

Устойчивое Развитие Туризма В Азербайджане В Постпандемический Период

Sustainable Development of Tourism in Azerbaijan During the Post-Pandemic Period

Prof. Dr. Farhad Rahmanov (Azerbaijan State Economy University, Azerbaijan)

Assoc. Prof. Dr. Elchin Suleymanov (Baku Engineering University, Azerbaijan)

Abstract

The paper is devoted to the current issue of 2020 on the impact of the COVID-19 pandemic on the tourism industry in general, Azerbaijan in particular, and overcoming this crisis, taking into account the main aspects and goals of sustainable development. The primary purpose of the article is to form recommendations for compliance with the goals of sustainable development in the tourism industry of Azerbaijan with the levelling of events caused by the influence of COVID-19. A review of the scientific literature concluded that the issue of tourism marketing in crisis conditions is always complicated and multifaceted. The development of the tourism sector is a positive change for the host countries, which helps to solve problems in other areas of the economy. During the preparation of the material, a marketing survey of Azerbaijani citizens was conducted to study the potential impact of COVID-19 on the tourism industry. The analytical method of the article analyzes the goals of sustainable development, announced following the Resolution adopted by the UN General Assembly on September 25, and which become most relevant in the context of 2020 and are a challenge for modern society and Azerbaijan in particular. As a result of this study, recommendations were made to restart the tourism sector in Azerbaijan, given compliance with and implementation of sustainable development goals. The results of this study can be useful for the governing institutions of Azerbaijan and other countries in which the tourism industry has developed dynamically and rapidly over the past few years.

1 Введение

Пандемия COVID-19 является одним из самых значительных и самых непредсказуемых событий последних лет. Ни одна страна, экономика и сфера человеческой деятельности не избежали тех событий, которые разворачиваются с начала 2020 года. В большинстве случаев правительства принимают всесторонние меры, чтобы снизить масштабы заражения коронавирусом. В целях снижения распространения вируса COVID-19 в охваченных пандемией странах приостанавливается общение между гражданами внутри страны, вводятся ограничения на дальние поездки. Конечно, такие ограничения серьезно повлияли на индустрию туризма, приостановили его развитие как в национальном, так и в глобальном, масштабе. В целом, эти события отбросили человечество на 20-30 лет назад в темпах туристического движения на глобальном уровне, и это особенно заметно в странах, где темпы развития туризма значительно выросли в последние годы.

В последнее время Азербайджан стал страной, которая демонстрировала интенсивное развитие туристического сектора. По официальным данным Института экономики Национальной Академии Наук Азербайджана, в 2018 году сектор туризма был одним из важнейших секторов экономики Allahverdiyeva, L.A., 2017), объединяет не только большое количество как непосредственно туристических предприятий, но и предприятий, косвенно вовлеченных в процесс предоставления туристических услуг. Рассматривая ситуацию с точки зрения приверженности целям устойчивого развития, отметим, что, одной из первостепенных и жизненно важных целей является обеспечение здорового образа жизни и благополучия людей всех возрастов. С другой стороны, в перечень целей также входит содействие непрерывному, инклюзивному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех.

Ситуация резкого сокращения сектора туризма, в котором занято значительное число трудовых ресурсов, как для Азербайджана, так и для других стран негативно сказывается на других отраслях экономики и экономике в целом (Bilan et al., 2019).

Для достижения Целей устойчивого развития, при соблюдении необходимых эпидемиологических мер по сокращению распространения COVID-19, туризм должен быть изменен и переориентирован. Назрела острая необходимость поиска и внедрения новых форм и средств обеспечения развития туризма, особенно для тех стран, где отрасль была ключевой для экономики до пандемии 2020 г.

Целью статьи является разработка рекомендаций по соответствию Целям устойчивого развития туристической отрасли Азербайджана под углом зрения нивелирования и устранения проблем, вызванных влиянием COVID-19.

В задачи статьи входит изучение состояния туристической отрасли Азербайджана в 2020 г., которое претерпело значительные изменения в связи с карантинными мерами, вызванными пандемией COVID-19; поиск альтернатив стабилизации и перезапуска туризма в Азербайджане в условиях достижения Целей устойчивого развития в направлении финансовой стабилизации и равного распределения благ и одновременного соблюдения всех мер безопасности для сохранения здоровья граждан. Кроме того, вопрос дальнейшего развития и экономической безопасности актуален не только для рассмотрения текущего кризиса, вызванного пандемией, но и в связи с другими социально - экономическими процессами современности, которым посвящено большое количество научных работ (22.Melnyk et al., 2018), (1.Adongo et al., (2018), (36.Yevdokimov et al, 2018), (8.Bilan et al., 2019), (11.Ibragimov et al., (2019), (26.Rosokhata et al., (2020)).

Отдельным вопросом является выработка рекомендаций по системному выходу из кризиса в соответствии с Целями устойчивого развития человечества.

Авторы данной статьи выдвинули следующие **гипотезы исследования**:

Г1: планируя будущую поездку, потенциальные туристы учитывают несколько факторов: финансовые возможности, возможности туроператоров, риски пребывания в других странах. При выборе страны путешествия эти факторы учитываются в комплексе.

Г2: туристы, планирующие возобновить свои поездки в пределах своей страны, планируют путешествовать на своем транспорте и организовывать свои поездки.

