

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-55>

УДК 338.48

Воскресенська О.Є., Фурсов А.М.

Херсонський національний технічний університет

## EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

**Анотація.** У статті розглянуто подієвий туризм як перспективний сегмент туристичного ринку в Україні. Розкрито значення івенту як базового компоненту подієвого туризму. Досліджено сутність event-менеджменту, визначено особливості його застосування для підвищення привабливості івентів. Охарактеризовано принципи, що забезпечують ефективність event-менеджменту. Запропоновано склад елементів (блоків) в системі організації event-менеджменту, розкрито їх основний зміст. Названо основні чинники, що стримують розвиток подієвого туризму та event-менеджменту в Україні. У сформульованих висновках майбутнє event-менеджменту в управлінні подієвим туризмом пов'язано як зі створенням умов, що забезпечать вирішення економічних і соціальних проблем, так і з підготовкою фахівців в області event-менеджменту, що потребує вивчення досвіду зарубіжних країн, а також подальшого дослідження зазначеної проблематики з урахуванням реалій часу і національних особливостей.

**Ключові слова:** туризм, туристичний ринок, туристичний продукт, подієвий туризм, івент, event-менеджмент.

Voskresenska Olena, Fursov Anatolii

Kherson National Technical University

## EVENT-MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT OF EVENT TOURISM DEVELOPMENT

**Summary.** Eventful tourism as perspective segment of tourist market in Ukraine, that assists the height of tourist streams and positively influences on an image and development of tourist destination, is considered in the article. Attention is accented on the value of eventful tourism in advancement of tourist product and his role in motivation of tourism. On the basis of analysis of situation that was folded at the motherland market of tourist services, the conclusion has drawn about insufficient development of the organized tourism, that is one of the problems of tourist industry in Ukraine. The value of event is exposed as a base component of eventful tourism. As means of management events an event- management is considered, by means of that planning, organization and management comes true by events within the framework of single conception of local tourist product. Certain essence of event- management and feature of his application to increase the attractiveness of events and forming an effective organizationally-economic mechanism of developing eventful tourism in Ukraine. Subjects that use event-management on different administrative levels are mentioned. Principles that provide efficiency of event-management are described. Composition of ingredients (blocks) is offered in the system of organization of event-management (conceptual; organizational; planning (strategic, current, operative); marketing-communication; research and information), their basic maintenance is exposed. Attention is accented on strategic part in the block of planning, development of which envisages the estimation of external and internal environment, which allows to take into account the potential of maximization of strong parties and possibilities and/or to minimize influence of weak parties and threats in the process of preparation of event. Basic factors that restrain development of eventful tourism and event-management in Ukraine are mentioned. In the conclusion the future of event-management in a management of eventful tourism is related both to conditioning, providing the decision of economic and social problems and with preparation of specialists in area of event- management. It requires the study of experience of foreign countries, and also further research of the indicated range of problems taking into account realities of time and national features.

**Keywords:** tourism, market of tourism, product of tourism, event tourism, event, event-management.

**Постановка проблеми.** Подієвий туризм сьогодні є одним з нових і високоприбуткових видів туризму, який сприяє росту туристичних потоків, створенню модернізованої інфраструктури та просуванню територій. У західних країнах подієвий туризм почав виділятися як окремий сегмент туристичного ринку у 1980-ті роки. Зараз на міжнародному ринку туристичних послуг цей вид туризму динамічно розвивається, зростає кількість відвідувачів подієвих турів, що позитивно впливає на імідж і розвиток туристичної дестинації. На сьогоднішній день подієвий туризм розглядається як пріоритетний напрям туристичної галузі в таких країнах, як Німеччина, Італія, Франція, Іспанія, Сінгапур, Венгрія та ін.

