

УДК 338.46:640.41
JEL: Z31; Z32
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-146-150>

АНТИКРИЗОВА РЕАНІМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

©2022 МИХАЙЛІЧЕНКО Г. І., ДВОРСЬКА І. В.

УДК 338.46:640.41
JEL: Z31; Z32

Михайліченко Г. І., Дворська І. В. Антикризова реанімація туристичної галузі України в післявоєнний період

У статті проаналізовано й узагальнено закордонний досвід різних країн світу щодо реанімації туристичної галузі в післявоєнний період. Розглянуто фактори впливу на показники розвитку туризму, становлення туристичних потоків та реакцію регіональної та державної політики щодо залучення туристів до країни відвідування. Проаналізовано показники статистики міжнародного туризму та виявлено фактори впливу на їх динаміку. На основі історичної ретроспективи висвітлено становлення туризму в післявоєнній Європі; розглянуто сутність і множина антикризових заходів з відновлення туристичних обмінів. Досвід країн, в яких відбувалися чи продовжують відбуватися військові дії, ризик терористичних актів має бути перенесений на український ринок. Такі країни, як Грузія, Ізраїль, що мають як зовнішні, так і внутрішні фактори негативного впливу на стан туризму, намагаються подолати чи нівелювати цей негативний вплив за рахунок: зовнішнього орендування дестинацій і формування туристичного продукту рекреаційного, медичного, екстремального туризму. На жаль, військові дії спричиняють пошкодження туристичної інфраструктури та природного багатства нашої країни, що ускладнює процеси відновлення після війни. За результатами досліджень авторами запропоновано методи антикризового управління для реанімації туристичної сфери України, у т. ч. за рахунок післявоєнної трансформації та розширення варіативності туристичного ландшафту України. Дослідження антикризового управління туристичною галуззю з метою забезпечення економічного розвитку України є досить актуальним і потребує подальшого вивчення та наукового аналізу, що буде метою подальших наукових досліджень.

Ключові слова: туристична сфера України, антикризова реанімація туристичної сфери, видозміна туристичних послуг у післявоєнний період.

Бібл.: 8.

Михайліченко Ганна Іванівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри туризму та рекреації, Державний торговельно-економічний університет / Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: h.mykhailichenko@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7066-6527>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/977420>

Дворська Ірина Володимирівна – аспірантка кафедри туризму та рекреації, Державний торговельно-економічний університет / Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: dvorska@travelhub.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7423-2803>

UDC 338.46:640.41
JEL: Z31; Z32

Mykhailichenko H. I., Dvorska I. V. The Anti-Crisis Reanimation of the Tourism Industry of Ukraine in the Post-War Period

The article analyzes and generalizes the foreign experience of different world countries regarding the reanimation of the tourism industry in the post-war period. The factors influencing the indicators of tourism development, the formation of tourist flows and the reaction of regional and government policy as to attracting tourists to the country of visit are considered. The indicators of statistics of international tourism are analyzed and the factors influencing their dynamics are identified. On the basis of historical retrospective, the formation of tourism in post-war Europe is highlighted; the essence and number of anti-crisis measures to restore tourist exchanges are considered. The experience of countries in which hostilities have taken place or continue to take place, the risk of terrorist attacks should be transferred to the Ukrainian market. Countries such as Georgia, Israel, which have both external and internal factors of negative impact on the state of tourism, are trying to overcome or level this negative impact at the expense of: external rental of destinations and the formation of a tourist product of recreational, medical, extreme tourism. Unfortunately, hostilities cause damage to the tourist infrastructure and natural wealth of our country, which complicates the recovery processes after the war. Based on the results of the research, the authors proposed methods of crisis management for reanimation of the tourism sector of Ukraine, including due to the post-war transformation and expansion of the variability of the tourism landscape of Ukraine. The study of anti-crisis management of the tourism industry in order to ensure the economic development of Ukraine is quite relevant and requires further study and scientific analysis, which will be the goal of further scientific researches.

Keywords: tourism sphere of Ukraine, anti-crisis reanimation of the tourism sector, modification of tourist services in the post-war period.

Bibl.: 8.