Г3: туристы, планирующие посетить зарубежные страны, с большей вероятностью будут выбирать туры, организованные туроператорами, в отличие от самоорганизующегося туризма.

2 Обзор литературы.

В последнее время, в исследованиях ученых, посвященных туризму, все больше внимания уделяется различным аспектам здоровья. Исследовано положительное влияние туризма на соблюдение условий глобального устойчивого развития и реализацию превентивных мер по сдерживанию распространения опасного вируса КОВИД-19. В данной статье мы проанализировали наиболее актуальные работы ученых, появившиеся в последнее время и относящиеся к развитию туризма в сложных условиях пандемии. Многие ученые называют оздоровительный туризм одним из тех видов туризма, которые развиваются более ускоренными темпами по сравнению с другими. Считается, что здоровье является одной из детерминант туристского поведения и мотивации (Lew et al., 2020). Авторы данной работы исследуют элементы туризма, оказывающие положительное влияние на отечественную туристическую индустрию.

Автор другой статьи (Alexis-Thomas, 2020) активно исследует вопросы, связанные с возможностями туризма внести значительный вклад в формирование потенциала нации в соответствии с Целями устойчивого развития. В другом исследовании (Wang, 2017) рассматривает экономическое и культурное влияние туризма на территорию, в частности, рассматривает его маркетинговые аспекты.

В статье (Vučetić, 2018) утверждается, что проблема устойчивого развития через призму индустрии туризма особенно актуальна для стран с переходной экономикой. В то же время с помощью туризма такие страны пытаются добиться лучших показателей развития как в экономической, так и в неэкономической сферах. Авторы (Lee et al, 2019) исследуют возможности туризма для достижения Целей устойчивого развития посредством опросов респондентов по определенным характеристикам. Они рассматривают три типа воздействия туризма: экономическое, социокультурное и устойчивое развитие в окружающей среде на трех этапах развития туризма (вовлечение, развитие, консолидация). Эта идея разграничения трех компонентов воздействия туризма поддерживается многими учеными, определяющими слово "устойчивый" сочетанием социальных, экологических и экономических определений (Mazilu et al., 2017) . Авторы статьи (Martin et al., 2017) называют туризм инструментом, который доказал свою эффективность в достижении устойчивого развития сельских районов. В работе проведена комплексная оценка влияния сельского туризма на экологию пригородных территорий.

В (Kabote et al., 2017) авторы, используя контент-анализ научной литературы, пытаются доказать, что туризм является фактором устойчивого развития, использование которого приводит к реальному повышению качества жизни в принимающей стране. Другие ученые исследуют концепцию ответственного туризма. Ответственность рассматривается учеными как очевидный параметр туристской индустрии и является фундаментальным фактором, определяющим поведение туристов и их восприятие туристского продукта (Saarinen, 2018)В (Aimagambetov, 2017) отмечается существование несколько моделей развития туристической отрасли, которые, в первую очередь, определяются уровнем развития страны: органическая модель развития, традиционная модель невмешательства, анклавная модель развития туризма, модель от центра к периферии. Последнее характерно для Казахстана и большинства стран бывшего СНГ.

Интересным является исследование (Хатиюпоглу, 2019), в котором авторы рассматривают особенности использования концепции социально ответственного бизнеса в сфере туризма и определяют пользу его

достижений для общества. В статье утверждается, что все субъекты туризма потенциально способны стратегически мыслить о соблюдении условий социальной ответственности и оказывать существенное положительное влияние на социально-экономическое положение регионов своего размещения и функционирования. В работе (Adongo, 2018) анализируются отдельные группы туристов с их различным отношением к принципам устойчивого развития в туризме (туристы с антропоцентрическими чертами и туристы с экоцентрическими чертами). Авторский подход к изучению развития туризма позволяет построить модель взаимосвязи исследуемых ценностей туристов, экономического развития и устойчивого развития в сфере туризма. Вопросы устойчивого развития в сфере туризма также рассматриваются в работах украинских ученых, которые проводят практически целенаправленные исследования на примере активных регионов Украины, привлекающих большое количество туристов (Shcherbakova, 2018). Исследователи (Van Dyk et al, 2019) анализируют мотивацию туристов, разделяя их на две разные группы – впервые приехавших туристов и повторных туристов, подчеркивая, что поведение этих двух групп существенно отличается по некоторым параметрам.

Методология и методы исследования. Методологической основой статьи являются аналитические и эмпирические исследования. Основные результаты работы были сформированы на основе маркетинговых исследований граждан Азербайджана по изучению потенциального влияния COVID-19 на туристическую индустрию. Опрос проводился 13-21 апреля 2020 года группой исследователей из Азербайджанского Государственного Экономического Университета, Азербайджанского Университета Туризма и менеджмента и Бакнского Инженерного Университета. Выборка включала 417 граждан, из которых 69% составляли женщины, а 31% - мужчины. Около 50% респондентов - это молодые люди в возрасте до 24 лет.

Гипотезой научной работы стало предположение, что в результате объявленной пандемии от COVID-19 большинство людей, которые ранее входили в активное туристическое сообщество, изменят свои приоритеты в туристических предпочтениях.

Результаты. Согласно отчету International Tourism Highlights (издание 2019 года) на глобальном уровне, индустрия туризма росла с каждым годом вплоть до 2018 года, **рис. 1**.

