

Матеріали VIII міжнародної  
науково-практичної конференції



**Теоретичні і прикладні напрямки  
розвитку туризму та рекреації  
в регіонах України**



16-17 червня 2022 року

**Міністерство освіти і науки України**  
*Український державний центр національно-патріотичного виховання,  
краєзнавства і туризму учнівської молоді*  
**Кіровоградська обласна державна адміністрація**  
*Льотна академія Національного авіаційного університету*  
**Федерація спортивного туризму України**

# **Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України**

*Матеріали*  
*VIII міжнародної науково-практичної конференції*

16-17 червня 2022 року

Кропивницький - 2022

УДК 338.48(477)(06.552)  
Т33

DOI: 10.33251/978-617-8111-30-4-2022

*Друкується згідно з рішенням методичної ради Українського державного центру національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді (протокол № 3 від 13.06.2022 року)*

**Редакційна колегія:**

**Колотуха О.В.** – доктор географічних наук, доцент, перший віцепрезидент Федерації спортивного туризму України

**Лісота А.А.** – в.о. директора Українського державного центру національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді

**Божук Т.І.** – доктор географічних наук, професор

**Горбунов О.В.** – кандидат економічних наук

**Дудник І.М.** – доктор географічних наук, професор

**Любіцева О.А.** – доктор географічних наук, професор

**Наровлянський О.Д.** – кандидат педагогічних наук

**Плачинда Т.С.** – доктор педагогічних наук, професор

**Топольний Ф.П.** – доктор біологічних наук, професор

**Яворська В.В.** – доктор географічних наук, професор

Т33 Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України». Збірник наукових праць / За заг. ред. д.г.н. О.В. Колотухи. Дніпро : Середняк Т. К., 2022. 378 с.

ISBN 978-617-8111-30-4

У матеріалах конференції розглядаються питання взаємодії двох потужних мобільних сфер світової економіки – туризму та авіації, географічні аспекти туризму та рекреації, економічні проблеми розвитку туризму, менеджмент та маркетинг в туризмі, психолого-педагогічні та правові аспекти туризму та рекреації, підготовка фахівців з туризму, теоретичні, методичні та організаційні основи спортивного туризму та активної рекреації, екологічні аспекти туризму та рекреації, наукові засади краєзнавчого туризму.

УДК 338.48(477)(06.552)

ISBN 978-617-8111-30-4

© Льотна академія НАУ, 2022

<b>Москвічова Олена.</b> Використання інструментів кольоромаркетингу у дизайні об'єктів готельно-ресторанного господарства .....	161
<b>Соколовський Віктор, Щоголєва Інна.</b> Виставкова діяльність як напрям розвитку івент туризму Кіровоградщини .....	168
<b>Коваленко Марко, Колотуха Ігор.</b> Післявоєнний розвиток Чорнобиля як туристичної дестинації .....	174

#### **СЕКЦІЯ 4. Психолого-педагогічні та правові аспекти туризму та рекреації, підготовка фахівців з туризму**

<b>Плачинда Тетяна.</b> Формування у докторів філософії навичок щодо якісної підготовки майбутніх фахівців з туризму .....	179
<b>Наровлянський Олександр.</b> Туристсько-екскурсійна діяльність у Галичині в міжвоєнний період (1920 - 1939 рр.) .....	184
<b>Лисюк Тетяна, Терещук Оксана, Качаровський Роман, Мельник Олег.</b> Краєзнавчий потенціал шкільних музеїв Волинської області в умовах децентралізації .....	192
<b>Романько Ірина.</b> Педагогічні засади навчання історичному краєзнавству здобувачів вищої освіти туристського профілю .....	203
<b>Копилець Євгеній.</b> Можливості закладу позашкільної освіти туристсько-краєзнавчого профілю щодо сприяння розвитку туризму у мікрореєоні .....	213
<b>Матюшков Олег.</b> Система підготовки громадських туристських кадрів з числа педагогічних працівників Києва наприкінці ХХ-початку ХХІ століття .....	219
<b>Врадій Олена.</b> Психологічний туризм як важливий напрям для розвитку рекреації та профілактики ментального здоров'я .....	223

#### **СЕКЦІЯ 5. Теоретичні, методичні та організаційні основи спортивного туризму та активної рекреації**

<b>Горбунов Олександр, Колотуха Олександр.</b> До питань розбудови Федерації спортивного туризму України .....	230
<b>Соколов Володимир.</b> Накидка від дощу для велотуристів .....	241
<b>Романенко Олександр, Фокін Сергій.</b> Активний туризм .....	246
<b>Наровлянська Марина.</b> Особливості навчання орієнтуванню на місцевості в умовах воєнного стану .....	258
<b>Лабарткава Валентина, Худоба Володимир, Лабарткава Костянтин.</b> Спортивно-оздоровчий туризм, як складова частина програми фізичного виховання студентів спеціальності «Туризм» .....	264

