад.

Враховуючи те, що Чорногорія за рельєфом є переважно гірською країною, гори найбільш поширені на півночі, сході та в центральній частині Чорногорії. Вони складають близько 80% загальної площі [66].

Область високих гір і поверхонь у центральній частині Чорногорії складається з таких найвідоміших гір: Дурмітор (2523 м), Маглич (2386 м), Біоч (2396 м) і Волюяк (2337 м), Півська планина (2094 м), Морацке (2277 м), Маганік (2139 м), Беласиця (2139 м), Комові (2487 м), Кучке (2184 м) і Проклетія (2534 м) [66]. На північному сході Чорногорії виділяються Любішня (2238 м), Хайла (2403 м) і Сьєкириця (2003 м). У горах Чорногорії є 250 вершин висотою понад 2000 м. Найвищі з них – Коллата (2534 м) і Росні (2524 м) у Проклетії та Боботов Кук (2523 м) у масиві Дурмітор [66].

Проклетія представляє собою один з найбільш вражаючих гірських масивів Чорногорії. Він простягається на території Чорногорії, Сербії та Албанії. У Чорногорії Проклетія включає гірські вершини, які височіють над долинами Грбай і Ропоян.

Дурмітор розташований на північному заході Чорногорії і являє собою частину каньйону річки Тара. Він складається з великого, майже абсолютно плоского плато, висотою 1500 м над рівнем моря, оточеного крутими

каньйонами, долинами та приблизно 40 сніговими вершинами [25]. У 1952 році території Дурмітора були оголошені національним парком.

Гора Беласиця, один з найбільших, найбільш відвідуваних, а також найкраще обладнаних гірськолижних центрів у Чорногорії. Вона також відома як найзеленіша гора Чорногорії. Тут також є власний національний парк під назвою Біоградська гора, оголошений у 1952 році [25]. Гора та парк відомі своїми віковими лісами, пішохідними стежками та кінними стежками.

Річкові течії Чорногорії належать до Чорного та Адріатичного басейнів, 52,5% території – до Чорного моря, 47,5% – до Адріатичного басейну. Найважливішими річками Чорноморського басейну є Лім (87 км), Ібар, Тара (150 км), Піва (33 км) і Джехотіна (90 км), а найважливішими річками Адріатичного басейну є Морача (97 км), Зета, Река Црноєвіча (12 км) і Бояна (42 км). Річка Тара – найдовша річка Чорногорії [66].

У Греції не так багато великих річок. Найбільші: Аліакмонас (320 км), Ахелоос (220 км), Пініос (205 км), Стрімонас (118 км), Тіаміс (115 км), Арахф (110 км), Евротас (82 км), Лурос (80 км) і Сперхіос (80 км). Найбільшими є ті, що беруть початок за її межами: Еврос (протяжність 530 км, з них 204 на території Греції) і Нестос (протяжність 234 км, з яких 130 на території Греції) [15]. У Греції також багато підземних річок, які виникають у вигляді джерел. Вони живлять поверхневі річки, але також живляться ними. На багатьох річках споруджено греблі та водосховища для зрошення та виробництва енергії. Є зрошувальні греблі в Аліакмонасі, Аксіосі та Пініосі. Є гідроелектростанції в Луросі, Ахелоосі, Едессайо, Ладонасі та Мегдові.

Більшість найбільших річок Греції беруть свій початок на гірському масиві Піндос. Серед них річки Аліакмон, Пініос, Ахелоос, Каламас і Арахтос. Річки Еврос і Нестос беруть свій початок у Болгарії. На Пелопонесі протікають річки Альфіос і Євротас з витокami в горах Тайгет.

У Греції налічується понад 20 озер різної площі – від 10 до 100 км². Більшість із них утворилися в результаті тектонічних рухів земної кори. На північному заході Греції розташовується найбільше та найкрасивіше озеро Памвотіда, або, як його ще називають озеро Іоанніни (Яніна), площа якого становить понад 22 км². Інші великі озера – це Преспа, Трихоніс, Вегорітіс [7, с. 145]. Безліч невеликих озер розташовуються і на острівній частині Греції (одне з найкрасивіших озер – це озеро Курна на Криті).

Широке поширення вапняків призвело до формування карстових форм рельєфу. Часто зустрічаються карстові воронки, печери, а гірські плато порізані ровами та улоговинами. Присутні багато карстових озер, глибина яких перевищує 5 кілометрів.

Чорногорія – країна, багата озерами (близько 40), які є дуже важливими, рідкісними та чутливими національними ресурсами. Більшість з них мають природне походження. Найбільш привабливими природними озерами для туризму є Проклетські озера, з яких виділяється найбільше льодовикове – Плавське озеро, яке розташоване в чорногорській частині, Рідське озеро, Ріковачко, Букумірське озеро та Гостірське озеро також у Проклетії. Потім Дурміторські озера, з яких виділяються Чорне озеро, Змійне та Ябланське озеро, Шкрчка озеро, Сушицьке озеро та Поценське озеро. Озеро Враже та озеро Рібље на поверхні Єзерська або Дробнячка, озера Забойско та Змінічко в гірському районі Санявіна, Біоградсько, озеро Пешича, озеро Велико Шишко, озеро Мало Шишко, озеро Велико Урсулавачко та озеро Мало Урсулавачко на горі Беласіца та інші [66].

З низинних озер найбільш привабливим є Скадарське озеро, яке є найбільшим озером на Балканах. Він являє собою найскладнішу прісноводну екосистему, великий водний та економічний ресурс Чорногорії, важливий регіональний екологічний і туристичний потенціал, природний актив виняткової важливості та європейський центр біорізноманіття. На Ульцинському полі також

є озеро Шашко. Набагато менше рукотворних озер, лише сім, і озеро Белич на Требішниці, яке меншою частиною поверхні озера належить Чорногорії. Деякі з них – Півське озеро, Отіловичко озеро в ущелині Єхотіна, Граховське озеро біля витоку річки Граховська, три озера в Нікшико полі та інші.

Кліматичні умови Греції обумовлені впливом таких географічних факторів, як: наявність великої кількості островів; великі високогірні райони; близькість моря та протяжна берегова лінія. Клімат Чорногорії визначається її географічним положенням, загальною циркуляцією повітряних мас, співвідношенням суші і моря, рельєфом. Клімат Греції можна поділити на типи [15]:

- Середземноморський. Різновид субтропічного клімату. Характерна риса – переважання опадів у зимовий період. Зима тепла та волога із середньою температурою $+10^{\circ}\text{C}$ та вологістю 75%. Літо сухе та спекотне, середня температура – $+32^{\circ}\text{C}$, вологість – 55%. Характерний для: Пелопоннесу (центральных та східних районів), Аттики, островів Крит, Додеканес та Кіклади.
- Альпійський. Клімат високогір'я, яке розташоване вище межі лісу. Переважає у центральных та західних районах Греції, у Західній Македонії та захоплює Пелопоннес.
- Помірний, континентальний, Середньоевропейський. Характеризується частими змінами температури, атмосферного тиску, напрямки вітру. Зима волога та холодна, літо сухе та спекотне. Клімат визначають часті циклони, що формуються внаслідок різниці в атмосферному тиску між Балканами та Північною Африкою. Цей тип клімату характерний для східного узбережжя материкової частини Греції, островів Егейського моря, Центральної та Східної Македонії.

Кожен тип впливає на певну територію. Середземне море віддає значні запаси тепла водяними масами, тому взимку тримається відносно висока температура. На півночі країни середня температура січня становить $+4^{\circ}\text{C}$, а на

півдні, в Егейській частині – $+11-13^{\circ}\text{C}$. Середньомісячні температури нижче 0°C спостерігаються лише у гірській місцевості на висоті понад 700-800 м. Іноді короточасні морози бувають на низинах, випадає сніг [15].

Західний Пелопоннес, Стереа Еллади – західні райони Центральної Греції, південно-західний Епір, Іонічні острови залишаються осторонь дії циклонів. У цих районах випадає найбільша кількість опадів. Середньорічна кількість опадів на рівнинах – 350-500 мм, у гірській місцевості – 1000-1400 мм [15]. Кліматичні умови островів північно-східної частини Егейського моря, півострова Пеліон та Халкідік є середнім між балканським кліматом північної Греції та середземноморським кліматом.

З квітня по листопад спостерігається безхмарна погода з рідкісними та нетривалими опадами. Найспекотніші місяці – липень та серпень. Середня температура липня та серпня у низинах може досягати $+40-45^{\circ}\text{C}$ [15]. На узбережжі спека пом'якшується морськими бризами. З жовтня північні сухі повітряні маси поступають місцем західним і південним вологим вітрам. На більшій території Греції дощовий сезон триває з середини жовтня до лютого.

Щорічно випадає сніг у північних та північно-східних районах Греції взимку на висоті 500-600 м та в горах вище 1000 м. Середня температура взимку 0°C , мінімальна температура опускається до -5°C [15]. Райони вище 800 м (Флорін) взимку накривають повітряні маси з Північної Європи, що несуть хуртовини та снігопади. Гірські хребти витягнуті з півночі на південь. Вони являють собою природну перешкоду західним вітрам, що несуть вологу.

Західні райони півострова характеризуються більш м'яким та вологим кліматом, ніж східні. На підвітряному боці гір випадає 600-700 мм опадів, на навітряному – вдвічі більше [15]. У горах і північних районах країни з травня до осені дме північний теплий вітер «етезіан» («мельтемі»), поява якого свідчить про прихід літа. У гірських районах із настанням літа починає діяти висотна

поясність. У нічний час відчуття прохолоди при підйомі навіть на незначну висоту суттєво посилюється.

Географічне положення зумовило те, що Чорногорія розташована в центральній частині помірно теплого поясу Північної півкулі, тому має помірно теплий клімат. Рельєф впливає на його геоморфологічну будову (рівнини, гори, улоговини, долини), висоту, нахили схилів, напрямки гірських хребтів і долин. Вплив висоти і розчленованості рельєфу на клімат є прямим. Орієн, Ловчен, Суторман і Румія утворюють орографічний бар'єр для проникнення теплого впливу з Адріатичного моря, тоді як рельєф улоговини та долини дозволяє проникнути зміненого середземноморського клімату глибоко в гірську зону Чорногорії [25]. На порівняно невеликій території чергуються середземноморський, субсередземноморський, помірно-континентальний гірський і суворий високогірний клімат.

Середземноморський клімат переважає на узбережжі, субсередземноморський клімат присутній навколо Скадарського озера, Подгориці та на Зетській рівнині. Високогірні хребти мають суворий високогірний і субальпійський клімат, а нижні долини – більш помірний гірський клімат [25]. Зі зниженням висоти рельєфу на північ і північний схід клімат стає помірно-континентальним.

У прибережній зоні, від Герцег-Нові на заході до гирла річки Бояна на сході, переважає середземноморський клімат. Середні річні температури повітря в липні коливаються від 25 до 28 °С. Літо тривале і сухе, зима коротка і м'яка. Середня кількість сонячних годин 2500. Середньорічна температура Адріатики 11°С. Влітку температура моря досягає 22-25°С, а взимку температура поверхні моря становить близько 7°С [25].

У континентальній частині, тобто в центральній частині країни, зима холодніша, а літо тепліше, ніж у містах на узбережжі. У районі Зетської та Білопавлицької рівнин температура липня становить близько 26°С. Середня

температура січня становить 10°C, а липня близько 27°C. Максимальна температура влітку сягає до 40°C, а мінімальна взимку до -10°C [25].

У гірській місцевості або на півночі Чорногорії завдяки високим гірським вершинам панує субальпійський клімат з холодною та сніжною зимою та помірним літом. Найвища температура взимку близько 3°C, максимальна близько -6°C. Влітку температура коливається від 9°C до 23°C [25].

Найсприятливіший час для поїздки до Греції – це кінець травня – середина червня або початок вересня – кінець жовтня. В Чорногорії туристичний сезон починається у квітні і триває до листопада, оптимальний час для відвідин країни – з травня до жовтня.

Охоронювані природні ресурси Чорногорії становлять найбільш значну частину рекреаційного та політичного потенціалу. Хоча 7,72% знаходиться під охороною, дуже мала частина використовується. пляжі на березі Скадарського озера, Велика та Мала Ульцинська, Святі Стефа, Яз, Сутоморе, Чань та інші), а також чотири особливі природні території (Брдо Спас, над Будвою, півострів Ратац із Жукотрліцею, острів Старий Улцинь і пагорб Треб'єса біля Нікшича). «Національні парки займають 85% заповідної території (84 тис. га) [66]. Окрім вищезазначених охоронюваних природних об'єктів, міжнародні конвенції встановили особливий охоронний статус універсального значення для трьох природних об'єктів: національного парку Дурмітор, внесеного до Списку всесвітньої природної та культурної спадщини ЮНЕСКО, долини річки Тара, внесеної до мережі біосферних об'єктів. об'єкти за спеціальною програмою ЮНЕСКО, а Которсько-Різанська затока з містом Котор включена до Списку всесвітньої природної та культурної спадщини ЮНЕСКО [42].

Незважаючи на відносно невеликі розміри, Греція надзвичайно багата на біорізноманіття. Країна забезпечує багато природних середовищ існування з її різноманітними ландшафтами, де росте понад 6000 видів рослин, 25% з яких є ендеміками Греції [50]. Водно-болотні угіддя в дельті річки Єврос, популярне

місце серед любителів спостереження за птахами, є домом для найширшого спектру хижих птахів у Європі. Греція, оточена Середземним, Егейським та Іонічним морями, також є притулком для понад 250 видів морських мешканців. Є кілька ендемічних видів риб, а також види, що перебувають під загрозою зникнення, як-от тюлень-монах і черепаха.

Усвідомлюючи важливість захисту своїх природних ландшафтів, Греція почала створювати охоронні території ще в 1937 році. В результаті цього раннього захисту зараз існує десять материкових національних парків і два морських парки. Національний парк у Греції має включати центральне ядро, а також прилеглу територію [50]. За законом це центральне ядро не може бути меншим за 15 тис м² (за винятком морських парків), а навколишня територія має бути більшою або рівною цьому. Єдина діяльність, дозволена всередині ядра, включає наукові та екологічні дослідження, а також дуже помірну рекреаційну діяльність.

Національний парк Олімп, заснований у 1938 році, містить найвищу гору Греції. Легендарний будинок богів, парк може похвалитися більш ніж 100 видами птахів. Також є понад 1700 видів рослин і різних видів тварин, включаючи вовків, шакалів, оленів тощо. Через біорізноманіття, яке існує в парку, він був названий біосферним заповідником ЮНЕСКО в 1981 році [42]. Іншим популярним парком у Греції є Національний парк Гора Парнас, заснований у 1938 році [50]. Розташований лише за кілька кілометрів від Дельф, він відомий своїми практично незайманими лісами. Парк є притулком для видів птахів, а також є місцем існування для гіфтонських і єгипетських грифів, а також багатьох хижих птахів.

Національний парк Самарська ущелина, розташований на острові Крит, був заснований у 1962 році [50]. Довжиною парку є найдовша ущелина в Європі – 18 км. Його назвали Всесвітнім біосферним заповідником, і з одними з найнеймовірніших природних краєвидів у Європі він став головною туристичною визначною пам'яткою.

Таким чином, обидві країни, і Чорногорія, і Греція, подібні за своїм кліматом, особливостями розташування (країни омиваються морями, що входять до басейну Середземного моря), а також наявністю гір. Це поєднання робить країни дуже сприятливими для морського та гірського туризму. Розташування Греції та Чорногорії має європейське значення, оскільки це один із важливих шляхів виходу Центральної Європи та Східної Європи. Вихід до морів дозволяв і дає змогу бути найефективнішою формою включення в європейські та світові потоки морського господарства та перевезень, що відкриває перспективи для розвитку іноземного туризму.

1.2. Історико-культурний потенціал

Історико-культурна спадщина відіграє величезну роль у розвитку туризму. Для Чорногорії та Греції використання історико-культурної спадщини стає однією з реальних можливостей економічного, соціального і культурного відновлення. Об'єкти історико-культурної спадщини, будучи важливим надбанням міст, приносять прибуток і суттєво впливають на їх економічний розвиток. Нівелювання сезонних коливань та надання додаткових робочих місць – історико-культурна спадщина відіграє величезну роль у соціальній сфері. Відродження місцевих культурних цінностей, розвиток національної творчості, традицій – історико-культурної спадщини сприяє культурному піднесенню місцевого населення.

Особлива культурна спадщина Чорногорії виникла з дуже багатой та різноманітної культурної спадщини Чорногорії, яка сягає корінням у далеке минуле та містить елементи культури іллірійського, грецького, римського, візантійського, слов'янського, венеціанського та ісламського походження [70]. Історія цивілізації греків налічує 4 тисячі років і це єдина у стародавньому світі та перша в історії людства цивілізація, яка у всій життєдіяльності орієнтувалася

переважно на людину, на самоцінну та самодостатню людську особистість, ставлячи її фактично у центр світобудови [73].

Багато чорногорських міст складаються з так званих «старих частин міста», які є основними визначними пам'ятками для туристів. Найбільш відвідуваними є Старе місто Будва, де знаходиться найцінніший некрополь на Адріатиці. Спочатку місто було побудоване на острові, який пізніше був з'єднаний з материком піщаною косою, а сьогодні розташований на півострові [70]. Сьогодні завдяки йому Будва є туристичною та культурною столицею узбережжя. Старе місто Котор, в якому зареєстрована найдавніша археологічна будівля – ранньохристиянська базиліка VI століття, знайдена під сучасною церквою Марії Коледжате.

Годинникова вежа, Ганебний стовп, церква св. Миколая, церква св. Луки, тоді як у стилі бароко домінує церква св. Йосипа, Богоматері Ангелів, палац Піма, Грубоня, Гругуріна, цивільні будинки та інші будівлі. Завдяки своїй автентичності та культурно-історичним цінностям, а також як багатовіковий зв'язок між Середземномор'ям і балканським внутрішнім районом Котор включений до списку ЮНЕСКО як частина світової природної та культурної спадщини [42]. Старе місто Герцег-Нові, Старе місто Улцинь, Старе місто Светі-Стефан, яке в 1972 році було нагороджено «Золотим яблуком» як найексклюзивніший курорт у світі, Старе місто Бар та інші. Серед веж виділяються: вежа Сахат в Подгориці, вежа Ганич в Рожаї, вежа Канлі в Герцег-Нові, Комарніца в Піві, вежа Реджепагіч в Плаві та інші.

Окрім згаданих культурно-історичних пам'яток, добре збереглася також стара культова архітектура. Своєю красою та монументальністю виділяються монастирі Морача, Пива, Джурджеві ступи, Свята Троїця, Савіна, Острог – одні з найбільших святинь світу. Потім собор Св. Трипуна, церква Богоматері Шкрп'ела. З ісламських сакральних споруд виділяється мечеть Хусейна-паші в Плевлі [70].

Чорногорія – це країна, де протягом року проводяться різні заходи різного змісту – концерти, літературні вечори, виставки, театральні вистави, перформанси та інші з метою презентації культури народу та продовження туристичного сезону. Влітку в основному організовуються музичні та кінофестивалі, книжкові ярмарки та мистецькі колонії, а взимку – свята на честь квітів чи вина з насиченою культурною програмою.

Найвідоміші туристичні події, які збагачують культурну пропозицію, це: традиційний фестиваль «Фашинада» в Перасті, який представляє фестиваль з найдавнішою традицією, навіть понад 500 років [24]. Потім «Барська хроніка», «Которський карнавал», «Театр міста Будва», «Фестиваль мімози» в Герцег-Нові, «Бокельська ніч», кінофестиваль у Герцег-Нові, «Кольоровий карнавал» у Будві – дитячий захід, Міжнародний фестиваль моди у м. Порто Монтенегро, «Lake Fest» біля Нікшича, «Sea Dance Festival» на Язі, «Montenegro Ski Fest» у Колашині, Весняний маскарад, Ярмарок сувенірів, Міжнародний книжковий ярмарок, Міжнародний фестиваль танцю в Будві, Фестиваль оливкових дерев у Барі та багато інших.

До найважливіших чинників, що визначають вибір туристської дестинації, відносять об'єкти, включені до списку Всесвітньої культурної та природної спадщини ЮНЕСКО. Так, Греція входить до десятки світових країн-лідерів за кількістю об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (загалом 17 об'єктів, з них 15 пам'яток культури) [42].

Сучасна Греція – спадкоємиця культури Стародавньої Греції та вважається батьківщиною демократії, західної філософії, мистецтва, театру, основ наук та Олімпійських ігор. На основі грецького алфавіту виникли латиниця та кирилиця. Давня культура Греції вплинула як на культурні особливості сучасної Греції, так і на всю світову культуру. «Праці мислителів класичного періоду, як і раніше, постачають нам методи, за допомогою яких ми зазвичай намагаємося відокремити істину від брехні, правильне від невірного. Ніхто не зрозуміє

мистецтво, філософію чи літературу західного світу пізніших періодів, якщо людина не знайома із класичною Грецією. І класична спадщина не обмежується «Заходом». Вона вийшло далеко за межі, її отримали всі народи в усьому світі» [73].

Жодна історично-культурна поїздка до Греції не обходиться без поїздки до культового Акрополя. Ця висока постать розташована на великому пагорбі з видом на місто Афіни. Акрополь відомий своєю багатою історією, від політики до міфології. Ця давня структура – місце, де, як вважають, було створено демократію. Він також служив місцем, щоб вшанувати Афіну, богиню справедливості та мудрості.

Руїни Дельфі, розташовані у Фокіді, є ще одним чудовим історичним місцем для відвідування [7]. Розташований нижче гори Парнас, археологічних розкопок в Дельфах, прикрашений витончено вирізаними колонами, що руйнуються, та іншими руїнами, які можна побачити. Вважалося, що це було місцем, де колись говорив Аполлон, тож тут повно релігійного мистецтва та статуй. Крім того, що це місце використовувалося як релігійний центр, воно також служило місцем, де колись проходили багато стародавніх спортивних ігор.

Делос, острівна частина Кікладських островів, є однією із найбільших археологічних пам'яток у світі. Щоб отримати доступ до цього святого острова, потрібно сісти на човен, який йде через Егейське море [7]. Як вважається, на цьому острові народився Аполлон. Тут можна знайти безліч історичних артефактів, які допоможуть дізнатися більше про його унікальну історію. Наприклад, цей острів був настільки священним, оскільки він був місцем народження Аполлона, що ніхто на острові не міг ні народитися, ні померти на ньому.

Історичне середньовічне місто Родос було місцем багатьох конфліктів та битв. Колись воно було під владою турецької та італійської армій, і це видно за різними архітектурними стилями та артефактами, знайденими тут. Більшість

будівель мають готичну та ренесансну архітектуру і дуже нестандартно спроектовані. Однією із знакових будівель, які можна відвідати, є Палац Великих Магістрів. У цьому замку багато чудових веж і пішохідних доріжок. Усередині також можна знайти багато старих творів мистецтва, таких як візантійські мозаїки [7].

Старе місто Корфу є яскравим та жвавим місцем ЮНЕСКО, яке можна відвідати. Це маленьке містечко оточене сліпуче кришталево чистими водами Адріатичного моря. Воно було засноване ще у VIII столітті до нашої ери і відоме своєю багатою історією та унікальною архітектурою. Оскільки це місто було важливим портовим містом на той час, його архітектура та міський дизайн мають величезний венеціанський вплив завдяки численним італійським торговцям, які часто бувають тут. Тому багато людей часто порівнюють його стиль і розташування з Венецією.

Метеори – унікальне місце не лише завдяки своїй історії, а й завдяки своєму ландшафту. На цьому незвичайному місці можна знайти високі піщаникові утворення. На верхніх краях цих природних споруд багато різних монастирів. Один з найпопулярніших монастирів, який можна відвідати – Варлаамський монастир XIV століття, один з найбільших у Метеорах. Ще один монастир Святого Стефана, куди можна потрапити лише через невеликий міст, сполучає дві скелі [50].

Археологічна пам'ятка Містра була побудована ще в XIII столітті і процвітала як місце, де художники та інтелектуали того часу могли залишитися та розповісти про свої нові ідеї та проекти. Вона розташована між горбкуватою місцевістю, і тут знаходиться безліч гарних кипарисів, розкиданих по всій території. Можна прогулятися цим чудовим ландшафтом, а також побачити руїни цього міста, відвідати кілька монастирів, замок і навколишній музей, в якому знаходиться безліч знайдених тут артефактів [7].