Mykhailichenko Hanna I. – D. Sc. (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Tourism and Recreation, State University of Trade and Economics / Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: h.mykhailichenko@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7066-6527>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/977420>

Dvorska Iryna V. – Postgraduate Student, Department of Tourism and Recreation, State University of Trade and Economics / Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

E-mail: dvorska@travelhub.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7423-2803>

Дискусійною темою післявоєнного відновлення є реанімація туристичної сфери України. Міжнародний туризм став однією з найбільш постраждалих галузей економіки з 2010 р. і донині, особливо під час пандемії коронавірусної інфекції, штучного зменшення овербукінгу популярних туристичних дестинацій, військових дій і руйнування інфраструктури України. Російське повномасштабне військове вторгнення в Україну спричинило колапс туристичної діяльності, припинення або згорання туристичної активності більшості дестинацій; підірвало довіру споживачів та збільшило невизначеність відносно інвестицій у туристичний бізнес, особливо в розвиток дестинацій Східної Європи.

Усі ці фактори зумовили величезну кризу світового туристичного ринку, особливо для тих держав, які були залежали від туристів з РФ та України. Втім, у міжнародній практиці є багато прикладів, коли після масштабних воєнних конфліктів країни відновлювалися та збільшували туристичну активність, і, як результат, кількість туристів у післявоєнний період збільшувалася.

Досвід післявоєнної «реабілітації» туристичної галузі мають ряд європейських держав, тому, проаналізувавши події сьогодення та можливі наслідки, спробуємо визначити найбільш актуальні для України антикризові методи відновлення туристичної галузі в післявоєнний період.

Дослідженню питання антикризового управління туристичними підприємствами присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: І. А. Маркіна, А. М. Виноградська, Ю. А. Палеха, Т. І. Ткаченко, П. Т. Саблук, Г. Б. Юн, Е. М. Коротков, В. Г. Кошкін, Л. О. Лігоненко, Дж. Кестер, А. Н. Ганєв, Л. П. Дядечко та інші. У працях зазначених авторів було розглянуто особливості розвитку туризму в розвинених країнах світу, визначено проблеми розвитку туристичної індустрії України та запропоновано можливі заходи щодо подолання економічних кризових явищ. Проте дане питання потребує подальшого дослідження й обговорення з огляду на те, що частина території України знаходиться під окупацією, а вся інша територія страждає від терористичних загроз, що унеможливає будь-який цивілізований підхід до ведення бізнесу, порушує безпеку пересування й перебування в країні.

Сьогодні наша країна страждає від військових дій та їх наслідків, коли основна турбота стосується виживання суспільства та збереження нації, а не розваг і рекреації. З моменту незалежності та обраного демократичного шляху розвитку Україна, як її економіка в цілому, так і окремі галузі, не зазнавали такого рівня негативних наслідків. Більшість постраждалих від російського вторгнення регіонів зазнали невинних втрат людського потенціалу, інфраструктури міст і відпочинку, анексовані оздоровниці АР Крим, що склали майже третину всієї інфраструктури

курортного відпочинку нашої держави. Усе це потребуватиме відновлення та реінкарнації, яке триватиме десятиліттями. Такий прогноз передбачає розуміння шляхів виходу з післявоєнного стану країни, її основних секторів економіки, відновлення та налагодження інфраструктури регіонів, особливо тих, які перебували під окупацією та найбільше постраждали від російського вторгнення.

Головною *метою* цієї роботи є аналіз іноземного досвіду антикризового управління туристичною галуззю країн у післявоєнний період. А також розроблення пропозицій щодо відродження бізнесу на звільнених від окупантів та відновлених дестинаціях, зміни туристичного ландшафту та запровадження найбільш вдалих практик для туристичної галузі України з метою її швидкого відновлення.

Під час пандемії індустрія міжнародного туризму стала однією з найбільш постраждалих галузей світової економіки. Втім, у січні 2022 р. почали спостерігатися тенденції щодо відновлення туристичних потоків. ЮНВТО разом із ВООЗ розробили та запровадили ряд заходів щодо запобігання швидкому поширенню ковіду та подолання його наслідків, у тому числі за рахунок вакцинації та запровадження так званих паспортів здоров'я. У всіх регіонах світу спостерігалось значне зростання турпотоків порівняно з низьким рівнем початку 2021 р., а саме: Європа (+199%); Північна та Південна Америка (+97%), як і раніше, демонстрували найвищі показники відновлення під час постковідного періоду. Проте російське вторгнення в Україну посилює глобальну світову економічну невизначеність, підірвало довіру споживачів і збільшило невизначеність відносно інвестицій у туристичний бізнес.