#### **СЕКЦІЯ 6. Екологічні аспекти туризму та рекреації**

<b>Топольний Федір, Гелевера Ольга.</b> Еколого-економічний вплив урановидобувної галузі на розвиток Кропивниччини .....	273
--	-----

## Виставкова діяльність як напрям розвитку івент туризму Кіровоградщини

*В статті визначено сутність виставкової діяльності, проведено її ретроспективний аналіз. Проаналізовано класифікації виставкових заходів, які дають змогу більш ґрунтовно визначити критерії, за якими вони розгалужуються. Зазначено місце і роль виставкових продуктів та послуг, з яких вони формуються. Акцентовано увагу на супровідних виставкових заходах, які визначають статусність виставки та впливають на її імідж. Обґрунтовано статус виставкової діяльності як перспективного напрямку івент туризму Кіровоградщини.*

**Ключові слова:** туризм, івент туризм, виставки, ярмарки, виставкова діяльність, бізнес-маркетингові заходи.

**Sokolovsky V., Shchoholieva I. Exhibition activity as a direction of development Kirovohrad regional tourism event.** *The essence of exhibition activity is defined in the article, its retrospective analysis is carried out. Classifications of exhibition events are analyzed, which allow to more thoroughly determine the criteria by which they branch. The place and role of exhibition products and services from which they are formed are substantiated. Emphasis is placed on accompanying exhibition events that determine the status of the exhibition and affect its image. The status of exhibition activity as a promising direction of tourism events in Kirovohrad region is substantiated.*

**Key words:** tourism, event tourism, exhibitions, fairs, exhibition activity, business marketing events.

**Постановка проблеми.** Події будь-якого характеру завжди привертали увагу людей, а зацікавленість подіями спонукала їх до відвідування цих подій, що зумовило появу окремого напрямку в туризмі – івентивного туризму, реалізацію якого на теперішній час забезпечує ціла індустрія. Саме поєднання відпочинку та активної або пасивної участі в події сприяє все більшій популярності такого виду туризму серед туристів. Івент туризм передбачає різновекторні заходи, зокрема культурного, спортивного, ділового та іншого спрямування. Діловий туризм, який стає все більш поширеним завдяки запровадженню ринкових умов господарювання, глобалізаційним та інтеграційним процесам, є своєрідним індикатором стану розвитку економіки країни та її конкурентоздатності. Інформування та популяризація здобутків країни в різних сферах економіки може відбуватись у різний спосіб, але формат виставкової діяльності дає змогу налагодити партнерські відносини з зацікавленими сторонами, посилювати свій імідж, збільшувати ділову активність в регіонах та в країні в цілому.

Це підкреслюється і в Концепції розвитку виставкової діяльності в Україні, згідно з якою вона є невід'ємною складовою частиною розвитку ринкових процесів, яка стимулює закріплення позитивних структурних змін в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва [1].

Не зважаючи на те, що одним із завдань державної значущості проголошено визначення концептуальних положень, основних напрямів та механізму забезпечення подальшого розвитку виставкової діяльності в Україні, існує ціла низка проблем, з якими зіштовхуються представники малого та середнього бізнесу в питанні умов та можливостей участі у виставковій діяльності, аудиту статистичних даних, а також результатів такої участі.

**Аналіз останніх публікацій.** Підвищення зацікавленості з боку науковців до івентивного туризму підтверджується численними публікаціями щодо аналізу його різних аспектів: особливостей, географії, організаційних та технологічних нюансів, попиту та пропозиції. Значний внесок у теоретичні та практичні дослідження івент туризму зробили Д. Ален, Т. Андерсон, В. Анчак, Д. Беліво, Д. Гетц, Дж. Голдблат, Л. Дваєр, Р. Джаніські, В. Зіакас, А. Парфіненко, С. Пейдж, В. Поліщук, Дж. Річі, А. Хедс, В. Фрісбі та інші. Дехто з них, відзначають, що індустрія івентів, гостинності та туризму неминуче вимагає ретельного переосмислення сучасних підходів до планування подій та івент туризму [5]. Питання івент туризму як чинника підвищення туристичного потенціалу території відображено в роботах О. Алексєєвої, А. Бабкіна, К. Бекнура, А. Віндюк, Д. Гетца, Вань Мяо, Т. Ткаченка та ін.