Отож, сьогодні, коли сучасний турист стає все більш вимогливим і допитливим і коли місцева, регіональна, національна і навіть світова ідентичність розвивається, туристична валоризація культурної-історичної спадщини показана як важливий елемент збереження самої культури та історії, а отже, визнання міста, регіону, нації чи держави. Чорногорська історія сягає своїм корінням у найдавніше минуле, етап різноманітних культурних впливів та історичних подій. На його ґрунті збереглися сліди спадщини іллірійського, грецького, римського, візантійського, венеціанського та ісламського походження, які різні за історичною важливістю, а також слідами, які вони залишили. позаду і життєвість ідей у сфері культури і цивілізації. Греція – країна з багатою історією та безліччю пам'яток, пов'язаних із давньогрецькою культурою та розкиданих по території всієї країни. Ці особливості та продумана державна підтримка туризму забезпечують привабливість і конкурентоспроможність Греції на міжнародному ринку туристичної індустрії.

Висновки до Розділу I

Греція та Чорногорія – подібні країни за кліматом, особливостями місцевості, ландшафту та рельєфу. Історично-культурний потенціал країн є суттєвим, особливо у Греції, на території якої зароджувалась Давньогрецька держава, яка була однією з найдавніших цивілізацій у світі. Історико-культурний потенціал Чорногорії пояснюється входженням земель даної країни до складу Османської імперії, Австро-Угорщини та Югославії, але, країна змогла зберегти аутентичну балканську культуру. Сукупність наведених факторів географічного розташування та історико-культурного потенціалу роблять ці дві країни надзвичайно популярними в туристичному плані, куди приїжджають відпочити багато людей щороку, оскільки країни багаті на туристичні, природні, історико-культурні ресурси, що робить туризм в рамках цих країн дуже якісним.

РОЗДІЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ

2.1. Нормативно-правова база регулювання галузі туризму

Туризм підпорядковується не лише спеціальним туристичним правилам, а й правилам, спрямованим насамперед на інші сфери, такі як навколишнє середовище, захист споживачів або збереження культурної та історичної спадщини. Нормативно-правова база є ключовим елементом регулювання туристичної галузі. Вона включає перелік законодавчих актів, що регулюють діяльність та процеси у галузі туризму, і тому, також економічну діяльність.

Правова основа розвитку туризму Чорногорії міститься в Законі «Про туризм та гостинність» («Офіційний вісник Чорногорії», № 02/18, 013/18, 25/19, 67/19, 76/ 20, 130/21), яким передбачено, що розвиток туризму планується Стратегією розвитку туризму. Разом із цим загальним законом для регулювання туристичної та гостинної діяльності застосовуються наступні закони: Закон «Про туристичні організації», Закон «Про національні парки», Закон «Про навколишнє середовище», Закон «Про охорону культурних цінностей», Закон «Про податок на перебування», Закон «Про гірськолижні курорти», Закон «Про рафтинг», Закон «Про гірські стежки» та інші. З метою подальшої гармонізації національного законодавства з європейським, а також подальшого нормативного вдосконалення бізнесу у сфері туризму на завершальній стадії перебуває робота з підготовки нового Закону про туризм та готельний бізнес для направлення на розгляд Уряду Чорногорії [86].

Закон «Про туризм та гостинність» регулює систематично та комплексно умови здійснення туристичної та гостинної діяльності. Закон визначає туристичну діяльність як надання послуг туристичних агентств, туристичних гідів, супроводжуючих, організаторів заходів та представників у культурному,

морському, сільському, оздоровчому, релігійному, конгресовому, спортивному, молодіжному, мисливському, рибальському, рекреаційному чи пригодницькому туризмі, екологічному туризмі та інших формах туризму, у зонах купання, гірськолижних схилах, а також надання різноманітних інших послуг [38].

Правові рішення, визначені Законом «Про планування території та будівництво об'єктів», Законом «Про охорону природи», Законом «Про національні парки», Законом «Про стратегічну оцінку впливу на довкілля» та Законом «Про оцінку впливу на довкілля», з якими ступінь необхідної узгодженості є досягнуто, мають прямий вплив на туристичний сектор [60].

Існує велика різноманітність нормативно-правових актів у сфері туризму (закони, президентські укази та міністерські рішення) в межах різних рівнів компетенції адміністрації, а інституційна основа туризму в Греції визначається трьома основними законами: Законом 2160/1993 «Туризм і інші положення» (Урядовий вісник A118), Закон 4276/2014 «Спрощення операційних процедур туристичних підприємств та туристичної інфраструктури, спеціальні форми туризму та інші положення» (Урядовий вісник A155) та Закон 4582/2018 «Тематичний туризм Особливі форми туризму...» (Урядовий вісник A 208) [10]. Зокрема, Закон 2160/1993 приступив до систематизації операційних процедур туристичних підприємств та туристичної інфраструктури, тоді як останній закон 4276/2014 сприяв спрощенню відповідних процедур і роз'яснив зміст спеціальних форм туризму. Нарешті, Закон 4582/2018 регулює інституційні рамки тематичного туризму та альтернативних або спеціальних форм туризму [81].

Нове законодавство щодо розвитку тематичних продуктів створює інституційні рамки для диференціації продуктів з кінцевою стратегічною метою зменшення гострої сезонності. У тісній співпраці з великими туроператорами план має на меті висвітлити нові напрямки та залучити відвідувачів до менш відомих місць та об'єктів у міжсезонні місяці. Нове законодавство визнає

морський, спа, спортивний, сільський, релігійний, діловий туризм, конференції та заходи (MICE), а також лікувально-оздоровчий туризм ключовими можливостями для зростання. Нещодавнє законодавство також допомогло модернізувати роботу туристичного ланцюжка створення вартості – шляхом підтримки підприємництва і підвищення кваліфікації з метою отримання вигоди від нових ринків, які вимагають автентичного і сталого досвіду.

З огляду на вищеперераховане, як в Чорногорії так і в Греції здійснення діяльності в галузі туризму базується на таких принципах [79; 81; 85]:

- планування та реалізація політики розвитку туризму;
- сталий розвиток туризму;
- комплексний розвиток туризму;
- підвищення ефективності та підзвітності у сферах використання, управління, охорона та покращення туристичного місця;
- забезпечення єдиних стандартів надання туристичних послуг;
- захист прав користувачів туристичного продукту та надавачів туристичних послуг;
- партнерство між приватним і державним секторами та громадянським суспільством у плануванні, формуванні та представленні туристичного продукту на ринку;
- забезпечення унікальних, публічних та електронних записів зареєстрованих та записаних даних у сфері туризму та гостинності та електронного обміну даними в бізнес-діяльності.

Це основні керівні принципи, які використовуються не лише як основа для побудови складної системи норм, що містяться в основному туристичному законодавстві цих країн, а й регулювати загальну діяльність суб'єктів, які здійснюють туристичну та гостинну діяльність.

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного продукту, слідуючи сучасним туристичним тенденціям, як імператив ставиться

необхідність постійного вдосконалення туристичного бізнесу, де якість послуг (продуктів) є основним засобом успіху. У напрямку досягнення високого рівня якості послуг задовільні результати досягаються з впровадженням стандартів ISO, як міжнародного підтвердження якості [52].

Стандарти управління якістю є особливо важливими в туризмі, оскільки в центрі уваги – «людина», яка стає все більш і більш вимогливим туристом, тому адаптація до змін на міжнародному туристичному ринку створює можливості та підвищує конкурентоспроможність місця призначення. У зв'язку з цим пандемія COVID-19 ще більше загострила потребу в стандартизації в обох країнах.

Як вид діяльності, що надає послуги, туризм ставить на перший план емоційну та духовну складову, по відношенню до матеріальної складової продукту, послуги чи досвіду. Якість вищезазначеного зростає разом із більшою прихильністю постачальника послуг та його внеском у те, щоб зробити туристів задоволеними та безпечними, тобто щоб їхні подорожі, відпочинок та дозвілля були у функції підвищення рівня задоволеності та якості їхнього життя.

Стандарти покращують впорядкованість і гарантують організований підхід до управління процесами, що відповідає потребам і вимогам користувачів послуг/туристів, але й перевищує їхні очікування [52]. Якість упорядкованості туристичної дестинації, серед іншого, відображається в можливостях розміщення, які покращуються шляхом застосування стандартів щодо: системних вимог до належного управління якістю, захисту навколишнього середовища, безпеки харчових продуктів, здоров'я та безпеки на роботі, енергоменеджменту, інформації безпека, спеціалізація для готелів, різних видів туризму, подорожей тощо.

У 2015 році під егідою Організації Об'єднаних Націй (ООН) світові лідери прийняли універсальний Порядок денний сталого розвитку на період до 2030 року, який ґрунтується на сімнадцяти Цілях сталого розвитку (ЦСР), виконання яких має призвести до досягнення кінцевої мети, а також це краще майбутнє для

людства. Беручи до уваги природу туризму як рушійної сили економіки в усьому світі та беручи до уваги 17 вищезазначених цілей ООН, можна зробити висновок, що туризм має потенціал сприяти досягненню всіх цілей, прямо чи опосередковано, залежно від тип цілі. Аналіз 17 цілей сталого розвитку вказує на те, що туризм включено до заходів у рамках цілей 8, 12, 14 і 17 [37]. Ці 4 цілі розвитку туризму включають економічне зростання та «роботу для всіх», стійкі моделі виробництва та споживання, збереження та стале використання моря, океани та їхні ресурси, а також партнерства для досягнення всіх цілей. Тому мета розвитку туризму має ґрунтуватися на створенні політики та ділової практики на національному рівні, які будуть виконувати функцію досягнення цих цілей, одночасно підвищуючи обізнаність громадськості про туризм та важливість цілей сталого розвитку ООН. Усі національні та міжнародні стратегічні документи базуються на стратегічних цілях розвитку ООН.

Розуміння поточної концепції розвитку, заснованої на інформації про досягнутий рівень впровадження відповідних політик, є однією з передумов створення основи для більш ефективного розвитку туризму. У зв'язку з цим було визначено та проаналізовано відповідні політики та документи, які представляють стратегічну основу на національному рівні та важливі для визначення потенціалів розвитку та орієнтацій, сформульованих у горизонтальній та тематичній політиках [53].

Стратегія розвитку туризму Чорногорії на 2022-2025 роки з Планом дій, як показано в огляді Стратегічної рамки, співвідноситься зі стратегічними національними документами та документами ЄС [18]. Ключові рекомендації щодо формулювання Стратегії впливають із процесу створення комплексної політики розвитку Чорногорії та гармонізації зі стратегічними принципами ЄС. Вони стосуються вибору заходів, застосування яких ефективно підвищить конкурентоспроможність Чорногорії на міжнародному туристичному ринку. Визначені в Стратегії основні напрями розвитку туризму, які стосуються сталого,

інклюзивного, розумного, зеленого та безпечного туризму, є міцним зв'язком із зональними міжнародними та національними документами.

Національна стратегія сталого розвитку до 2030 року є загальною, горизонтальною та довгостроковою стратегією розвитку Чорногорії, яка стосується не лише навколишнього середовища та економіки, а й людських ресурсів та соціального капіталу, які мають забезпечити процвітаючий розвиток Чорногорії. Проектна діяльність у туристичному секторі в першу чергу базується на дотриманні принципів стійкості, визначених Національною стратегією сталого розвитку Чорногорії до 2030 року [16].

Реалізація принципу стійкості спрямована на створення передумов для рівномірної туристичної пропозиції з регіонального аспекту, відповідно до Стратегії регіонального розвитку Чорногорії 2014-2020 [16]. Стратегія розвитку туризму наголошує на швидшому розвитку Півночі, що створює умови для кращої гармонізації регіональних туристичних пропозицій. Таким чином, зрештою, буде забезпечено зменшення відмінностей у розвитку економіки між Північчю та прибережною територією, оскільки туризм є діяльністю з мультиплікативним впливом на інші економічні галузі. Окрім вищезазначеного, вдосконалення туристичного продукту спрямоване на збільшення кількості новостворених робочих місць та зменшення міграції з півночі на південь, одночасно підвищуючи рівень життя населення, відповідно до Національної стратегії зайнятості на 2021-2025 роки.

Національні стратегічні орієнтири розвитку туристичного сектору Греції визначають розвиток сектору на період до 2030 року [17]. Туристична стратегія Греції спрямована на просування країни як глобального та привабливого цілорічного напрямку, що пропонує унікальний та автентичний досвід подорожей. Туризм знаходиться в центрі державної політики національного розвитку, інновацій та відкритості.

Основними пріоритетами національної туристичної політики є підвищення конкурентоспроможності, якості, автентичності, стійкості та сталості туристичного продукту, а також збільшення інвестицій у високоякісні засоби розміщення та інші туристичні об'єкти з низьким впливом на навколишнє середовище. Вона також враховує Цілі сталого розвитку ООН.

Національний стратегічний план розвитку туризму складається з п'яти напрямків [17]:

- високі стандарти інфраструктури з удосконаленням режиму ліцензування з метою залучення високоякісних інвестицій, усунення бюрократичної тяганини та оптимізації просторового розподілу туризму;
- дотримання принципів сталого розвитку;
- покращення доступності та сполучення шляхом розширення мережі авіаційних маршрутів країни, а також шляхом розширення та модернізації національної мережі пристаней для яхт;
- покращення управління туристичним досвідом з метою підвищення якості та привабливості шляхом зосередження уваги на сталому управлінні дестинаціями та туристичній освіті;
- редизайн туристичного продукту, а також переосмислення бренду та комунікацій, щоб відобразити фокус на якості, автентичності, стійкості, сталості та співвідношенні ціни та якості.

У цих рамках Міністерство туризму реалізує політику, спрямовану на диверсифікацію туристичного продукту, модернізацію туристичної інфраструктури та інтеграцію туристичного сектору в місцеву економіку. Ці дії спрямовані на створення високоякісних робочих місць, збільшення витрат відвідувачів, розподіл попиту, захист і поліпшення природних і культурних ресурсів, а також створення позитивних побічних ефектів для всієї національної економіки.

Головним пріоритетом політики є розробка нового стратегічного плану розвитку сталого туризму на довгострокову перспективу, що містить керівні принципи реалізації політики, стимулювання проєктів розвитку та створення партнерств, а також посилення цих дій шляхом прийняття загальнодержавного підходу.

Інші політичні ініціативи, що розробляються в даний час, включають низку наскрізних заходів з іншими міністерствами та приватним сектором, таких як [48]:

- масштабна співпраця між державним та приватним секторами для стимулювання розвитку морського туризму шляхом вдосконалення та розширення національної мережі туристичних портів;
- впровадження практичних стажувань у туристичному секторі для студентів вищих навчальних закладів та реалізація програм професійно-технічної підготовки для підвищення кваліфікації та працевлаштування;
- удосконалення освіти та ліцензування туристичних гідів.

Маркетинговий план Греської національної туристичної організації на 2021-2022 рр. визначає конкурентні переваги кожного з 13 регіонів і пропонує низку динамічних пакетів, що поєднують добре відомі напрямки з новими, що розвиваються, пропонуючи мандрівникам різноманітний вибір протягом усього року [81]. Маркетинговий план демонструє приховані атракції кожного регіону, підвищує обізнаність як внутрішніх, так і в'їзних відвідувачів, що має призвести до розподілу туристичного попиту протягом усього року. Крім того, Міністерство туризму тісно співпрацювало з Європейським банком реконструкції та розвитку з метою впровадження планів управління для просування сталого туризму на двох найпопулярніших курортних островах країни: Родосі та Санторіні. Плани мають на меті допомогти бізнесу і місцевим громадам островів забезпечити розвиток, управління і просування дестинацій у сталий, інклюзивний і інтегрований спосіб з чітким акцентом на мешканців. Крім

того, навчальний посібник закладе основи для поширення відповідних практик по всій країні.

Прийняття цифрової трансформації є ще одним ключовим пріоритетом, і запланований розвиток створить цифрову екосистему для грецького туризму з використанням чотирьох стратегічних стовпів: цифрова трансформація послуг для громадян і підприємств; цифрова модернізація туристичної освіти; інтегрована система збору та обробки даних в режимі онлайн; і використання нових технологій у просуванні туризму [81].

Туристичне законодавство Чорногорії та Греції складається з систематизованих норм, що регулюють статус суб'єктів, які здійснюють туристичну та гостинну діяльність, а також номенклатури, що регулюють правові відносини, що укладаються суб'єктами, які здійснюють туристичну та гостинну діяльність, на взаємній основі або з іншими суб'єктами. Отже, можна зробити висновок, що законодавство про туризм Чорногорії та Греції складається з норм, що належать до статутного законодавства про туризм і матеріального законодавства про туризм. Статутне туристичне законодавство охоплює ті норми, які регулюють увесь статус суб'єктів, які здійснюють туристичну та гостинну діяльність, тобто організаційно-правову форму (тип) суб'єктів, які відповідають за туристичну та готельну діяльність, процес реєстрації цих суб'єктів та контроль за їх діяльністю. З іншого боку, матеріальне право туризму складається з норм, які регулюють правовідносини, в які можуть вступати суб'єкти, що здійснюють цю діяльність.

2.2. Органи регулювання туристичної галузі

Управління в туристичній діяльності сформувало порядок денний сучасних туристичних установ. Уряд зазвичай має високі повноваження щодо контролю за рішеннями та правилами туристичної політики. Управління часто є складним і

складається з кількох рівнів, що втручається з політичних, економічних та екологічних причин. В обмін на це вони отримують довіру та зобов'язання від зацікавлених сторін, що заохочує відносини співпраці між партнерами, або недовіру, якщо існує диспропорція влади, що призводить до відсутності підтримки розвитку туризму.

До грудня 2020 року компетентним адміністративним органом у сфері туризму в Чорногорії було Міністерство сталого розвитку та туризму. Зі створенням уряду Чорногорії в грудні 2020 року Міністерство сталого розвитку та туризму було скасовано, а Міністерство економічного розвитку взяло на себе його обов'язки [19].

Тому статтею 11 Положення про організацію і роботу державної адміністрації передбачено, що Міністерство економічного розвитку відповідає за розвиток туризму та гостинності та всю пов'язану з цим діяльність [16]. Міністерство стратегічно розвиває чорногорський туризм на принципі стійкості, відповідно до економічних цілей, культурних цінностей, збереження природних ресурсів, поважаючи потреби місцевих громадян і туристів.

Зараз Міністерство створило робочий орган для розробки Стратегії розвитку туризму Чорногорії на 2021-2025 роки з Планом дій [18], який визначить бачення подальшого розвитку Чорногорії як відповідального, привабливого, цілорічного та унікального туристичного напрямку, з пов'язаною та диверсифікованою туристичною пропозицією. Також йдеться про заходи щодо подолання наслідків COVID-19.

Для забезпечення розвитку туризму відповідно до найвищих стандартів Уряд за поданням Міністерства приймає Програму заходів стимулювання суб'єктів туристичних послуг [85]. Ці стимули мають на меті заохотити будівництво туристичної інфраструктури, покращення існуючого туристичного продукту та покращення знань і навичок у сфері туризму та заохочення туристичного руху та більш ефективного просування туристичного напрямку.

Відповідно до Закону «Про туристичні організації» в Чорногорії функціонує Національна туристична організація Чорногорії. Основним завданням Національної туристичної організації Чорногорії – це на національному рівні інтегровано управляти маркетингом туристичної галузі країни [23]. Ця туристична організація реорганізована таким чином, що вона відповідає новим тенденціям та викликам, які існують на ринку послуг туристичної сфери.

Крім того, згідно з Законом «Про туристичні організації» також існують неурядові туристичні організації. Під неурядовими туристичними організаціями в Чорногорії розуміються організації, діяльність яких повністю чи в певній мірі полягає в туристичній діяльності, тобто здійснюють просування туристичного продукту Чорногорії, а також мають вплив на формування якості туристичної пропозиції Чорногорії [16]. До таких організацій відносяться: екологічні організації, фольклорні організації, культурно-мистецькі організації, спортивні організації, публічні компанії (національні парки, музеї і т.д.), професійні асоціації, тощо.

Також в Чорногорії функціонує Центр ініціатив сталого туризму, що є неурядовою неприбутковою організацією, яка працює над розвитком туристичних продуктів у Чорногорії, залучаючи принципи відповідального та сталого туризму. Центр ініціатив сталого пропагує відповідальні подорожі до Чорногорії - його довгостроковими цілями є збільшення зайнятості та збільшення доходів у туристичному секторі через популяризацію природних красот, активного відпочинку та існуючих закладів; підвищення обізнаності громадськості та залучення місцевих підприємств і громад до створення планів і стратегій розвитку території, де вони живуть і працюють. Ця організація займає чільне місце в підвищенні свідомості громадян щодо важливості існування та розвитку туризму в Чорногорії [85].

Міністерство туризму Греції є головним адміністративним органом, уповноваженим розвивати діяльність у сфері туризму. Відповідно до організаційного статуту Міністерства туризму (Указ Президента 127/2017) [8], його основною метою є робота з іншими міністерствами для гармонізації політики, що впливає на туризм. розвитку. Конкретною метою є підтримка розвитку туризму, створення сприятливого середовища для здійснення інвестиційних ініціатив у секторі та підвищення якості та конкурентоспроможності туризму країни.

Оскільки туризм прямо чи опосередковано стосується всієї соціальної та економічної діяльності країни, майже кожне міністерство розробляє заходи, пов'язані з туризмом. Згідно з переглядом організаційних статутів міністерств, міністерства, які більше пов'язані з туристичною діяльністю, є Міністерство морських справ та острівної політики, Міністерство сільського розвитку та продовольства та Міністерство охорони здоров'я. Міністерство туризму також тісно співпрацює з іншими зацікавленими міністерствами, а також з іншими туристичними органами, такими як Асоціація грецьких туристичних підприємств та Науково-дослідний інститут туризму [8].

Міністерство туризму управляє та контролює мережу з 14 регіональних туристичних служб [17], які ліцензують та інспектують туристичні підприємства, здійснюють контроль якості, контролюють офіційні класифікації та регулюють сектор. На регіональному та місцевому рівнях регіони та муніципалітети планують та реалізують програми та заходи для розвитку та просування туризму. Усі рекламні заходи вимагають схвалення Грецької національної туристичної організації, щоб забезпечити відповідність цих кампаній національній стратегії просування туризму.

Реалізація маркетингової стратегії здійснюється Грецькою національною туристичною організацією [9], яка керує мережею з 16 офісів за кордоном. Готельна палата Греції є офіційним радником уряду з питань туризму, а також

компетентним органом, відповідальним за офіційну класифікацію готелів, номерів і апартаментів.

На регіональному рівні через децентралізовану адміністрацію Греція несе відповідальність за здійснення необхідних повноважень для забезпечення ефективної діяльності туристичного бізнесу (наприклад, надання сертифікатів і ліцензій на діяльність), а також вимоги до зустрічі відвідувачів/туристів та очікувань (наприклад, перевірки підприємств харчування та дозвілля) [8].

Грецька національна туристична організація має регіональні туристичні служби по всій Греції, основними повноваженнями яких є: надання спеціальної ліцензії на діяльність, ведення відповідного реєстру туристичних підприємств, інспектування/аудит туристичних підприємств та накладення санкцій у випадках порушення туристичного законодавства в країні.

Спеціальне агентство культури і туризму Греції (організаційний підрозділ колишнього Міністерства культури і туризму) відповідає за планування, координацію, управління та моніторинг виконання Національного плану розвитку Міністерства культури і туризму та його підконтрольних органів [8].

Міністерство сільського розвитку та продовольства має основні повноваження у сфері сільського туризму[8]. Відповідно до нової організації (Президентський указ 107/2014), це міністерство має місію модернізувати та розвивати сільськогосподарський сектор країни. Для досягнення цієї мети Міністерство сприяє, зокрема, розвитку та покращенню умов виробництва та бізнес-середовища в аграрному секторі, а також покращенню інфраструктури та якості життя на селі. Це сприяє економічній диверсифікації та розвитку сільського туризму та агротуризму.

Зокрема, Міністерство сільського розвитку та продовольства є компетентним органом для розробки політики та оцінки запропонованих заходів щодо розвитку альтернативних форм туризму в сільській місцевості, беручи до уваги оцінку впливу на навколишнє середовище, визначення термінів, умови та

процедури, пов'язані з рибальським туризмом, встановлення термінів, умов та процедур рибальського туризму в рибницьких та аквакультурних господарствах [8].

Основні компетенції у сфері медичного та лікувального туризму належить Міністерству охорони здоров'я Греції. Згідно з Указом Президента 106/2014 [8], вперше створюється адміністративний підрозділ з формування політики охорони здоров'я та політики оздоровчого туризму. Метою зазначеного відділу, який діє як незалежний департамент, є вжиття заходів та рішень щодо розвитку та сприяння сектору охорони здоров'я та оздоровчого туризму в країні. Крім того, його головні обов'язки полягають у плануванні та застосуванні заходів для реалізації програм охорони здоров'я, розробці та просуванні політики медичного та терапевтичного туризму, а також у координації та оцінці дій, які вживаються для реалізації цієї політики [81].

