

ЕВОЛЮЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ВИКЛИКІВ: ДОСВІД ЧОРНОГОРІЇ

EVOLUTION OF TOURISM BUSINESS UNDER THE INFLUENCE OF CRISIS CHALLENGES: THE EXPERIENCE OF MONTENEGRO

УДК 911.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct83-56>**Борисюк О.А.¹**

к.геогр.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин, бізнесу
та туризму,
Державний університет
«Київський авіаційний інститут»

Сайчук В.С.²

к.геогр.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин, бізнесу
та туризму,
Державний університет
«Київський авіаційний інститут»

Гришай М.І.

здобувач освітнього ступеня магістр,
Державний університет
«Київський авіаційний інститут»

Borysiuk Oksana

State University "Kyiv Aviation Institute"

Saichuk Viktor

State University "Kyiv Aviation Institute"

Grishai Maxim

State University "Kyiv Aviation Institute"

Стаття присвячена визначенню особливостей функціонування туристичного бізнесу України в кризових умовах: пандемії (Covid-19) та в умовах військового стану (2022 р по теперішній час). Пандемія COVID-19 призвела до значного скорочення туристичних потоків, закриття кордонів і запровадження обмежень на подорожі. Багато туристичних компаній зіткнулися з фінансовими труднощами, що призвело до втрати робочих місць та зменшення інвестицій у сектор. Військовий стан, який триває в Україні, ще більше ускладнив ситуацію, адже безпека туристів стала головним пріоритетом. Однак, незважаючи на ці виклики, існує позитивний міжнародний досвід відновлення туристичного сектору після збройних конфліктів, який може слугувати прикладом для України. Країни, що пережили подібні кризи, продемонстрували, що з правильними стратегіями можливо не лише відновити, але й значно підвищити конкурентоспроможність туристичного бізнесу. Одним із таких прикладів є Чорногорія. Туристичний бізнес в країні є важливим джерелом фінансових надходжень до бюджету, збільшення робочих місць та економічного зростання регіонів.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес в умовах кризи, досвід Чорногорії, туристичні кластери, стратегія розвитку туризму.

The article is dedicated to determining the peculiarities of the functioning of the tourism business in Ukraine in the face of crisis: the COVID-19 pandemic and the state of war (from 2022 to the present). The COVID-19 pandemic has led to a significant reduction in tourist flows, border closures, and travel restrictions. Many tourism companies have faced financial difficulties, resulting in job losses and reduced investments in the sector. The ongoing state of war in Ukraine has further complicated the situation, as ensuring the safety of tourists has become a top priority. However, despite these challenges, there is positive international experience in restoring the tourism sector after armed conflicts, which can serve as an example for Ukraine. Countries that have gone through similar crises have demonstrated that with the right strategies, it is possible not only to recover, but also significantly improve the competitiveness of the tourism industry. In the European region, there are many examples of countries that actively restored and developed the tourism industry after prolonged armed conflicts. One such example is Montenegro, located on the Balkan Peninsula and washed by the Adriatic Sea with a Mediterranean climate. Tourism in this country is an important source of financial revenues to the budget, job creation, and economic growth in the regions. Montenegro obtained official candidate status for EU membership in 2010. This served as a catalyst for various reforms, including in the tourism sector. As one of the requirements for EU accession, Montenegro adopted the Law on Regional Development in 2011, which defines clusters as a new economic form of development and institutional prerequisites for this form of association. The cluster model for managing regional tourism development has numerous advantages. It allows for cost savings on joint marketing research and staff training, expands opportunities for advertising campaigns and markets, promotes exchange of ideas among professionals. This, in turn, creates a competitive environment and improves the quality of tourist services. Montenegro is developing its tourism industry thanks to a new visa-free policy for 91 countries, including Schengen agreement countries, New Zealand, and the UAE.

Keywords: tourism, tourism business in crisis, experience of Montenegro, tourism clusters, tourism development strategy.