На окрему увагу заслуговують публікації, присвячені виставковій діяльності, оскільки вона є складовою івент туризму та має спеціалізацію. Серед найвагоміших досліджень у цій царині відзначимо праці Т. Дупляк, Я. Крітсотакіса, Т. Лі, Л. Лукашової, В. Пекар, Т. Ткаченко, Ф. Ян та ін.

**Метою дослідження** є обґрунтування доцільності виставкової діяльності як напрямку івент туризму на Кіровоградщині.

**Результати досліджень.** Вітчизняний ринок виставкових івентів є досить молодим, але на ньому формується помітна позитивна тенденція зростання як кількості самих заходів, так і чисельності учасників виставкових заходів. Власне, це пояснюється тим, що для експонентів та відвідувачів виставка є ефективним інструментом маркетингу, можливістю створити позитивний імідж для своєї компанії та презентувати її здобутки.

В. Северин вважає, що виставкова діяльність є одним із стратегічних інструментів підвищення конкурентоспроможності України. До того ж виставки відображають матеріальну та духовну діяльність людей, політичні, економічні, соціальні й науково-технічні умови цієї діяльності, сприяють руху до лідерства й сприяють зміцненню держави [6].

Ретроспективний аналіз виставкової діяльності дозволяє зазначити, що спеціалізовані виставкові заходи сформувалися в ХХ ст. та набули глобалізаційного характеру вже в ХХІ ст., але цьому передувало ще декілька етапів, які характеризувалися зародженням ярмаркової діяльності в ХІІ ст., що

набула мережевого характеру протягом XII-XVII ст. та у XVIII-XIX ст. змінила концепт з ярмарок-продажів до виставок-демонстрацій.

Демонстрація досягнень в різних сферах діяльності та збільшення кількості виставкових заходів зумовила появу підприємств, які безпосередньо займаються їх організацією і в такий спосіб підвищують якість проведення таких заходів.

Виставкова діяльність є мультифункціональною та реалізується через низку функцій, а саме:

- інформаційну;
- комерційну;
- навчальну;
- соціальну;
- комунікаційну;
- міжнародну;
- маркетингову;
- макроекономічну [3].

Для більш глибокого розуміння виставкової діяльності, розглянемо класифікацію заходів, яку запропоновано в Концепції розвитку виставкової діяльності, згідно з якою вони поділяються на виставки та ярмарки (табл. 1).

Таблиця 1.

**Класифікація виставкових заходів**

<b>Критерій</b>	<b>Класифікація</b>
За місцем проведення	такі, що проводяться в Україні
	такі, що проводяться за кордоном
За джерелами фінансування	на бюджетній основі
	на комерційній основі
	на змішаній основі
За статусом	всесвітні
	міжнародні
	національні
	міжрегіональні
За тематикою	регіональні
	універсальні
	багатогалузеві виставки та ярмарки споживчих товарів
	багатогалузеві виставки та ярмарки обладнання і технологій
	галузеві виставки та ярмарки

Джерело: [1].

Багатоаспектність виставкової діяльності зумовила появу іншого підходу до її класифікації, яку представлено на рис. 1.



Джерело: [3]

Рис. 1. Класифікація виставкових заходів

Слід зазначити, що тематика та тип заходу визначається його організатором.

Оскільки представлені класифікації не дають повного уявлення про специфіку заходів, які проводяться, зазначимо деякі види масових бізнес-маркетингових заходів, кожен з яких має на меті досягнення різних кінцевих результатів, а саме: тест-драйви, дегустації, шоу-покази, презентації, конкурси з розіграшами, клубні програми, розповсюдження пробних зразків. Представлені бізнес-маркетингові заходи орієнтовано на підвищення популярності компаній та їх продуктів серед споживачів.

Об'єктом виставкової діяльності є специфічні за своїм характером виставкові послуги, які, в свою чергу, формують виставковий продукт, який розподіляється на характерні, супутні та додаткові послуги (табл. 2) [3].

Супровідні виставкові заходи є невід'ємною складовою виставкової діяльності та розгалужуються на ділові, святкові, маркетингові, публічні, для ЗМІ та благодійні.

Регіональну інфраструктуру івентивного туризму будемо розглядати як комплекс діючих у регіоні споруд і мереж виробничого, соціального та рекреаційного призначення, призначений для забезпечення реалізації івентурів.



Таблиця 2.

