

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СФЕР ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19

©2021 РЯБЕВ А. А., ТОНКОШКУР М. В., КРАВЦОВА С. В.

УДК 338.48
JEL: L83; Z31; Z32

Рябев А. А., Тонкошкур М. В., Кравцова С. В. Управління розвитком сфер туризму та готельного господарства під час пандемії COVID-19

Починаючи з 2020 р. і до сьогодні через пандемію COVID-19 у сфері туризму та готельного господарства, а також у суміжних сферах спостерігається спад або навіть повне припинення діяльності, у результаті чого вже значна кількість підприємств стала банкрутами або знаходяться в кризовому стані. Саме тому виникає необхідність пошуку такого шляху розвитку сфер туризму та готельного господарства, який би надав можливість не лише зберегти означені сфери, але й забезпечив після виходу зі стану пандемії умови для їх подальшого розвитку таким чином, щоб в їх діяльність було залучено якомога більше суб'єктів підприємницької діяльності. Також слід враховувати попит людей – потенційних рекреантів (туристів і відпочиваючих), який має бути задоволений, незважаючи на пандемію, оскільки під час ізоляції й обмежень у пересуванні та комунікації з природою в людини виникає депресивний і хворобливий стан, що призводить до погіршення працездатності та зменшення кількості працездатних кадрів. Як інструмент подолання існуючої кризи пропонується створювати кемпінги із залученням усіх зацікавлених сторін з боку підприємств сфери туризму, готельного та інших господарств. Подібний підхід надає можливість працювати під час пандемії за рахунок відсутності скупченості людей в одному місці. При цьому завдяки диференційованому підходу при створенні кемпінгів можна задовольнити максимальний можливий спектр попиту з боку потенційних туристів і відпочиваючих за рахунок створення різних за комфортом перебування умов. Що стосується можливості роботи не лише під час пандемії, але й після її завершення, то кемпінг якнайкраще для цього підходить, оскільки при його створенні формується стійка підприємницька керована структура – територіальна рекреаційна система, яка стає ядром для подальшого розвитку туризму, готельного господарства та інших сфер, що прямо або опосередковано пов'язані з їх діяльністю.

Ключові слова: кемпінг, туризм, готельне господарство, задоволення попиту, рекреаційна система, пандемія.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-215-220>

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 19.

Рябев Антон Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: anton.ryabev@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2220-3282>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1774020/anton-ryabev/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57211473496>

Тонкошкур Максим Васильович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: maxi-travell@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2079-0364>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1769934/maksym-tonkoshkur/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57211469947>

Кравцова Софія Віталіївна – старший викладач кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: sofiya270475@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4876-6112>

UDC 338.48
JEL: L83; Z31; Z32

Ryabev A. A., Tonkoshkur M. V., Kravtsova S. V. Administrating the Development of Tourism and Hospitality Industries During the COVID-19 Pandemic
Starting from 2020 to the present day, because of the COVID-19 pandemic in the sphere of tourism and hotel industry, as well as in related areas, there has been a decline or even complete cessation of activity, as a result of which a significant number of enterprises have become bankrupt or in crisis. So there is a need to find such a way of development of the spheres of tourism and hospitality, which would provide an opportunity not only to preserve these areas, but also to provide, after leaving the pandemic, the conditions for their further development in such a manner that as many as possible business entities are involved in their activities. It is also necessary to take into account the demand of people – potential recreants (tourists and vacationers), which should be satisfied, despite the pandemic, because during isolation and restrictions in movement and communication with nature, a depressed and painful state occurs, which leads to a deterioration in efficiency and a decrease in the number of able-bodied personnel. As an instrument to overcome the existing crisis, it is proposed to create campsites with the involvement of all stakeholders from enterprises in the sphere of tourism, hotel and other industries. Such an approach makes it possible to work during a pandemic due to the lack of crowding in one place. At the same time, thanks to the differentiated approach when creating campsites, it is possible to satisfy the maximum possible range of demand from potential tourists and vacationers by creating conditions of stay that are different in comfort. As for the possibility of working not only during a pandemic, but also after its completion, camping is best suited for this, since when it is created, a stable entrepreneurial managed structure is formed – a territorial recreational system that becomes the core for the further development of tourism, hotel industry and other areas directly or indirectly related to their activities.