Усі ці фактори знову відправили туристичний бізнес фактично в нокдаун. В ООН уже спрогнозували: якщо війна в Україні затягнеться на рік і більше, глобальна індустрія туризму може втратити щонайменше 14 млрд дол. США [1].

За даними Euromonitor International, у 2022 р., окрім, безперечно, туристичної галузі України, з негативними наслідками можуть зіткнутися деякі близькосхідні країни. Йдеться про три найпопулярніші напрямки для туристів із України та РФ – Єгипет, Туреччина і ОАЕ [2]. Згідно зі звітом міжнародної аудиторської компанії Colliers International, у 2019 р. турпотік з України в Єгипет виріс за рік на 49%, що вивело наших туристів на друге місце після Німеччини як потенційний ринок споживання. У 2021 р. РФ скасувала шестирічну заборону на чартерні рейси до Єгипту, і в цьому ж році на курорти встигли прилетіти 700 тис. відвідувачів з РФ [3]. Однак зараз ці потоки практично мінімізовані. У Туреччині готелі та туристичні фірми очікують втрати в обсязі 60–65% туристичного потоку з країн Східної Європи. У Міністерстві туризму Туреччини заявляють, що у 2021 р. до

Туреччини прибуло понад 2 мільйони українських туристів. В ОАЕ ситуація трохи відрізняється. Там прогнозують часткову компенсацію збитків від зниження туристичного потоку прибутками від бізнесу із продажу нерухомості. Адже певна кількість українців і росіян, «рятуючи» свої заощадження, вкладають гроші в нерухомість цих популярних туристичних дестинацій.

За такої ситуації можна зробити певні висновки:

- ✦ значне перенасичення нестабільного туристичного ринку країн Західної Європи біженцями через вимушену еміграцію українців;
- ✦ повне припинення авіасполучення з Україною/в Україну;
- ✦ падіння платоспроможності більшості працездатного населення у зв'язку з втратою роботи чи закриттям підприємств;
- ✦ повний колапс туристичного бізнесу та реформатування підприємств туризму на приєм біженців і внутрішньо-переміщених осіб з окупованих територій країни;
- ✦ відсутність підтримки державою, яка всі кошти спрямовує на потреби армії та організацію спротиву від навали російських окупантів-терористів.

Країни з більш стабільним туристичним кліматом також відчують суттєві трансформації. Згідно з даними німецької консалтингової компанії Fried & Partner, в Німеччині нині 35,8% турагентів оцінюють поточну ситуацію з продажем туристичних послуг як тимчасово стабільну [5]. Однак і вони відмічають вплив політичної й економічної нестабільності на туристичний ринок уже найближчим часом. Також прогнозується, що літній відпочинок 2022 р. буде дорожчим. Lufthansa вже оголосила про підвищення цін на квитки. TUI повідомив, що ціни для європейських туристів зростають на грецьких островах Крит, Родос, Корфу та Кос. Підвищилися ціни на відпочинок на місцевих курортах Греції, Німеччини, Франції та інших країн Європи. Наприклад, у Польщі європейці масово скасовують бронювання польських готелів та турів у агенціях [6]. При цьому Державне агентство з туризму Польщі намагається довести, що країна є безпечною для туристів. Але тури скасовуються туристами зі США, Великої Британії, Франції та Іспанії навіть на вересень – жовтень через побоювання можливих військових дій у Польщі або на її кордонах. Неможливість гарантувати безпеку перебування в країні унеможлиблює подорожі до цієї країни.

Ситуація з туризмом в Україні виглядає ще песимістичніше. Однак у світовій практиці є багато прикладів, коли після масштабних конфліктів країни відновлювалися та знову приймали туристів.

Один із прикладів для України – Хорватія. Туризм у Хорватії практично припинився в 1990-х роках під час війни. Після її закінчення розпочалася масо-

вана PR-кампанія країни та промоція раніше невідомих туристичних «родзинок». Завдяки географічним особливостям Хорватії та її унікальному ландшафту і природним ресурсам у країну потягнулися туристи, які раніше знали тільки про грецькі острови. Хорватські пляжі почали отримувати «голубі прапори» за свою екологічність та чистоту. Про пляжні локації Хорватії стали писати в іноземних виданнях, пізніше підключилися і блогери та соціальні медіа. Країною зацікавилися великі круїзні компанії, міжнародні туроператори та мережеві готелі. Раптове зростання туристичної активності суттєво вплинуло на хорватську економіку. Близько 10 мільйонів гостей щорічно приносять суттєві доходи та генерують близько 15% ВВП Хорватії.