В Україні подієвий туризм є порівняно молодим напрямом туризму. Його поступове впровадження відбувається на регіональному рівні за

рахунок проведення суспільних, культурних, спортивних, освітніх та інших заходів, які організуються переважно у великих містах – Києві, Львові, Одесі, Дніпрі, Харкові. Подальше поширення подієвого туризму у нашій країні сприятиме активізації просування національного туристичного продукту, збільшенню кількості українських та іноземних туристів, підвищенню економіки на локальному, регіональному та національному рівнях. Розвиток подієвого туризму як перспективного сегменту туристичного ринку потребує використання event-менеджменту, за допомогою якого здійснюється планування, проведення та управління подіями, як важливого мотивуючого фактора в туризмі. Зважаючи на це, дослідження сутності та особливостей event-менеджменту, як складової системи управління подієвим туризмом, має не тільки важливе наукове значення, а й суто практичне спрямування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес становлення подієвого туризму, розвитку різних його сегментів, а також питання управління подієвими заходами, їх життєвого циклу та оцінки впливу на економіку широко висвітлюються у наукових працях зарубіжних дослідників, зокрема Д. Аллена, Д. Гетца, Л. Миллера, Д. Рітчі, М. Робінсона, Б. Перрі, П. Нортон та ін.

В Україні проблеми подієвого туризму та event-менеджменту не знайшли належного відображення у науковій літературі. На необхідності використання «подієвих рекреаційно-туристських ресурсів» звертав увагу Бейдик О.О. [1]; подієвий туризм як історико-культурне явище розглядався Устименко Л.М. [8]; у публікації Давиденко І.В. [4] подієвий туризм висвітлений як важливий ринковий сегмент, розкрито теоретичні основи його організації [6]; Власенко О.Б. [3] проведений аналіз становлення та еволюційного розвитку event-менеджменту як окремої сфери економічної науки, розкрито його суть, цілі та основні завдання; Забалдіною Ю.Б. і Тараненко А.П. [5] запропоновано погляд на event-менеджмент як складову менеджменту туристичної дестинації, деталізовано його функції; у публікації Хитрової О.А. та Харитонові Ю.Ю. [9] визначено взаємозв'язок подієвого туризму та event-менеджменту, проаналізовано сучасний стан івент-менеджменту в Україні і висвітлено основні проблеми його розвитку.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Збільшення кількості наукових праць з указаної проблематики свідчить про зростання до неї інтересу науковців і практиків. Проте подієвий туризм та event-менеджмент не стали ще об'єктом належної уваги, їх дослідження знаходиться на ранній стадії розвитку, тому ці питання потребують подальшого більш детального вивчення.

**Мета статті.** Головною метою цієї статті є розкриття сутності event-менеджменту та визначення особливостей його застосування в управлінні розвитком подієвого туризму як перспективного сегменту туристичного ринку в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Подієвий (івентивний) туризм – це вид ту-

ризму орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією. Характерною ознакою івентивного туризму є приурочення туристичної подорожі до певної події, свята чи видовища: музичних конкурсів, національних фестивалів і карнавалів, театралізованих дійств, конкурсів, різноманітних змагань та чемпіонатів, політичних акцій, унікальних природних явищ, що мають здатність приваблювати до місць, де вони відбуваються [11, с. 235].

У сучасному світі подієвий туризм є важливим і необхідним явищем, що стимулює продажі багатьох туристичних напрямів та відіграє значну роль у мотивації туризму. Втім в Україні розвиток як подієвого туризму, так і туристичної галузі в цілому, пов'язаний з певними проблемами і негативними процесами.

Для кращого розуміння цих проблем необхідно проаналізувати ситуацію, що склалася на вітчизняному ринку туристичних послуг. Так, за даними Адміністрації Держприкордонслужби, за I півріччя 2017 року до України в'їхало 6,3 млн. туристів, що на 8,7% більше, ніж в аналогічному періоді 2016 року. За вказаний період головною мотивацією в'їзду до країни є приватні подорожі, на які припадає 94,1% усіх подорожей, та які зросли на 6,8% у порівнянні з аналогічним періодом 2016 року. З метою «туризм» кількість в'їзних іноземців знизилась у 3,4 рази у порівнянні з аналогічним періодом 2016 року [12] (табл. 1).

У I півріччі 2017 року найбільша кількість іноземних громадян прибули до України з Молдови, Білорусі, Росії, Угорщини, Польщі, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини [12]. Отже, «географію» туристів, які приїжджають в Україну, не можна вважати широкою. Крім того, більшість громадян, які за існуючою класифікацією розглядаються як іноземні туристи, фактично такими не є, а відвідують нашу країну зі службовими та приватними цілями, у тому числі, для ведення приватного бізнесу. Це свідчить про недостатність розвитку в Україні організованого туризму.