Keywords: camping, tourism, hotel industry, demand coverage, recreation system, pandemic.

Fig.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 19.

Ryabev Anton A. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: anton.ryabev@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2220-3282>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1774020/anton-ryabev/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211473496>

Tonkoshkur Maksym V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: maxi-travel@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2079-0364>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1769934/maksym-tonkoshkur/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211469947>

Kravtsova Sofiia V. – Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: sofya270475@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4876-6112>

Під час пандемії COVID-19 попит на рекреаційні послуги продовжує зберігатися. При цьому він навіть більший, ніж до пандемії, що пояснюється психологічним навантаженням через необхідність знаходитися значний час в ізоляції та на карантині [1–3]. Проте не менш важливим є і виживання туристських підприємств, що підтверджується Конференцією ООН з торгівлі та розвитку [4]. Все це обґрунтовує вельми актуальне питання щодо обрання виду діяльності, якою можуть займатися туристські підприємства для зменшення залежності від негативних наслідків обмежень, що пов'язані з COVID-19. Також постає питання щодо створення такої структури у сфері туризму та готельного господарства, яка б забезпечила стійкість по відношенню до криз.

Питання розвитку сфер туризму та готельного господарства розглянуто в роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених: В. В. Абрамова, В. Альтшулера, І. Б. Андренко, К. Банасик, Л. Грефе, М. М. Поколодної, І. Л. Полчанінової, Л. Сандерс та ін. [5–12].

На основі аналізу робіт даних учених слід відзначити, що особливе значення, з одного боку, приділяється безпосередній діяльності туриста (рекреанта), що спрямована на відпочинок, а з іншого – розглянуто питання щодо зменшення ризиків у діяльності туристських і готельних підприємств, у тому числі в деяких публікаціях зроблено акцент на необхідності розвитку внутрішнього спортивного та самодіяльного туризму і, що важливо, умов для їх розвитку, у підготовці та реалізації якого прямо або опосередковано можуть брати участь туристські та готельні підприємства.

Протягом останніх двох років країни світу опинилися в жорстких умовах карантину, який було введено для запобігання розповсюдження пандемії COVID-19. При цьому однією з найбільш постраждалих сфер виявилася сфера туризму, оскільки було обмежено як транскордонне сполучення, так і всередині країн, що призвело до фактичного паралічу туризму.

Слід відзначити той факт, що навіть по закінченню пандемії COVID-19 залишиться ризик повного припинення діяльності у сфері туризму, що також потребує пошуку такого шляху розвитку сфери туризму, який дозволить знизити ризики його згорання та неможливості отримання рекреаційних послуг туристами.

Головною метою статті є формування варіанта розвитку сфери туризму та готельного господарства таким чином, щоб вона могла функціонувати як під час пандемії COVID-19, так і після неї.

Пандемія COVID-19 здійснила значний негативний вплив на сферу туризму. Постраждалими опинилися як всі підприємства (пов'язані з відправленням, прийомом, перевезенням, розважанням, розміщенням, виробництвом і продажем різноманітних товарів та послуг тощо), так і рекреанти (туристи). З огляду на це виникає необхідність максимально можливого збереження сфери туризму шляхом створення таких умов праці туристських підприємств, за яких вони хоча б не стали банкрутами, а для туристів було збережено хоча б деякі можливості для відпочинку.

Так, цілком розуміло, що всі туристські підприємства зберегти в тому вигляді, в якому вони існують, неможливо, але завдяки зміні профілю діяльності це можливо. Також не можна буде надати послуги з відпочинку всім бажаним, але деяку частину все ж таки вдасться задовольнити. Розглянемо можливі сценарії трансформації сфери туризму.