Визнаючи важливість туризму як вирішального фактору в економіці Греції та Чорногорії, у них функціонують органи регулювання туристичної галузі. Вони формують туристичну політику країни, запроваджують законодавчі реформи, здійснюють планування туризму та координують діяльність між собою з метою стимулювання розвитку туризму, інвестицій та підвищення якості та конкурентоспроможності грецького та чорногорського туризму.

Висновки до Розділу 2

Отже, в Чорногорії та Греції доволі активно регулюється на законодавчому рівні туристична галузь, оскільки дана галузь є основою для економіки цих країн. Правова основа розвитку туризму Чорногорії міститься в Законі «Про туризм та гостинність», яким передбачено, що розвиток туризму планується Стратегією розвитку туризму. Разом із цим загальним законом для регулювання туристичної та гостинної діяльності застосовуються й інші закони. В Греції Закон 2160/93

здійснює систематизацію операційних процедур для туристичних підприємств та туристичної інфраструктури, тоді як Закон 4276/2014 сприяє спрощенню відповідних процедур і роз'яснює зміст спеціальних форм туризму.

Відповідно до Закону «Про туристичні організації» в Чорногорії функціонує Національна туристична організація Чорногорії, а також існують неурядові туристичні організації. Крім того, важливим в туристичному регулюванні країни є Міністерство стабільного розвитку та туризму Чорногорії. В Греції головною урядовою організацією, яка займається регулюванням та розвитком туризму, є Міністерство туризму Греції. Крім того, існують Грецька національна туристична організація, Спеціальне агентство культури і туризму Греції, Міністерство охорони здоров'я Греції, Міністерство сільського розвитку та продовольства, які мають свої компетенції в рамках регулювання туристичної галузі країни.

РОЗДІЛ 3. ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ

3.1. Основні показники розвитку туристичної галузі

Для моніторингу процесу сталого розвитку туризму та вдосконалення процесу планування необхідно мати показники, які допомагають оцінювати та координувати туристичну галузь. Економічне середовище сильно впливає на індустрію туризму. В свою чергу, туристична галузь будь-якої країни виражається в основних показниках розвитку цієї галузі. Статистику за станом туристичної галузі регулярно у Чорногорії публікує статистична організація MONSTAT, а у Греції – INSETE [12; 16].

Проаналізуємо туристичні потоки в Чорногорії та Греції за останні роки. В Таблиці 3.1 наведена динаміка туристичних потоків за міжнародними прибуттями за класифікацією кількості днів, які були проведені в країні.

Таблиця 3.1

Динаміка туристичних потоків Чорногорії та Греції, 2017-2021 рр., млн. осіб

Рік/ Країна	Загальна кількість туристів		Кількість внутрішніх туристів		Кількість іноземних туристів		Динаміка зміни кількості туристів	
	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція
2017	2	36,03	0,12	5,9	1,8	30,04	10,3%	10,1%
2018	2,2	39,5	0,12	6,3	2,07	33,2	10,2%	9,4%
2019	2,6	36,7	0,13	5,7	2,5	31,6	20%	1,1%
2020	0,4	12,05	0,09	4,6	0,3	7,3	-83,2%	-69,5%
2021	1,6	20,2	0,11	5,5	1,5	14,7	276,2%	67%

Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

З огляду на статистику, Греція може приймати та приймає більшу кількість туристів в порівнянні з Чорногорією та, вочевидь, є більш привабливою

туристичною дестинацією. Можна побачити, що частка іноземних туристів, як в Чорногорії так і в Греції, у 2020 р., в порівнянні з минулими роками, стала дуже низькою внаслідок карантинних обмежень. Крім того, в обох країнах частка внутрішніх туристів зменшилась не в значній мірі внаслідок карантинних обмежень. Загалом, вже у 2021 спостерігається динаміка збільшення кількості туристів в Чорногорії та Греції, внаслідок боротьби з пандемією у світі.

В Таблиці 3.2 наведена динаміка кількості прибуттів туристів з-за кордону за регіонами, звідки прибули туристи до Чорногорії та Греції.

Таблиця 3.2

Кількості прибуттів туристів з-за кордону за регіонами, звідки прибули туристи до Чорногорії та Греції, 2021 р., млн. осіб

Країна	Африка	% до підсумку	Америка	% до підсумку	Східна Азія та Океанія	% до підсумку	Європа	% до підсумку
2017								
Чорногорія	0,003	0,1%	0,03	1,8%	0,09	5,6%	1,7	98,2%
Греція	0,08	0,3%	1,2	4,6%	0,9	3,6%	24,8	91,4%
2018								
Чорногорія	0,003	0,1%	0,04	1,8%	0,13	6,2%	1,9	91,7%
Греція	0,1	0,3%	1,6	5,5%	1,1	3,6%	27,2	90,3%
2019								
Чорногорія	0,004	0,1%	0,04	1,8%	0,1	6,8%	2,2	91,2%
Греція	0,12	0,4%	1,8	5,8%	1,1	3,8%	28,2	89,9%
2020								
Чорногорія	0,0007	0,3%	0,004	1,3%	0,008	2,3%	0,3	96,2%
Греція	0,015	0,2%	0,17	2,31%	0,19	2,6%	6,9	94,8%
2021								
Чорногорія	0,003	0,2%	0,02	1,8%	0,05	3,3%	1,4	94,6%
Греція	0,04	0,3%	0,7	5%	0,4	3,2%	13,4	91,5%

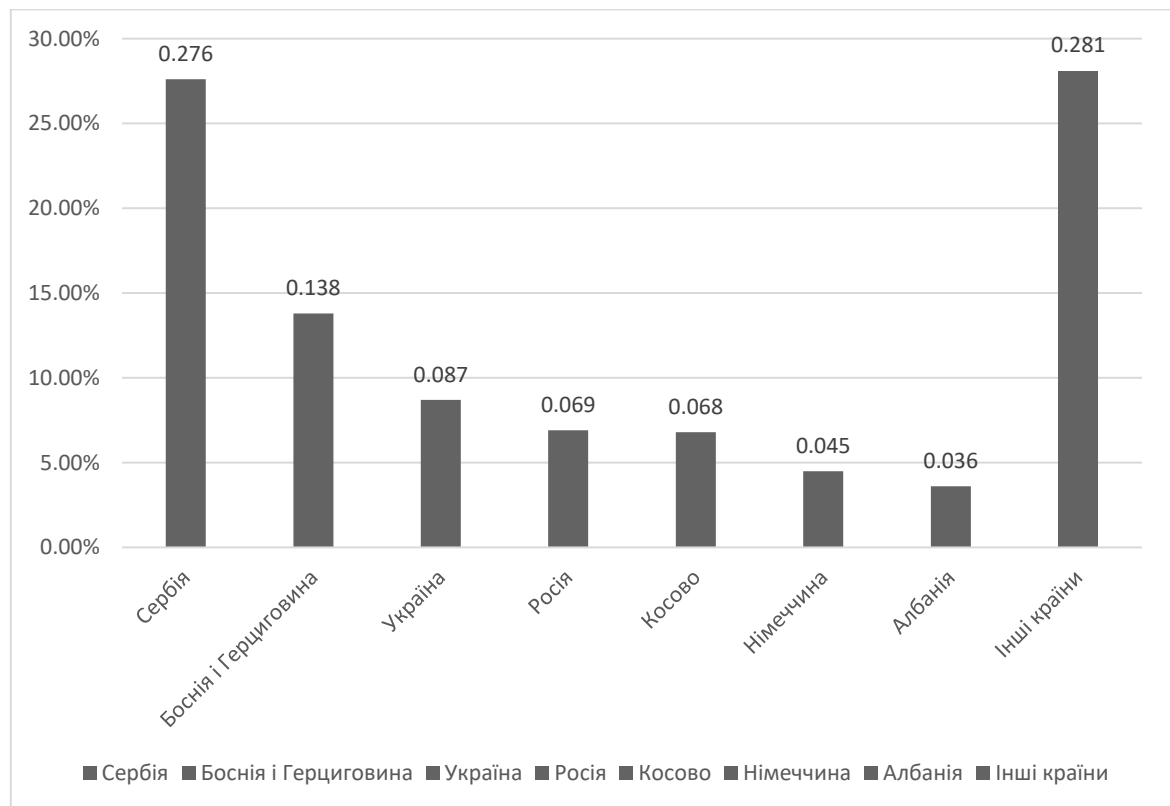
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Можна побачити, що найбільше туристів протягом усього періоду прибули до Чорногорії та Греції саме з Європи, оскільки в цьому регіоні розташовані обидві країни, і більше ніж 90% зовнішніх туристичних потоків забезпечує Європа. На другому місці в 2021 р. – Східна Азія та Океанія, хоча до пандемії COVID-19 більше туристів прибувало з Америки. Африка має найменший відсоток у частці прибутих туристів, всього , близько 0,3% за 2021р. у обох країнах. Усього за 2021 року Чорногорію відвідали 1,55 мільйона туристів з різних країн, в той час як Грецію – 15,2 мільйона туристів. Отже, країни мають однакову структуру прибуттів туристів з-за кордону за регіонами.

На Рисунках 3.1. та 3.2. наведені показники туристських потоків до Чорногорії та Греції за 2021 р.

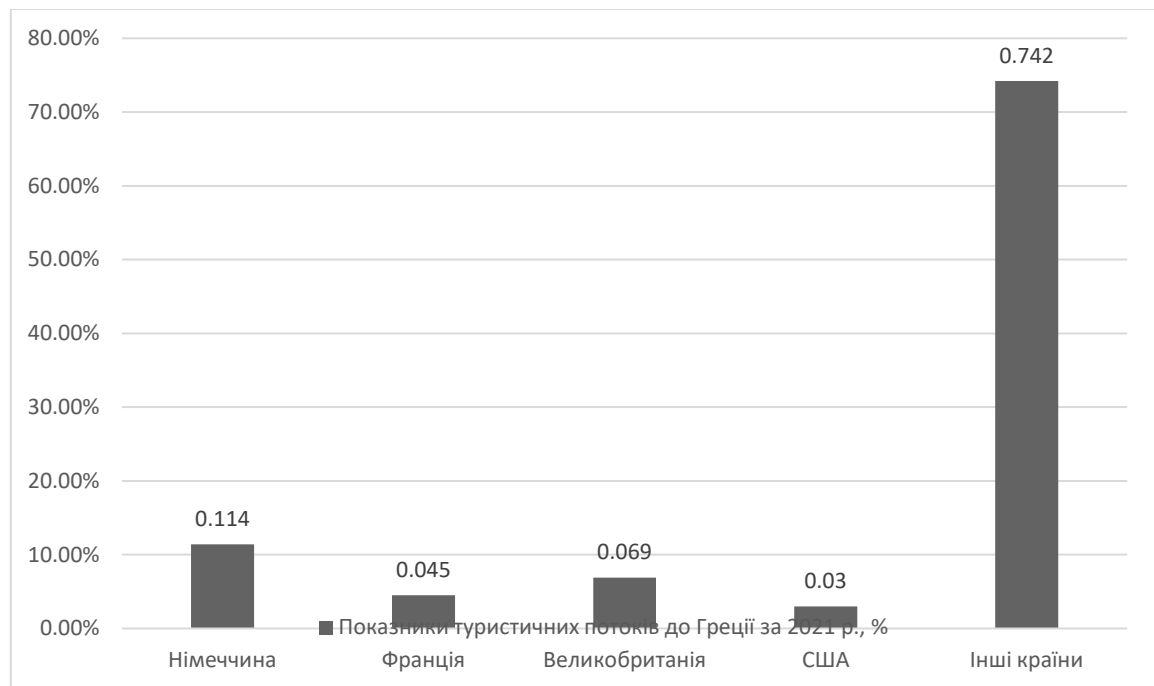
Рисунок 3.1

Показники туристичних потоків до Чорногорії за 2021 р., %



Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Показники туристичних потоків до Греції за 2021 р., %



Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

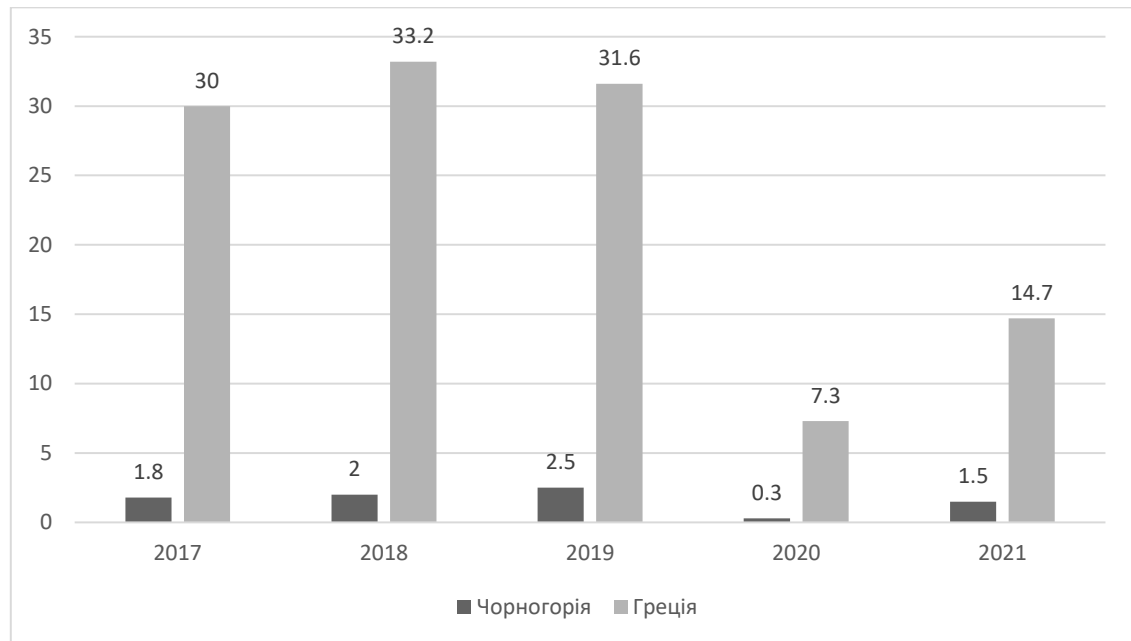
Станом на 2021 р. у Чорногорії та Греції більшість прибулих туристів складають туристи з Європи – понад 90% усього іноземного туристичного потоку. Найбільша кількість туристів прибула до Чорногорії з Сербії – 27,6%, а у Греції переважають туристи з Німеччини – 11,4%. До найбільших напрямків, звідки приїжджають туристи до Чорногорії, входять також Боснія і Герцеговина (13,8), Україна (8,7%), Росія (6,9%), Косово (6,8%), Німеччина (4,5%) та Албанія (3,6%). У Греції ж до інших найбільших напрямків прибулих туристів відносяться Великобританія (6,9%), Франція (4,5%), США (3%).

З вищезазначених даних випливає, що національний склад туристів, які відвідують дані країни є різноманітним. Однак в Чорногорії значно домінують сербські та боснійські туристи, а у Греції німецькі та британські.

На Рисунку 3.3 наведене порівняння туристичних потоків до Чорногорії та Греції з-за кордону за 2017-2021 рр.

Рисунок 3.3

Динаміка туристичних потоків до Чорногорії та Греції з-за кордону за 2017-2021 рр., млн. осіб



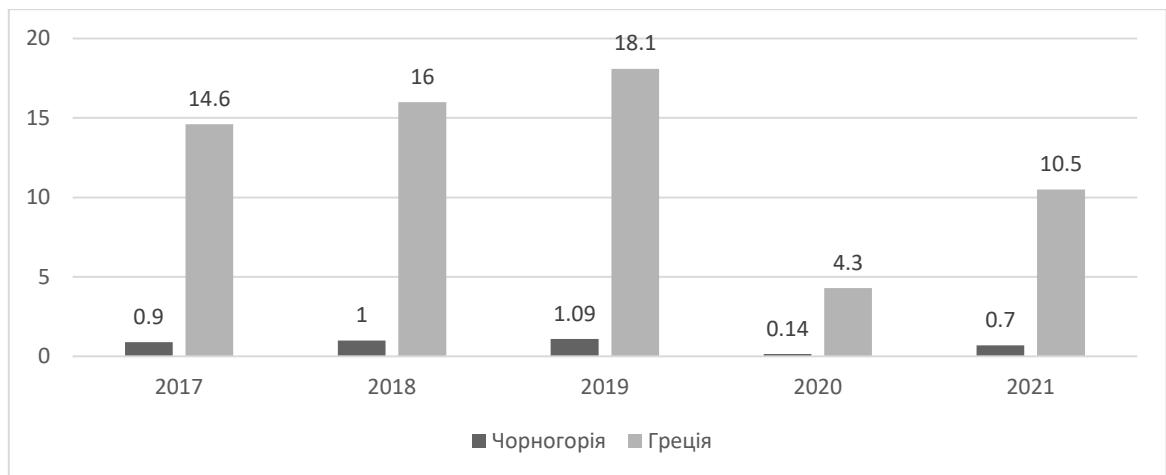
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Можна побачити, що туристичний потік з-за кордону до Греції перевищує відповідний показник Чорногорії більш ніж в 10 разів. Це й не дивно, оскільки Греція є більшою країною за населенням та територією приблизно в стільки ж разів, Греція більше інтегрована до ринків ЄС, що дозволяє використовувати власний бренд країни для туристичного маркетингу. Помітно, що пандемія COVID-19 вплинула суттєво на туристичні потоки до країн, оскільки в Чорногорії – на 86,7%, а в Греції цей показник скоротився на 78,2%, що відчутно вдарило по туристичній галузі та економіці цих країн в цілому.

Важливим показником є динаміка грошових надходжень від міжнародного туризму в країнах, що наведено на Рисунку 3.4.

Рисунок 3.4

Динаміка грошових надходжень від міжнародного туризму в Чорногорії та Греції протягом 2017-2021 рр., млрд дол США



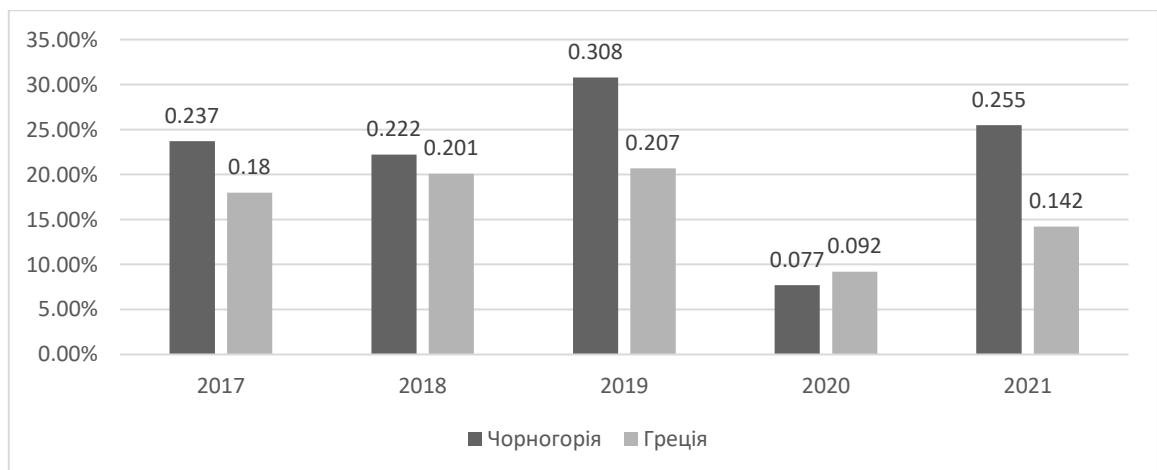
Джерело: розроблено автором на основі [13; 43; 44]

Як можна побачити, грошові надходження від іноземних туристів в Греції суттєво вищі, ніж в Чорногорії. Максимального значення за останні роки доходи від міжнародного туризму набули в 2019 р. в обох країнах. Тоді Греція отримала 18,2 млрд дол США, а Чорногорія – 1,09 млрд дол США. Проте, пандемія COVID-19 суттєво знизила доходи країн, і в 2020 р. вони становили всього 4,3 млрд дол США в Греції та 0,14 млрд дол США в Чорногорії.

Також значущим показником важливості туризму в економіці країн є частка туризму в структурі ВВП країни (Рисунок 3.5).

Рисунок 3.5

Динаміка частки доходів від туризму в структурі ВВП Чорногорії та Греції протягом 2017-2021 рр., %



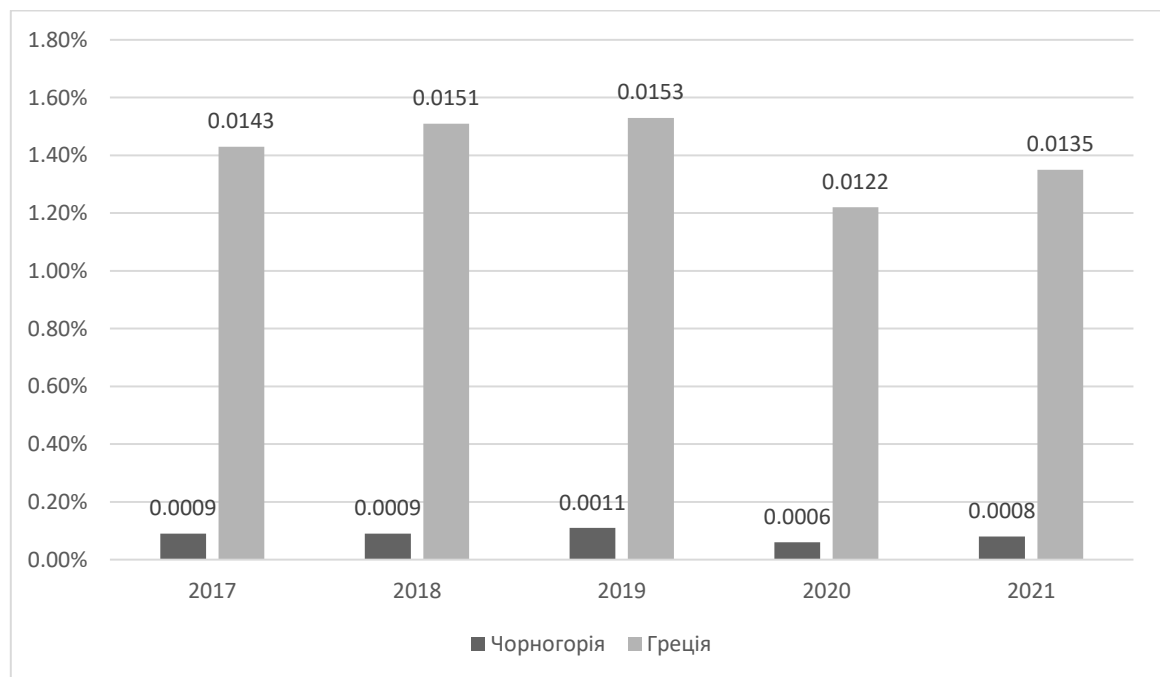
Джерело: розроблено автором на основі [13; 43; 44]

Отже, до пандемії COVID-19, туризм був більш важливим для економіки Чорногорії, оскільки в 2019 р. він становив 30,8% від ВВП країни, що є дуже високим показником. Для порівняння, в Греції цей показник в 2019 р. становив 20,7%. Це пояснюється тим, що Греція має можливість диверсифікувати краще свою економіку та розвивати й інші галузі, такі як промисловість та сільське господарство, а в Чорногорії таких можливостей менше через невеликий розмір країни та нижчий рівень інтегрованості в Європейський Союз. В 2020 р. частка туризму суттєво знизилась у ВВП країн, і становила не вище ніж 10% в обох країн, що більше вдарило по економіці Чорногорії, яка була більше залежна від туристичної галузі, ніж Греція.

Ще один важливий показник, який дасть змогу визначити місце країни у світовій індустрії туризму, – це частка кількості прибуттів туристів в країну від світової кількості прибуттів туристів за рік (Рисунок 3.6).

Рисунок 3.6

Динаміка частка кількості прибуттів туристів в Чорногорію та Грецію від світової кількості прибуттів туристів за рік протягом 2017-2021 рр., %



Джерело: розроблено автором на основі [43; 44]

Можна побачити, що обидві країни нарощували свою частку у світовій туристичній галузі до 2020 р. В 2019 р. частка туристичних потоків в Чорногорії складала 0,11%, а в Греції – 1,53%. Після початку пандемії COVID-19 частка туристичних потоків в Чорногорії складала 0,06%, а в Греції – 1,22%. Показник вище 1% все одно свідчить про суттєву роль країни у світовій туристичній галузі, що демонструє Греція, незважаючи на COVID-19.