Можливості залучення в країну більшої кількості туристів пов'язані із впровадженням в туризм інновацій, нових ідей, зацікавленням спо-

Таблиця 1

**Мотивація туристичних поїздок громадян світу до України за I півріччя 2016-2017 років**

Мета	Перше півріччя 2016 року		Перше півріччя 2017 року		Приріст (зниження), % / разів
	кількість, осіб	частка, %	кількість, осіб	частка, %	
службова	20 787	0,4	11 735	0,2	↓ 43,5%
ділова	115	0,0	4 256	0,1	↑ 37 разів
туризм	65 895	1,1	19 233	0,3	↓ 3,4 рази
приватна	5 578 693	95,9	5 956 264	94,1	↑ 6,8%
навчання	1 993	0,0	193	0,0	↓ 10,3 рази
релігійна	8	0,0	215	0,0	↑ 26,9 рази
культурний та спортивний обмін	54	0,0	43	0,0	↓ 20,4%
транзит	142 060	2,4	95 230	1,5	↓ 33%
інша	10 452	0,2	241 469	3,8	↑ 23,1 рази
Всього	5 820 057	100,0	6 328 638	100,0	↑ 8,7%

Джерело: [12]

живачів цими новаціями. Важливе значення для зростання туристичної сфери має розвиток подієвого туризму, що підтверджується практичною туристичною діяльністю зарубіжних країн.

В Україні подієвий туризм поки ще розвивається досить повільними темпами. Останнім часом цей напрямок туризму поступово поширюється за рахунок періодичних та одиночних подій регіонального або локального масштабу, які приваблюють українських та іноземних туристів. Як приклад, можна навести такі заходи, як «Юморина» в Одесі, джазовий фестиваль у Коктебелі, «Таврійські ігри» у Новій Каховці, Сорочинський ярмарок на Полтавщині, Всеукраїнський фестиваль сиру та вина у Львові, дні міст України, Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»; Міжнародний фестиваль традиційної слов'янської культури «Київська Русь», Міжнародний гуцульський фестиваль.

Також слід відзначити результативні туристичні сезони на Херсонщині. Так, у 2017 році туристичні події привернули увагу не тільки мешканців області, але й близько 200 тисяч гостей з різних куточків України та із-за кордону [10]. Найбільш привабливими заходами для туристів стали Міжнародний театральний фестиваль «Мельпомена Таврії», на якому було представлено 37 вистав з 32 театрів з 11 країн світу, Фестиваль вуличної їжі і емоцій «ХерсON-FEST», фестивалі «Купальські зорі», «Івана Купала», «AzovHealthFest», «Кавун солодке диво», «Кварта-Фест», благодійний фестиваль «Charity Fest», свято сім'ї, спорту, природи і смачної їжі «Олешшя-GreenDay» та багато інших цікавих подій.

Базовим компонентом подієвого туризму є подія (івент), яка є приводом для туристичної подорожі. Івент – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час, із певною метою та має певний резонанс для суспільства [7, с. 5]. Значення івентів полягає в тому, що вони є важливим мотивуючим фактором в туризмі, який стимулює продажі багатьох туристичних напрямів; крім того, використання івентів дає можливість уникнути такої гострої для туристичної сфери проблеми, як сезонний чинник.

Підвищення привабливості івентів і формування дієвого організаційно-економічного механізму розвитку подієвого туризму в Україні потребує ефективного event-менеджменту (управління подією). Більшість фахівців розглядають event-менеджмент як практичне застосування менеджменту в області проектування проведення та організації заходів і подій. На наш погляд, event-менеджмент можна визначити як практичне застосування менеджменту з метою створення привабливої події на основі визначення обґрунтованої послідовності виконання певних дій з планування, організації, координації, контролю, реалізації події та її аналізу, а також управління групою виконавців цих дій.

Event-менеджмент поступово стає окремою підсистемою менеджменту туристичних Destination різного рівня, його об'єктом виступають івенти, спрямовані на залучення туристів, а невід'ємними функціями – планування, організація та керівництво такими подіями в рамках єдиної концепції місцевого туристичного продукту.