Зазвичай більшість комерційних підприємств у своїй діяльності відштовхуються від класичного маркетингового підходу з орієнтацією на попит з боку потенційних споживачів туристських послуг і продуктів. У даному випадку основне завдання – запропонувати щось таке особливе, що буде відрізнятися від аналогічних запропонованих послуги чи товару конкурентів.

Менша кількість підприємств, виходячи з того, що потенційний рекреант (турист) не завжди усвідомлює й уявляє свій відпочинок певним чином або не має уявлення про наявність відповідних можливостей відпочинку, може зреагувати на щось незвичне або нетрадиційне, використовують інструмент формування попиту, що дає їм можливість зайняти вільну нішу на ринку туристських послуг і товарів. Саме на цьому варіанті подальшого можливого розвитку сфери туризму і пропонується сконцентрувати увагу.

Так, можна просувати напрям організації відпочинку в кемпінгах у рекреаційних зонах лісів, на водних об'єктах, у передгірних районах і в горах. У даному випадку при знаходженні на відкритому просторі для туристів значно знижується ризик заразитися коронавірусом, а для туристських підприємств з'являються умови для знаходження сфери діяльності. І хоча туристські підприємства будуть вимушені змінити профіль своєї діяльності частково або навіть повністю, проте вони зможуть подолати або пережити кризу, що виникла через пандемію COVID-19. Більше того, фактично підприємство здійснять диверсифікацію своєї діяльності, що приведе до позитивних фінансових результатів.

Кемпінг – це засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у будиночках (котеджах та/або бунгало) та/або надають місця для розташування наметів-будиночків, територія обладнана санітарно-технічними зручностями загального користування [13].

Створення та розвиток кемпінгів не є інноваційною ідеєю, проте зараз вона стала актуальною як ніколи за рахунок можливості надання відпочинку в контакті з природою та відносно низьким контактом туристів один з одним, як це відбувається, наприклад, у межах класичних готелів у центрах масового відпочинку в Туреччині, Єгипті чи в Західній Європі [14–16].

Слід зазначити, що за своєю сутністю кемпінги являють собою своєрідну територіальну рекреаційну систему, що складається з: 1) груп рекреантів (туристів, відпочиваючих); 2) природних і культурних комплексів; 3) технічної системи; 4) групи обслуговуючого персоналу; 5) системи органів управління [17]. Саме тому створення кемпінгів потребує зусиль значної кількості організаторів відпочинку, оскільки необхідно буде створити інфраструктуру, здійснити благоустрій території, надавати інвентар в оренду, організувати послуги: харчування, гідів-провідників, інструкторів, розважання, залучити туристів і відпочиваючих тощо.

Подібний підхід дає можливість надання різноманітних умов і ведення гнучкої цінової політики та, відповідно, формування різних умов комфорту під час перебування в кемпінгу. Отже, розглянемо вірогідний сценарій створення кемпінгу та територіальної рекреаційної системи.

Одним із найважливіших умов для існування кемпінгу можна назвати його місцерозташування, оскільки саме від розташування в значному ступені залежить життєздатність кемпінгу як комерційного підприємства. До найбільш привабливих місць зазвичай відносять місця збігу двох і більше природних об'єктів: море та степ, річка та ліс, річка та гори тощо [17–19].

Також доцільно розглянути варіанти розміщення в кемпінгу або на його території, оскільки саме від них залежить вартість і рівень комфорту – за рахунок створення складової під назвою «готельне господарство». Варіанти з точки зору створення готельного господарства та умов розміщення в кемпінгу такі (рис. 1):

1. У стаціонарних будиночках цілорічного функціонування.
2. У стаціонарних будиночках сезонного функціонування.
3. У наметах, що належать кемпінгу.
4. У власних наметах на території кемпінгу.
5. У караван-будиночках, що належать кемпінгу та використовуються стаціонарно з підключенням до комунікаційних мереж кемпінгу.
6. У власних караван-будиночках на території кемпінгу.
7. У власних автомобілях (у т. ч. в так званих кемперах) на території кемпінгу тощо.

Вимоги до рівня комфорту залежать від цілей знаходження на території кемпінгу, від індивідуальних потреб туристів, соціальної належності до певних груп, віку, фінансової забезпеченості тощо.