Щороку, понад 140 країн класифікуються Світовим економічним форумом відповідно до різних показників, що пов'язані зі сферою туризму. Згідно з цим рейтингом, Чорногорія займає 67 місце в 2021 році з низьким балом 3,9 [39], що є свідченням того, що в країні туристична галузь досі розвинута не на достатньому рівні. В той час, як Греція посідає 28 місце з балом 4,5, що є показником кращої розвиненості туризму ніж в Чорногорії [39]. Можна очікувати, що показники обох країн покращяться у зв'язку з повнішим використанням туристичного ресурсного потенціалу, пріоритетом туристичної галузі та популяризацією країни на емітивних туристичних ринках.

Таким чином, проаналізувавши особливості туризму Чорногорії та Греції, можна сказати, що в Греції туризм є менш значимим для економіки за показником частки туризму у ВВП, ніж в Чорногорії, проте для обох країн ця галузь є визначною в економіці. Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на туристичні потоки цих країн, фактично знизивши їх до найнижчих значень за останні десятки років. Туризм в Греції був орієнтований не тільки на зовнішній, але й на внутрішніх відвідувачів, чого не можна сказати про Чорногорію, оскільки лише при початку пандемії COVID-19 почали суттєвіше збільшуватися внутрішні туристичні потоки. Переважають в обох країнах прибуття туристів з Європи, оскільки країни знаходяться в цьому регіоні. Отже, туристична галузь має свою специфіку в обох країнах, що дозволяє використовувати переваги свого розташування та специфікацію країн для розвитку туристичної галузі.

3.2. Транспортна логістика

Транспортна інфраструктура є всюдисущою та має вирішальне значення для економічного та соціального добробуту країн, забезпечуючи особисту мобільність, доступність послуг і переміщення товарів і сприяючи туристичній діяльності. Завдяки своєму географічному положенню, особливостям морфологічного рельєфу, рівню суспільного продукту на душу населення та режиму транспортної інфраструктури в колишній Югославії, республікою якої вона була, Чорногорія є транспортно слаборозвиненою країною. Загальна дорожня мережа республіки характеризується нерівномірністю забудови та якості, що є наслідком різного періоду будівництва, застосування технології будівництва та специфіки рельєфу (Див. Додаток 16). Транспортна інфраструктура в Греції розвинена на найвищому рівні. В країні без особливих проблем можна дістатися в будь-який куточок міста і навіть країни. Транспортні послуги будь-якої миті можуть забезпечити кораблі, авіалінії, таксі, міжміський громадський транспорт, і, звичайно, оренда автомобілів та інше (Див. Додаток 17).

На території Республіки Чорногорія є три аеропорти: Голубовці (Подгориця) і Тіват, які мають умови для міжнародних пасажирських перевезень, а також Беране, який обладнаний для внутрішніх перевезень, але не використовується для громадських перевезень. На додаток до вищезазначених також заплановані аеропорти нижчої категорії в Нікшичі, Жабляку та Улцині – з пріоритетом будівництва. Важливо підкреслити важливість аеропорту Чиліпі поблизу Дубровника в Республіці Хорватія, через його розташування вздовж кордону з Чорногорією. Montenegro Airlines представляє національну авіакомпанію, за допомогою якої можна подорожувати до всіх авіанапрямків регіону, а також до важливих європейських авіанапрямків [14]. Основні аеропорти, що приймають іноземних гостей в Греції, розташовані в Афінах

(аеропорт «Елефтеріос Венізелос») та Салоніках («Македонія»). У розпал курортного сезону можна замовити квитки на чартерні рейси на найпопулярніші острови Греції – Родос, Крит, Корфу. Внутрішнє повітряне сполучення Греції розвинене високому рівні. Із Салонік та Афін можна з легкістю потрапити на більшість островів. Перельоти Грецією організовують компанії Aegean Airlines та Olympic airlines [41].

На своїй території Чорногорія побудувала дві залізниці: Подгориця – Нікшич, Бар – Подгориця – Бієло Поле, і далі до Белграда [14]. Ситуація із залізничною інфраструктурою схожа з транспортною. З точки зору туризму, залізничний рух не має великого впливу, за винятком частини залізниці Бар – Белград, яку слід модернізувати та запровадити сучасні поїзди. Ця залізниця має більше комерційне значення, оскільки пасажирів все частіше віддають перевагу автобусному та авіаційному транспорту. Через ландшафтні особливості Греції, зокрема, безліч островів і гір, залізниця вважається чи не найкращим видом транспорту. Грецька залізнична система приділяє особливу увагу модернізації своєї інфраструктури. Залізнична система простягається з півночі на південь і з'єднує Патри-Афіни-Салоніки. Приміська залізниця, що з'єднує Афінський аеропорт зі столицею Афін, а також з Коринфом і Кіато, є швидкою та ефективною. [41].

Найбільшу частину становлять поромні перевезення. Через застарілість поромів необхідна їхня заміна. Тим не менш, якість поромної інфраструктури відображається в сполученнях, створених за допомогою цього виду транспорту, а також у його потенціалі. З Чорногорії, тобто з Бара, як найважливішого міжнародного порту, курсують такі поромні лінії: Бар – Барі, Бар – Анкона, Бар – Дуррес [14]. Морська інфраструктура Чорногорії розвинена слабо, тому що республіка не має суден для організованих багатоденних рейсів. Окрім морського транспорту, недооцінений і неорганізований також транспорт на Скадарському озері. У Греції, країні оточеної морською стихією, морський транспорт,

відповідно, одна із пріоритетних складових транспортної системи. У Греції організована розгалужена мережа поромного сполучення з усіма островами країни. Велику важливість мають ті види морського транспорту, що мають поромне сполучення та швидкісні катери [41]. З сотнями островів Греція має багато морських портів, 16 з яких є міжнародними. Порт Пірей є одним із найбільш завантажених у Європі та є головним вантажним портом країни, за ним йдуть порти Салоніки, Патри та Ігумениця. У Греції понад 140 портів, які обслуговують пасажирів і вантажів.

Чорногорія не має побудованої автомагістралі, тому з 1800 км² доріг у Республіці більшість (47%) є магістральними дорогами (Е 65, Е 80, Е 752, Е 760, Е 762). Найважливіші дороги [14]:

- Адріатична магістраль від Ігало (з напрямку Дубровника) до Петроваца (Е 65, Е 80) і від Петроваца до Ульциня, тобто до кордону з Республікою Албанія (Св. Миколая), де закінчується (Е 752);
- Бар – Подгориця (Е 65, Е 80) – Бієло Поле (Е 760) і далі до Белграда, який планується перетворити на шосе;
- Будва - Цетинье – Подгориця (Е 65).

Дорожня мережа Греції охоплює 117 000 кілометрів (материк і острови) і може бути розділена на такі категорії [11]:

- автостради;
- національні дороги та шосе;
- основна мережа доріг (дорожнє сполучення між префектурами);
- асфальтовані дороги;
- головні ґрунтові дороги (з'єднують громади);
- інші ґрунтові дороги

Нижче наведено головні осі доріг [11]:

- Афіни – Салоніки (Е 75);

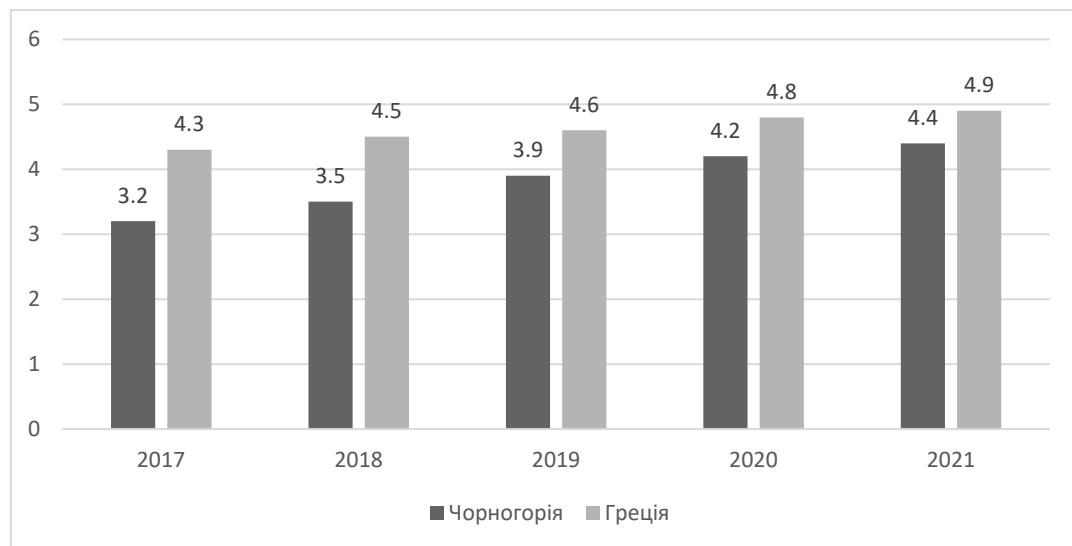
- Афіни – Коринф (Е 94);
- Коринф – Патри (Е 65);
- Коринф – Тріполі – Каламата (Е 65);
- Патри – Піргос – Олімпія (Е 55);
- Салоніки – Кавала – Александруполіс (Е 90);
- Ігумениця – Александруполіс (автомагістраль Егнатія Одос);
- Ханья – Агіос Ніколаос (Крит Е 75).

Всесвітній економічний форум (ВЕФ) у своїй доповіді про стан економіки у світі щорічно збирає дані про якість доріг у країнах світу. Рейтинг країн за якістю автомобільних доріг (Quality of roads) є одним із показників, що вимірюються у глобальному дослідженні Global Competitiveness Report [44]. Експерти оцінюють якість дорожнього покриття по всій території країни, незалежно від того, наскільки навантажені чи задіяні ті чи інші ділянки дороги.

На Рисунку 3.7 наведена динаміка індексу якості автомобільних доріг Чорногорії та Греції протягом 2017-2021 рр.

Рисунок 3.7

Динаміка індексу якості автомобільних доріг Чорногорії та Греції протягом 2017-2021 рр.



Джерело: розроблено автором на основі [44]

За даним індексом, якість автодоріг Греції є вищою, ніж в Чорногорії, проте в 2021 р. Греція переважала Чорногорію за цим показником на 0,5 балів, а в 2017 р. – на 0,9 балів, тобто, можна сказати, що розрив між якістю дорожнього покриття між країнами скоротився, що свідчить про позитивні тенденції в автопокритті в Чорногорії.

Отже, можна зазначити, що в Греції більш розвинена транспортна інфраструктура, ніж в Чорногорії, що пояснюється більшими спроможностями, більшою фінансовою потужністю та вищими перспективами з огляду входження країни до ЄС. В Чорногорії поступово розвивається туризм, а разом з цим розвивається і транспортна інфраструктура, а нижчий рівень розвитку пов'язаний з меншим часом, протягом якого Чорногорія є незалежною та самостійно розбудовує такі інфраструктурні проекти.

3.3. Готельно-ресторанний сектор країн

Більшість країн світу позиціонують розвиток готельно-ресторанної інфраструктури як один із пріоритетних напрямків розвитку туристичної сфери. Сектор розміщення є фундаментальною підсистемою всієї туристичної системи. Це безсумнівно складають готелі та подібні заклади (пансіонати, курорти, хостели тощо), які вкрай мало представлені в структурі закладів розміщення Чорногорії та Греції.

Чорногорська та грецька індустрії розміщення туристів готельна індустрія багатогранні та з відповідною якістю умовами – від найвищого рівня до бюджетних готелів, крім того існує можливість поселення до інших типів закладів розміщення, які створюють якісні умови для відпочинку в цих країнах [63; 83].

В індустрії розміщення Чорногорії та Греції переважають номери в готелях – це понад 90%. Тому, в обох країнах саме готелі складають основу індустрії

розміщення. У 2021 році в Чорногорії налічуються 687 готелів на 66,071 номер [56]. В той час, як невелика за розмірами Греція вміщує понад 9,871 готелів на 802,253 номери, що значно перевищує можливості Чорногорії [87].

Завдяки класифікації готелів відповідно до розмірів, існує можливість порівняння результатів виробничої діяльності готелів одного типу. А також, як правило, тип готелю, відповідно до його розміру, вказує на повноту та якість пропонованих послуг, а також додатково характеризує інший спектр параметрів.

Особливою рисою, яка характеризує як чорногорську готельну індустрію, так і грецьку – це існування в них нестандартної місцевої класифікації та традиційної європейської класифікації, що виражається наявністю певної кількості зірок, залежно від рівня сервісу та обслуговування та виражене категоріями А, В, С та D відповідно [56; 87; 82].

Згідно з класифікацією по буквам чорногорські та грецькі готелі діляться на чотири категорії, відповідним буквам А, В, С та D. Готелі найвищої якісної категорії позначаються як «De luxe». Прийняте співвідношення класифікації за системою букв та п'ятизіркової системи таке [56; 87; 82]:

- категорія «De luxe» – п'ятизірковий рівень;
- категорія «А» – чотиризірковий рівень;
- категорія «В» – тризірковий рівень;
- категорія «С» – двозірковий рівень;
- категорія «D» – однозірковий рівень.

Кількість номерів в готелі або ж загальна кількість місць в готельних номерах свідчить про місткість готелів. Часто, статистичні дані відображають ці дані разом. Зазвичай, готелі, відповідно до місткості номерного фонду, діляться на наступні чотири категорії [72; 78; 82]:

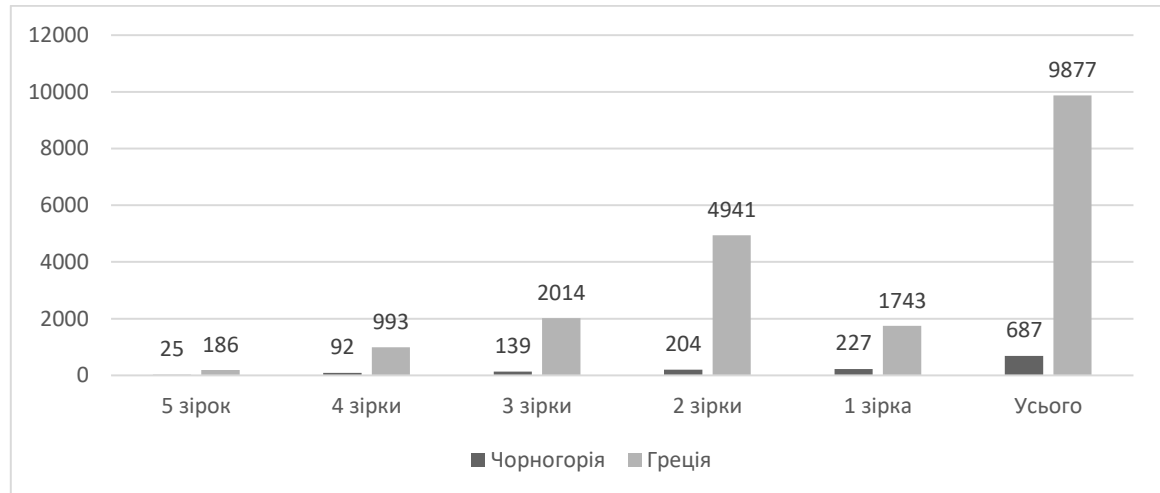
- малі готелі – до 100-150 номерів;
- середні готелі – 100-400 номерів;
- великі готелі – 300-1000 номерів;

- готелі-гіганти – понад 1000 номерів.

Показовою є кількість готелей за зірковістю в Чорногорії та Греції. Дана кількість станом на 2021 р. наведена в Таблиці 3.3.

Рисунок 3.8

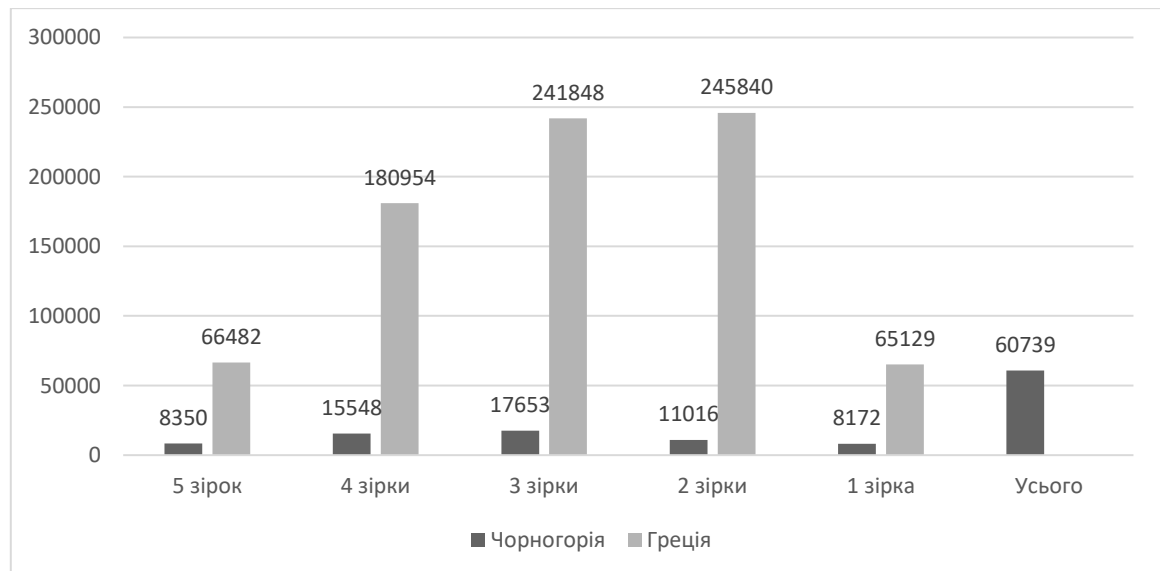
Кількість готелей за зірковістю в Чорногорії та Греції станом на 2021 р.



Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Рисунок 3.8

Місткість готелей за зірковістю в Чорногорії та Греції станом на 2021 р



Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Отже, в Греції спостерігається найбільша кількість саме двозіркових готелей, а також за цими готелями найбільша чисельність місць. В Чорногорії найбільша кількість готелей саме однозіркових, але чисельність місць вища у двозіркових готелях, оскільки в країні кількість місць для розміщення в двозіркових готелях суттєво перевищує аналогічний показник для готелей нижчої зірковості.

Середовище ресторанного господарства в Чорногорії та Греції однаково базується на ряді вимог щодо виду продукції, якості обслуговування та спектру послуг, що надаються, в результаті чого всі заклади ресторанного господарства класифікуються в обох країнах наступним чином [84]:

1. заклади первинного харчування, що забезпечують розміщення, приготування та подачу їжі і напоїв:
 - готельні та аналогічні об'єкти (туристичний курорт, мотель, пансіонат, еко-лодж і курорт дикої краси);
 - цілісний (асоційований) готель;
 - туристичний курорт;
 - табір (на 16 і більше місць розміщення).
2. додаткові заклади харчування для розміщення, приготування та подачі їжі і напоїв:
 - туристичні апартаменти;
 - туристичний житловий будинок (п'ять і більше туристичних апартаментів в одному будинку);
 - табір (максимум 15 місць проживання);
 - корчма, гуртожиток, етносело, катун, курорти, садиба;
 - туристична вілла.
3. заклади громадського харчування для приготування та подачі страв і напоїв:
 - ресторан (національний, класичний, спеціалізований та інші);

- бар, піцерія, таверна, заклади швидкого харчування;
- кондитерський цех, пекарня, пекарня.

4. заклади громадського харчування.

Ресторан – це заклад громадського харчування, де готуються страви по меню, гарячі та холодні страви, що потребують більш складного приготування, піца та напої, які подаються до столу, як правило, під час основного прийому їжі (сніданку, обіду або вечері) [84]. Ресторани можуть бути національними, класичними, спеціалізованими та іншими.

Національний ресторан – це тип спеціалізованого ресторану, де готують і подають переважно традиційні страви (не менше 70% від загальної пропозиції), а атмосфера якого відображає національну культуру та історичну спадщину Чорногорії. У класичному ресторані готують і подають класичні страви вітчизняної та міжнародної кухні. Спеціалізовані ресторани (рибні, вегетаріанські, мисливські, дієтичні, ресторани здорового харчування та інші) – це заклади ресторанного господарства, в яких готують і обслуговують спеціальні види страв і в яких повинно бути не менше 70% страв закріпленої за ними спеціалізації [84].

Ресторан самообслуговування (експрес-ресторан) – вид закладу ресторанного господарства, в якому подають готові гарячі та холодні страви, піцу та напої, а послуги надаються за принципом самостійного вибору та самообслуговування і не класифікуються [84].

Бар – це заклад громадського харчування, в якому в основному подають піцу та напої, прості гарячі та холодні страви, солодощі та фрукти [84].

Заклади швидкого харчування – це заклади громадського харчування, де готують і подають прості гарячі та холодні страви, піцу та напої для споживання на місці або на винос в оригінальній або одноразовій упаковці та здійснюють обслуговування за стійкою [84].

Кондитерські, пекарні, булочні та інші подібні об'єкти є об'єктами простого громадського харчування, якщо в цих об'єктах споживається їжа [84].

Заклад громадського харчування – це заклад громадського харчування, де готуються та доставляються страви, напої та напої для споживання в інше місце з обслуговуванням або без обслуговування (проведення заходів, свят, доставка додому тощо) [84].

За даними INSETE, станом на 2021 р. індустрія громадського харчування в Греції характеризується гострою конкуренцією, складається з 82,412 підприємств [30]. В Чорногорії ж, за даними MONSTAT, 2021 р індустрія громадського харчування складається з 5,732 підприємств [36]. Звичайно, повідомити про всі підприємства громадського харчування/швидкого харчування неможливо, оскільки більшість із них дуже малі й не публікують інформацію про них в Інтернеті.

В останні роки почав стрімко розвиватися новий вид туризму – гастрономічні подорожі, основна мета яких – знайомство з особливостями кухні тієї чи іншої країни. У всьому світі цей вид туризму стає все більш актуальним та затребуваним. Дедалі більше туристів хочуть придбати гастрономічні тури до країни, яка славиться своєю вишуканою національною кухнею. Такою країною є, безсумнівно, Греція з її середземноморською, македонською, критською, пелопоннеською, новоафонською та іншими кухнями [51; 69; 75]. Чорногорія все ще знаходиться на початку розвитку гастрономічних турів по гірській частині Чорногорії, не розроблені гастрономічні тури, які поєднали б три національні кухні (гірська, кухня Скадарського озера та прибережна/середземноморська кухня), і на початку розвитку гастротуризму, селективної форми туризму, яка може розвиватись 365 днів на рік.

Отже, готельно-ресторанний сектор доволі розвинений у Греції та Чорногорії, а за своєю структурою схожий. Набагато більша кількість готелей, звичайно, в Греції, оскільки в країні більший потік туристів. Проте, в Чорногорії

теж достатньо п'ятизіркових та чотиризіркових готелей, як для країни з населенням менше ніж 1 млн осіб. В Чорногорії туристичні підприємства роблять більше ставку саме на більш прості класи готелей, яких найбільше в країні, а в Греції більш відчутна ставка на вищі за класом готелі. Ресторанний сектор досить розвинений в цих країнах, він розвивається в комплексі з готельним комплексом, і завдяки ресторанному сектору також активно розвивається гастрономічний туризм в країнах.

3.4. Основні види туризму

В останні роки індустрія туризму зазнала значного зростання через зміну способу життя людей, зниження тарифів на авіаперельоти та жагу до освіти. Вид туризму залежить від того, чому туристи обирають подорож у вказаний пункт призначення; отже, існують різні види туризму. Туристичні пропозиції Чорногорії та Греції мають конкретні особливості, які відрізняють ці країни від інших туристичних напрямків та одна від одної. У кожній з цих країн присутні різні види туризму, на яких сформовано певний попит, що виражається потребами та побажаннями туристів. А також, туристичний продукт цих країн передбачає ті види туризму, для яких сформовано ресурсний потенціал, виражений перш за все через наявність природно-кліматичних та історико-культурних ресурсів, а також існуючу туристичну інфраструктуру. Чорногорія та Греція намагаються створити туристичну пропозицію, яка буде включати використання існуючих та майбутніх туристичних маршрутів впродовж всього року, стратегічний підхід у створенні впізнаваного туристичного бренду та позиціонування за допомогою маркетингових кампаній.

Прибережний туризм – це форма туризму, на основі якої Чорногорія створювала свою пропозицію здебільшого в попередні десятиліття. Основним припущенням, на якому базується прибережний туризм, є використання

морських ресурсів, які включають: пляжі, морську акваторію, підводне середовище, пристані для яхт, порти та пристані [67].

Незважаючи на те, що акцент у туристичній пропозиції був зроблений на купальному туризмі, прибережний туризм має кілька сегментів, які були розроблені та оцінені по-різному в Чорногорії, а саме: морський туризм, дайвінг, культура, заходи.