Постановка проблеми. Туризм є одним із пріоритетних напрямків економічного та соціокультурного розвитку багатьох країн та важливою складовою соціально-економічного розвитку кожної з них. Не виключенням є і Україна. Але розвиток і стійке зростання українського туристичного бізнесу ускладнюється цілим спектром проблем: політичні катаклізми та анексія частини території України (2013 – по сьогодні); поширення вірусних захворювань та вживання заходів проти-пандемічного впливу (2003, 2015, 2019 – по сьогодні), військовий стан (2022 – по сьогодні).

Під час COVID-19 внутрішній туризм України стає основою для відновлення туристичного бізнесу протягом 2020–2021 рр. У 2021 році показник

сплаченого розміру туристичного збору збільшився на 24% у порівнянні із 2019 роком. [4].

Але воєнний стан в країні, відсутність офіційних документів та механізмів, які стосуються гарантій безпеки потенційних туристів та компенсацій у разі надзвичайної ситуації, закриття повітряного простору України завдало суттєвого удару по туристичному бізнесу. Через повномасштабне вторгнення росії в Україну сума туристичного збору за 2022 р. становила 178,9 млн грн, що на 24% менше, ніж у 2021 р.

У 2022 р. падіння зафіксовано в 14 регіонах України. Переважно це області, які перебували або знаходяться в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Так, у Херсонській області сума туристичного

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0387-0493>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9489-0822>

збору скоротилася на 95%, у Миколаївській області – на 90%, у Донецькій області – на 83%, у Луганській області – на 80%. Спад стався в Одеській (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях та місті Київ (54%). У Дніпропетровській та Рівненській областях зафіксовано спад на 15% [2].

За місяць війни український туристичний бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. Обсяг завданої шкоди та довгострокові наслідки оцінити важко, адже бойові дії на території нашої країни ще тривають.

Чимало готельно-ресторанних та туристичних підприємств опинилися в районах активних бойових дій і змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони або припинити роботу. Однак навіть ті бізнеси, які відносно далеко від обстрілів, потерпають через проблеми з логістикою та нестачу ресурсів.

Таким чином, туристичний бізнес в Україні зазнав двох серйозних ударів за останні роки. Спочатку почалася пандемія коронавірусу з супутніми карантинними обмеженнями, а коли галузь стала приходити до тями почалася повномасштабна війна, і попит на відпочинок різко знизився.

Військовий стан і розвиток туристичного бізнесу – це речі з першого погляду зовсім не сумісні. Військовий стан спустошує всі сфери розвитку нашої держави. Але у світі існують приклади успішного відновлення туристичного бізнесу після закінчення збройних конфліктів. Варто врахувати Україною досвід Балканських країн, зокрема Чорногорії.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити досвід Чорногорії у сфері туризму та визначити можливості його застосування в Україні після завершення військових дій.

Для досягнення цієї мети визначено такі завдання: аналіз динаміки туристичних потоків та доходів від туризму у Чорногорії; виявлення ключових факторів, що впливають на розвиток галузі; дослідження основних напрямів туристичної політики країни.

Аналіз досліджень із цієї проблематики. Питання розвитку туристичної сфери Чорногорії переважно розглядається в іноземних наукових джерелах. Значний внесок у вивчення цієї теми зробили такі дослідники, як С. Джурасевич [10], Д. Методійський, З. Темельков, Я. Радулович та інші. У своїх працях вони аналізують туристичну політику Балканських країн і національні стратегії розвитку туризму в цьому регіоні. Водночас у вітчизняній науковій літературі недостатньо висвітлено аспекти розвитку туристичної сфери Чорногорії після її вступу до ЄС, а також питання управління регіональним розвитком туризму. Ця прогалина у дослідженнях зумовлює актуальність подальшого вивчення тематики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, у ході громадянської війни та розпаду,

від Великої Югославії наприкінці XX століття відокремилися чотири з шести союзних республік (Словенія, Хорватія, Боснія та Герцеговина, Північна Македонія). Тоді ж на територію спочатку Боснії та Герцеговини, а згодом автономного краю Косово були введені миротворчі сили ООН під керівництвом США. Для врегулювання, згідно з рішенням ООН, міжетнічного конфлікту між сербським та албанським населенням. Край Косово був переведений під протекторат ООН. Тим часом Югославія, в якій на початку XXI століття залишалося дві республіки, перетворилася на Сербію та Чорногорію: з 1992 по 2003 роки – Союзна Республіка Югославія (СРЮ), з 2003 по 2006 роки – конфедеративний Державний Союз Сербії і Чорного. Югославія остаточно припинила існування з виходом із союзу Чорногорії 3 червня 2006 р. [5].