Окрім підходу до створення складової готельного господарства (засобу розміщення), важливо враховувати ще низку факторів і можливість їх вирішення (табл. 1). Також важливо визначити наявність осіб (сторін), що зацікавлені в створенні кемпінгу як джерела отримання прибутку.

Важливим є також питання, пов'язане з цільовою аудиторією споживачів послуг кемпінгів. Якщо спиратися на міжнародний досвід, то можна зазначити, що кількість таких споживачів доволі значна. Визначимо умовно основні категорії споживачів послуг кемпінгів.

Перш за все, кемпінги користуються попитом у туристів, які надають перевагу мандрівкам на власному автомобілі, у т. ч. з причепами, що обладнані як готельний номер категорії «студія».

Іншою категорією споживачів послуг кемпінгів можуть стати туристи, які надають перевагу активним видам туризму – пішохідному, велосипедному, водному (сплав по річках на байдарках). І хоча дана категорія туристів зазвичай не є вибагливою, проте останніми роками спостерігається їх тяжіння до розміщення на ночівлю в безпечних місцях. Окрім цього, таким чином з'являється можливість збору та утилізації сміття, що туристи можуть залишити після себе,

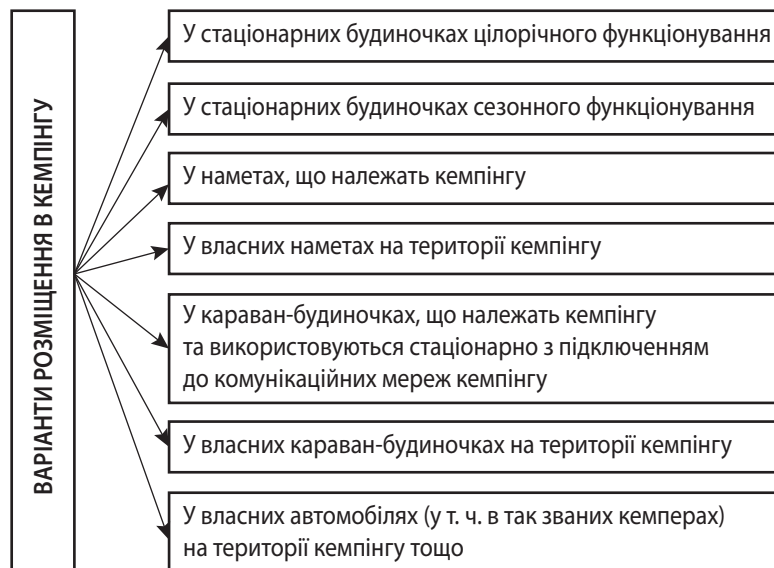


Рис. 1. Варіанти розміщення в кемпінгу

Таблиця 1

Мінімальні мови та засоби для створення, існування та розвитку кемпінгів

Умова	Засіб забезпечення умови (та виконавці)
Джерела фінансування	– Держава в рамках створення умов для розвитку сфери туризму; – об'єднані територіальні громади (далі – ОТГ), що отримують новий вид діяльності (окрім існуючих) і джерело отримання прибутку; – приватні особи, туристські, готельні, ресторани та інші підприємств (як самостійно, так і на основі об'єднання зусиль), що зацікавлені в створенні кемпінгу
Наявність транспортної інфраструктури, що надасть можливість дістатися кемпінгу від основних автошляхів	
Постачання	Обслуговування комунального господарства (та мережі комунікації з можливістю підключення до них автокемперів, караван-будиночків тощо) кемпінгу може бути реалізовано з використанням декількох підходів, а саме: – підключення до вже існуючого комунального господарства місцевості (населеного пункту) з подальшим його використанням за умови витримати зростаюче навантаження. У разі недостатньої потужності існуючого – створення комунального господарства
Наявність структури, що буде відповідати за комунальне обслуговування	
Наявність кваліфікованих кадрів, які будуть займатись управлінням та обслуговуванням кемпінгу	Необхідні кадри можуть бути знайдені та залучені такими шляхами: – залучити вже існуючих спеціалістів у відповідних сферах; – підготувати спеціалістів на базі місцевих закладів вищої та середньої освіти (наприклад, у Харкові підготовка всього спектра кадрів може бути виконана Харківським національним університетом міського господарства ім. О. М. Бекетова та двома коледжами при ньому – Житлово-комунальним та Електромеханічним, а також іншим закладами вищої та середньої освіти, що готують спеціалістів за окремими спеціальностями, що будуть затребувані при функціонуванні кемпінгу); – залучити місцеве населення в разі наявності необхідної кваліфікації та/або коли відсутня необхідність у певній кваліфікації
Наявність кваліфікованих кадрів, які будуть займатися виробництвом і збутом послуг кемпінгу	