Морський туризм являє собою форму прибережного туризму, яка залежить від привабливості та зручності морського узбережжя, а також від будівництва інфраструктури, прямі та непрямі наслідки якої помітні в прибутковому сенсі. У всіх містах узбережжя Чорногорії є причали, які не відповідають стандартам (причали, сервіс, відповідні підключення: паливо, вода, електрика, санітарні вузли). У цьому сенсі Марина Бар має трохи більш значущу пропозицію, коли йдеться про швартування та обслуговування морських суден [67].

Дайвінг являє собою сегмент прибережного туризму, який взагалі не оцінюється та не включений до туристичного продукту, враховуючи, що в чорногорському морі є 31 археологічний об'єкт, які були задокументовані, і лише кілька місць пропонують дайвінг-послуги (Роуз, Тіват) [67]. Крім того, в чорногорському підводі були зареєстровані залишки корабельних аварій з далекого та недавнього минулого, які разом із багатством природних цінностей підводного моря, таких як конфігурація рельєфу, різноманітність флори та фауни, життя риб, являють собою привабливий сегмент приморського туризму.

Зимовий туризм, після купального, є найбільш цінним видом туризму. У Чорногорії 37 вершин висотою понад 2000 м. висота [64]. З точки зору цінності та простору, зимовий туризм, представлений через прекрасні чорногорські гори, має величезний потенціал і перспективу розвитку, що показано в регіональних програмах інтегрального розвитку, які були розроблені для областей: Дурмітор (муніципалітети Жабляк, Плужине, Шавник), Біласиця та Комова (муніципалітети Бієло Поле, Андрієвиця, Мойковац, Колашин), чорногорська

частина Проклетії (муніципалітети Андрієвіца, Беране, Плав і Рожає) [64]. Враховуючи просторову детермінацію зимового туризму в районах високогір'я, а також його тимчасову обмеженість певним сезоном, будівництво потужностей, призначених для зимового туризму, створить передумови для пропозиції певних форм вибіркового туризму поза зимовим туристичним сезоном. , таких як: сільський, екскурсійно-оздоровчий туризм.

Сільський туризм має базуватися на вже побудованій інфраструктурі, представлений через архітектуру народного будівництва. Необхідно використовувати густоту сільських поселень у гірській місцевості, а також мальовничі водяні млини та катуни [69]. При відносно невеликих капіталовкладеннях для іноземних туристів було б створено середовище відпочинку, адже вони проводили б свою відпустку не в одноманітних готелях, а в домашній обстановці, яка нагадувала б їм дачі. До цього варто додати місцевий фольклор та гастрономію. Сільський туризм слід використовувати, перш за все, як доповнення до інфраструктури розміщення.

Екскурсійний туризм має базуватися на тому факті, що гірські райони розташовані на територіях, які є невід'ємними частинами національних парків, або навіть більше, що окремі частини цих парків або цілі парки входять до списку ЮНЕСКО. Саме це стосується зимових центрів Чорногорії (як було сказано раніше), адже Дурмітор є національним парком, а Каньйон Тари, який є його невід'ємною частиною, є територією зі списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Така ж ситуація з Біласіцею, яка є невід'ємною частиною національного парку Біоградська гора, який був запропонований комісії з категоризації світової природної та культурної спадщини. Крім природної привабливості та краси, згадані місця характеризуються значними культурними пам'ятками [42].

Для спортивного туризму необхідно відповідати певним умовам, таким як: відповідний клімат, наявність інфраструктури, середовище (публічність). Чорногорія відповідає вищезазначеним умовам, оскільки вона має відповідний

клімат, як у літній період (Колашин, Плевля, Беране), так і в зимовий період (усі прибережні міста, з яких виділяються Герцег-Нові та Улцинь), будівництво залів і футбольні поля у згаданих місцях, тоді як навколишнє середовище є незначною проблемою через розмір Республіки [69]. Крім того, завдяки рівню розвитку спорту та міжнародним успіхам чорногорських спортивних команд та окремих осіб (гандбол, баскетбол, волейбол, водне поло, карате, дзюдо тощо), Чорногорія у сфері спортивного туризму може запропонувати організацію турнірів і спортивні заходи за участю місцевих команд і учасників.

Для того, щоб спортивно-рекреаційний туризм був задуманий оптимальним чином, необхідно сегментувати пропозицію, шляхом її просторової диференціації та спеціалізації для певних видів спорту. Таким чином, спортивний туризм буде сегментом пропозиції в певних місцях і регіонах, які мають найбільший потенціал для певного виду спорту, наприклад: морський спорт і вітрильний спорт – Которська затока; теніс, волейбол – Будва; гандбол – Цетинье; зимові види спорту – Жабляк, Колашин, Плав, Рожає; рафтинг, каякінг і каное на швидких водах – Тара і Морача; гольф – Тіват, Жабляк, Улцинь; легка атлетика – Бар, Улцинь; плавання – Приморський край; катання на байдарках і каное на тихих водах – Скадарське озеро тощо [69].

Оздоровчий туризм, заснований на наданні медичних послуг. Оздоровчий туризм в Чорногорії розвинений нерівномірно, враховуючи потенціал і об'єктивні можливості. Про це свідчить той факт, що існуючі потужності побудовані лише в прибережному регіоні, тоді як в інших регіонах цей вид туризму взагалі не розвивається, хоча потенціал є. Організації оздоровчого туризму в Чорногорії включають: Середземноморський оздоровчий центр доктора Симо Мілошевича в Ігалі біля Герцег-Нові, Інститут реабілітації Vrnac у Прчне біля Котора. Липень в Лучице біля Петроваца, готель Центр відпочинку, рекреації та лікування в Ігало [69].

Окрім згаданих основних форм туризму, характерних для туристичної пропозиції Чорногорії, особливу увагу слід приділити тим формам туризму, до яких існує інтерес у туристичному попиті, і які можуть являти собою додатковий зміст до основних форм туризму. Звичайно, для включення цих форм туризму в пропозицію туристичного продукту Чорногорії повинні бути необхідні передумови, тобто потенціал. Такими є такі види туризму: паломницький (релігійний), екологічний, культурний, конгресовий тощо.

Завдяки своєму природному ландшафту Греція має культурні традиції, інфраструктуру та інші особливості, які підходять для багатьох форм туризму. Саме завдяки такій морфології землі тут розвинені всі види туризму, починаючи від пляжного, морського, лікувального (включаючи іпотерапію), спортивного та соціального до агро- та екотуризму (національні парки, заповідники та водно-болотні угіддя), а також альтернативного, гірського, зимового і т. д., у результаті цього країна може приймати відвідувачів цілий рік.

Оздоровчий туризм в Греції поділяється на санаторно-курортний, медичний і оздоровчий туризм. Термальний туризм – або термалізм – має своїм домінуючим елементом використання лікувальних властивостей води термальних джерел для профілактики та лікування деяких захворювань [75].

Використання термальних джерел та їх сприятливий вплив на здоров'я людини бере свій початок ще з часів Стародавньої Греції та часів Гомера. Наприклад, згідно з Грецькою організацією туризму, термальні ванни в Греції можна знайти, зокрема, в таких місцях: Евія, Еврос, Ксанті, Кавала, Серрес, Едеса, Кардіца та Фтіотіда [74]. Вітчизняна клієнтура, яка, як правило, займається санаторно-курортним туризмом, зазвичай складається з людей середнього та похилого віку з проблемами здоров'я та їхніх супроводжуючих. Для цих людей першочерговим є зміцнення здоров'я, а надання туристичних послуг працює як допомога. Тоді під медичним туризмом розуміють туристів, які бажають у такий спосіб вирішити певні проблеми зі здоров'ям.

Нарешті, що стосується оздоровчого туризму, він орієнтований на туристів, які бажають збагатити свій відпочинок послугами для покращення чи підтримки свого здоров'я [75]. Як правило, вони обирають житло, де пропонуються спеціалізовані послуги з харчування та фізичних вправ, професійна експертиза та індивідуальний догляд. Ці туристи обирають комплексний пакет послуг, який поєднує догляд за фізичною формою, а також естетичне лікування, дієту, релаксацію, медитацію, розумову та фізичну активність індивідуально або в групах, а також навчання якості життя та міцного здоров'я.

Освітній туризм – це форма туризму, в якій люди мають на меті навчання та відвідування культурних чи освітніх заходів. Різноманітні туристичні місця Греції розробили пропозиції цього виду туризму, поєднуючи культурні традиції з паралельною освітньою діяльністю, що дозволяє туристам поєднувати навчання та розваги [75]. Потреби цієї форми туризму поєднують класичну туристичну інфраструктуру – розміщення – зі спеціальною культурною інфраструктурою – заходи, освітній персонал, бібліотеки тощо. Ці подорожі зазвичай відбуваються в регіонах з багатою культурою та великими традиціями в певній науці.

У Греції орієнтиром для цього виду туризму є Кіклади, де програма, яка існує для освітніх поїздок є широкою. Різні місцеві підприємства співпрацюють з агентствами, які організовують такі поїздки та пропонують теми, пов'язані з культурою на Кікладах. Прикладом, коли освітній туризм розвивається як туристична діяльність, є острів Сірос, враховуючи, що тут є університетська школа «Інженери з проектування продуктів і систем», а діяльність університету є благодатним ґрунтом для розвитку освітнього туризму – студентські обміни, організація конференцій, освітніх та культурних фестивалів тощо.

Релігійний туризм – це така ж стара форма туризму, як і сама історія туризму. Найперші поїздки в давнину, крім комерційних цілей, були мотивовані відвідуванням святих місць – монастирів, святилищ, гробниць святих [57]. У культових місцях відвідувачі мали можливість доторкнутися до божественної

стихії або виконати бажання. Сьогодні релігійний туризм є важливою частиною грецького туристичного руху і стосується відвідування релігійних місць поклоніння, таких як монастирі та церкви [57]. Пам'ятники грецького православ'я є невід'ємною частиною національної спадщини і є сильною привабливістю для багатьох відвідувачів. Візантійські та поствізантійські церкви, каплиці, монастирі з їхньою чудовою ілюстрацією мозаїками, фресками та іконами свідчать про особливу відданість релігійному культу. Типовим прикладом діяльності релігійного туризму в Греції є острів Тінос. Однак на більшості островів є пам'ятки, які можуть підтримувати ширшу туристичну діяльність, зосереджену на релігійному туризмі в християнських або давньогрецьких пам'ятках – наприклад, Екатонтапіліані на Паросі або собори на Сіросі. Відвідувачі релігійного туризму також можуть бути основою для продовження туристичного сезону окремих островів.

Основною метою спортивного туризму є перегляд спортивних матчів, а також професійна чи аматорська участь у спортивних заходах. Цей альтернативний вид туризму відомий з давніх часів і в основному в нашій країні, де проводилося багато спортивних змагань, серед яких лідирували Олімпійські ігри, які й сьогодні є провідною спортивною подією у світі. Зокрема Греція після Олімпійських ігор вийшла на світовий ринок спортивного туризму, хоча й не використала цю конкурентну перевагу конструктивно [75]. Спорт приваблює безліч людей у всьому його спектрі, від найменших змагань до найкращих світових спортивних подій. Останніми роками інфраструктури для спортивних споруд також почали створювати в місцях розміщення туристів, щоб їхні клієнти могли займатися спортом. Дуже часто приватні організації та сама держава організовують спортивні заходи в місцях розміщення туристів у контексті розвитку спорту, оскільки вони є стимулом для більшої участі та зростання спортивного туризму в їхніх регіонах [75]. Існують автономні центри спортивного туризму, які збагачують продукт основного масового туризму –

наприклад, центри верхової їзди та гірських велосипедів на Паросі та Сіросі. З іншого боку, повітряні та морські види спорту також активно розвиваються – у Пунта Парос є підприємства у сфері віндсерфінгу та кайтсуфінгу, які пропонують спеціальні пакети та організовують міжнародні чемпіонати, прагнучи продовжити туристичний сезон.

Особлива чистота грецьких морів і величезне багатство морського дна є полюсом тяжіння для тих, хто шукає магії підводних досліджень. Скрізь дозволено вільне занурення в масці, а ось занурення з повітряними балонами заборонено в місцях з підводними старожитностями. У Греції працюють десятки шкіл підводного плавання, які мають спеціальну ліцензію Міністерства торговельного мореплавства. На островах Кіклади працює багато компаній, які надають послуги, навчають і займаються дайвінгом – найбільш розвинена діяльність на Міконосі, Санторіні, Наксосі, Паросі, Іосі, Сіросі та Мілосі. Сьогодні в Греції відвідувачами дайвінгу є переважно німецькі, британські, скандинавські, французькі, італійські та російські туристи.

Культура в Греції також є приводом для реалізації бізнес-планів. Типовим прикладом є Фонд Великого Еллінізму, який займається популяризацією діяльності греків у різних регіонах за допомогою технологій [57]. Полюсів тяжіння, які хвилюють зацікавлених туристів культурного туризму, занадто багато для Греції, і вони в меншій чи більшій мірі зустрічаються на всіх островах. Вони стосуються як давньої історії краю, пам'яток та археологічних пам'яток, так і традицій, звичаїв та традицій.

Сучасні зусилля з просування культурного туризму в основному спрямовані на висвітлення особливостей сучасної місцевої культури. З цієї причини на кількох островах, таких як Андрос, Мілос і Сірос, є тематичні музеї – судноплавства, вина, оливок тощо, – які базуються на певних природних чи культурних характеристиках місцевості або культурних подіях, які мають порядок. для залучення туристів.

Схильність людини шукати пригод безпосередньо пов'язана з, можливо, несвідомою реакцією на звички повсякденного життя, де домінують раціональність і організованість. Останніми роками все більше греків обирають замість класичного відпочинку більш ризиковані або альтернативні види діяльності. Тому важливою категорією туризму, що розвивається, є пригодницький туризм, серед яких діяльність іноді має низький, а іноді високий ступінь ризику [75].

Показовими щодо Греції є такі пригодницькі види спорту, якими бажаючи можуть займатися: катання на гірських велосипедах – їзда на велосипеді лісовими стежками, каньйонінг – перетин каньйонів з використанням відповідного спускового обладнання, верхова їзда – на тренуваних конях за заздалегідь визначеними маршрутами, дайвінг – підводні дослідження з необхідним обладнанням для дайвінгу, скелелазіння та скелелазіння, катання на лижах, трекінг – походи гірськими стежками та маршрутами тощо. Однак у більшості випадків потрібен супровід навчених гідів [75].

Крім того, великим успіхом у внутрішніх та зовнішніх туристів користуються кемпінги: по всій країні розкидано понад 300 організованих кемпінгів, які працюють під знаком Грецької туристичної організації, надаючи своїм відвідувачам місця для розбиття наметів та розміщення автопричепів (трейлерів) [75]. Тут є невеликі котеджі та споруди, які пропонують відвідувачам широкий спектр послуг. Такі кемпінги знаходяться, зокрема, на півострові Пелопоннес (Фінікунда, Гіфео, Пілос, Елафонісос, Дрепано), в Пілію (Като Гадзеа), в Македонії (Пієрія, півострів Халкідкі та ін.), в Епірі (Сівота), у (Фанарі Комотініс) і, природно, на всіх туристичних курортах – на Кікладських та Іонічних островах (Ептанісу), а також на Додеканесі.

Останнім часом, неухильно розвивається круїзний та весільний туризм: так, наприклад, острів Скопелос займає 4-е місце серед кращих весільних напрямків у всьому світі. Крім того, все більшого поширення набуває

гастрономічний туризм, з просуванням місцевих продуктів, а також традиційної та середземноморської кухні [63].

Отже, в обох країнах поширений пляжний, гірський, морський, природний туризм. Проте, більших масштабів він набуває саме в Греції, внаслідок кращої маркетингової кампанії та більшої кількості туристів, які відвідують країну. Чорногорія ж намагається приваблювати туристів своїм колоритом, незайманою природою, в поєднанні з мальовничими пляжами, горами та іншими природними об'єктами.

Висновки до Розділу 3

Таким чином, проаналізувавши основні аспекти туристичної інфраструктури Греції та Чорногорії, можна сказати, що Греція має більш розвинену інфраструктуру, проте Чорногорія демонструє суттєві темпи зростання підвищення рівня інфраструктури, і при вступі до ЄС країна може стати головним конкурентом Греції. В обох країнах зовнішні туристи відіграють більшу роль у розвитку туристичної галузі та економіки в цілому, аніж внутрішні. Проте, для Чорногорії це твердження є більш актуальне, оскільки в Греції структура зовнішніх та внутрішніх туристів є більш рівномірною, а в Чорногорії – суттєве перевищення зовнішніх туристів над внутрішніми. Було визначено, що пандемія COVID-19 дуже вплинула на туристичну галузь обох країн, внаслідок чого знизились доходи від туризму, який відіграє значну роль в економіці обох країн. Загалом, туризм в Греції є більш різноманітним, ніж в Чорногорії, оскільки в Греція здатна пропонувати своїм відвідувачам більше видів туризму, і, крім того, деякі види туризму об'єктивно більше підходять для Греції (наприклад, релігійний туризм).

РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЧНОЇ ГАЛУЗІ ГРЕЦІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ

Індустрія туризму є процвітаючим рушієм економіки. У таких країнах, як Греція чи Чорногорія, це основне джерело доходу і залишається таким навіть у роки серйозної економічної кризи. Однак це не означає, що соціальні та технологічні зміни, яких світ зазнав в останні роки, не поставили галузь під контроль. Насправді їй доводилося адаптуватися знову і знову, щоб відповідати вимогам нового часу та споживачів.

Реальність така: якщо як Греція так і Чорногорія прагнуть, щоб індустрія туризму зберегла свою динамічну модель з точки зору багатства та зайнятості, важливо вжити заходів, які дозволять їм гарантувати найвищу якість послуг і водночас продовжувати покращувати життя людей. Щоб досягти цієї мети, необхідно визначити виклики, з якими зараз стикається туристична галузь цих країн, і, що найважливіше, що вони повинні зробити, щоб їх подолати.

Домінуючою проблемою туристичної сфери Чорногорії є відсутність належної робочої сили в сфері туризму та гостинності, що унеможливорює надання якісних послуг. Саме тому туристичні компанії вирішують наймати іноземну робочу силу, хоча цей адміністративний процес складний і тривалий, а працівники потрібні лише на короткий проміжок часу [49]. Крім того, молоді люди не бачать перспектив працевлаштування в індустрії туризму в Чорногорії та негативно сприймають цей сектор, насамперед через низькі заробітки, а також через сезонний характер зайнятості. Тому підтримання мотивації та постійної залученості оперативних працівників є одним із ключових управлінських завдань. Також великою проблемою є відсутність навичок спілкування та адекватного ставлення до гостей, а також мовний бар'єр оперативного персоналу. У звіті зазначається, що існуюча система освіти не є ефективною, а також не забезпечує практичних і сучасних знань у сфері туризму. Навіть більшість

викладачів не мають практичного досвіду, а професіонали сфери туризму недостатньо залучені, як зазначено у звіті. Отже, з точки зору людських ресурсів, індустрія туризму потребує довгострокової стратегії.

Неформальна зайнятість і тіньова економіка в Чорногорії також визнані однією з ключових проблем сектора. Зміцнення інспекційного потенціалу є передумовою для відновлення економіки, а отже, і туризму [71]. Пропонується посилити залучення інспекційних служб до сегменту незареєстрованого житла, а також приватного житла, враховуючи, що саме в цьому сегменті розміщення формується найбільша кількість ночівель. Значна кількість орендарів приватного житла також зазначила, що вони хотіли б вийти із зони неформального бізнесу, якщо буде забезпечена проста система реєстрації, яка не є занадто бюрократично вимогливою. Приватне розміщення (максимальна місткість 20 місць) є компетенцією місцевого самоврядування. Кожен муніципалітет має різну процедуру реєстрації, що ускладнює проблему.

Стосовно інфраструктури аеропорту вказується, що вона недостатньо розвинена, а інші види транспорту, особливо дорожня інфраструктура, є недостатніми. Це величезна проблема для туристичної галузі [68]. Аеропортам Тівата та Подгориці необхідно збільшити пропускну спроможність, а також кількість і частоту авіасполучення з ключовими ринками викидів. Додатковою проблемою є непрацездатність аеропорту Тівата, коли мова йде про нічні польоти. Крім того, автомобільний під'їзд до ключових туристичних об'єктів, особливо тих, що розташовані в Которській затоці, є неадекватним протягом сезону, тому необхідно вивчити альтернативні види транспорту.

Недостатнє визнання бренду Чорногорії як країни призначення є однією з найбільших проблем [68]. Мало хто знає, навіть у Західній Європі, де знаходиться Чорногорія. Необхідність дестинаційного менеджменту та кращої координації у сфері маркетингу та просування дестинації є умовами подальшого процвітання сфери туризму. Також необхідна більш активна участь приватного сектору, а

також краща комунікація та координація між національними та місцевими туристичними організаціями, що було оцінено як слабку ланку в ланцюжку просування. Крім того, бюджет на просування вважається обмеженим, враховуючи значний внесок туризму у ВВП. Цілі маркетингу та просування напрямків є незрозумілими та потребують переосмислення.

На додаток до вищезазначеного, очевидна відсутність адекватної статистики туризму, і офіційна статистична методологія потребує перегляду в кількох аспектах, щоб пристосувати дані до викликів, які постають перед сектором. Такі аспекти, як якість даних, частота, доступність, портфель індикаторів, повинні бути адаптовані до поточних викликів, щоб зробити процес прийняття рішень більш ефективним.

Також було зазначено, що створення стабільного ділового та інвестиційного середовища є передумовою для подальшого відновлення економіки та туризму [72]. Необхідно розробити політику залучення інвестицій. У зв'язку з цим необхідно вивчити можливості та зібрати відповідні дані, створити інвестиційний каталог, зосереджений на ключових підгалузях (наприклад, оздоровчий туризм, спортивний туризм, приватизація готелів), визначити потенційних інвесторів, сприяти спільним інвестиційним ініціативам, пропонувати інвестиційні стимули, тощо.

Глобальна криза охорони здоров'я, спровокована пандемією COVID-19, спричинила низку негативних одночасних потрясінь, які призвели до різкого уповільнення світової економіки. Країни в усьому світі постраждали від цієї кризи, але економіки, які значною мірою покладаються на сектор послуг, зазнали більшої шкоди, ніж інші [71]. Щоб стримати поширення COVID-19 і захистити населення, уряд запровадив світлофорну систему для в'їзду в Чорногорію, як і в багатьох інших країнах. Через це Чорногорія була закрита найдовше для країн, які традиційно мали найвищу частку ночівель (тобто Росії та Сербії), оскільки епідеміологічні умови в цих країнах були незадовільними. Як наслідок, у

Чорногорії різко скоротилися туристичні прибуття та ночівлі. Це призвело до зменшення загального внеску Т&Т у ВВП на 75%, а загальний внесок Т&Т у зайнятість зменшився на 20,3%. В результаті Чорногорія зафіксувала падіння реального ВВП на 12,2% [71].

Туризм почав відновлюватися в усьому світі в 2021 році, і зростання попиту було зумовлене зростанням впевненості туристів у зв'язку зі швидким прогресом вакцинації та пом'якшенням обмежень на в'їзд у багатьох напрямках, але він все ще був значно нижчим за рівень до COVID. У Чорногорії прибуття туристів за перші 9 місяців склали 58,6% від 2019 року [77]. Крім того, змінилася структура гостей, і лише майбутнє покаже, чи є це постійними змінами. COVID-19 показав слабкість економіки Чорногорії та її залежність від туризму. Незважаючи на майбутні зусилля уряду Чорногорії щодо диверсифікації економіки Чорногорії, сектор туризму буде залишатися важливим рушієм зростання та зайнятості. Тому подальший розвиток туризму в Чорногорії повинен бути екологічно стійким і орієнтованим на гостей з вищим рівнем доходу. Він також повинен мати набагато сприятливішу структуру можливостей розміщення та більш різноманітну пропозицію туристичних об'єктів. Крім того, це також має супроводжуватися набагато більш рівномірним просторовим розподілом туристичних можливостей і пропозиції між регіонами. Нарешті, Чорногорія повинна зосередитися на тому, щоб стати цілорічним туристичним напрямком.