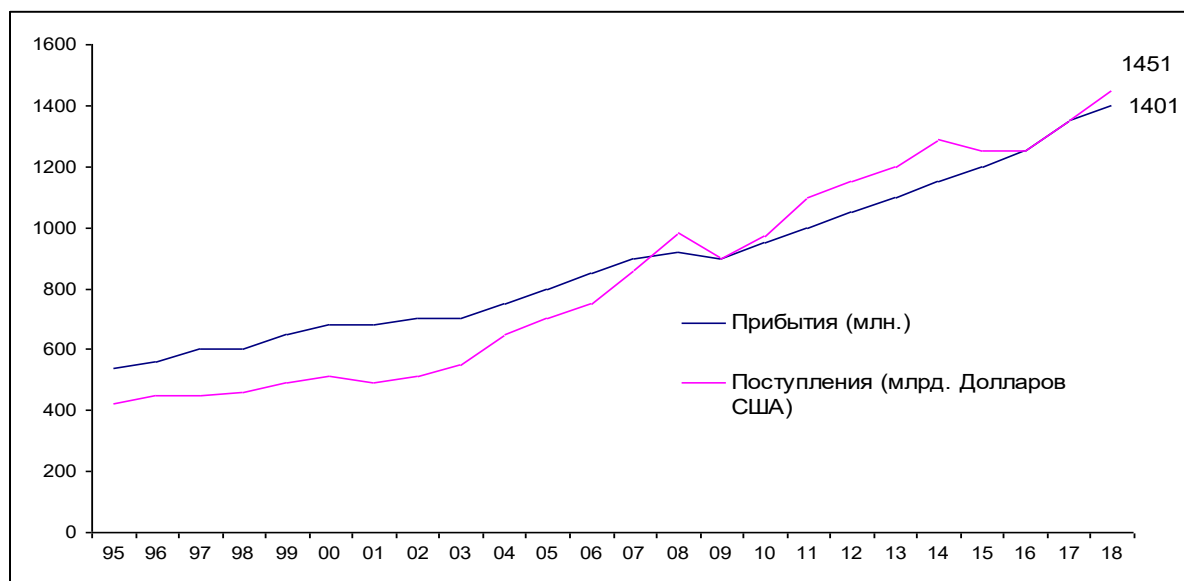


Рисунок 1. Международные туристические прибыли (млн.) и туристические поступления, млрд долл. США

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO), июль 2019 года

В 2019 году Всемирная туристская организация зарегистрировала 1,5 миллиарда международных туристических поездок по всему миру, что свидетельствует о росте на 4% по сравнению с 2018 годом. Такой же прогноз роста был и на 2020 год (World Tourism Organization (UNWTO) World Tourism Barometer. Январь 2020 года). Но события, вызванные пандемией COVID-19, резко изменили нынешнюю ситуацию в мировом туризме (**рис. 2**)

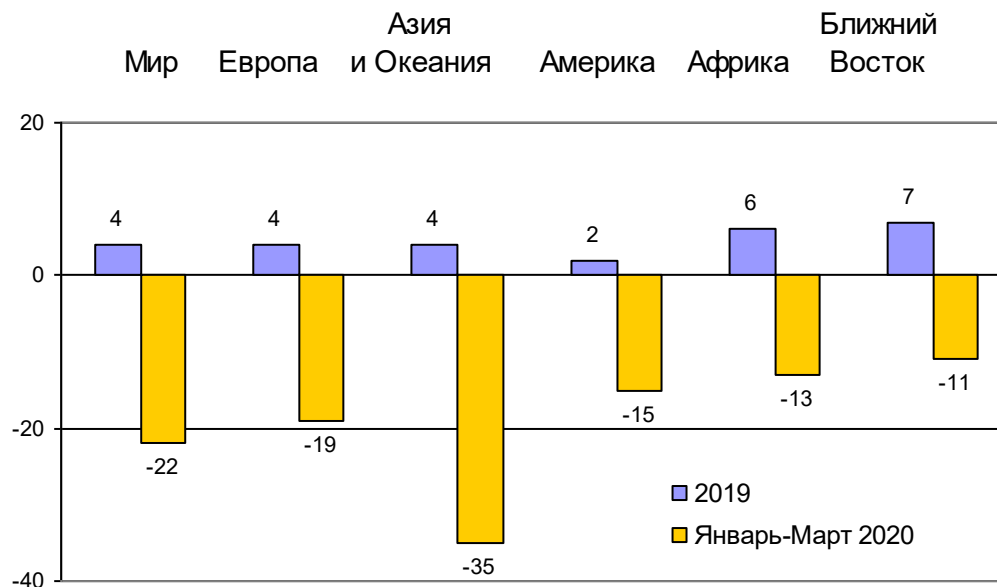


Рисунок 2. Международные туристические прибыли, 2019 год и январь-март 2020 года (% изменений)

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO), май 2020 г.