тобто буде виконуватися ще й функція збереження природного оточення. Слід також зазначити, що в останні роки зросла кількість осіб, які бажають активно відпочивати, але при цьому почуватися в комфортних умовах у літніх будиночках, котеджах, а не в наметах. При цьому приділяється значна увага розважанню під час стоянок, яке також повинен хтось організувати, що в умовах стаціонарного кемпінгу значно легше організувати.

До третьої категорії туристів можна віднести всіх бажаючих відпочити на природі як з мінімально комфортними умовами, так і з максимальним рівнем комфорту за системою «все включено».

Перші дві категорії туристів можуть використовувати кемпінг як місце постійного розміщення або як транзитний засіб розміщення виключно для ночівлі. Що стосується часу перебування на території кемпінгу, то він може дорівнювати від декількох годин до

декількох діб. Якщо розглядати третю категорію, то для неї можливий термін перебування від двох днів (вихідні дні) до декількох тижнів.

Усе вищеперелічені дії, що спрямовані на створення кемпінгу, надають можливість створити стійку рекреаційну систему, яка здатна функціонувати навіть в умовах пандемії COVID-19, а також по її завершенні буде продовжувати виступати інструментом розвитку туризму в регіоні.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи все вищесказане, можна дійти висновку, що в умовах пандемії COVID-19 можливість виживання туристської сфери багато в чому залежить від готовності до зміни звичних умов роботи, оскільки ніхто не може надати точного прогнозу щодо майбутнього сфери туризму.

Водночас на ринку туризму спостерігається значний попит на рекреаційні послуги з боку населення країни. Проте необхідність адаптації під нові умови, пов'язані з COVID-19, також стосуються і потенційних туристів і обумовлені жорсткими вимогами щодо виживання населення.

Рішенням проблеми збереження сфери туризму, хоча б із трансформацією, і задоволення попиту на відпочинок в умовах обмежень транскордонного сполучення може стати створення кемпінгів.

При цьому слід відзначити той факт, що створення кемпінгів навіть при відновленні звичних умов існування туризму, що були до пандемії, фактично приведе до розвитку туризму в межах регіонів, оскільки завдяки ним будуть формуватися «рекреаційні системи», які, за В. С. Преображенським [19], формуються з взаємопов'язаних підсистем: відпочиваючих, туристів, природних комплексів, матеріальної бази та рекреаційної інфраструктури, обслуговуючого персоналу й органу управління. Фактично подібні рекреаційні системи будуть формуватись на базі кемпінгів і будуть виступати своєрідним економічним локомотивом для тих місцевостей, де їх будуть створювати.

Слід підкреслити той факт, що створення кемпінгів може стати одним із напрямів розвитку внутрішнього туризму, що здатний задовольнити різний за своєю структурою попит на відпочинок. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Chaudhury, S. (2020). COVID-19 Lockdown Psychological Effects. *Medical Journal*. 2020. Vol. 13. Is. 6. P. 580–584. DOI: 10.4103/mjdrdypu.mjdrdypu_230_20.
2. Korb, F., Chambers, C. The psychological impact of Covid-19 and lockdown. URL: <https://mg.co.za/special-reports/2020-05-12-the-psychological-impact-of-covid-19-and-lockdown/>
3. Immediate and delayed psychological effects of province-wide lockdown and personal quarantine during

the COVID-19 outbreak in China / Y. Gan, J. Ma, J. Wu et al. *Psychological Medicine*. 2020.