Шлях відновлення туризму пройшли й інші країни. Кіпр став однією з найпопулярніших локацій для туристів після міжетнічного конфлікту між грецькими та турецькими громадами. Заходи промо-туризму та масована реклама в інших державах дозволили Кіпру стати однією з найпривабливіших дестинацій Середземномор'я.

Однак найвідоміший є приклад Ізраїлю, який зберігає свій туристичний статус під час постійних військових конфліктів. Туристичний бізнес Ізраїлю, здається, повністю адаптувався до постійного військового конфлікту. Кожна швидкоплинна війна, подібна до травневої у 2021 р. в Газі, позбавляє Ізраїль приблизно 0,5% річного приросту економіки. Цілі галузі позбавляються доходів, і в перших рядах – туризм. За час тій 50-денної війни в Газі – найбільш тривалої із трьох війн з 2009 р. – Ізраїль недорахував кожного четвертого туриста і понад півмільярда доларів доходу. А туризм – ключова галузь економіки, на нього припадає 5% всього експорту та 6% зайнятості цієї країни. Однак економіка країни особливо цього не відчула, тому що структура формування ВВП Ізраїлю побудована таким чином, що дохід від однієї галузі економіки компенсує втрати від іншої.

Показовим є також досвід Грузії [7]. Адже основний висновок Департаменту з туризму та курортів Грузії про наслідки війни з РФ у 2008 р. – конфлікт сприяв тому, що Грузія стала більш відомою іноземним туристам. До конфлікту лише 2–3 відсотки населення світу чули про Грузію. Після війни в Грузії відчували шалений сплеск туризму та пізнаваності у світі.

Цікавими є і певні історичні ретроспективи. Наприклад, становлення туризму в післявоєнній Німеччині в 50–60-х роки ХХ сторіччя – період, який історики назвали «ерою масового туризму» за найбільшій темпи приросту кількості туристів в Європі. Зі зростанням добробуту населення в післявоєнній Німеччині у 1960-х рр. і включенням до складу «середнього класу» за рівнем доходів робітників високої та середньої кваліфікації туризм усе менше орієнтувався на ці

соціальні групи. Адже вони змогли дозволити собі й дорожчі, індивідуальні тури. Завданням для турбізнесу стала організація якісних подорожей як усередині країни, так і за кордон, за прийнятними цінами для населення із середніми та низькими доходами. Цільовою групою соціального туризму стали пенсіонери, молодь, учні тощо. Прийнятний рівень цін підтримувався за рахунок дотацій з бюджетів різних рівнів, за рахунок пакетних пропозицій групових турів і різноманітних групових та індивідуальних знижок. Робітники отримали можливість користуватися туристськими послугами на тих самих умовах, що інші категорії туристів. Такі кроки помітно підняли ринок внутрішнього туризму. Це стимулювало створення пакетних пропозицій масового туризму, яке користувалося неабияким попитом серед європейців аж до 2010-х років. У повоєнні роки в Німеччині найбільшого успіху досягли саме ті туристичні компанії, які орієнтувалися на масовий сегмент ринку та на пакетні пропозиції.

Проте навіть негативні тенденції на туристичних ринках європейських держав наприкінці ХХ сторіччя є значно меншими, ніж ті, що трапилися із туристичним ринком України. Туризм як бізнес, зі зрозумілих причин, зруйновано повністю. Більшість готелів або зачинено, або трансформовано під потреби житла для внутрішньо переміщених осіб. Що стосується туристичних компаній зі сфери міжнародного туризму, – то галузь також майже заморожена в Україні. Поодинокі спроби організувати подорожі українців на відпочинок за кордон стали можливими за підтримки іноземних асоційованих бізнес-структур і в рамках їх партнерських контрактів за домовленістю з іноземними партнерами й організованими вільотами з іноземних аеропортів. Наприклад, компанія SkyUp змогла організувати вільоти з аеропорту Кишинєва (Молдова), авіакомпанія МАУ – з аеропорту Варшави чи Жешува (Польща), інші туроператори почали пропонувати автобусні тури до популярних чи найближчих дестинацій.