Таблица 1 характеризует международные туристические прибыли по отдельным странам

Период	1000 пунктов							Процентное изменение по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года							
	Изменение (%)				2020				2019						
	2010	2015	2018	2019	18/17	19/18	Q1*	Январь.	Февраль.	Март.	Q1*	Q2*	Q3*	Q4*	
Азербайджан	1,28	1,922	2,605	...	6,2	...	-14,9	18,1	15,8	-62,2	-2,8	14,9	14,2	17,4	
Грузия	1,067	3,012	4,757	5,08	16,9	6,8	-13,2	18,9	4	-56,1	5,1	13,8	1,4	10,7	
Украина	21,203	12,886	14,207	...	-1,5	...	-7,5	-4,3	-5						

Таблица 1. Туристические прибыли в отдельных странах **Источник:** Всемирный барометр туризма Всемирной туристской организации (ЮНВТО). статистическое приложение. Май 2020 года

* Q1: Январь, Февраль, Март; Q2: Апрель, Май, Июнь; Q3: Июль, Август, Сентябрь; Q4: Октябрь, Ноябрь, Декабрь

Число больных COVID-19 в Азербайджане на момент написания данной статьи увеличивается, что является негативным фактором привлечения туристического потока в страну. В результате прогноз, который может быть сделан для развития и возобновления туристического потока в Азербайджане в 2020 году, неутешителен, а с точки зрения привлечения международного туризма в настоящее время в первую очередь опасен. Однако, в то же время, следует подчеркнуть, что граждане Азербайджана, несмотря на критические данные, в принципе, в момент ослабления карантинных мер в будущем могут начать перемещаться внутри страны, что станет основой для трансформации внутреннего туризма. Карантинные меры значительно сократили поток международного туризма. Однако, с появлением возможности перемещения внутри страны в определенные регионы для азербайджанских граждан, некоторые из них стали пользоваться этой возможностью. С позиций туристского маркетинга невозможно не учитывать запросы и общее настроение граждан, поскольку они являются, с одной стороны, объектами влияния туристических агентств и туристического бизнеса в целом, а с другой стороны, граждане являются субъектами, занимающимися туризмом и являются непосредственными участниками этого процесса. Группа исследователей из Национального института геофизики, геодезии и географии Болгарской академии наук, Университета национальной и мировой экономики (Болгария, а также ученые университетов Азербайджана: Азербайджанского Государственного Экономического Университета, Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента, Бакинского Инженерного Университета. провели маркетинговый опрос об отношении граждан своей страны к потенциальному влиянию COVID-19 на туристическую индустрию. Выборка в Азербайджане включала 417 граждан, из которых 69% составляли женщины, а 31% - мужчины. Более 50% опрошенных - это молодежь в возрасте до 24 лет, которая до событий 2020 года была ведущей прослойкой заинтересованных и наиболее мотивированной

категорией населения в плане туризма. Среди опрошенных 42% все еще учатся, 44% были наемными работниками, работающими в Азербайджане, 1,7% – пенсионерами, 7,2% – домохозяйками и безработными, а 5,3% – людьми с другой деятельностью. Около 88% опрошенных имеют высшее образование. Около 39% из них имеют семью или живут в гражданском браке. Это подтверждает репрезентативность выборки. Респонденты социально состоялись, и при этом у них есть свободное время, доступ и возможности для путешествий, и поэтому они являются потенциальными туристами.

Переменные	Категории	Процент в выборке
1. Пол	Женский	68,6%
	Мужчина	31,4%
2. Возраст (лет)	18-24	49,6%
	25-34	16,5%
	35-44	13,2%
	45-54	12,7%
	55+	7,9%
3. Профессия	ученик / студент	42,2%
	Государственный служащий / работник государственного предприятия	24,7%
	Собственный бизнес	3,6%
	Фрилансер	1,4%
	Сотрудник частной компании	13,9%
	Пенсионер	1,7%
	Домохозяйка / безработный	7,2%
	Другие	5,3%
4. Образование	среднее образование или ниже	12,5%
	Высшее образование	87,5%
5. Семейное положение	Не женат 57,8%	
	Семья / совместное проживание с детьми	34,3%
	Семья/в совместном проживании без детей	4,8%
	Развелось	1,7%
	Вдовец / вдова	1,4%
6. Среднемесячный доход члена домохозяйства (AZN)	До 300	14,1%
	301-600	28,8%
	601-1000	26,1%
	1001 и выше	15,3%
	Не указано	15,6%

Таблица 2. Демографические и социально-экономические данные респондентов

Согласно результатам проведенного исследования, более половины респондентов с высокой степенью осторожности возобновят свои туристические поездки, рис. 4.