Сучасна економіка Греції, незважаючи на певні позитивні моменти поглиблення європейської інтеграції, перебуває в затяжній фінансово-економічній кризі. Це пов'язано з багатьма негативними наслідками її участі в європейській регіональній виробничо-господарчій конкуренції, а також відчувається небажаний вплив міжнародного кредитування та інвестування національних економік країн із боку міжнародних фінансових структур. За оцінками експертів, сучасна зтяжна фінансово-економічна криза в Греції – це результат типової неправильної діяльності владної системи, яка породжена

політикою соціалістів і корупціонерів, що довгий час були при владі в державі та постійно брали кредити в міжнародних фінансових структур і збільшували державні витрати на соціальні програми й сприяли тотальній корупції в державі, що призвело до значного зростання зовнішнього державного боргу країни [47]. Окрім того, цьому передували й помилкові розрахунки МВФ і ЄС щодо можливих лімітів на міжнародні позики для цієї держави, які сприяли поглибленню кризової ситуації в країні. Тому Греція змушена зараз проводити досить жорстку внутрішню й зовнішню фінансово-економічну політику та реалізовувати складні господарчо-управлінські реформи, які спрямовані на оздоровлення її економіки, а не на отримання нових кредитів і стягування оплати боргів із тих, хто заборгував перед цією державою.

За певних політичних та соціально-економічних причин Греція вже у 2008 р. опинилася в складній фінансово-економічній кризі, що супроводжувалася небажаними суспільно-економічними явищами та падінням рівня життя її населення [83]. Країна змушена була стимулювати нові резерви наповнення національного бюджету, уключаючи й реформування туристичної галузі, яка теж опинилася в кризовому стані. Тому в умовах жорсткої економічної європейської та світової конкуренції Греція мала шукати шляхи виходу з кризової ситуації, що відбувається за рахунок оптимізації різних галузей господарчого розвитку держави, уключаючи туристичний ринок. Тому керівництво країни робить усе можливе, щоб залучити на її територію нові іноземні інвестиції та значні валютні надходження, насамперед від міжнародного туризму. Із цією метою державні структури розробляють нові програми оптимізації діяльності економіки держави, які безпосередньо стосуються міжнародного туризму як однієї з провідних сучасних галузей грецької економіки, а також реформують та оптимізують наявну систему туристичного бізнесу в країні.

Туризм в Греції виявився одним з секторів, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19, яка серйозно позначається на економіці, отриманні людьми

засобів до існування, системі суспільних послуг і обмежує спектр можливостей на всіх континентах. Хоча одним із пріоритетних завдань повинно бути збереження залежати від цього сектора джерел засобів до існування, в той же час відновлення туристської діяльності відкриває перспективи для проведення перетворень з акцентом на те, щоб регулювати вплив пандемії на відвідувані туристами напрямки і формувати у населення і працюючих у цій сфері компаній більш високий потенціал протидії за допомогою здійснення інновацій, цифровізації, забезпечення стійкості і налагодження партнерських зав'язків [58, с. 10].

Наслідки COVID-19 для туризму створюють додаткове навантаження в плані збереження культурної спадщини та додатковий вплив на культурно-соціальну структуру громад, особливо корінних народів і етнічних груп. Наприклад, закриття ринків ремісничих виробів, продукції та інших товарів особливо позначилося на доходах жінок-представниць корінних народів. Були припинені або відкладені також багато звичних заходів, пов'язані з нематеріальної культурної спадщини, такі як традиційні фестивалі і зборів, що мало серйозні наслідки для соціального і культурного житті людей цієї країни [61, с. 10].

Розвиток туристичної галузі в Греції має низку вагомих проблем, які не стосуються економічної кризи. Розвитку туристичної інфраструктури Греції перешкоджала тривала рецесія, яка стримувала уряд від здійснення значних інфраструктурних проєктів, а також стагнація приватного сектора з анемічними інвестиціями через бюрократію, застаріле планування землекористування та відсутність фінансування. Греція вже стикається з проблемами, пов'язаними з телекомунікаціями, охороною здоров'я, електропостачанням, транспортом, водопостачанням протягом літніх місяців [55]. Таким чином, очевидно, що для того, щоб Греція відповідала зростаючому попиту, їй необхідно інвестувати значні кошти для покращення своєї туристичної інфраструктури в наступні роки.

Політичне втручання, яке спричинило нестабільність [58], відсутність генерального плану розвитку туризму та розробки просторових планів, значні затримки з інфраструктурними проектами та брак фінансування є основними причинами спостережуваної шкоди. Завдяки встановленню нових критеріїв стійкості для розвитку туризму та нового довгострокового плану для туризму Греція може закласти основи для досягнення великої кількості інвестицій. Затримки можна вирішити шляхом впровадження моделі державно-приватного партнерства, яка, як доведено, забезпечує швидшу реалізацію та менші витрати [61], а необхідне фінансування може бути покрито за рахунок проектних облігацій, приватного капіталу та європейських фондів.

Приватний сектор швидше пристосувався до різкого зростання попиту, і багато інвестицій перебувають або на стадії планування, або на етапі реалізації. Однак у багатьох регіонах (наприклад, на Криті, Міконосі, Санторіні) пропускна здатність систематично перевищується, тому потрібні подальші інвестиції в житло. Оскільки Греція намагається залучити більше заможних відвідувачів, а приватні інвестори мають зосередитися на розбудові розкішного житла та інфраструктури, такої як причали та спортивні споруди. Стійкість також має бути в центрі уваги кожної стратегії, що також може привернути більший попит на такі підприємства, оскільки екологічні політики здаються більш привабливими для все більшої кількості людей [54].

Для Греції характерна відсутність послідовного плану в просторовому плануванні. Довгостроковий стратегічний план може забезпечувати стійке зростання та включати бенефіціарні елементи для організації туристичної діяльності [54]. Крім того, просторове планування може визначити пропускну спроможність у регіонах. Загалом, у Греції просторове планування туризму відставало від загального розвитку туризму, і в результаті воно вважається однією з головних перешкод для застою будівельної діяльності в туризмі.

Враховуючи бюрократичну історію грецької держави, життєздатне рішення для створення просторових планів може бути знайдено через залучення зацікавлених сторін і місцевих муніципальних рад для досягнення загальноприйнятного результату. З цієї причини держава повинна виділити адекватне фінансування та встановити конкретні рамки [63], щоб місцеві суспільства мали правильні інструменти для прийняття рішень щодо землекористування. Держава має визначити пріоритети у вищезазначеному, серед яких має бути захист природних ресурсів, усунення помилок, які зупиняли розвиток у минулому, як-от відсутність зонування, та децентралізація процесу прийняття рішень. Крім того, ця модель може бути використана [63] для усунення критичної шкоди навколишньому середовищу, спричиненої безрозсудною поведінкою в минулому. Таким чином, туристичний сектор не повинен розглядати просторове планування як загрозу його розвитку, а не як можливість для нього встановити стійкі критерії, які дозволять йому процвітати в довгостроковій перспективі.

Греція відчуває сезонність у туризмі, як з точки зору кількості відвідувачів, так і щодо витрат відвідувачів. У той же час сезонність спричиняє гіперзавантаженість найбільш відвідуваних регіонів Греції, тоді як «менш» напрямки мають низьку пропускну спроможність. Це явище широко спостерігається влітку на островах Егейського та Іонічного морів і менш присутнє на Пелопоннесі, у континентальній Греції та Західній Македонії [66].

Сезонність можна пояснити здебільшого природними факторами, такими як погодні умови (Греція здебільшого вважається літнім напрямком), а інституційна політика, така як закриття шкіл і державні свята, також впливає на сезонність [62]. Сезонність має великий економічний вплив на туристичні підприємства, які характеризуються неефективним використанням об'єктів у зимовий період. Літературні джерела стверджують [62], що одним із найкращих

способів протистояти сезонності та, отже, надмірній перевантаженості є диверсифікація.

Греції бракує кваліфікованої робочої сили в туристичному секторі, що знижує її загальну конкурентоспроможність [58]. Поточна система освітнього туризму вважається дуже застарілою, і є багато закликів до змін. Має відбутися смілива модифікація туристичних освітніх програм і радикальний рух до туристичної освіти для майбутнього, щоб уможливити розвиток наступного покоління середнього та вищого керівного персоналу, який буде залучений до організаційного планування своїх підприємств.

Індустрія туризму радикально переходить у бік технологічної еволюції, поява штучного інтелекту та автоматизації вже змінили спосіб роботи багатьох традиційних організацій [58]. Постачальники освітніх закладів повинні йти в ногу з розвитком ІКТ та штучного інтелекту та надавати випускникам чітке розуміння того, як вони можуть використовувати нові технології для досягнення вищої цінності для відвідувачів. Слід зазначити, що кожна зміна в навчальній програмі має передусім враховувати стійкість у туризмі та те, як її можна досягти за допомогою технологій.

Інший фактор, який набуває все більшого значення для конкурентоспроможності грецького туризму, стосується попиту, переходу від традиційного туриста до мандрівника. Сучасні туристи обирають напрямки на основі таких видів діяльності, як гастрономія, екстремальні види спорту та спостереження за птахами. Крім того, суттєво змінилася мета подорожей, і все більше відвідувачів припадає на відпочинок у місті, конференції, оздоровлення, сільський туризм. У той час як література показує, що туристи обирають Грецію здебільшого через сонячну погоду та чудові пляжі, Греція може виграти від диверсифікації як з точки зору зміни сезонності, так і підвищення її конкурентоспроможності. Наприклад, туристи можуть подорожувати не лише

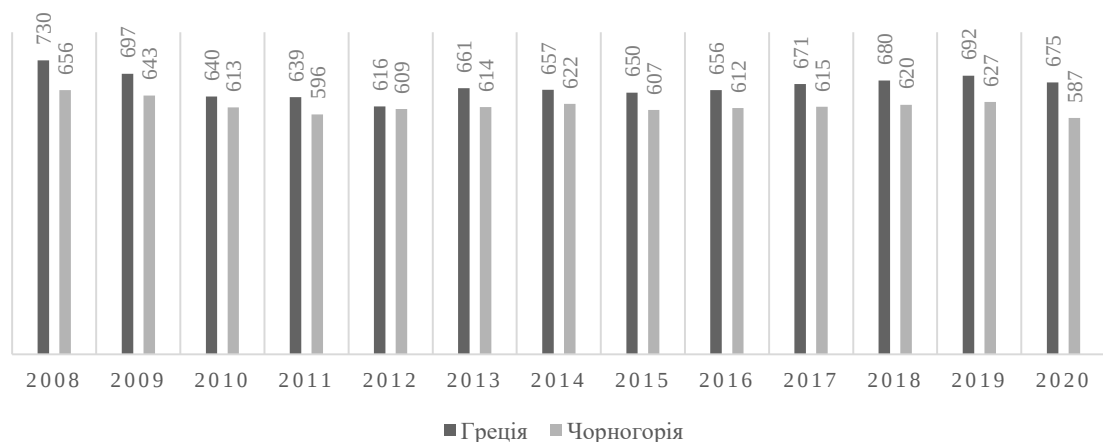
зароди кулінарії, але важливі рішення, такі як повторне відвідування, можуть бути прийняті через цей фактор [58].

Тому, Греція повинна приділяти більше уваги просуванню концепції, яка здається привабливою для всіх аудиторій, щоб перевершити аналогів. Це означає не лише використання візуальної концепції «туристичного погляду», але натомість наголошення на створенні повністю сенсорного багатства, щоб стати популярним туристичним напрямком. Щоб досягти цього, Греція повинна запропонувати виробникам контенту, таким як журналісти та туристичні блогери, різноманітні заходи, які стимулюватимуть усі їхні почуття. Докази свідчать, що їхні почуття будуть інтегровані в їхні письмові звіти і таким чином можуть стимулювати ті самі кулінарні, нюхові та акустичні відчуття у своїх читачів.

Крім того, якщо порівнювати середню вартість турів в Чорногорію та в Грецію, можна сказати, що тури в Грецію є дорожчими, ніж в Чорногорію, що робить більш привабливим якраз поїздку до Чорногорії (Рисунок 4.1).

Рисунок 4.1.

Середні витрати туристів за 1 тур до Греції та Чорногорії, євро



Джерело: розроблено автором на основі [83; 88]

Пандемія COVID-19 суттєво знизила вартість туру в Чорногорію, проте в меншій мірі знизилась вартість туру в Грецію. При розгляді деяких видів

туризму, які популярні і в Греції, і в Чорногорії, вибір туриста може впасти на Чорногорію через нижчі туристичні витрати. Така ситуація, багато в чому, викликана надто високими податками для економічних суб'єктів в Греції порівняно з Чорногорією (Таблиця 4.1).

Таблиця 4.1

Ставки основних податків Греції та Чорногорії в 2022 р., %

Країна	Податок на доходи		Соціальне страхування		ПДВ
	Корпоративний	Індивідуальний	Роботодавець	Працівник	
Греція	22%	9-44%	24,81%	15,75%	24%
Чорногорія	9%	9-15%	8,3%	24%	21%

Джерело: розроблено автором на основі [45]

Фактично всі ставки податків в Греції вищі, ніж в Чорногорії. Це спричиняє труднощі для бізнесу та для фізичних, оскільки треба суттєву частину доходу витрачати на податки. Таким чином, уряду Греції, можливо, варто розглянути проект зі зниження ставки ПДВ та корпоративного податку для туристичних підприємств до нижчих рівнів, щоб, таким чином, стимулювати розвиток туризму та в перспективі знизити ціни на тури, оскільки знизиться податкове навантаження, що можна спостерігати з досвіду Чорногорії, де податкове навантаження є нижчим, що дозволяє знижувати витрати туристичних підприємств.

Туристична діяльність зростає з року в рік у різних регіонах. Органи місцевого самоврядування продовжують прагнути зробити туризм пріоритетом, розробляючи адекватні об'єкти, об'єкти та інфраструктуру для підтримки розвитку туризму. Розвиток туризму має здійснюватися комплексно та інтегровано, щоб залучити як місцевих, так і зовнішніх відвідувачів. Вважається, що візити місцевих та іноземних туристів впливають на економічне зростання регіону. Тому, стратегія розвитку туристичного сектору є необхідною, щоб цей сектор міг продовжувати сприяти розвитку регіону. Туризм є стратегічною

галуззю економіки Чорногорії та Греції. До 2020 року, який характеризується спалахом пандемії COVID-19, з року в рік туристичний сектор фіксував зростання кількості туристів та ночівель, інвестицій та кінцевих доходів.

З метою подальшого розвитку туризму для забезпечення збільшення зайнятості, підвищення рівня життя, забезпечення більш збалансованого регіонального розвитку, а також покращення глобальної впізнаваності країни, Уряд Чорногорії обрав постійний сталий розвиток туризму, зосереджуючись на ефективному використанні ресурсів, просування Чорногорії як сталого, інклюзивного, зеленого та розумного туристичного напрямку. При створенні стратегічного підходу важливо поважати конституційне положення про те, що Чорногорія є екологічною державою, а також рамки, передбачені прийняттям Національної стратегії сталого розвитку Чорногорії до 2030 року, яка включає принципи сталого розвитку Порядку денного ООН зі сталого розвитку до 2030 року [37].

Чорногорія визнана країною з багатим природним розмаїттям на невеликій території, країною контрастів півночі та півдня, з п'ятьма національними парками, п'ятьма об'єктами всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, шістьма природними парками, двома морськими заповідними територіями, трьома Рамсарськими об'єктами та численними озерами, з багатою культурно-історичною та багатокультурною спадщиною, автентичною гастрономією, і потенціал якої досі не був адекватно та достатньо оцінений, щоб створити цілорічний туристичний напрямок [42]. Щоб досягти вищезазначеного найкращим чином, для розробки цієї Стратегії було використано Концепцію просторового плану Чорногорії до 2040 року для сфери туризму з метою їх гармонізації. Іншими словами, проектні групи з підготовки обох документів безпосередньо співпрацювали, обмінювалися даними та баченнями у напрямку визначення спільних позицій щодо розвитку туризму в Чорногорії. У цьому сенсі бачення розвитку туристичних кластерів повністю сумісні з баченням розвитку

регіонів, визначеним у Концепції просторового плану Чорногорії до 2040 року [6].

Незважаючи на прогрес, досягнутий у попередній період, туризм не розвивався відповідно до принципів стійкості та збереження навколишнього середовища та ресурсів. Серед цілей чорногорського туризму, окрім сегменту стійкості, особливу увагу було приділено таким викликам, як: зменшення сезонності з диверсифікацією продуктів і послуг, зменшення дисбалансу регіонального розвитку, покращення туристичного досвіду, збільшення кількості міст високої місткості. житло в центральному та північному регіоні, покращення транспортної доступності, впровадження інноваційних рішень та сучасних технологій, покращення управління дестинаціями, покращення просування дестинацій, зміцнення державно-приватного партнерства, все у співвідношенні зі стратегічними цілями Уряду Чорногорії, спрямованими на підвищення рівень життя.

Щоб досягти кращих результатів у туристичній сфері, необхідно диверсифікувати продукти та послуги. Цього можна досягти шляхом постійної роботи над сталим використанням усіх природних і створених потенціалів, якими володіє Чорногорія. Завдяки диверсифікації продукт перевищить пропозицію «сонце і море», оскільки Чорногорія найчастіше сприймається як туристичний напрям, і це призведе до подовження туристичного сезону та збалансованого регіонального розвитку, зменшення тиску на узбережжі, поважаючи при цьому принципи сталого розвитку дестинації. Туризм, як домінуюча галузь розвитку Чорногорії, має ключове значення для досягнення економічної стабільності. Як така вона сприяє подальшому розвитку взаємодоповнюючих галузей, насамперед сільського господарства та харчової промисловості, транспорту, торгівлі та будівництва. Взаємодоповнюваність з іншими секторами є основою для більш широкого охоплення та подальшої конкретизації планів розвитку, діяльності та заходів, які стосуються всієї економіки.

Міністерство економічного розвитку розробило нову Стратегію розвитку туризму Чорногорії на 2022-2025 роки з Планом дій [18]. Стратегія розрахована на чотири роки завдяки більш ефективному стратегічному плануванню розвитку туризму в умовах зміненої реальності, відповідно до поточної пандемії та інших потенційних викликів. Стратегія є комплексним стратегічним документом, який визначає можливості подальшого розвитку туризму з урахуванням принципів сталості, відповідності, потенціалу, потреб розвитку та вимог економіки, внутрішнього та зовнішнього ринків.

Міністерство туризму Греції прийняло стратегічний план розвитку туризму на період до 2030 року. Згідно з планом, у Греції не може бути жодного туристичного продукту, який би не ставив захист навколишнього середовища як абсолютний пріоритет. План базується на сталому розвитку, диверсифікації туристичного продукту, розширенні сезону, появі нових напрямків, збільшенні продукту з доданою вартістю, що призведе до підвищення зарплат для робоча сила сектора; та зміцнення іміджу країни на міжнародних ринках.

Для досягнення поставлених цілей план було поділено на сім стовпів, включаючи відповідний доступ для залучення більших туристичних потоків у найближчі роки; оцінка та вдосконалення приватної інфраструктури та її сталого управління та розвитку; оцінка та управління досвідом гостей та покращення громадської інфраструктури; покращення туристичної освіти та навчання; розробка та просування продукту; започаткування співпраці із зацікавленими сторонами у сфері туризму та усунення прогалин у туристичному законодавстві.

Нова туристична стратегія Греції зосереджена на конкурентоспроможності, інноваціях та сталому розвитку. Таким чином, інші зусилля Міністерства туризму в цьому напрямку також включатимуть внесення серйозних змін у туристичну освіту Греції, сприяння доступному туризму для людей з обмеженими можливостями, залучення більше інвестицій і зосередження на нових цифрових інструментах для просування нового бізнесу.

Приватний сектор відігравав і відіграватиме важливу роль у новому туристичному плані, сприяючи більш комплексному підходу до пропозиції, попиту, ідентичності та інфраструктури.

Невід'ємною частиною програми розвитку грецького туризму є забезпечення їх самодостатності та екологічності. Багато готелів і курортні комплекси встановлюють установки з виробництва сонячної енергії, щоб зменшити свою залежність від вуглеводневого палива. Потреба в нових більш функціональних будівлях заводів зі знесолення води ефективній системі енергопостачання закритих системах постачання ресурсами і програмного забезпечення для систем контролю це тільки деякі приклади, де туризм зможе скористатися досягненнями нових технологій в майбутньому [55, с. 188].

Греція рекламує свою унікальну екосистему і природні багатства. Деякі з цих місць, з найрізноманітнішою флорою і фауною в Європі, ідеальні для відвідування туристами. Всі незвичайні заняття, починаючи з спостереження за птахами і закінчуючи скелелазінням, в поєднанні з відповідними житловими зручностями, дуже популярні серед мандрівників, які бажають випробувати щось неординарне.

У зв'язку з тим, що Греція, маючи населення 11 мільйонів осіб, щорічно приймає в середньому понад 20 мільйонів туристів, освіта та підготовка кадрів для роботи в сфері туризму має дуже важливе значення [65]. Персонал, зайнятий в туризмі, говорить на багатьох мовах, володіє хорошою фаховою підготовкою для роботи з туристами і готовий задовольнити зростаючі потреби. У всіх цих людей, починаючи з менеджерів і закінчуючи працюють в громадському харчуванні, полягає сила грецьких туристичних підприємств.

Усвідомлюючи важливе значення туризму для економіки Греції, влада країни вважає формування правильної політики в галузі туризму однією з ключових завдань грецького уряду. Міністерство культури і туризму координує

свою різноманітну діяльність з іншими міністерствами, щоб забезпечити успішну стабільну і гнучку роботу туристичної галузі [55].

Греція, як туристична країна, проводить екстенсивну рекламну кампанію на багатьох мовах в ЗМІ всього світу. Більш того, Греція завжди присутній на всіх міжнародних виставках туристичних продуктів, а також, співпрацює з найбільшими туроператорами і агентствами в усьому світі [55].

Різнманітні кризові події на світовій та європейській арені минулого періоду, такі як економічна криза, терористичні атаки та загроза тероризму, криза біженців, призвели до різних перенаправлень туристичних потоків, а також до одночасного посилення конкурентна гра між туристичними дестинаціями, які, окрім цінової політики, прагнуть утримати та збільшити свої частки ринку шляхом значних інвестицій у маркетинг, інновації та диференціацію по відношенню до конкуренції.

Згідно зі звітом Всесвітньої ради з туризму та подорожей – WTTC, Чорногорія та Греція входять до трійки лідерів за темпами зростання туристичної галузі в найближчі десять років із 184 країн [46]. Що стосується туристичних інвестицій, то та ж інституція відносить обидві країни до восьми перших напрямків за прогнозом на наступний десятирічний період. Також, згідно зі звітами WTTC, очікується, що в 2026 році доходи від туризму складуть загальний внесок туризму у ВВП 30% [46].

Подальші очікування щодо обсягу фізичного руху туристів у країні, а також доходів від туризму слід розглядати в світлі того факту, що протягом останнього десятиліття чорногорський туризм перебуває в період постійного зростання фізичного обсягу перевезень і доходів від туризму і, як правило, фіксує кращі показники, ніж у Греції та у середньому по Європі, тобто в середньому для Середземноморського регіону.

За підрахунками Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), в наступному десятилітті Чорногорія стане світовим лідером за таким показником,

як зростання частки туризму у ВВП країни. Це зростання, на думку аналітиків, досягне 12,4% на рік. За таким показником, як внесок туристичних відвідувань у ВВП країни, Греція зайняла 2-е місце в прогнозі WTTC. Як вважають експерти, цей показник складе 9,4% на рік. [46].

Отже, успішні туристичні напрямки пропонують туристам досвід, який відповідає як потребам, так і очікуванням. Тому як Греція так і Чорногорія повинні постійно підтримувати та вдосконалювати свої існуючі туристичні продукти, постійно інвестуючи в нові продукти, а також в інфраструктуру, а також інші компоненти, які сприяють посиленню привабливості та конкурентоспроможності цих країн. Розробка емпіричного туризму вимагає гарного планування та розуміння цільових ринків, щоб створити незабутні враження, отримати високий рівень задоволення, перевершуючи очікування. Щоб забезпечити ці умови, необхідно заохочувати підприємницьке мислення, з'єднуючись з іншими секторами, де є додаткові переваги та взаємна вигода.

Висновки до Розділу 4

Таким чином, в Греції та Чорногорії існують свої проблеми розвитку туристичної галузі. В цих країнах не найкраща економічна ситуація, що ускладнилось пандемією COVID-19. В цих умовах важко розраховувати підприємствам сфери туризму на державну підтримку. Проте, в таких умовах туристичний сектор країн навпаки потребує пільгових ставок оподаткування, що дозволило б туристичному сектору краще функціонувати, та пропонувати конкурентоспроможні туристичні послуги за нижчими цінами. Однією з проблем Греції порівняно з Чорногорією є вища ціна за тури, що гальмує конкурентоспроможність даної країни, а Чорногорія в цей час отримує вищі темпи зростання іноземного туризму.

Перспективами розвитку туризму для країн є надання пільгових ставок оподаткування для туристичних підприємств, вироблення довгострокової стратегії розвитку туризму в умовах після пандемії COVID-19 та вироблення стратегії підвищення попиту на найбільш конкурентоспроможні види туризму цих країн. Чорногорія може робити ставку на самотню природу Балканського регіону, а Греція – на туризм, який би дозволив підкреслити значущість та високі стандарти відпочинку клієнтів.