Однією з особливостей event-менеджменту є те, що він застосовується різними суб'єктами на відповідних управлінських рівнях (рис. 1).

Ефективність event-менеджменту забезпечується застосуванням певних принципів, які охарактеризовано в табл. 2.

Event-менеджмент включає вивчення особливостей бренду, визначення цільової аудиторії, розробку концепції події, логістичне планування та координацію технічних аспектів, що безпосередньо впливають на проведення заходу. Обов'язковими елементами event-менеджменту є аналіз події, інвестування в неї та повернення вкладених коштів, вплив на імідж міста [2, с. 144].

Застосування системного підходу до організації event-менеджменту передбачає виділення окремих його компонентів, якими, на нашу думку, мають бути такі блоки:

1. Концептуальний блок – розробка концепції та сценарії заходу; визначення цільової аудиторії, партнерів і зацікавлених сторін, тривалості, місця та оптимальної форми проведення події).

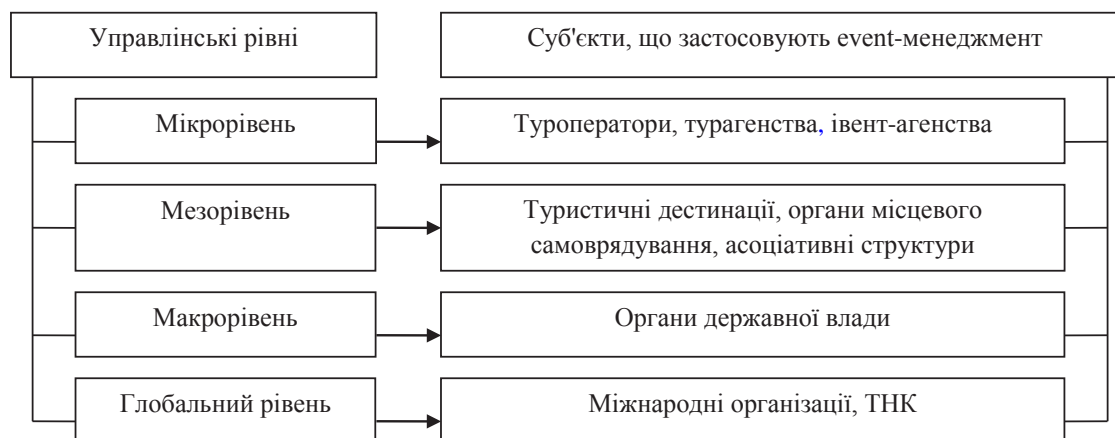


Рис. 1. Управлінські рівні суб'єктів event-менеджменту

Джерело: розроблено авторами за даними [2, с. 145]

Таблиця 2

## Основні принципи, що забезпечують ефективність event-менеджменту

Принципи	Характеристика
1	2
Етичні принципи	Дотримання етичних норм, які відображають систему загальних цінностей, суспільних уподобань і правил етики, у практичній роботі event-менеджерів.
Принцип цілісності	Все, що планується та здійснюється в рамках події, має підпорядковуватися цілі її успішної реалізації.
Принцип суб'єктивного підходу	Означає, що кожний захід має свої особливості, зумовлені місцем, часом, визначеними завданнями, складом учасників, баченням проблеми замовниками та виконавцями.
Принцип медійності	Всі події, здійснювані в рамках event-менеджменту, повинні широко висвітлюватися, зокрема, засобами масової інформації як до початку події, так і після її закінчення.
Принцип ефекту впливу	Подія обов'язково має бути привабливою, викликати в аудиторії позитивні емоції своєю незвичайністю, художнім оформленням тощо.
Принцип масовості	Подія має бути масовим заходом і мати підтримку значної кількості прихильників, що закликають до подальшого розширення числа учасників події.
Принцип забезпеченості	Подія має бути забезпечена необхідними ресурсами (матеріально-технічними, фінансовими, кадровими та ін.)
Принцип ефективності	Ефективність заходу визначається на основі оцінки збільшення потоку туристів, а також впливу події на розвиток інших галузей, таких як транспорт, торгівля, готельний та ресторанний бізнес та ін.

