



ПОЛТАВСЬКА  
ОБЛАСНА ВІЙСЬКОВА  
АДМІНІСТРАЦІЯ



**ПДАУ**  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Г. КОРОЛЕНКА  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»  
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА (М. КИЇВ)  
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (М. ОДЕСА)  
УНІВЕРСИТЕТ «ОПТИМА» (М. КИЇВ)

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Стан та перспективи розвитку  
рекреаційно-туристичного комплексу  
України: природний, соціальний,  
економічний та інноваційний аспекти**

**13 травня 2026 року**

**Полтава**

УДК [338.48+379.8](082)  
С 77

*Рекомендовано до друку вченою Радою факультету обліку та фінансів  
Полтавського державного аграрного університету  
(протокол № 9 від 27.04.2026 р.).*

**Редакційна колегія:**

- **Безкровний Олександр Валентинович**, к. е. н., доцент, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри фінансів, економічних досліджень і туризму Полтавського державного аграрного університету;
- **Бражник Людмила Василівна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, економічних досліджень і туризму Полтавського державного аграрного університету;
- **Городянська Лариса Володимирівна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, системного аналізу та міжнародних відносин Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;
- **Єгорова Олена Володимирівна**, к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, економічних досліджень і туризму Полтавського державного аграрного університету;
- **Зоря Олексій Петрович**, д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, економічних досліджень і туризму Полтавського державного аграрного університету;
- **Каролоп Олена Олександрівна**, к. пед. н., доцент, завідувачки кафедри готельно-ресторанної справи Університет «ОПТИМА» (м. Київ);
- **Логвин Михайло Михайлович**, к. геогр. н., доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі;
- **Олійник Валентина Дем'янівна**, к. геогр. н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Міжнародного гуманітарного університету;
- **Перерва Петро Григорович**, д. е. н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»;
- **Федорченко Лілія Вікторівна**, заступник директора Департаменту - начальник управління розвитку туризму, музейної справи та охорони культурної спадщини Департаменту культури і туризму Полтавської ОВА;
- **Шуканова Анжела Анатоліївна**, к. пед. н., доцент, завідувач кафедри географії, методики її навчання та туризму Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка.

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 13 травня 2026 року). Полтава : ПДАУ, 2026. 229 с.

У збірнику надруковані матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти». Матеріали надруковані в авторській редакції. Редакційна колегія може не розділяти поглядів авторів. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність іншої інформації та за додержання норм авторського права несуть автори.

*Посвідчення ДНУ УкрІНТЕІ №429 від 27 березня 2026 року*

© Колектив авторів, 2026 рік  
© Полтавський державний аграрний університет

*Шуканов Павло Васильович,  
д. геогр. н., доцент, професор кафедри географії,  
методики її навчання та туризму  
Шуканова Анжела Анатоліївна,  
к.пед.н., доцент, завідувач кафедри географії,  
методики її навчання та туризму  
Полтавський національний педагогічний університет  
імені В. Г. Короленка  
Єгорова Олена Володимирівна,  
к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів,  
економічних досліджень і туризму  
Полтавський державний аграрний університет*

## **ТУРИСТИЧНА АТРАКТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ**

В умовах посилення конкуренції між туристичними destinations зростає потреба у науковому осмисленні туристичної атрактивності як чинника, що визначає вибір місця подорожі та здатність території формувати туристичні потоки. Туристичну атрактивність (привабливість; від лат. «*tractio*» – «притягувати») доцільно трактувати як інтегральну здатність території або об'єкта привертати увагу потенційних відвідувачів, формувати мотивацію до поїздки та забезпечувати задоволення рекреаційних і пізнавальних потреб. Саме рівень атрактивності, поряд із доступністю й сервісними умовами, значною мірою визначає становлення території як туристичної destinations.

У теоретико-прикладному контексті важливо розмежувати поняття «атрактивність» і «атракція». Атрактивність відображає загальний рівень привабливості території, тоді як атракції є конкретними об'єктами, явищами або подіями, що цю привабливість формують і реалізують у туристичному продукті [1]. Туристичні атракції можна розглядати у широкому сенсі – як будь-

які об'єкти, що становлять інтерес для відвідувача, у вузькому – як платні або спеціально організовані для туристів простори та події. Вони можуть мати як природне, так і антропогенне походження, що забезпечує різноманітність туристичної пропозиції.

Атрактивність доцільно розглядати як ключову характеристику туристичного потенціалу дестинації, що формує передумови попиту, а атракції – як змістове ядро туристичного продукту, яке визначає сенс відвідування території. У цьому контексті Е. Коен, аналізуючи природу масового туризму, пов'язував відвідування атракцій із домінуючою мотивацією подорожі та запропонував розглядати привабливість об'єкта крізь співвідношення «новизни» й «знайомого» у сприйнятті туриста [2]. Отже, комбінація різних типів атракцій забезпечує комплексність туристичного продукту та розширює його привабливість для різних сегментів споживачів.