DOI: <https://doi.org/10.1017/S0033291720003116>

4. Life after lockdown: Rebuilding tourism globally, sustainably // UNCTAD. 01.09.2020. URL: <https://unctad.org/news/life-after-lockdown-rebuilding-tourism-globally-sustainably>
5. Altschuler, W. How To Help The Travel And Tourism Industry During The Coronavirus Crisis. URL: <https://www.forbes.com/sites/wendyaltschuler/2020/03/17/how-to-help-the-travel-and-tourism-industry-during-the-coronavirus-crisis/>
6. Tourism strong: How tourism SMMEs can survive lockdown. URL: <https://www.iol.co.za/business-report/companies/how-tourism-smmes-can-survive-lockdown-46087342>
7. Banasik, K. Tourism and Hospitality During COVID-19 Pandemic – Strategies to Overcome the Crisis. URL: <https://www.voucherify.io/blog/tourism-and-hospitality-during-covid-19-pandemic-strategies-to-overcome-the-crisis>
8. Ryabev A., Abramov V. Sports tourism as a way of recreation during COVID-19 // The XXII International Science Conference «Interaction of society and science: prospects and problems». (London, April 20–23, 2021). London, England, 2021. P. 589–590. URL: <https://isgkonf.com/uk/interaction-of-society-and-science-prospects-and-problems-ua/>
9. Graefe L. Wie wirkt sich das Coronavirus auf das Hotel- und Gastgewerbe aus? URL: <https://de.statista.com/themen/6288/auswirkungen-des-coronavirus-auf-das-hotel-und-gastgewerbe/>
10. COVID-19 and tourism: assessing the economic consequences. URL: <https://unctad.org/webflyer/covid-19-and-tourism-assessing-economic-consequences>
11. Domestic Travel During COVID-19. URL: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/travelers/travel-during-covid19.html>
12. Писаревський І. М., Крайнюк Л. М., Полчанінова І. Л., Покоłodна М. М. Моделі управління процесами взаємодії стейкхолдерів ТПК сектора туризму та гостинності. *Проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 187–194. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-187-194>
13. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні». Засоби розміщення. Терміни та визначення». URL: <https://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu4527.pdf>
14. Рябев А. А., Баландіна І. Б. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку кемпінгів у Харківському регіоні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2017. № 3. Т. 1. С. 97–103.
15. Campingplätze in Deutschland. URL: <https://www.campingplatz.de/campingplaetze/deutschland/>
16. Staying in the great outdoors in the USA. URL: <https://www.visittheusa.com/info/camping-rvs>
17. Покоłodна М. М. Регіональна рекреаційна система як об'єкт географічних досліджень // Географічна освіта і наука в Україні: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26–27 березня 2003 р.). Київ: Обрії, 2003. С. 180–181.
18. Покоłodна М. М. Геоекономічні особливості використання потенціалу туристсько-рекреаційних ресурсів суміжних регіонів на засадах партнерства (на

прикладі Харківської та Полтавської областей) // Актуальні проблеми та перспективи розвитку харчових виробництв, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 40-річчю заснування факультету ХТГРТБ (м. Полтава, 20–21 листопада 2014 р.). Полтава : ПУЕТ, 2015. С. 205–207.

19. Преображенский В. С. Теория рекреологии и рекреационной географии. М. : Геос, 2001.