Разом із тим гостро стоїть невирішене ключове питання, яке постане передусім для української туристичної галузі: якими методами антикризового управління можна буде оперувати задля її реанімації в подальшому?

Державна агенція з розвитку туризму України вже запропонувала кілька напрямів у рамках державної туристичної політики:

- ✦ сформулювати нові гасла й атрактори («магніти») для внутрішнього туризму, на кшталт «Подорожуй Україною»;
- ✦ після війни, коли на сході України стане безпечно, відомство має намір розвивати туризм у Донецькій і Луганській областях;
- ✦ планується розробка туристичних програм по місцях військової слави ЗСУ;

- ✦ відновлення туристичної, транспортної та громадської інфраструктури туристичних дестинацій;
- ✦ відновлення зон рекреації та комунікацій, благоустрій;
- ✦ допомога в реанімації туристичного бізнесу.

Також слід зауважити, що неминучою є справжня трансформація туристичного «ландшафту» країни. Створення нових сенсів, нової «історичної спадщини» та туристично привабливих об'єктів – усе це ще попереду. Для формування нового туристичного ландшафту потрібні дотації, інвестиції, донати та залучення коштів на відновлення, у т. ч. за рахунок контрибуції від вилучення майна російських компаній. Важливим буде ще відновлення туристичної інфраструктури.

Що стосується промо-компаній на міжнародному ринку, звичайно, багато іноземних туристів будуть зацікавлені у відвідуванні місць бойової слави ЗСУ. Однак лише потенційного інтересу недостатньо. Слід сформувати профіль дестинації, наситити змістом туристичні продукти; акцентувати увагу на більш дешевій ціні турпакетів – як у масовому туризмі, так і в індивідуальних програмах відпочинку. При цьому також слід забезпечити варіативність турпродукту – «від середньовічних замків» до сучасних «івент-містечок митців, художників»; від урбан-культури Києва та арт-культури великих міст (у тому числі національного спротиву війні, тероризму, геноциду) до екотуризму, турів по крафтових виробництвах, унікальних виноградниках Карпат і Закарпаття.

Для поціновувачів дикої природи – колосальна кількість таких унікальних місць, як Полісся, Національний парк «Прип'ять-Стохід» та озеро Світязь на Волині, озеро Синевір на Закарпатті. Для туристів з Європи та Америки, захоплених популярним зараз «urban exploration» (туризм з метою дослідження території і об'єктів виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких покинутих споруд) буде цікавим не тільки Чорнобиль, а й маса локацій у великих українських містах-мільйонниках.

У багатьох ключових розвинутих країнах слід буде відкрити національні офіси українського туризму або центри українського туризму при культурних центрах чи консульствах посольства України за кордоном. Також слід продумати ребрендинг українського туризму «Ukraine-Now» та виокремити індивідуальні риси кожної туристичної дестинації з удосконаленням зображення бренду місцевого чи регіонального рівня. І головне: виділити кошти на проведення рекламних кампаній. При цьому слід уникати моносферності у формуванні туристичного іміджу України (наприклад, туризм для любителів мілітарі). Наприклад, проблема моноіміджу Словаччини полягає в тому, що багато років її рекламували виключно як

країну замків та гірськолижних курортів. Через це європейці сприймають своїх сусідів як країну, в якій зовсім немає великих міст – самі лише гори та замки. І тепер усі спроби переконати, що словацькі міста так само варті уваги, як інші центральноєвропейські великі міста, – поки що не мають успіху.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що туризм є однією з пріоритетних галузей для швидшого відновлення національної економіки. Піднятий війною національний спротив об'єднав українців по всьому світу та викликає захоплення іноземців, які радо б відвідали Україну, якщо це буде безпечно. Спираючись на проаналізований світовий досвід післявоєнного відновлення туристичної галузі, визначені передумови та проблеми розвитку туристичної індустрії України, було запропоновано заходи антикризового управління туристичною галуззю. У ході дослідження визначено, що ефективність відновлення туристичної галузі України залежить від трансформація туристичного «ландшафту» країни, створення нових туристичних атракторів, нових об'єктів історичної спадщини та туристично привабливих об'єктів для розвитку внутрішнього туризму.