ВИСНОВКИ

Провівши дослідження, мною було визначено, що Греція та Чорногорія – подібні країни за кліматом, особливостями місцевості, ландшафту та рельєфу. Греція та Чорногорія омиваються водами морів, які впадають до Середземного моря. Греція є членом Європейського Союзу, а Чорногорія – країною-кандидаткою на вступ до ЄС, проте тісно інтегрована в господарство та економіку ЄС внаслідок географічної близькості. Туристично-географічне положення Чорногорії не може бути оцінене як позитивне чи негативне. Воно включає як сприятливі, так і несприятливі аспекти. Сприятливим аспектом є розташування біля моря та відносно близьке знаходження до провідних європейських потоків туристів. Негативним аспектом є її доступність сухопутним шляхом, а також знаходження в нестабільному геополітичному оточені. Географічне розташування Греції напрочуд вигідне, оскільки вона знаходиться на стику трьох континентів (Європи, Азії та Африки), справедливо називаючись «перехрестям трьох континентів».

Історично-культурний потенціал країн є суттєвим, особливо у Греції, на території якої зароджувалась Давньогрецька держава, яка була однією з найдавніших цивілізацій у світі. Історико-культурний потенціал Чорногорії пояснюється входженням земель даної країни до складу Османської імперії, Австро-Угорщини та Югославії, але, країна змогла зберегти автентичну балканську культуру. Сукупність наведених факторів географічного розташування та історико-культурного потенціалу роблять ці дві країни надзвичайно популярними в туристичному плані, куди приїжджають відпочити багато людей щороку, оскільки країни багаті на туристичні, природні, історико-культурні ресурси, що робить туризм в рамках цих країн якісним.

Туристичне законодавство Чорногорії та Греції складається з систематизованих норм, що регулюють статус суб'єктів, які здійснюють

туристичну та гостинну діяльність, а також номенклатури, що регулюють правові відносини, що укладаються суб'єктами, які здійснюють туристичну та гостинну діяльність, на взаємній основі або з іншими суб'єктами. Правова основа розвитку туризму Чорногорії міститься в Законі «Про туризм та гостинність, яким передбачено, що розвиток туризму планується Стратегією розвитку туризму. Разом із цим загальним законом для регулювання туристичної та гостинної діяльності застосовуються й інші закони. В Греції Закон 2160/93 здійснює систематизацію операційних процедур для туристичних підприємств та туристичної інфраструктури, тоді як Закон 4276/2014 сприяє спрощенню відповідних процедур і роз'яснює зміст спеціальних форм туризму.

В Чорногорії функціонує Національна туристична організація Чорногорії, а також існують неурядові туристичні організації. Крім того, важливим в туристичному регулюванні країни є Міністерство стабільного розвитку та туризму Чорногорії. В Греції головною урядовою організацією, яка займається регулюванням та розвитком туризму, є Міністерство туризму Греції. Крім того, існують Грецька національна туристична організація, Спеціальне агентство культури і туризму Греції, Міністерство охорони здоров'я Греції, Міністерство сільського розвитку та продовольства, які мають свої компетенції в рамках регулювання туристичної галузі країни

Проаналізувавши особливості туризму Чорногорії та Греції, можна сказати, що в Греції туризм є менш значимим для економіки за показником частки туризму у ВВП, ніж в Чорногорії, проте для обох країн ця галузь є визначальною в економіці. Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на туристичні потоки цих країн, фактично знизивши їх до найнижчих значень за останні десятки років. Туризм в Греції був орієнтований не тільки на зовнішній, але й на внутрішніх відвідувачів, чого не можна сказати про Чорногорію, оскільки лише при початку пандемії COVID-19 почали суттєвіше збільшуватися внутрішні туристичні потоки. Переважають в обох країнах прибуття туристів з Європи,

оскільки країни знаходяться в цьому регіоні. Отже, туристична галузь має свою специфіку в обох країнах, що дозволяє використовувати переваги свого розташування та специфікацію країн для розвитку туристичної галузі.

Варто зазначити, що в Греції більш розвинена транспортна інфраструктура, ніж в Чорногорії, що пояснюється більшими спроможностями, більшою фінансовою потужністю та вищими перспективами з огляду входження країни до ЄС. В Чорногорії поступово розвивається туризм, а разом з цим розвивається і транспортна інфраструктура, а нижчий рівень розвитку пов'язаний з меншим часом, протягом якого Чорногорія є незалежною та самостійно розбудовує такі інфраструктурні проекти.

Готельно-ресторанний сектор доволі розвинений у Греції та Чорногорії, а за своєю структурою схожий. Набагато більша кількість готелей, звичайно, в Греції, оскільки в країні більший потік туристів. Проте, в Чорногорії теж достатньо п'ятизіркових та чотиризіркових готелей, як для країни з населенням менше ніж 1 млн осіб. В Чорногорії туристичні підприємства роблять більше ставку саме на більш прості класи готелей, яких найбільше в країні, а в Греції більш відчутна ставка на вищі за класом готелі. Ресторанний сектор досить розвинений в цих країнах, він розвивається в комплексі з готельним комплексом, і завдяки ресторанному сектору також активно розвивається гастрономічний туризм в країнах.

В обох країнах поширений пляжний, гірський, морський, природний туризм. Проте, більших масштабів він набуває саме в Греції, внаслідок кращої маркетингової кампанії та більшої кількості туристів, які відвідують країну. Чорногорія ж намагається приваблювати туристів своїм колоритом, незайманою природою, в поєднанні з мальовничими пляжами, горами та іншими природними об'єктами.

Феномен туризму почав спостерігатися дуже рано в еволюції людської історії, він є одним із головних факторів економічного розвитку. Як і більшість

секторів сучасної суспільної структури, туризм пережив глобальну кризу. Орієнтуючись на грецьку та чорногорську дійсність, факт полягає в тому, що розвиток туризму відбувався без планування та координації, тому існують свої проблеми розвитку туристичної галузі. У обох країнах також бракує відповідної туристичної освіти та обізнаності для забезпечення сталого розвитку туризму.

Різноманітні екологічні та економічні проблеми, що виникають внаслідок неконтрольованої туристичної діяльності, призвели до розвитку не найкращої економічної ситуації як в Греції так і в Чорногорії, що ускладнилось пандемією COVID-19. В цих умовах важко розраховувати підприємствам сфери туризму на державну підтримку, оскільки пандемія COVID-19 та подальша рецесія, яка вже спостерігається в країнах Європи, може спричинити необхідність наповнення бюджетних фінансових ресурсів цих країн та, відповідно, підвищення ставок податків.

Туристичний імідж Чорногорії та окремих туристичних місць, В порівнянні з Грецією, не отримує належної уваги з боку потенційних відвідувачів. Цей імідж створювався протягом багатьох років і відтворювався через власний досвід туристів.

Перспективами розвитку туризму для країн є вироблення довгострокової стратегії розвитку туризму в умовах після пандемії COVID-19 та вироблення стратегії підвищення попиту на найбільш конкурентоспроможні види туризму цих країн. Чорногорія може робити ставку на самотню природу Балканського регіону, а Греція – на «статусний» туризм, який би дозволив підкреслити значущість та високі стандарти відпочинку туристів. Зокрема, територія Греції та Чорногорії є придатною для розвитку екотуризму, агротуризму, пішохідного, культурного, спортивного туризму тощо. Потреба у розвитку нових форм туризму є великою, що видно з можливостей фінансування, які існують на регіональному, національному та європейському рівнях. Доступність, різноманітність навколишнього природного середовища – оскільки територія

поєднує гори і море – в поєднанні з багатим культурним минулим області гарантують успішний розвиток більшості форм туризму.

Для досягнення значного розвитку туризму необхідна участь місцевого населення в процесі розвитку. Це дає можливість активної участі у спільно сформованому суспільстві, від якого кожен житель отримуватиме, серед іншого, прибутки від сталого туризму, таким чином відкидаючи тимчасові спекулятивні тенденції. Однак, не варто випускати з уваги конкуренцію на міжнародному рівні. Є країни, які вже кілька років реалізують організований стратегічний план розвитку туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

ДЖЕРЕЛА

1. Детальна карта доріг Греції з містами та аеропортами. Maps of Europe. URL: <http://www.maps-of-europe.com/maps/maps-of-greece/detailed-road-map-of-greece-with-cities-and-airports.jpg>
2. Детальна карта доріг Чорногорії з містами та аеропортами. Maps of Europe. URL: <http://www.maps-of-europe.com/maps/maps-of-montenegro/detailed-road-map-of-montenegro-with-cities-and-airports.jpg>
3. Організаційна схема органів туризму. OECD. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3180e03-en/index.html?itemId=/content/component/f3180e03-en#component-d1e42408>
4. Фізична карта Греції. Maps of Europe. URL: <http://www.maps-of-europe.com/maps/maps-of-greece/large-physiography-map-of-greece.jpg>
5. Фізична карта Чорногорії. Maps of Europe. URL: <http://www.maps-of-europe.com/maps/maps-of-montenegro/detailed-physical-map-of-montenegro-with-roads-cities-and-airports.jpg>
6. Action Plan for the preparation of the tourist season. Podgorica : Ministry of Sustainable Development and Tourism of Montenegro. 2019. 19 p.
7. Armstrong K., Butler S., Dragicevich P., Holden T., Kaminski A., Maric V., Morgan K., Noble I., Ragozin L., Raub K., Richmond S., Schulte-Peevers A., Ward G. Lonely planet's Greek Islands Travel Guide: guidebook. 2021. 624 p.
8. Greece – Tourism. Division of Power. URL: <https://portal.cor.europa.eu/divisionpowers/Pages/Greece-Tourism.aspx>
9. Greek National Tourism Organization (H.Q.) (GNTO). URL: <http://www.gnto.gov.gr>

10. Greeke Law Digest. The official guide to Greek Law. URL:
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/assets/content/files/c27/a3250/f230/Greek%20Law%20Digest%20The%20Official%20Guide%20to%20Greek%20Law.pdf>
11. Infrastructure in Greece. PwC. URL:
https://www.pwc.com/gr/en/publications/Infrastructur_Greece_2019_EN.pdf
12. INSETE. URL: <https://insete.gr/?lang=en>
13. International tourism, receipts - Greece, Montenegro. The World Bank. Data. URL:
<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=GR-ME>
14. Jovanović M. Montenegro Country Report. Podgorica : Montenegrin Investment Promotion Agency. URL: <http://www.mipa.co.me>
15. Lonely Planet Greece Travel Guide. URL:
<https://www.scribd.com/book/567688525/Lonely-Planet-Greece>
16. Ministry of Sustainable Development and Tourism. URL:
<http://www.mrt.gov.me/en/ministry>
17. Ministry of Tourism. mintour. URL: <https://mintour.gov.gr/en/archiki-english/>
18. Montenegro Tourism Development Strategy 2022-2025 with the Action Plan. URL:
https://www.montenegro.travel/uploads/2_BUSINESS/Analiti%C4%8Dke%20kartice%20i%20putni%20nalozi/Strateska%20dokumenta/montenegro-tourism-development-strategy-2022-2025-with-the-action-plan.pdf
19. Montenegro tourism development strategy to 2020. Podgorica: Montenegro Ministry of Tourism and Environment. 2008. 106 p.
20. Montenegro Travel. The official website for Montenegro tourism. URL:
<https://www.montenegro.travel/en>
21. Non-residents' overnight stays in Greece. URL:
http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/
22. Number of international tourists in Greece from 2005 to 2021. STATISTA. URL:
<https://www.statista.com/statistics/444847/total-number-of-inbound-visitorsin-greece>

23. Program rada za 2020. godinu. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore. Podgorica. 2020. p. 60.
24. Rellie A. Montenegro: guidebook. Chesham: Bradt Travel Guides. 2012. 326 p.
25. Sheward T., Dragicevich P. Lonely planet's Montenegro travel guide : guidebook., 2017. 193 p.
26. Statistical Bulletin December 2017. INSETE. URL: https://insete.gr/Portals/0/statistics/statistiko-deltio-12-2017_EN.pdf
27. Statistical Bulletin December 2018. INSETE. URL: https://insete.gr/Portals/0/statistics/2018/Bulletin_1812_EN.pdf
28. Statistical Bulletin December 2019. INSETE. URL: https://insete.gr/Portals/0/statistics/2018/Bulletin_1912_EN.pdf
29. Statistical Bulletin December 2020. INSETE. URL: https://insete.gr/Portals/0/statistics/2018/Bulletin_2012_EN.pdf
30. Statistical Bulletin December 2021. INSETE. URL: https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/Bulletin_EN_2102-1.pdf
31. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: <https://www.monstat.org/cg/>
32. Statistical Yearbook 2017. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: <http://monstat.org/userfiles/file/publikacije/godisnjak%202017/18.pdf>
33. Statistical Yearbook 2018. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: http://monstat.org/eng/publikacije_page.php?id=1518
34. Statistical Yearbook 2019. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: http://www.monstat.org/eng/publikacije_page.php?id=1586
35. Statistical Yearbook 2020. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: http://monstat.org/eng/publikacije_page.php?id=1674&pageid=1
36. Statistical Yearbook 2021. Statistical Office of Montenegro – MONSTAT. URL: https://monstat.org/eng/publikacije_page.php?id=1745
37. THE 17 GOALS - Sustainable Development Goals. URL: <https://sdgs.un.org/goals>

38. The Law on Tourism and Hospitality. Official Gazette of Montenegro. 2019. No 25.
URL:
<https://mrt.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=305106&rType=2&file=The%20Law%20on%20Tourism%20and%20Hospitality.pdf>
39. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021. World Economic Forum.
URL:
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf
40. Tourism statistics of Greece. UNWTO E-library. URL: <https://www.e-unwto.org/action/doSearch?ConceptID=2210&target=topic>
41. Transport and Tourism in Greece. European Parliament. URL:
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/617469/IPOL_BRI\(2018\)617469_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/617469/IPOL_BRI(2018)617469_EN.pdf)
42. UNESCO World Heritage. URL: <https://whc.unesco.org/>
43. World Bank Group. The challenges of growth and competitiveness in practice: the case of tourism. URL:
<http://siteresources.worldbank.org/INTSERBIA/Resources/300803-1120227465222/chapter5.pdf>
44. World Economic Forum Annual Report 2021-2022. URL:
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Annual_Report_2021_22.pdf
45. World Tax Rates 2022. URL: <http://www.worldwide-tax.com/>
46. World Tourism Barometer. The World Tourism Organization. 2020. Vol 18. No 7.
URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.6>
47. WTM: майбутнє туризму в Греції. Grekodom. URL:
<https://www.grekodom.ua/news/2018-11-28/wtm-budushchee-turisma-v-gretsii>

ЛІТЕРАТУРА

- 48.Акопян М. Л. Міжнародний досвід регулювання в'їзного туризму. *Білоруський журнал міжнародного права та міжнародних відносин*. № 4. 2004. С. 85-88.
- 49.Бондаренко А. Г., Самойленко Ю. С. Тенденції та особливості розвитку туризму в балканських країнах (на прикладі Хорватії та Чорногорії). *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2019. (№ 47-1). С. 19-23.
- 50.Вишинський В. І., Лук'янюк В. В. Греція як країна туризму. *Науковий вісник ХДУ. Серія: Географічні науки*, 2021. № 15. С. 59-66.
- 51.Вуячич В., Паунович М. Національна гастрономія як фактор розвитку туристичної пропозиції та управління туристською галуззю. Подгориця : Університет Чорногорії, 2015. 6 с.
- 52.Галасюк С. С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності: навчальний посібник. Одеса : Астропринт, 2011. 234 с.
- 53.Герасименко В. Г., Галасюк С.С. Управління національним туризмом в контексті міжнародного досвіду. Донецьк : ДІТБ, 2008. 8 с.
- 54.Дарвіду К. Розвиток туристичної галузі в Греції в період кризи 2009–2014 рр. *Вісник ТНЕУ*. 2014. № 4. С. 141–154.
- 55.Константія Д. Роль міжнародного туризму в економіці Греції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 12(163). С. 187–192.
- 56.Лутовач М., Перович Т. Концепція та значення готельної промисловості в Чорногорії. *Міжнародний науково-дослідний журнал*. 2016. (№12). С. 168-172.
- 57.Патійчук В. О., Швець О. В. Греція як світовий центр релігійного туризму. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали III міжнар. наук.-практ. За ред. В. Й. Лажніка. Луцьк : ВежаДрук, 2015. С. 172–177.
- 58.Патійчук В., Анцигін О. Сучасні проблеми розвитку туристичної галузі Греції. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2021. Вип. 9 (358). С. 8-13.

- 59.Перетятко Д. Ю., Євтушенко Я. В. Умови та ресурси для розвитку індустрії туризму в Чорногорії. Сумський державний педагогічний університет А. С. Макаренка. 2020. 7 с.
- 60.Пікулик О. Регіональні особливості розвитку туризму та туристичної політики в Чорногорії. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. С. 107-113.
- 61.Савельєв Є. Двосторонні економічні відносини: «Українсько-грецькі економічні відносини: формування нових напрямів». *Журнал Європейської економіки*. 2007. Том 6 (№ 2). С. 185-192.
- 62.Шамара І. М., Євтушенко О. В. Зарубіжний досвід розвитку індустрії туризму Греції та можливості його використання в Україні. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. Вип. 11. С. 140-148.
- 63.Adamopoulou E., Kapopoulos P., Marinopoulou E. Greek Tourism Industry Reloaded: Post-pandemic Rebound and Travel Megatrends. *Alpha Bank Economic Research*. 2022. 31 p.
- 64.Adžić S., Žižić M. Structural changes in the Montenegrin economy and the development of tourism. *Economic Challenges*. 2016. No 9. P. 8-24.
- 65.Agiomirgianakis G., Arvanitaki E., Menegaki A. The Tourism Sector in Greece: A Sociological Perspective and Review. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 2021. Vol 14. No 1. P. 67-95
- 66.Baumgartner Ch. Montenegro – Wild Beauty. Goodfellow Publishers, 2013. 12 p.
- 67.Bickert M., Göler D., Lehmeier H. Coastal tourism in Montenegro – Economic Dynamics, Spatial Developments and Future Perspectives. *Hrvatski geografski glasnik*. 2011. 15 p.
- 68.Cerović Smolović J., Janketić S., Jaćimović D., Bučar V., Stare M., Montenegro's road to sustainable tourism growth and innovation. Basel : MDPI, 2018. 20 p.

- 69.Dašić N., JovičićD. Selective forms of tourism in Montenegro. Kotor : University of Montenegro, 2011. 24 p.
- 70.Deliso Ch. Culture and Customs of Serbia and Montenegro. London : Greenwood, 2008. 196 p.
- 71.Durasević S. Tourism in Montenegro: A destination management perspective. Podgorica : Mediterranean University, 2015. 16 p.
- 72.Durasević S., Adžić S., Stranjančević A. Tourism development Montenegro – crucial challenge within the structural changes in economy. *Gsi journals serie a: advancements in tourism, recreation and sports sciences*.2018. No 2. P. 1-17.
- 73.Georgoula V., Terkenli T. Tourism and Cultural Sustainability: Views and Prospects from Cyclades, Greece. *Sustainability*. 2022. Vol 14. No. 307. 20 p.
- 74.Kati V. Nature-Biodiversity. In: Greece: State of the Environment Report Summary. *National Center for the Environment and Sustainable Development*. 2018. 128 p.
- 75.Maroudas L., Tsartas P. Alternative Tourism and Regional Development in Greece: Management and Policy Issue. *Journal of Management Sciences and Regional Development*. 2015. Issue 5. P. 57-83
- 76.Milošević S. Analysis of objective indicators of tourism development in Montenegro. *TIMS Acta*. 2017. Vol 11. P. 31-43.
- 77.Ratković R., Bulatović I. Impact of economic crisis on sustainable tourism (Case: Montenegro). *Tourism in Southern and Eastern Europe: 2nd International Scientific Conference Tourism in South East Europe*. 2013. P. 355-370.
- 78.Sotiriadis M., Varvaressos S. A strategic analysis of Greek tourism: competitive position, issues and lessons. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 2015. Vol. 4. No. 2. P.14
- 79.Stojanović J., Denda S., Petrović M. Tourism policy in Montenegro – current situation and future challenges. HOTELPLAN 2018 At: College of Hotel Management: 7th International Congress «Hospitality as a Quality Factor of Tourist

- Destination Offer and Competitiveness» – HOTELPLAN 2018 At: College of Hotel Management. Belgrade, 2018.
80. Szymańska W., Wiśniewska A. Changes on the tourism services market in Montenegro in 2007–2017. *Journal of Geography, Politics and Society*. 2019. Vol 9. No 3. P. 42–49.
 81. Tsartas P. Greek Tourism Development: Policies, characteristics, trends. *Tourism, Tourism Development, Contributions of Greek Scientists Athens*. 2017. P. 63-73
 82. Vlami A. Developments and Challenges in the Greek Hospitality Sector for Economic Tourism Growth: The Case of Boutique Hotels. *Strategies in Sustainable Tourism, Economic Growth and Clean Energy*. Chapter 11. P. 197-210
 83. Vlami A. Tourism Economic and Tourism Development in Greece, in the Period of the Economic Adjustment Programmes. *Journal of Business & Economic Policy*. 2020. Vol. 7. No. 1. P. 20-28
 84. Vodenska M. Hospitality and Tourism in Transition in Central and Eastern Europe: A Comparative Analysis. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2019. 514 p.
 85. Vučetić A. Tourism Policy and Development. Kotor : Tourism Organization Kotor, 2018. 115 p.
 86. Vučetić A. Tourism Policy in Montenegro 1945-2019. Independently published. 2020. p. 148
 87. Zacharatos G. Hellenic Chamber of Hotels: Landmarks in the Evolution of Greek Hotel Sector. *Hellenic Chamber of Hotels*. 2013. 103 p.
 88. Županović I., Vulević M. (2019). Strategic development of the Montenegrin tourist product in relative to current market trends. *ECONOMICS*. 2019. Vol 7. No 1. P. 61-68

ДОДАТКИ

Додаток 1

Фізична карта Чорногорії



Джерело: [5]

[illegible]

Джерело:[4]

Динаміка туристичних потоків Чорногорії та Греції, 2017-2021 рр.,млн.
осіб

Рік/ Країна	Загальна кількість туристів		Кількість внутрішніх туристів		Кількість іноземних туристів		Динаміка зміни кількості туристів	
	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція	Чорногорія	Греція
2017	2	36,03	0,12	5,9	1,8	30,04	10,3%	10,1%
2018	2,2	39,5	0,12	6,3	2,07	33,2	10,2%	9,4%
2019	2,6	36,7	0,13	5,7	2,5	31,6	20%	1,1%
2020	0,4	12,05	0,09	4,6	0,3	7,3	-83,2%	-69,5%
2021	1,6	20,2	0,11	5,5	1,5	14,7	276,2%	67%

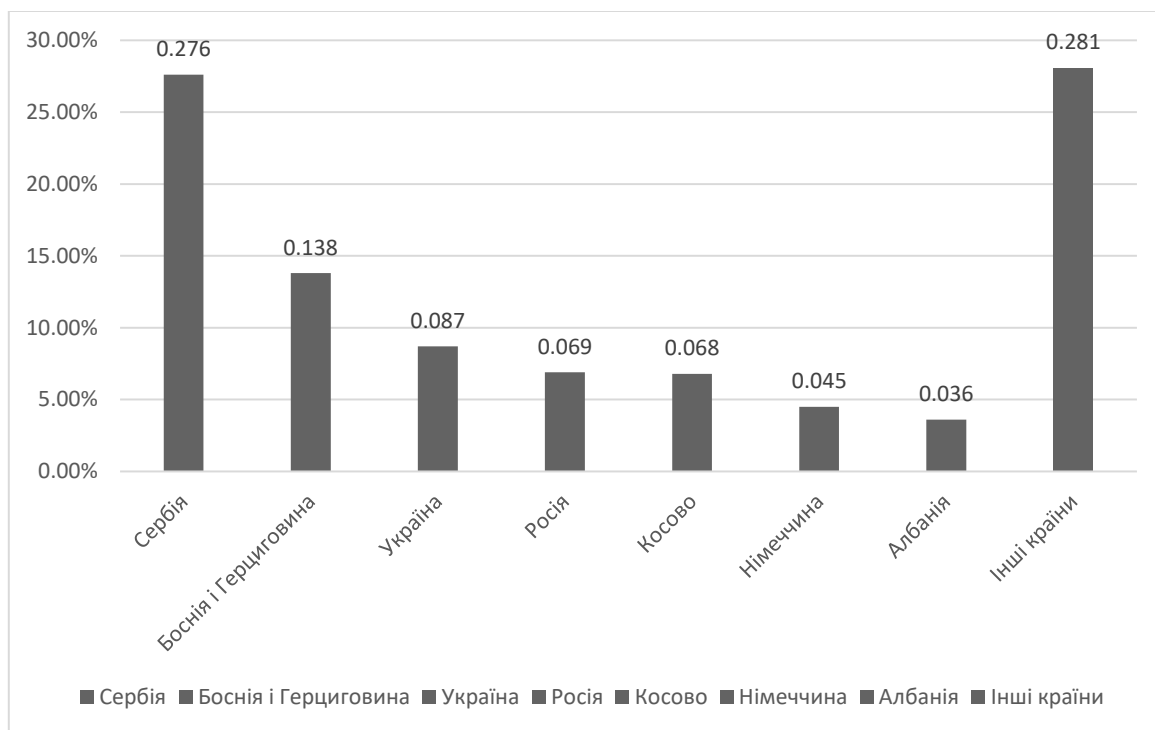
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