REFERENCES

- Altschuler, W. "How To Help The Travel And Tourism Industry During The Coronavirus Crisis". <https://www.forbes.com/sites/wendyaltschuler/2020/03/17/how-to-help-the-travel-and-tourism-industry-during-the-coronavirus-crisis/>
- Banasik, K. "Tourism and Hospitality During COVID-19 Pandemic - Strategies to Overcome the Crisis". <https://www.voucherify.io/blog/tourism-and-hospitality-during-covid-19-pandemic-strategies-to-overcome-the-crisis>
- "Campingplätze in Deutschland". <https://www.campingplatz.de/campingplaetze/deutschland/>
- "COVID-19 and tourism: assessing the economic consequences". <https://unctad.org/webflyer/covid-19-and-tourism-assessing-economic-consequences>
- Chaudhury, S. "COVID-19 Lockdown Psychological Effects". *Medical Journal*, vol. 13, no. 6 (2020): 580-584. DOI: 10.4103/mjdrdypu.mjdrdypu_230_20
- "Domestic Travel During COVID-19". <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/travelers/travel-during-covid19.html>
- "DSTU 4527:2006 «Posluhy turystychni. Zasoby rozmishchennia. Terminy ta vyznachennia» [DSTU 4527:2006 "Tourist Services. Accommodation Facilities. Terms and Definitions"]". <https://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu4527.pdf>
- Gan, Y. et al. "Immediate and delayed psychological effects of province-wide lockdown and personal quarantine during the COVID-19 outbreak in China". *Psychological Medicine* (2020). DOI: <https://doi.org/10.1017/S0033291720003116>
- Graefe, L. "Wie wirkt sich das Coronavirus auf das Hotel- und Gastgewerbe aus?" <https://de.statista.com/themen/6288/auswirkungen-des-coronavirus-auf-das-hotel-und-gastgewerbe/>
- Korb, F., and Chambers, C. "The psychological impact of Covid-19 and lockdown". <https://mg.co.za/special-reports/2020-05-12-the-psychological-impact-of-covid-19-and-lockdown/>
- "Life after lockdown: Rebuilding tourism globally, sustainably". UNCTAD. September 01, 2020. <https://unctad.org/news/life-after-lockdown-rebuilding-tourism-globally-sustainably>
- Pokolodna, M. M. "Heoekonomichni osoblyvosti vykorystannia potentsialu turystsko-rekreatsiinykh resursiv sumizhnykh rehioniv na zasadakh partnerstva (na prykladi Kharkivskoi ta Poltavskoi oblasti)" [ENGLISH-UA Geoeconomic Features of Using the Potential of Tourist and Recreational Resources of Adjacent Regions on the Basis of Partnership (On the Example of Kharkiv and Poltava Regions)]. *Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku kharchovykh vyrobnytstv, hotelno-restorannoho ta turystychnoho biznesu*. Poltava: PUET, 2015. 205-207.
- Pokolodna, M. M. "Rehionalna rekreatsiina systema yak ob'ekt heohrafichnykh doslidzhen" [Regional Recreational System as an Object of Geographical Research]. *Heohrafichna osvita i nauka v Ukraini*. Kyiv: Obrii, 2003. 180-181.
- Preobrazhenskiy, V. S. *Teoriya rekreologii i rekreatsionnoy geografii* [The Theory of Recreation and Recreational Geography]. Moscow: Geos, 2001.
- Pysarevskiy, I. M. et al. "Modeli upravlinnia protsesamy vzaemodii steikholderiv TRK sektora turyzmu ta hostynnosti" [Models for Managing Stakeholder Interaction at Transnational Corporations in the Tourism and Hospitality Sector]. *Problemy ekonomiky*, no. 4 (2020): 187-194. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-4-187-194>
- Riabiev, A. A., and Balandina, I. B. "Analiz suchasnoho stanu ta perspektyv rozvytku kempinhiv u Kharkivskomu rehioni" [The Analysis of the Current State and Development Prospects of Campings in the Kharkiv Region]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva*, vol. 1, no. 3 (2017): 97-103.
- Ryabev, A., and Abramov, V. "Sports tourism as a way of recreation during COVID-19". *The XXII International Science Conference «Interaction of society and science: prospects and problems»*. London, April 20-23, 2021. <https://isg-konf.com/uk/interaction-of-society-and-science-prospects-and-problems-ua/>
- "Staying in the great outdoors in the USA". <https://www.visittheusa.com/info/camping-rvs>
- "Tourism strong: How tourism SMMEs can survive lockdown". <https://www.iol.co.za/business-report/companies/how-tourism-smmes-can-survive-lockdown-46087342>