Джерело: розроблено авторами

2. Організаційний блок – розроблення логічної схеми створення події, визначення оптимальної структури, послідовності та змісту робіт, що потребують виконання, організація взаємозв'язків з партнерами і зацікавленими сторонами, визначення порядку здійснення контролю за всіма процесами в ході підготовки до створення заходу та його реалізації.

3. Блок планування – стратегічне планування (оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища на основі використання методу SWOT-аналізу з метою виявлення потенціалу сильних сторін та зовнішніх можливостей); поточне планування (визначення термінів виконання робіт та призначення відповідальних, виявлення потреби в ресурсах, складання кошторисів і загального бюджету заходу); оперативне планування (деталізація завдань за комплексами робіт для їх виконавців на короткостроковий період для забезпечення виконання поточного плану).

4. Маркетингово-комунікаційний блок – створення плану висвітлення заходу, визначення засобів масової комунікації, які є ефективними для просування події, підготовка матеріалів для її анонсу, інформаційне просування заходу та висвітлення його результатів.

5. Інформаційно-аналітичний блок – формування інформації, необхідної для підготовки події, визначення економічного ефекту від її реалізації, оцінки задоволення відвідувачів заходу та їх бажання повторної участі в ньому, складання проміжної та підсумкової звітності щодо виконання плану подієвого заходу.

При плануванні заходу особливої уваги потребує його стратегічна частина, розроблення якої передбачає оцінку зовнішнього і внутрішнього середовища з використанням методу SWOT-аналізу. Це дозволить врахувати потенціал максимізації сильних сторін і можливостей та/або мінімізувати вплив слабких сторін і загроз в процесі підготовки подієвого заходу.

Підсумовуючи розгляд особливостей застосування event-менеджменту в управлінні подієвим туризмом, слід виділити основні чинники, що стримують розвиток даного напрямку менеджменту в Україні, якими є: проблеми, пов'язані з економічною кризою, політичні фактори, недостатня підтримка подієвого туризму з боку держави, зниження попиту на послуги подієвого туризму, що зумовлено низькою платоспроможністю потенційних відвідувачів подієвих заходів, недостатність фахівців, які можуть професійно виконувати функції event-менеджера. Поступове вирішення цих проблем сприятиме поширенню подієвого туризму, що може стати основою для підвищення попиту на послуги event-менеджменту в управлінні цим перспективним напрямом туристичної галузі.

**Висновки і пропозиції.** Проведене дослідження дозволяє зрозуміти сутність event-менеджменту, за допомогою якого здійснюється планування, проведення та управління подіями, як важливого мотивуючого фактора в туризмі. Фахівці в цій сфері повинні мати стратегічне мислення, гарні організаторські здібності, лідерські якості та здатність підбирати дієву команду, розробляти концепції заходів відповідно до вимог часу, ухвалювати зважені та етичні рішення. Майбутнє event-менеджменту в Україні пов'язане як з вирішенням економічних і соціальних проблем (що сприятиме розвитку національного туристичного ринку та поширенню подієвого туризму), так і з підготовкою фахівців в області event-менеджменту. В цьому питанні слід орієнтуватися на досвід зарубіжних країн, який свідчить, що багато професіоналів в області event-менеджменту мають ступінь магістра і володіють знаннями з маркетингу, фінансів, управління людськими ресурсами, управління ризиками. Проблемні аспекти подієвого туризму та event-менеджменту потребують подальшого дослідження з урахуванням реалій часу і національних особливостей.

### Список літератури:

1. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2010. 404 с.
2. Бусловская А.С., Сардак С.Э. Ивент-менеджмент в управлении развитием туризма. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 3(14). С. 142–145. URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/ebm.in.ua/journal/14\\_2018/25.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/ebm.in.ua/journal/14_2018/25.pdf) (дата звернення: 25.01.2019).
3. Власенко О.Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 9. Ч. 3. С. 144–147.
4. Давыденко И.В. Доминанты рынка событийного туризма. *Перспективы развития науки в современном мире* : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Краков, 2012 г.). Краков, 2012. С. 97–103.
5. Забалдіна Ю.Б., Тараненко А.П. Формування івентивного портфеля. *Інтелект XXI*. 2017. № 5. С. 48–52.
6. Парфіненко А.Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. *Географія та туризм*. 2015. Вип. 34. С. 144–154.
7. Радіонова О.М. Івент-технології. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. 68 с.
8. Устименко Л.М. Подієвий туризм як історико-культурне явище. *Культура і сучасність*. 2013. № 1. С. 88–92.
9. Хитрова О.А., Харитонова Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 30. С. 27–31.
10. Херсонщина, подієвий туризм. *Інтернет-издание «Новый визит» (24 жовтня 2017 р.)*. URL: <http://www.vizit.ks.ua/otdyx-turizm/xersonshhina-podiyevij-turizm> (дата звернення: 20.01.2019).
11. Червінський А. Роль подієвого туризму в освоєнні культурно-освітнього простору Прикарпаття. *Гірська школа Українських Карпат*. 2016. № 14. С. 235–238.
12. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016-2017 років. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title> (дата звернення: 22.01.2019).