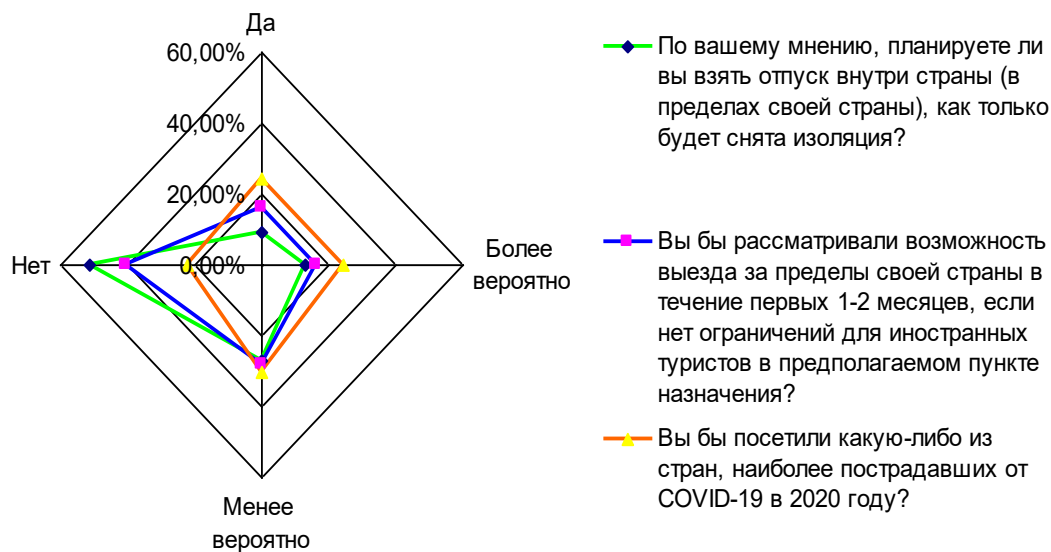


Рисунок 4. Готовность граждан Азербайджана возобновить туристические поездки после окончания карантинных мероприятий, вызванных пандемией COVID-19 **Источник:** собственные исследования

Как видно из **рисунка 4**, большинство респондентов с большой осторожностью возобновят свои туристические поездки после окончания карантинных мероприятий, вызванных пандемией COVID-19. Респонденты более настороженно относятся к международному туризму в страны, наиболее пострадавшие от этой болезни. В то же время респонденты ответили, что планируют летний отдых, но его место проведения существенно меняется в связи с последними событиями в развитии пандемии в республике (см, **рис. 5**).

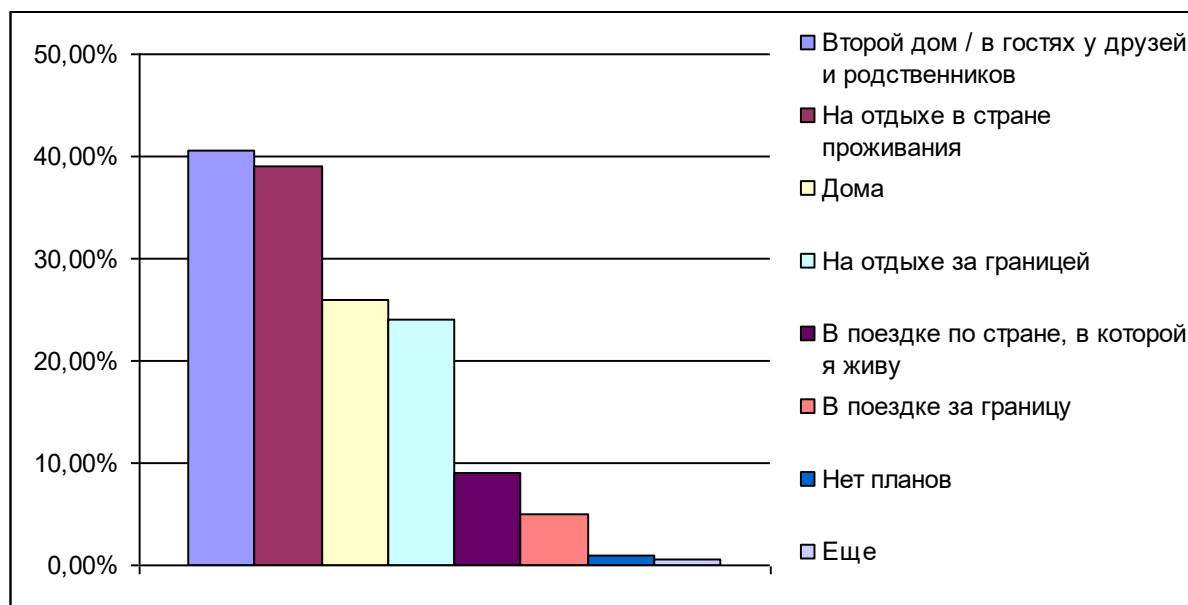


Рисунок 5. Предпочтения и намерения граждан Азербайджана относительно их будущего отдыха в 2020 году **Источник:** собственные исследования

На **рисунке 6** отмечены учреждения отдыха, которые респонденты будут использовать для отдыха, и уровню обслуживания в нем. Результаты опроса показывают, что 35% респондентов планируют отдыхать вне дома в местах с высоким уровнем сервиса. Можно предположить, что их выбор обусловлен высокой степенью уверенности в выполнении противоэпидемических мероприятий и соблюдении всех рекомендаций по охране здоровья отдыхающих. Таким образом, опрос свидетельствует, что прежде всего, учреждения с высоким уровнем сервиса смогут привлечь больше клиентов в момент преодоления кризиса туристической индустрии Азербайджана.