Військові конфлікти 1990-х завдали значних збитків (людських і матеріальних) шістьом країнам Західних Балкан – Боснії і Герцеговині, Косовому, Чорногорії, Македонії, Хорватії й Сербії. Під час воєн у регіоні використовувалася сучасна зброя. Рівень руйнувань був шаленим, подекуди цілком співставним із тим, що після 24 лютого 2022-го «руський мір» «подарував» Україні.

Чорногорія – країна на узбережжі Адріатичного моря, завбільшки із Тернопільську область та населенням у 616 тисяч чоловік (2023 р). Вона є привабливою на світовому туристичному ринку, адже кожен із її регіонів багатий своїми туристичними ресурсами. Країна крім виходу до моря, прибережними сонячними пляжами, наділена горами, криштально чистою річковою водою, чудовими недоторканими лісами.

Багата історія країни залишила після себе численні пам'ятки культур і цивілізацій, які існували на території сучасної Чорногорії. У державі нараховується близько 50 великих архітектурних комплексів, 50 археологічних розкопок, велика кількість сакральних об'єктів, а також меморіальні пам'ятники визвольних війн і битв. [Почесне консульство Чорногорії в Україні. Туризм [8].

Пляжний відпочинок, лижні курорти, рафтинг приваблюють сьогодні в Чорногорію чимало туристів.

Для розбудови своєї економіки Чорногорія у 2008 році звернулася з офіційним проханням про вступ до Європейського Союзу. Були розроблені спеціальні програми підтримки та надана допомога на суму у 30 мільярдів євро (для всіх країн Західних Балкан). Фінансова підтримка була надана за допомогою IPA та інших суміжних інструментів і програм, доступних безпосередньо Чорногорії з 2007 року.

План економічного зростання для Чорногорії складається з чотирьох головних складових:

- відкриття єдиного ринку ЄС для Західних Балкан;
- відкриття кордонів для економічної співпраці в самому регіоні, для розширення спільного ринку;

- реформи правового поля;
- притік зовнішніх інвестицій для підтримки економічного розвитку та реформ.

Чорногорія приваблює інвесторів і підприємців завдяки захоплюючим краєвидам, сприятливому для бізнесу середовищем (податкові пільги, легкість створення компаній) та стратегічному розташуванню на узбережжі Адріатичного моря.

Туризм Чорногорії є одним із найважливіших секторів, який останніми роками постійно зростає (рис. 1), і урядова інвестиційна програма спрямована на подальший розвиток і розширення сектора. Це значне зростання туризму зміцнило економіку країни, зробивши її одним із секторів, що розвиваються найшвидше. За перші півроку 2023 року

країна отримала 453 млн євро доходу від туризму, що є рекордним результатом: на 90% більше, ніж у 2022 році, та на 78% – ніж у 2019 році (рис. 2). Чорногорія отримала історично максимальний дохід від туризму в першу чергу завдяки інфляції та біженцям з України та втікачам з РФ [9].

Протягом 2002-2022 років в'їзний туристичний потік до Чорногорії постійно зростав, хоча і різними темпами. 2020 рік приніс очікуване різке падіння. Світова пандемія на COVID-19 негативно вплинула на туристичний бізнес Чорногорії.