**Кількості прибуттів туристів з-за кордону за регіонами, звідки прибули
туристи до Чорногорії та Греції, 2021 р., млн. осіб**

Країна	Африка	% до підсумку	Америка	% до підсумку	Східна Азія та Океанія	% до підсумку	Європа	% до підсумку
2017								
Чорногорія	0,003	0,1%	0,03	1,8%	0,09	5,6%	1,7	98,2%
Греція	0,08	0,3%	1,2	4,6%	0,9	3,6%	24,8	91,4%
2018								
Чорногорія	0,003	0,1%	0,04	1,8%	0,13	6,2%	1,9	91,7%
Греція	0,1	0,3%	1,6	5,5%	1,1,	3,6%	27,2	90,3%
2019								
Чорногорія	0,004	0,1%	0,04	1,8%	0,1	6,8%	2,2	91,2%
Греція	0,12	0,4%	1,8	5,8%	1,1	3,8%	28,2	89,9%
2020								
Чорногорія	0,0007	0,3%	0,004	1,3%	0,008	2,3%	0,3	96,2%
Греція	0,015	0,2%	0,17	2,31%	0,19	2,6%	6,9	94,8%
2021								
Чорногорія	0,003	0,2%	0,02	1,8%	0,05	3,3%	1,4	94,6%
Греція	0,04	0,3%	0,7	5%	0,4	3,2%	13,4	91,5%

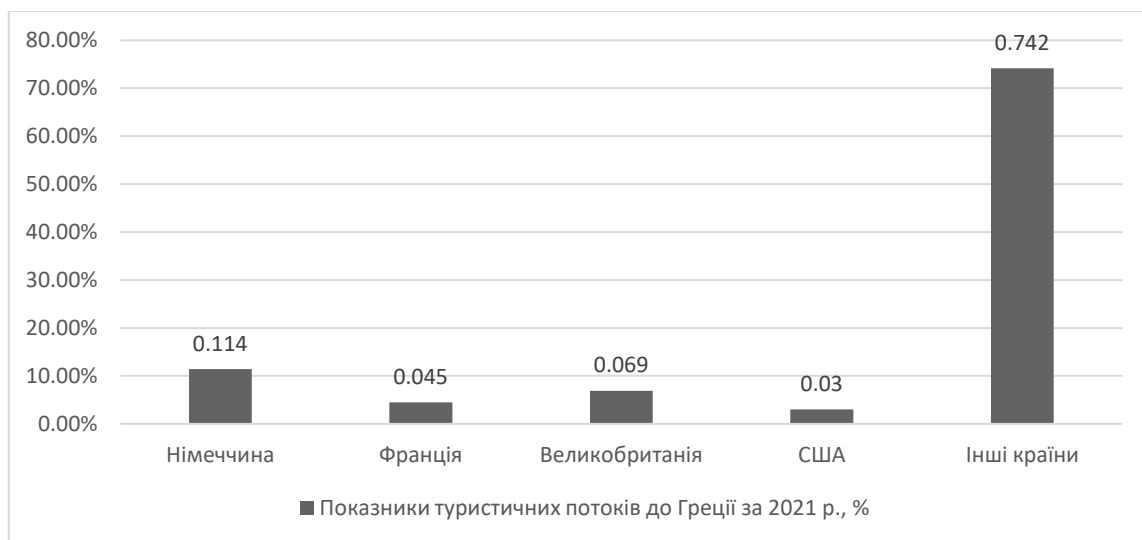
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Показники туристичних потоків до Чорногорії за 2021 р., %



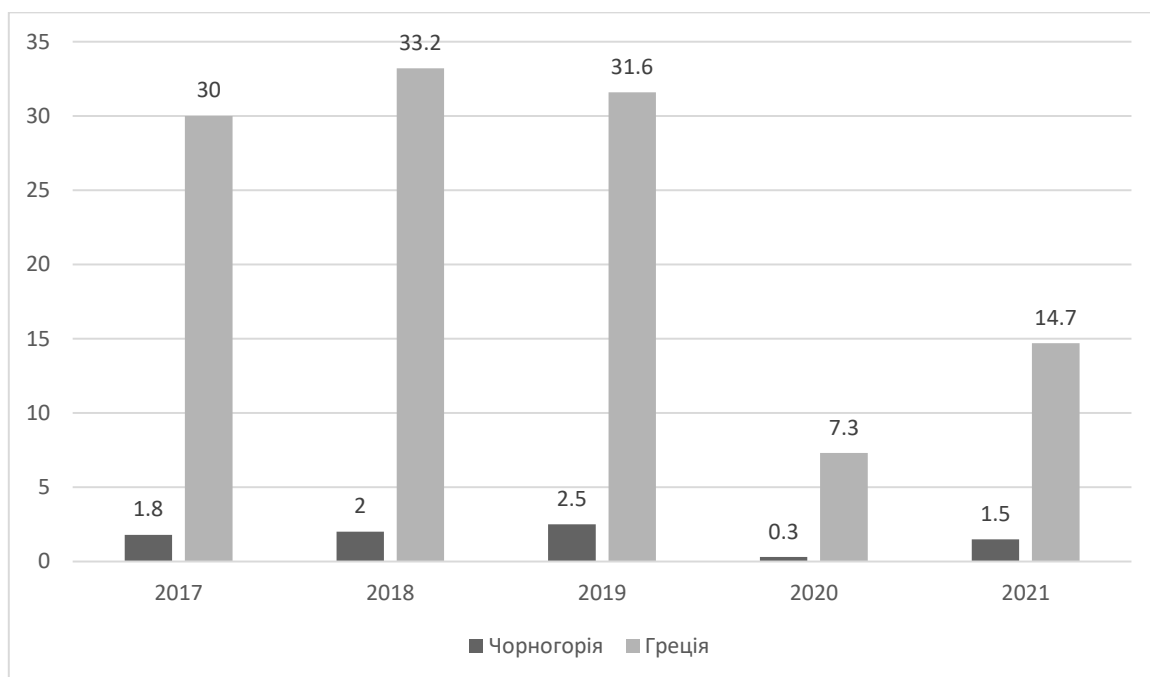
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Показники туристичних потоків до Греції за 2021 р., %



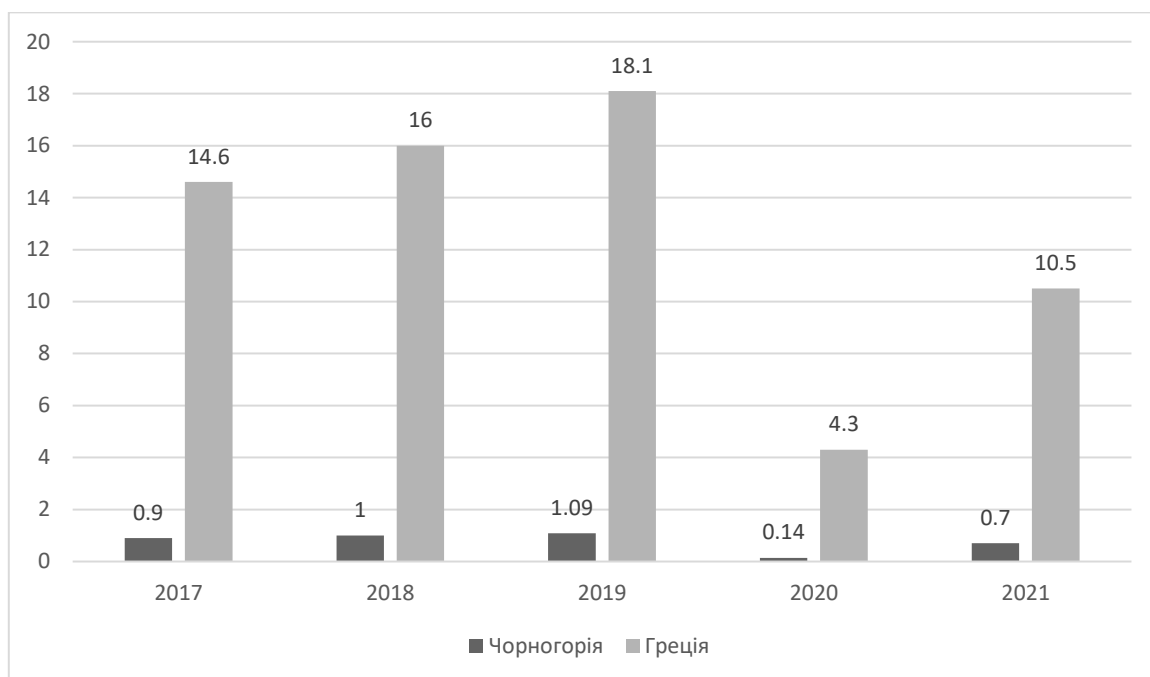
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Динаміка туристичних потоків до Чорногорії та Греції з-за кордону за
2017-2021 рр., млн. осіб



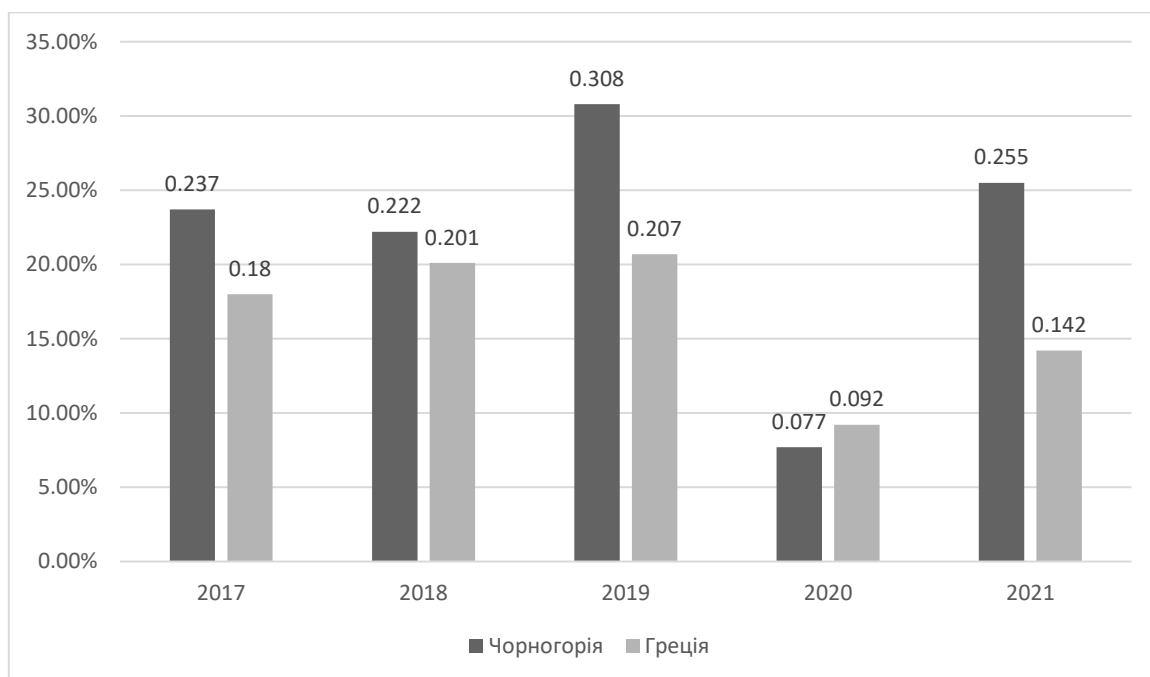
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Динаміка грошових надходжень від міжнародного туризму в Чорногорії
та Греції протягом 2017-2021 рр., млрд дол США



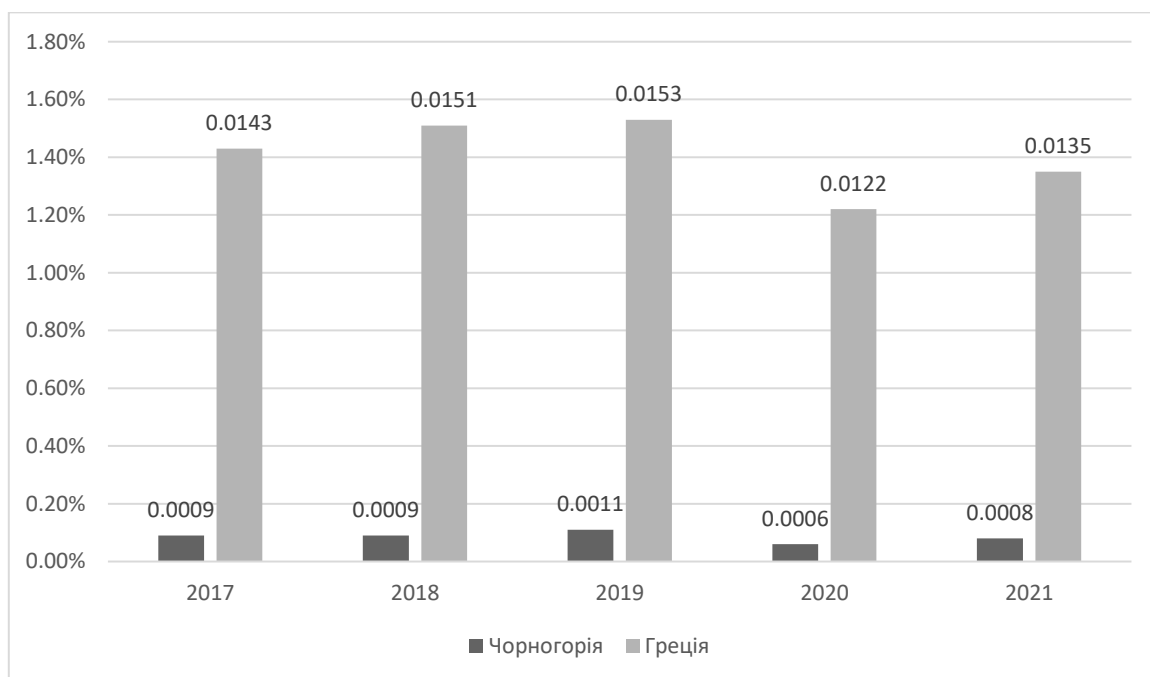
Джерело: розроблено автором на основі [13; 43; 44]

Динаміка частки доходів від туризму в структурі ВВП Чорногорії та
Греції протягом 2017-2021 рр., %



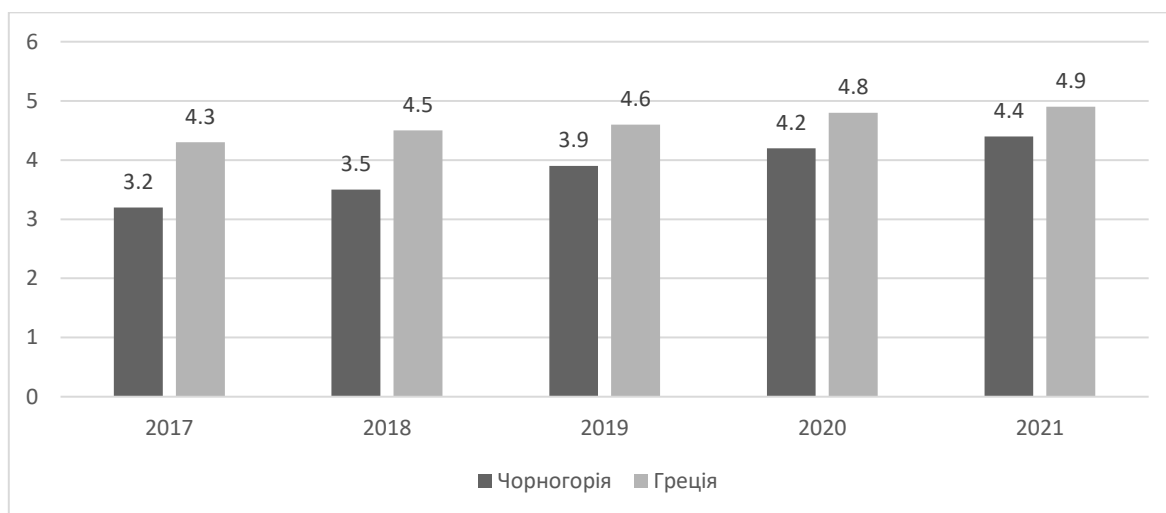
Джерело: розроблено автором на основі [13; 43; 44]

Динаміка частка кількості прибуттів туристів в Чорногорію та Грецію від світової кількості прибуттів туристів за рік протягом 2017-2021 рр., %



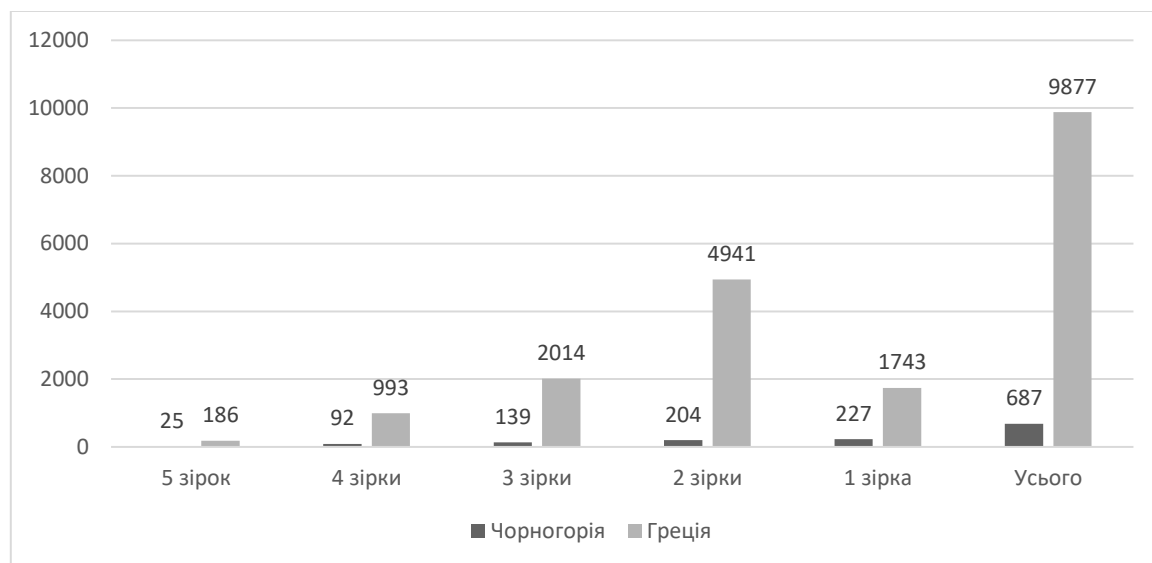
Джерело: розроблено автором на основі [43; 44]

Динаміка індексу якості автомобільних доріг Чорногорії та Греції
протягом 2017-2021 рр.



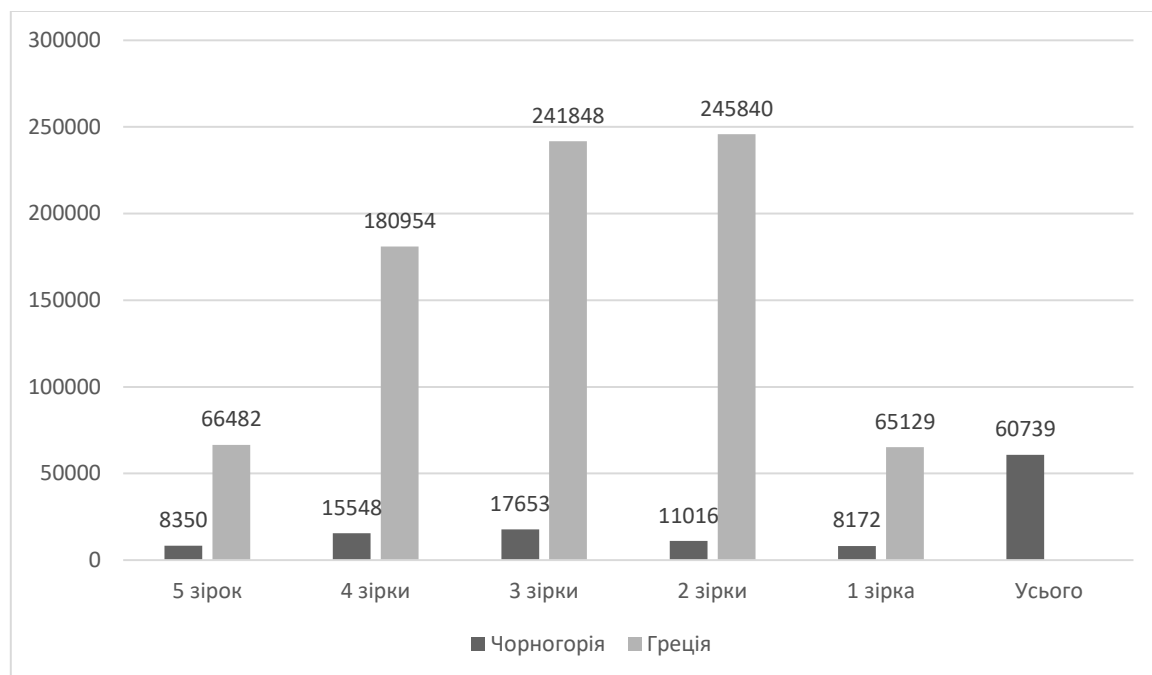
Джерело: розроблено автором на основі [30]

Кількість готелів за зірковістю в Чорногорії та Греції станом на 2021 р.



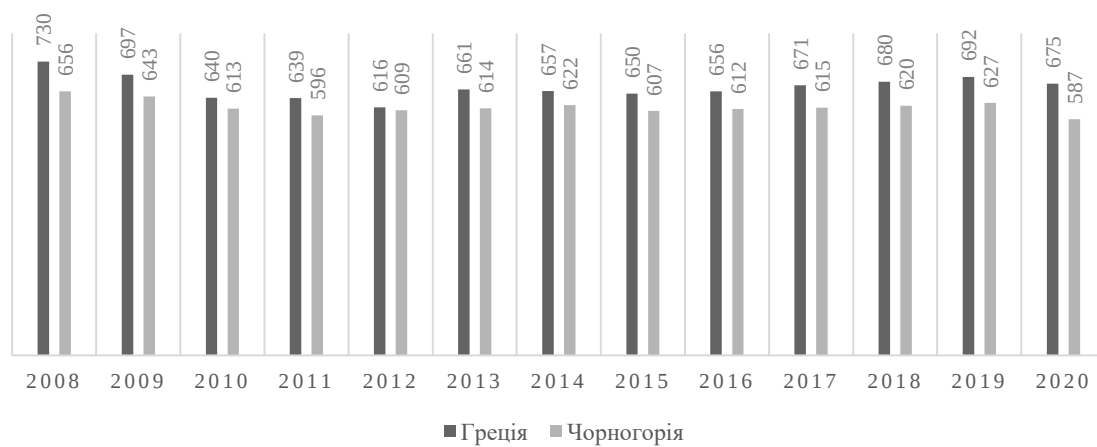
Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Місткість готелей за зірковістю в Чорногорії та Греції станом на 2021 р



Джерело: розроблено автором на основі [14; 20; 21; 22; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 40]

Середні витрати туристів за 1 тур до Греції та Чорногорії, євро



Джерело: розроблено автором на основі [83; 89]

Ставки основних податків Греції та Чорногорії в 2022 р., %

Країна	Податок на доходи		Соціальне страхування		ПДВ
	Корпоративний	Індивідуальний	Роботодавець	Працівник	
Греція	22%	9-44%	24,81%	15,75%	24%
Чорногорія	9%	9-15%	8,3%	24%	21%

Джерело: розроблено автором на основі [45]

Детальна карта доріг Чорногорії з містами та аеропортами



Джерело:[2]

Детальна карта доріг Греції з містами та аеропортами



Джерело:[1]