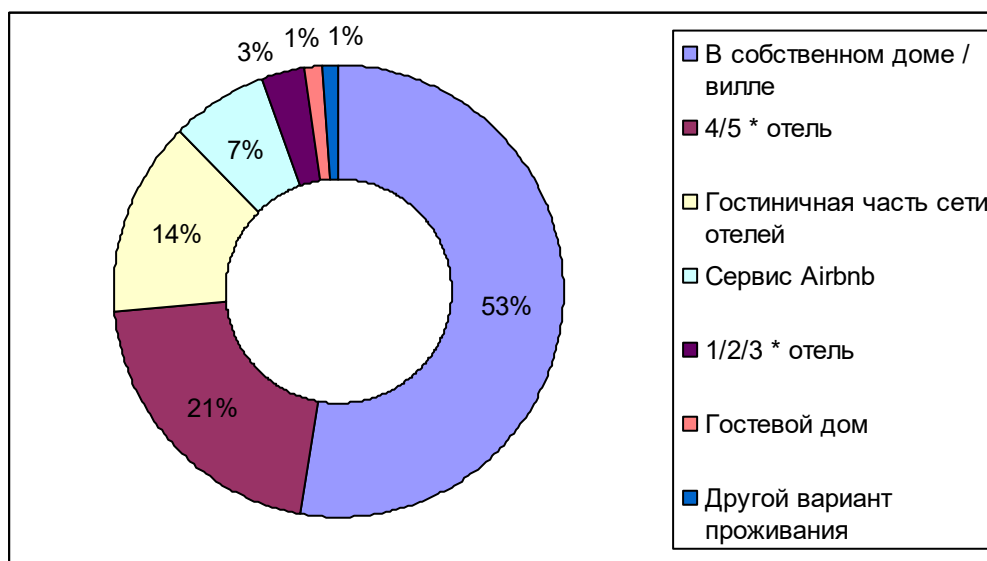


Рисунок 6. Выбор условий для отдыха после отмены карантинных мероприятий в связи с пандемией COVID-19 в Азербайджане **Источник:** собственные исследования

Еще одним важным фактором в возобновлении туризма после отмены карантинных мер из-за пандемии COVID-19 является финансовый потенциал граждан. Этот показатель необходим, потому что, несмотря на желание и амбиции отдохнуть на самом высоком уровне сервиса, фактором, отражающим возможность такого туризма, являются финансовые возможности граждан.

На **рис. 7** представлены ответы респондентов на вопрос: "По вашему мнению, есть ли у вас какие-либо располагаемые доходы, которые можно было бы потратить после пандемии / отмены запретительных мер?"

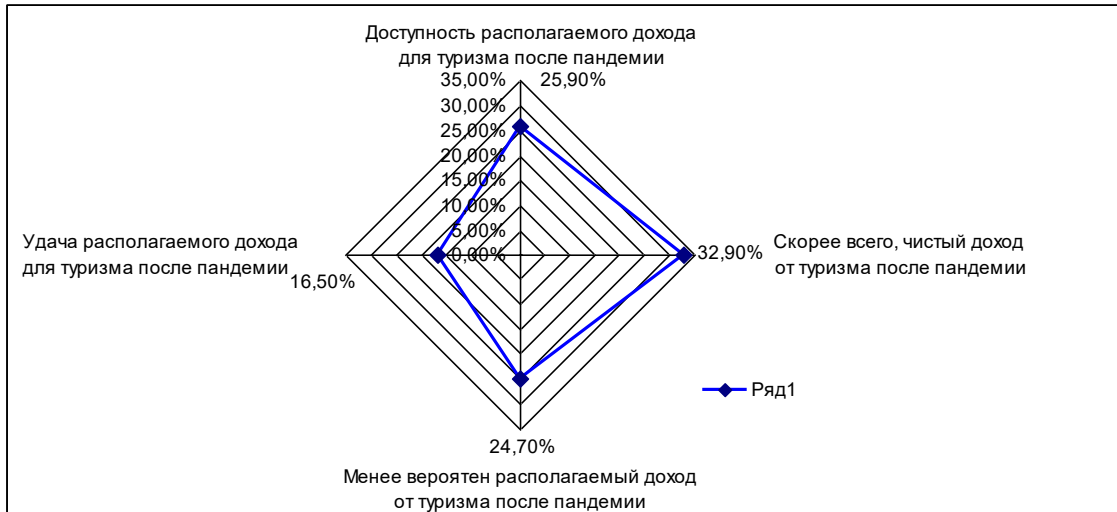


Рисунок 7. Возможность иметь финансовые ресурсы для туризма после окончания пандемии **Источник:** собственные исследования

Поскольку большинство респондентов оценивают свое финансовое состояние как удовлетворительное для туристических поездок, можно сделать вывод о высокой вероятности перезапуска туристической отрасли после окончания карантинных мероприятий.

Это дает возможность разработать и внедрить в Азербайджане новую модифицированную систему туристического бизнеса.

Тем не менее, чтобы понять, какие меры необходимо реализовать и предложить, следует обратить внимание на запросы о том, как люди планируют организовать свой туристический отдых, **рис. 8.**

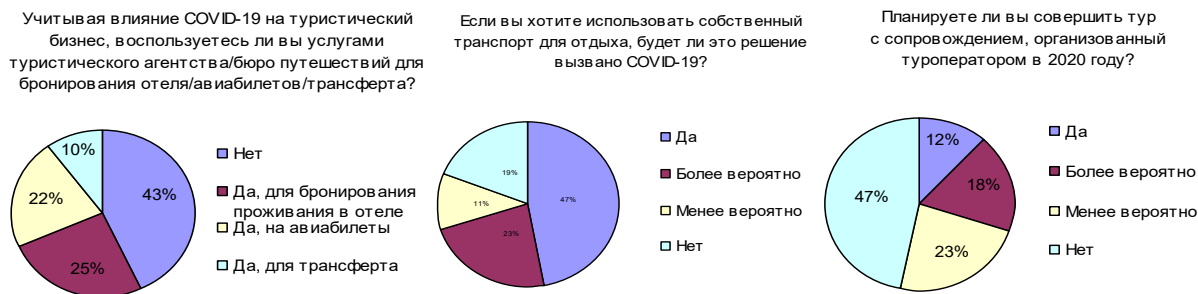


Рисунок 8. Ответы респондентов о том, каким образом они собираются организовывать туристические поездки после отмены карантинных мероприятий

Как видно из рисунка 8, только четверть опрошенных планируют в ближайшее время обратиться к туроператорам с просьбой заказать туристические услуги. Почти половина опрошенных намерены организовать туристический отдых, используя собственный транспорт самостоятельно, и при этом, имеют возможность обратиться за консультацией и помощью при бронировании билетов и гостиниц.