Для розвитку туристичного бізнесу в країні були застосовані наступні заходи: звільнення від сплати окремих податків, застосування додаткових стимулів для капіталовкладень в індустрію туризму,

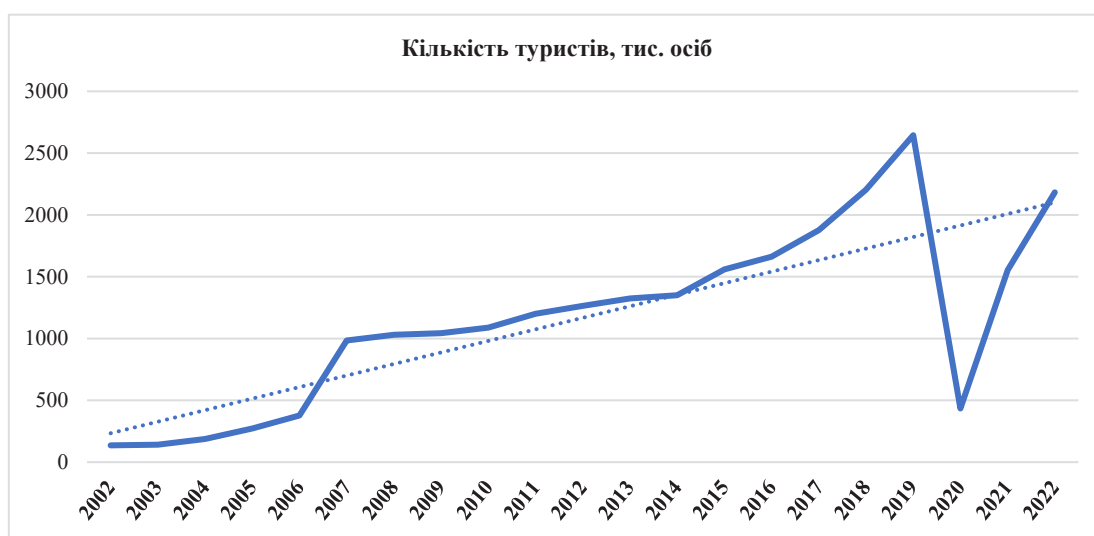


Рис. 1. Динаміка відвідувань Чорногорії туристами, 2002–2022 рр.

Джерело: [12]

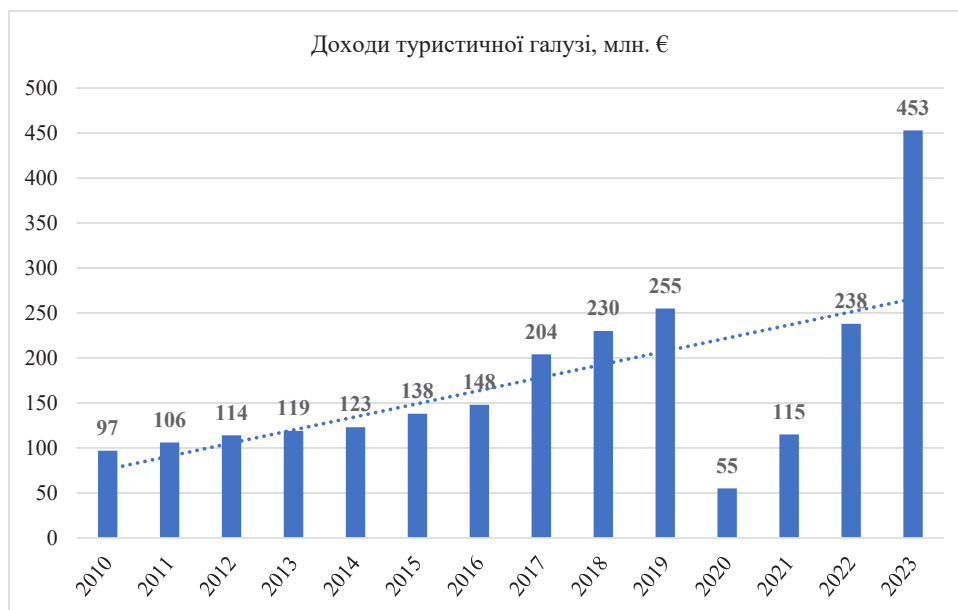


Рис. 2. Доходи від туризму в Чорногорії за перші місяці, млн. €

Джерело: [12]

формування зон спеціального державного захисту. Уряд країни проводив активні заходи щодо популяризації та просування країни на європейському та світовому ринку туристичних послуг.