**Види виставкових продуктів та послуг у їх складі**

<b>Види виставкового продукту</b>	<b>Послуги, які входять у виставковий продукт</b>
Характерний	Послуги оренди площі, виставкового обладнання
Супутній	Послуги розміщення, харчування, митні, візові, транспортні та ін. послуги
Додатковий	Інформаційні, рекламні, маркетингові послуги Послуги організації участі у діловій програмі виставкових заходів

*Джерело: розроблено авторами з використанням [3]*

На території Кіровоградщини проводяться численні локальні виставки, які орієнтовані на інформування про здобутки та пропозиції підприємств і організацій, що можуть бути цікавими певним колам споживачів в економічному, культурному або соціальному сенсах.

Найбільша агропромислова виставка України міжнародного рівня «AGROEXPO» проводиться на Кіровоградщині з 2013 р. та характеризується не тільки наявністю найбільшого виставкового комплексу в Україні, площа якого становить 360 000 кв. м., а й переважною кількістю експозицій відкритого типу. Спеціалізацією цієї виставки є техніка та технології, транспорт і спецтехніка, тара і упаковка, будівництво, альтернативна енергетика, екологія та переробка відходів, присадибне і лісове господарства, рослинництво та тваринництво тощо. Організатори пропонують демонстраційні покази сільськогосподарської техніки та технологій на полігонах виставкового комплексу «AGROEXPO», що дає змогу відвідувачам безпосередньо ознайомитись з їх можливостями та особливостями, а також доцільності їх придбання для використання в своїй подальшій діяльності [2].

До формування супутнього та додаткового виставкового продукту «AGROEXPO» залучаються підприємства та організації Кіровоградщини, які, з одного боку, вирішують маркетингові та організаційні заходи, які забезпечують інформаційний та організаційний комфорт, а з іншого – створюють умови для комфортного перебування відвідувачів в період функціонування виставки.

В якості супровідних заходів на «AGROEXPO» варто відзначити заходи ділового спрямування: бізнес-форуми, панельні дискусії, конференції, консультації фахівців. Комплекс маркетингових заходів, окрім традиційних, включає проведення Всеукраїнського освітнього ярмарку та виставку автомобілів AutoLand (Автоленд). Проведення в межах «AGROEXPO» «Покровського ярмарку» та фестивалю вуличної їжі «Слисавет Смак Fest» включено до святкових заходів, популярність яких зростає рік від року. У 2020 р. за чотири дні роботи виставки її відвідали 38 000–42 000 осіб. У 2021 р. кількість відвідувачів збільшилась майже до 47000, що й засвідчує доцільність цього інвенту [2].

Вважаємо за необхідне наголосити на певних недоліках, які унеможливають проведення ґрунтовного аналізу ефективності проведених заходів внаслідок відсутності достатньої статистичної інформації щодо «AGROEXPO». Це питання є дійсно проблемним, бо потребує залучення великої кількості людських та технічних ресурсів, але статистика є важливою умовою повноцінного аналізу проведеного заходу та більш адресних маркетингових комунікацій в майбутньому.

Сучасний світовий ринок івент туризму, в т.ч. і його виставковий сегмент, характеризується наявністю стійких тенденцій свого розвитку. Ткаченко Т.І. та Дупляк Т.В. відзначають найважливішими такі (наступні):

- поєднання виставкових заходів з іншими івент заходами;
- консолідація ринку послуг з організації виставок та ярмарків;
- поглиблення спеціалізації виставкових заходів;
- входження на ринок представництв іноземних виставкових компаній;
- підвищення рівня якості виставкових послуг [3, С.105].

Реалізація зазначених тенденцій в Україні залежить від рівня прояву факторів розвитку виставкового бізнесу, які мають переважно негативний прояв протягом останніх років. Серед таких факторів на особливу увагу заслуговують негативні наслідки пандемії та військової агресії росії, які не дозволяють організовувати масові заходи з міркувань безпеки. Крім того, суттєвий вплив мають також негативні фінансово-економічні наслідки зазначених подій. Серед факторів, що мають дещо нижчий рівень негативного впливу відзначаємо недостатній рівень розвитку відповідної інфраструктури та її нерівномірний розподіл по території країни з максимальною концентрацією в Києві, Львові та Одесі. Певною мірою необхідно враховувати вузьке коло фахових організаторів виставок, недобросовісну конкуренцію та прогалини нормативно-правової бази.

**Висновки.** Економічний розвиток Кіровоградщини і України в цілому – це, насамперед, постійна й цілеспрямована діяльність, яка передбачає комплекс заходів по просуванню нових технологій, нової техніки та інших інновацій як на внутрішній, так і на зовнішній ринки. Саме тому виставкова діяльність потребує особливої уваги й акумулювання та запровадження тих організаційних і технологічних здобутків, які дають змогу підвищувати якість виставкових заходів.