Эти особенности и предпочтения необходимо учитывать при формировании и продвижении мер по возобновлению туристического бизнеса в Азербайджане.

Существенным механизмом нивелирования влияния карантинных мероприятий и объявления чрезвычайного положения во многих странах является систематическая поддержка со стороны государства. Конечно, особого внимания заслуживают те сферы экономики страны, которые испытали значительные трудности, и для того, чтобы как можно эффективнее и быстрее реанимировать эти сферы, должны быть предприняты меры их системного возрождения и оздоровления. Эти цели необходимы и актуальны при любых обстоятельствах, но в условиях нынешней пандемии задача "обеспечение здорового образа жизни и благополучия людей всех возрастов" Целей устойчивого развития, является безусловным приоритетом.

Если рассматривать туризм не с точки зрения экономической категории, а, в первую очередь, под углом зрения культурно-оздоровительного отдыха, то в этом случае туризм становится инструментом достижения этой цели, при условии соблюдения мер по охране здоровья граждан.

Анализируя результаты ответов на вопросы, которые были предложены респондентам, можно сделать вывод, что наиболее тревожным аспектом для жителей республики является возможность путешествовать в те страны, которые больше всего пострадали от пандемии COVID-19. Кроме того, важным аспектом является материальное обеспечение поездок и финансовые возможности после отмены мер изоляции. Вместе с тем, как свидетельствуют результаты опроса, респонденты по-прежнему убеждены, что финансовая возможность для поездок будет существовать.

Результаты анализа показали, что часть респондентов планирует туристические поездки за рубеж. Другая часть респондентов, планирующих отдых только в пределах республики, будет для этого использовать собственный транспорт. При этом, другие факторы, выявленные в ходе исследования, являются для них менее значимыми.

В отличие от этой категории респондентов, респонденты, планирующие зарубежные туристические поездки, намерены учитывать все без исключения факторы. В этом случае, наличие финансовых возможностей будет слабо учитываться при поездках внутри страны, в частности на собственном транспорте, поскольку этот вид путешествий является более доступным и менее затратным

3 Выводы.

В результате проведенного исследования авторы пришли к следующим выводам и рекомендациям, которые необходимо учитывать в процессе восстановления туристической отрасли после прекращения карантинных мероприятий:

- необходима преимущественная ориентация сообщества на внутренний туризм, а именно зеленый туризм и экотуризм. Преимущества данного вида туризма заключаются в том, что он даст возможность, в первую очередь, реабилитировать представителей среднего и малого бизнеса;
- преимущественная ориентация на туристические поездки небольшими группами в сопровождении 1-2 гидов;
- соблюдение высоких стандартов качества обслуживания в связи с осторожностью граждан к соблюдению всех противоэпидемических мероприятий;

- создание гибкой системы поездок внутри страны собственным транспортом, создание автомобильных туристических маршрутов в стране и формирование необходимой для этого инфраструктуры;
- внедрение гибкой системы бронирования, предполагающей возможность быстрой отмены бронирований и возврат авансов в случае внезапного изменения эпидемиологической ситуации;
- предоставление возможности бронирования не комплексных туристических туров, а индивидуальных услуг в части туристического отдыха (бронирование номеров без питания, бронирование билетов на транспорт без дополнительных услуг и др.);
- государственный аудит и сертификация учреждений и организаций, оказывающих туристские услуги и / или участвующих в туристической отрасли страны. Система точного контроля позволит повысить качество обслуживания, а также повысить уровень доверия туристов.