Дослідження антикризового управління туристичною галуззю з метою забезпечення економічного розвитку України є досить актуальним і потребує подальшого вивчення та наукового аналізу, що буде метою подальших наукових досліджень. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Война в Украине может помешать восстановлению туризма // Новости ООН. 28.02.2022. URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1420802>
2. Bremner C. Drop in Russian Outbound Tourism to Remove USD7 Billion from Global Tourism // Euro-monitor International. 29.03.22. URL: <https://www.euromonitor.com/article/drop-in-russian-outbound-tourism-to-remove-usd7-billion-from-global-tourism>
3. Egypt Source Market. January 2020 / Colliers International. URL: <http://enterprise.press/wp-content/uploads/2020/02/ATM-Series-GCC-Source-Market-Egypt-January-2020.pdf>
4. Ebrahim N., Sariyuca I. The Ukraine war's \$7 billion hit to global tourism has Middle East hotspots 'trying to survive' // CNN travel. 01.04.2022. URL: <https://edition.cnn.com/travel/article/mideast-summary-04-01-2022-intl/index.html>
5. Парфененко Г. Стало відомо, як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США: озвучено невтішні прогнози // DIP. 20.03.2022. URL: [https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-](https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplynuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/)

6. Тури до Польщі масово скасовують на тлі війни в Україні // 24 канал. 24.03.2022. URL: https://24tv.ua/turi-do-polshhi-masovo-skasovuyut-tli-viyni-ukrayini_n1918241/amp
7. Война в Южной Осетии нанесла удар по туризму в Грузии // Deutsche Welle. 31.08.2008. URL: <https://www.dw.com/ru/война-в-южной-осетии-нанесла-удар-по-туризму-в-грузии/a-3594321>
8. Mazaraki A., Boiko M., Mykhailichenko G. National Tourist Brand: Priorities And Formation Resources. *Economic Annals-XXI*. 2013. Vol. 9–10. Iss. 1. P. 42–46. URL: <http://ea21journal.world/index.php/ea-v133-11/>

REFERENCES

- Bremner, S. "Drop in Russian Outbound Tourism to Remove USD7 Billion from Global Tourism". *Euromonitor International*. March 29, 22. <https://www.euromonitor.com/article/drop-in-russian-outbound-tourism-to-remove-usd7-billion-from-global-tourism>
- "Egypt Source Market. January 2020". *Colliers International*. <http://enterprise.press/wp-content/uploads/2020/02/ATM-Series-GCC-Source-Market-Egypt-January-2020.pdf>
- Ebrahim, N., and Sariyuca, I. "The Ukraine war's \$7 billion hit to global tourism has Middle East hotspots 'trying to survive'". *CNN travel*. April 01, 2022. <https://edition.cnn.com/travel/article/mideast-summary-04-01-2022-intl/index.html>
- Mazaraki, A., Boiko, M., and Mykhailichenko, G. "National Tourist Brand: Priorities And Formation Resources". *Economic Annals-XXI*, vol. 9-10, iss. 1 (2013): 42-46. <http://ea21journal.world/index.php/ea-v133-11/>
- Parfenenko, H. "Stalo vidomo, yak viina v Ukraini vplynula na turyzm Nimechchyny ta SSHA: ozvucheno nevtishni prohnozy" [It Became Known How the War in Ukraine Affected Tourism in Germany and the USA: Disappointing Forecasts Were Announced]. *DIP*. March 20, 2022. <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomoyak-vijna-v-ukraini-vplynuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>
- "Tury do Polshchi masovo skasovuiut na tli viini v Ukraini" [Tours to Poland are Massively Canceled Against the Background of the War in Ukraine]. *24 kanal*. March 24, 2022. https://24tv.ua/turi-do-polshhi-masovo-skasovuyut-tli-viyni-ukrayini_n1918241/amp
- "Voyna v Ukraine mozhet pomeshat vosstanovleniyu turizma" [War in Ukraine May Hinder Tourism Recovery]. *Novosti OON*. February 28, 2022. <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1420802>
- "Voyna v Yuzhnoy Osetii nanesla udar po turizmu v Gruzii" [The War in South Ossetia Has Dealt a Blow to Tourism in Georgia]. *Deutsche Welle*. August 31, 2008. <https://www.dw.com/ru/война-в-южной-осетии-нанесла-удар-по-туризму-в-грузии/a-3594321>