### References:

1. Beidyk O.O. (2010). Rekreatsiini resursy Ukrainy [Recreational resources of Ukraine]. Kyiv : Alterpres. (in Ukrainian)
2. Buslovskaya A.A., Sardak S.E. (2018). Ivent-menedzhment v upravlenii razvitiem turizma [Event-management in the management of tourism development] *Shhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia* [Eastern Europe: Economics, Business and Management], no. 3, pp. 142–145. Available at: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/ebm.in.ua/journal/14\\_2018/25.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/ebm.in.ua/journal/14_2018/25.pdf) (accessed 25 January 2019).
3. Vlasenko O.B. (2014). Iventyvnyi menedzhment yak okremyi napriam doslidzhennia v suchasni nauksi [Event management as a separate line of research in modern science]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series of Economic Sciences*, vol. 9, no. 3, pp. 144–147. (in Ukrainian)
4. Davydenko I.V. (2012). Dominanty rynku sobytiynogo turizma [Dominants of market event tourism]. Proceedings of the *Perspektivy razvitiya nauki v sovremennom mire : mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya* (Poland, Krakow, 2012), Krakow : Sp. z. o.o. «Diamond trading tour», pp. 97–103.
5. Zabaldina Yu.B., Taranenko A.P. (2017). Formuvannia iventyvnoho portfelia turystychnykh destynatsii [Tourist destination's event portfolio formation]. *Intelekt XXI*, no. 5, pp. 48–52. (in Ukrainian)
6. Parfynenko A.Yu. (2015). Podiivnyi turizm yak chynnyk formuvannia turystychnoi pryvablyvosti mista [Event tourism as a factor for the formation of tourism attraction in the city]. *Geography and tourism*, vol. 34, pp. 144–154. (in Ukrainian)
7. Radionova O.M. (2015). Ivent-tekhnohohii [Event-technology]. Kharkiv : KhNUMH im. O.M. Beketova. (in Ukrainian)
8. Ustymenko L.M. (2013). Podiivnyi turizm yak istoryko-kulturne yavyshe [Event tourism as historical and cultural phenomenon]. *Culture and modernity*, no. 1, pp. 88–92. (in Ukrainian)
9. Khytrova O.A., Kharytonova Yu.Yu. (2018). Stan i tendentsii rozvytku ivent-menedzhmentu v Ukraini [The state and trends in the development of event management in Ukraine]. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and Management*, vol. 30, pp. 27–31. (in Ukrainian)
10. Online publication "New Visit" (2017). Khersonshchyna, podiivnyi turizm [Kherson region, event tourism]. Available at: <http://www.vizit.ks.ua/otdyx-turizm/xersonshhina-podiyevij-turizm> (in Ukrainian) (accessed 20 January 2019).
11. Chervinskyi A. (2016). Rol podiivnoho turizmu v osvoinni kulturno-osvitnoho prostoru Prykarpattia [The role of event tourism in mastering of cultural and educational space Prykarpattia]. *Mountain School of the Ukrainian Carpathians*, no. 14, pp. 235–238. (in Ukrainian)
12. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2017). Informatsiia shchodo vidviduvannia Ukrainy inozemnymy turystamy ta vyizdu hromadian Ukrainy za kordon za I pivrichchia 2016-2017 rokiv [Information on visiting Ukraine by foreign tourists and departure of Ukrainian citizens abroad for the first half of 2016-2017 years] Available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title> (accessed 22 January 2019).