Водночас сучасні підходи до атрактивності не обмежуються ресурсним розумінням, акцентуючи увагу на нематеріальних складових туристичного досвіду, таких як емоції, враження, атмосфера дестинації, комунікація з відвідувачем. Наявність навіть унікальних туристичних ресурсів не гарантує високої атрактивності території, якщо вони є недостатньо доступні або не забезпечені сервісними умовами. Наприклад, навіть унікальний природний об'єкт може залишатися маловідвідуваним за відсутності під'їзду, навігації, базових сервісів і зрозумілої інтерпретації для туриста.

Як підкреслюють М. П. Мальська та Н. М. Паньків, атрактивність слід трактувати як комплексну характеристику туристично-ресурсного потенціалу, що охоплює не лише наявність ресурсів, а й результативність та ефективність їх використання [3]. У цьому контексті зростає роль інтерактивності, подієвості та залучення туриста до активних форм діяльності, що посилює індивідуалізацію досвіду і підвищує мотивацію до повторних відвідувань.

Серед ключових параметрів туристичної атрактивності доцільно виокремити: унікальність об'єктів і тематики, здатність формувати сильне емоційне враження, комфортність відвідування, різноманітність активностей і

можливість отримання досвіду через участь. Важливу роль відіграє доступність, яку доцільно розглядати як сукупність фізичних (логістичних), інформаційних (навігація, інтерпретація, цифрова присутність) та економічних характеристик. Не менш значущими є розвиненість інфраструктури розміщення, харчування та інших сервісів: якщо атракції формують бажання відвідати DESTИНАЦІЮ, то інфраструктурні й сервісні умови визначають рівень задоволеності та тривалість перебування туристів. У практичному вимірі атрактивність може оцінюватися через поєднання об'єктивних та суб'єктивних індикаторів: від транспортної доступності й різноманітності пропозиції до рівня задоволеності відвідувачів, частки повторних візитів і рекомендацій. Такий підхід дає змогу виявляти «вузькі місця» туристичного продукту та обґрунтовувати пріоритети розвитку DESTИНАЦІЇ.

Важливим чинником підсилення атрактивності є формування впізнаваного образу DESTИНАЦІЇ та якісна комунікація її ціннісної пропозиції для різних цільових аудиторій. Це інструменти цілеспрямованого управління атрактивністю та її підвищення засобами маркетингу й менеджменту DESTИНАЦІЇ.

Узагальнюючи, слід підкреслити, що туристична атрактивність є не лише властивістю ресурсної бази, а чинником перетворення території на DESTИНАЦІЮ: вона формується на базі наявного привабливого туристичного ресурсу, але реалізується тоді, коли ресурс є доступним і цінним для туриста. Саме тому стратегічним завданням розвитку туризму не стільки пошук унікальних об'єктів, скільки здатність перетворити їх на досвід, заради якого турист готовий подорожувати, повертатися і рекомендувати DESTИНАЦІЮ іншим.

### **Список використаних джерел:**

1. Атрактивність. / Колотуха О. В. Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика (словник-довідник) [Електронний ресурс]. URL: <https://geohub.org.ua/node/594> (дата звернення: 29.04.2026).
2. Cohen E. Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*.

1972. Vol. 39. Pp. 164–182.

3. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.

<i>Скрипніченко Д. В.</i> <i>Науковий керівник – Олійник В. Д.</i> ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ	188
<i>Стара Т. І., Олійник В. Д.,</i> МУЛЬТИФОРМАТНІ ТУРИСТИЧНІ ПОДОРОЖІ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	191
<i>Терлецька Х. М.</i> ТРАДИЦІЇ ВИНОРОБСТВА ЗАКАРПАТТЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТУ ТА ТУРИСТИЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ РЕГІОНУ	194
<i>Тищенко А. А., Олійник В. Д.</i> ЕМОЦІЙНА МОТИВАЦІЯ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧ ДО УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	198
<i>Тюріна Т. С., Герасименко Т. В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПІДБОРУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ТА КЛІЄНТСЬКОГО СЕРВІСУ В ТУРИСТИЧНІЙ КОМПАНІЇ	201
<i>Тютюнник С. В., Єрмолаєва М. В.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАКЛАДІВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	205
<i>Фролова С. В., Прийдак Т. Б.</i> ОПОДАТКУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ	208
<i>Хома Д. М., Онищук Н. В.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	211
<i>Чумаченко Д. О.</i> <i>Науковий керівник – Олійник В. Д.</i> ЗМІНА СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИСТА В УМОВАХ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ.	214
<i>Шевченко А. О.</i> <i>Науковий керівник – Олійник В. Д.</i> РОЗВИТОК МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ НЕДОСТАТНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОМОЦІЇ	219
<i>Шуканов П. В., Шуканова А. А., Єгорова О. В.</i> ТУРИСТИЧНА АТРАКТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	221