Розвиток івентивного туризму є дієвим механізмом створення і поширення позитивного іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації. Для формування іміджу регіону саме такого формату необхідна відповідна дієва ефективна політика, що сприятиме просуванню вітчизняного івентивного турпродукту, а також утриманню конкурентних позицій та дозволить зайняти певну частку на туристичному ринку. Така політика регіонів України повинна бути зосереджена на ключових напрямках туристичного ринку і має носити агресивний характер, що дозволить зробити в'їзний і внутрішній туризм прибутковим напрямком розвитку економіки регіону.

Повоєнна відбудова України беззаперечно буде стосуватись кожного сектору економіки, адже практично всі господарські зв'язки зруйновані або

вимагають суттєвих змін. Тож, можна прогнозувати, що більшість компаній будуть у пошуку майданчиків для формування нових виробничих зв'язків та каналів збуту у кожному регіоні та економічній сфері. Провідну роль в цих процесах на різних рівнях мають відіграти суб'єкти виставкового бізнесу. Так, наприклад, Експо-2030, стала ініціатором одного з наймасштабніших проєктів в історії України, проведення в Одесі Всесвітньої виставки ЕХРО-2030 [4].

#### Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку виставкової діяльності. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2319267>
2. Міжнародна агропромислова виставка АгроЕкспо URL: <https://www.ukragroexpo.com/>
3. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.В. Виставковий бізнес : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
4. ODESA-EXPO-2030 URL: <https://expo2030odesa.com>
5. V. Ziakas, V. Antchak and D. Getz Theoretical Perspectives of Crisis Management and Recovery for Events. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/351990036\\_Theoretical\\_Perspectives\\_of\\_Crisis\\_Management\\_and\\_Recovery\\_for\\_Events\\_Vassilios\\_Ziakas\\_Vladimir\\_Antchak\\_and\\_Donald\\_Getz](https://www.researchgate.net/publication/351990036_Theoretical_Perspectives_of_Crisis_Management_and_Recovery_for_Events_Vassilios_Ziakas_Vladimir_Antchak_and_Donald_Getz)
6. Северин В. Генеза виставкової діяльності в Україні. URL: [https://nure.ua/wp-content/uploads/2018/Scientific\\_editions/novkol\\_2018\\_3\\_9.pdf](https://nure.ua/wp-content/uploads/2018/Scientific_editions/novkol_2018_3_9.pdf)

УДК 796.5 (914)

Коваленко Марко, Колотуха Ігор

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

### Післявоєнний розвиток Чорнобиля як туристичної дестинації

*Чорнобильська катастрофа породила єдиний, суто унікальний український вид екстремального туризму – чорнобильський туризм. Всі останні роки (до коронокризи) кількість чорнобильських туристів збільшувалася приблизно у півтора-два рази щороку. Інтерес до найвідомішої української локації постійно зростає. За прогнозами авторів, після війни Чорнобильська зона відчуження стане не лише трагічною пам'яткою аварії та масових воєнних злочинів, а й ще більше атрактивним місцем для туристів та перспективним капіталовкладенням для інвесторів. Засалом туристопотік в Україну після війни повинен збільшитися і саме туризм дасть потужний поштовх до відновлення всієї туристської інфраструктури, до створення нових пам'яток, як в Чорнобильській зоні, так і по всій території нашої держави.*

**Ключові слова:** Чорнобильська зона, туристична дестинація, чорнобильська катастрофа, військове втручання, чорнобильський туризм.

# Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України

## *Збірник наукових праць*

Зважаючи на свободу наукової творчості, редколегія бере до друку статті тих авторів, думки яких не в усьому поділяє.

Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, правильність фактів та посилань, достовірність матеріалів несуть автори публікацій.

Передрук та відтворення опублікованих статей будь-яким способом дозволяється лише при посиланні на матеріали конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України».

**Адреса оргкомітету:** 25005, Україна, м. Кропивницький,  
вул. Добровольського, 1, Льотна академія Національного авіаційного  
університету, кафедра туризму та авіаційних перевезень  
E-mail: [okolotuh@ukr.net](mailto:okolotuh@ukr.net)

Відповідальний за випуск: *О.В. Колотуха*



Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпро, 18, а/с 1212  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4379 від 02.08.2012.  
Ідентифікатор видавця в системі ISBN 7822  
49000, Дніпро, 18, а/с 1212  
тел. (096)-308-00-38, (056)-798-04-00  
E-mail: [7980400@gmail.com](mailto:7980400@gmail.com)

Підп. до друку 30.05.2022 р. Папір офсет.  
Цифровий друк. Умовн. друк. арк. 23. Наклад 300 прим.