І сьогодні, Чорногорія – це не просто красива країна з приголомшливими пейзажами і теплим кліматом. В останні роки вона залишається цікавою для міжнародних інвесторів, привертаючи увагу своїм економічним потенціалом і сприятливими умовами для ведення бізнесу: економічна стабільність і підтримка з боку ЄС; привабливі закони для іноземних інвесторів; стрімке зростання туристичного сектору та його вплив на ринок оренди; низькі податки і відсутність податку на нерухомість у деяких районах [11].

Як одну з вимог щодо вступу до Європейського Союзу, Чорногорія прийняла Закон про регіональний розвиток (2011 р), що визначає кластери як нову економічну форму розвитку, а також інституційні передумови для цієї форми об'єднання [10]. Кластерна модель управління в регіональному розвитку туризму має численні переваги. Вона дозволяє скорочувати витрати на спільні маркетингові дослідження та підготовку персоналу, розширює можливості проведення рекламних кампаній і ринків збуту, а також сприяє обміну ідеями між фахівцями. Це, в свою чергу, формує конкурентне середовище та підвищує якість туристичних послуг.

Чорногорія – приклад успішного відновлення туристичного бізнесу після війни. Саме такий вектор може взяти і Україна, після припинення повномасштабної війни.

Як зазначають багато українських науковців, важливі напрямки відновлення сфери туризму в Україні після війни включають:

- розробку та реалізацію програм підтримки суб'єктів туристичної діяльності, як державних, так і міжнародних;
- забезпечення тісної співпраці між країнами з метою взаємопідтримки туристичної діяльності;
- підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та повоєнних символічних місць;
- пошук нових методів та способів реалізації туристичних послуг [7].

Висновки. Туризм дуже вразливий до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. В історії туристичної індустрії є чимало прикладів, коли кризові ситуації ставали точкою відліку для подальшого розвитку країн. Пандемія 2019 р. та введення військового стану в лютому 2022 р. відобразилося на показниках туристичного бізнесу України.

Однак є надія, що після перемоги нашої країни туристичний бізнес почне відроджуватися. Європейський досвід відбудови туристичного сек-

тору після збройних конфліктів, свідчить про значні можливості для нашої країни в майбутньому. Вона отримала статус кандидата, щойно стала окремою від Сербії країною, стала членом НАТО у 2017 році, а в 2012 році розпочала офіційні переговори про вступ до ЄС. Це стало поштовхом для проведення різноманітних реформ, в тому числі і в туристичному секторі. Нині економіка Чорногорії в абсолютних показниках складає близько половини від рівня економічного розвитку в середньому по ЄС.

Економічна стабільність і підтримка з боку ЄС, привабливі закони для іноземних інвесторів все це дозволило розбудувати потужний туристичний бізнес. Доцільно скористатись досвідом цієї країни Україною та притримуватись чіткого задуму задля досягнення найвищих результатів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналітичний портал «Слово та діло». URL: <https://www.slovoidilo.ua/> (дата звернення: 09.01.2025)
2. Війна обвалила туризм в Україні: оприлюднено невітні цифри. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/viyna-obrushila-turizm-v-ukrajiniopriyudneni-nevtishni-cifri-12192558.html>. (дата звернення: 09.01.2025)
3. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? *liga.net*, 2022. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
4. Електронне видання Zruchno Travel. URL: <https://zruchno.travel/News/New/6188?lang=ua>. (дата звернення: 09.01.2025)
5. Іваницька О.П. Балканська субрегіональна підсистема міжнародних відносин: історико-політичний вимір. *Донецьк: ДонНУ імені Василя Стуса*. 2022. 156 с
6. Коваленко О. Війна обвалила туризм в Україні: оприлюднено невітні цифри. 2023. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/viyna-obrushila-turizm-v-ukrajiniopriyudneni-nevtishni-cifri-12192558.html>. (дата звернення: 09.01.2025)
7. Моца А., Шевчук С., Середа Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560> (дата звернення: 09.01.2025)
8. Почесне консульство Чорногорії в Україні. Туризм. URL: <http://montenegroconsulate.kiev.ua/turyzm/>. (дата звернення: 10.01.2025)
9. Українці сприяли історичному максимуму доходів Чорногорії від туризму. 2023. URL: <https://nikvesti.com/news/public/274731> (дата звернення: 10.01.2025)
10. Đurašević Silvana (2015) Tourism in Montenegro : A destination management perspective. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. 2015. Vol. 63. No. 1. URL: <https://hrcak.srce.hr/137485>. (дата звернення: 10.01.2025)
11. Montenegro Tourism Development Strategy to 2020 / Montenegro Ministry of Tourism and Environment. URL: <http://www.mrt.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=89273&rType=2&file=01+Montenegro+Tourism+Development+Strategy+To+2020.pdf>.