Литература

- Adongo, C. A., Taale, F., & Adam, I. (2018). Tourists' values and empathic attitude toward sustainable development in tourism. *Ecological Economics*, 150, 251-263.
- Aimagambetov, E., Bugubaeva, R., Bespayeva, R., & Tashbaev, N. (2017). Model of sustainable development of tourism industry in Kazakhstan (regional perspective).
- Alexis-Thomas, C. (2020). An examination of issues related to tourism and health and well-being as a sustainable development goal by tourism providers in Tobago. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.
- Allahverdiyeva, L.A. (2017). Formation of competitive tourism in Azerbaijan. Institute of Economics of ANAS, Baku, 2017.
- Assembly, G. (2015). Resolution adopted by the General Assembly on September 19 2016. A/RES/71/1, October 3 2016 (The New York Declaration).
- Baranovskyi O. I., Khutorna M. E. Methodology of forming the system of ensuring financial stability of credit institutions. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4. No 27. P. 4-13.
- Bilan, Y., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2019). Brand management and macroeconomic stability of the country. *Polish Journal of Management Studies*, 19, 61-74
- Bilan, Y., Vasilyeva, T., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2019). EU vector of Ukraine development: linking between macroeconomic stability and social progress. *International Journal of Business & Society*, 20(2), 433-450.
- Dzwigoł, H., Dzwigoł-Barosz, M. (2018). *Scientific Research Methodology in Management Sciences*, 2(25), 242-237.
- Hatipoglu, B., Ertuna, B., & Salman, D. (2019). Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Ibragimov, Z., Vasylieva, T., & Lyulyov, O. (2019). The national economy competitiveness: effect of macroeconomic stability, renewable energy on economic growth. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 877-886.
- Kabote, F., Mamimine, P. W., & Muranda, Z. (2017). Domestic tourism for sustainable development in developing countries. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(2), 1-12.
- Kamata, H. (2016). A Segmentation Analysis of Japanese Spa Tourists. *Journal of Tourism & Services*, 7(12).
- Kuzior, A., Kwilinski, A., Tkachenko, V., & Tkachenko, V. (2019). Sustainable development of organizations based on the combinatorial model of artificial intelligence. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 1353-1376.
- Kuznyetsova A. Ya., Zherybylo I. V., Klipkova O. I., Kozmuk N. I. Creation of the value of national enterprises with the help of the innovation centers in the cluster formations. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 2. No 29. P. 391-402. F.,
- Kuznyetsova A. Ya., Voznyak H. V., Zherybylo I. V. Social and economic effects of inter-budgetary relations' decentralization in Ukraine: assessment and challenges. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2018. Vol. 4. No 27. P. 446- 456.
- Kwilinski, A., Vyshnevskiy, O., & Dzwigoł, H. (2020). Digitalization of the EU Economies and People at Risk of Poverty or Social Exclusion. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(7), 142.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.

- Lee, T. J., Han, J. S., & Ko, T. G. (2020). Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. *Sustainability*, 12(12), 4988.
- Martín, J. M., Salinas Fernandez, J. A., Rodríguez Martín, J. A., & Jimenez Aguilera, J. D. D. (2017). Assessment of the tourism's potential as a sustainable development instrument in terms of annual stability: Application to Spanish rural destinations in process of consolidation. *Sustainability*, 9(10), 1692.
- Mazilu, M., Dumitrescu, D., & Gheorgheci, S. (2017). Romanian tourism industry and sustainable development. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 18(2), 623-631.
- Melnyk, L., Sineviciene, L., Lyulyov, O., Pimonenko, T., & Dehtyarova, I. (2018). Fiscal decentralization and macroeconomic stability: the experience of Ukraine's economy. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 105-114.
- Mura, L., & Kajzar, P. (2019). Small Businesses in Cultural Tourism in a Central European Country. *Journal of Tourism and Services*, 10(19), 40-54.
- Miskiewicz, R., & Wolniak, R. (2020). Practical Application of the Industry 4.0 Concept in a Steel Company. *Sustainability*, 12(14), 5776.
- Rosokhata A., & Saher L. (2020). Individual issues of economic security: the study of the impact of changes in migration processes on countries economic and innovative development. *Visnyk of Sumy State University. Economy*, 1, 62-74. Retrieved from https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2020/1_2020_7_Saher.pdf
- Rosokhata, A., Saher, L., Stoyanets, N., & Butrym, O. (2020). Impact Of Highly Qualified Personnels Migration On Economic And Innovative Development. 35th IBIMA Conference: 1-2 April 2020, Seville, Spain. Retrieved from <https://ibima.org/acceptedpaper/impact-of-highly-qualified-personnels-migration-on-economic-and-innovative-development/>
- Rahmanov, F., Gojayeva E., Suleymanov, Eand Huseynova Sh. "Real opportunities and limitations of the development of the tourism industry in the post-pandemic period." *Revista Română de Statistică-Supliment nr* (2020): 141.
- Рахманов, Ф. П., Сулейманов, Э. Б., & Годжаева, Э. М. (2020). Последствия влияния пандемии коронавируса на развитие туризма в Азербайджане
- Saarinen, J. (2018). Beyond growth thinking: the need to revisit sustainable development in tourism. *Tourism Geographies*, 20(2), 337-340.
- Shcherbakova, N. (2018). State and Trends of Sustainable Development of Tourism in Ukraine and the World. *Journal of Environmental Management and Tourism (JEMT)*, 9(08 (32)), 1712-1724.
- Tielietov, O. S., Letunovska, N. Y., & Melnyk, Y. M. (2019). Four-vector efficiency of infrastructure in the system of providing regional socially significant needs taking into account the concept of marketing of changes.
- Van Dyk, A., Tkaczynski, A., & Slabbert, E. (2019). Repeat tourism, destination image and behavioural intentions: implications for sustainable development in South Africa. *Tourism Recreation Research*, 44(3), 392-398.
- Vucetic, A. Š. (2018). Importance of environmental indicators of sustainable development in the transitional selective tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 317-325.
- Wang, J. (2017). Economic and cultural impact of tourism marketing. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 53-59.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2019). International Tourism Highlights. Retrieved from <https://www.unwto.org/publications>
- World Tourism Organization (UNWTO) (2020). World Tourism Barometer. Retrieved from <https://www.unwto.org/publications>
- World Tourism Organization (UNWTO) (2020). World Tourism Barometer. Statistical Annex. Retrieved from <https://www.unwto.org/publications>
- Yevdokimov, Y., Melnyk, L., Lyulyov, O., Panchenko, O., & Kubatko, V. (2018). Economic freedom and democracy: Determinant factors in increasing macroeconomic stability. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 279-290.