12. Statistical Yearbook of Montenegro. 2023 URL: <https://monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202023/14.pdf>. (дата звернення: 09.01.2025)

REFERENCES:

1. Analitchnyi portal "Slovo ta dilo" [Analytical portal "Word and Deed"]. Available at: <https://slovoidilo.ua/> (accessed January 09. 2025)
2. Ivanytska O.P. 2022. Balkanska subrehionalna pidsystema mizhnarodnykh vidnosyn: istoryko-politychnyi vymir [Balkan subregional subsystem of international relations: historical and political dimension]. Donetsk: DonNU imeni Vasylia Stusa, 156 p (in Ukrainian)
3. Viina obvalyla turyzm v Ukraini: opryliudneno nevtishni tsyfry [The war has devastated tourism in Ukraine: disappointing figures have been released]. Available at: <https://www.unian.ua/economics/other/viyna-obrushila-turizm-v-ukrajinioprilyudneni-nevtishni-cifri-12192558.html> (accessed January 09. 2025)
4. Dvorska I. (2022) Turystychna haluz pislya viyny: chy mozhlyva reanimatsiya ta antykryzove upravlinnya? [Tourism industry after the war: is resuscitation and anti-crisis management possible?]. Available at: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>. (accessed January 09. 2025)
5. Elektronne vydannia Zruchno Travel [Elektronne vydannia Zruchno Travel]. Available at: <https://zruchno.travel/News/New/6188?lang=ua>. (accessed January 09. 2025)
6. Kovalenko O. (2023) Viina obvalyla turyzm v Ukraini: opryliudneno nevtishni tsyfry [The war has devastated tourism in Ukraine: disappointing figures have been released]. Available at: <https://www.unian.ua/economics/other/viyna-obrushila-turizm-v-ukrajinioprilyudneni-nevtishni-cifri-12192558.html>. (accessed January 09. 2025)
7. Motsa A., Shevchuk S., Sereda N. (2022). Perspektyvy pisliavoiennoho vidnovlennia sfery turizmu v Ukraini [Prospects of the post-war restoration of tourism in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*. vol. 41. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560> (accessed January 09. 2025)
8. Pochesne konsulstvo Chornohorii v Ukraini. Turyzm [Honorary Consulate of Montenegro in Ukraine. Tourism]. Available at: <http://montenegroconsulate.kiev.ua/turyzm/>. (accessed January 10. 2025)
9. Ukraintsi spryiali istorychnomu maksimumu dokhodiv Chornohorii vid turizmu. [Ukrainians contributed to the historic maximum of Montenegro's income from tourism]. Available at: <https://nikvesti.com/news/public/274731>. (accessed January 10. 2025)
10. Đurašević Silvana (2015) Tourism in Montenegro : A destination management perspective [Turyzm u Chornohorii: perspektyva upravlinnia napriamkom]. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, vol. 63, no. 1. URL: <https://hrcak.srce.hr/137485>. (дата звернення: 10.01.2025)
11. Montenegro Tourism Development Strategy to 2020 [Stratehiia rozvytku turizmu Chornohorii do 2020 roku]. Montenegro Ministry of Tourism and Environment. Available at: <http://www.mrt.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=89273&rType=2&file=01+Montenegro+Tourism+Development+Strategy+To+2020.pdf>. (accessed January 10. 2025)
12. Statistical Yearbook of Montenegro 2023 [Statystychnyi shchorichnyk Chornohorii 2023]. Available at: <https://monstat.org/uploads/files/publikacije/godisnjak%202023/14.pdf>. (accessed January 09. 2025)