

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-650-8-17>

MONETIZATION OF CULTURAL CAPITAL IN TOURIST LOGISTICS SYSTEMS

МОНЕТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО КАПІТАЛУ В ТУРИСТИЧНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ

В умовах глобальних криз, зростання мобільності та загострення проблеми туристичного перевантаження актуалізується питання ефективної монетизації культурного капіталу в системі сталого розвитку туризму. Попри активне використання культурної спадщини, подієвого та гастрономічного потенціалу в туристичній рекламі, така промоція не завжди забезпечує стабільний економічний результат.

Показовим прикладом такої ситуації є зимовий туристичний сезон у Карпатському регіоні України, зокрема на курорті Буковель. За оцінками відкритих джерел, у 2024 році Буковель відвідало понад 2,5 млн туристів, що приблизно на 10% більше, ніж у попередньому році [1]. Туристичний попит має виражений сезонний характер і концентрується у вузьких часових межах зимових свят, що створює надмірне навантаження на транспортну, готельну та сервісну інфраструктуру регіону. Рівень завантаження готелів у пікові періоди зимового сезону становив 77–84%, а середні ціни на проживання в окремих об'єктах досягали близько 300 дол. США за ніч, що є характерною ознакою локального перевантаження туристичного ринку [2].

Водночас аналогічний туристичний досвід – активний зимовий відпочинок, гірські ландшафти, локальна культура – може бути отриманий і в інших регіонах Українських Карпат (Славське, Драгобрат, Пилипець, Красія), які залишаються суттєво недовантаженими через відсутність системної культурної промоції, транспортної доступності та інтеграції у єдину туристичну логістичну мережу. При цьому зростання туристичних надходжень у Поляницькій громаді, на території якої розташований Буковель, супроводжується різким підвищенням туристичного збору – майже

16 млн грн за п'ять місяців 2025 року, що на 67% більше порівняно з попереднім періодом [3]. Це підтверджує, що економічний ефект формується в умовах просторової концентрації потоків, а не їх збалансованого розподілу.

Отже, приклад Буковелі демонструє, що навіть високий рівень туристичної привабливості та активна культурна реклама без відповідного логістичного планування призводять до короткострокової монетизації за рахунок зростання цін, але не забезпечують сталого розвитку території. Це підтверджує необхідність розгляду туристичних логістичних систем як ключового інструменту перетворення культурного капіталу на довгостроковий економічний результат.

З метою зниження локального перевантаження туристичної інфраструктури та забезпечення сталого розвитку Карпатського регіону доцільним є перехід від концентраційної моделі туризму до просторового перерозподілу туристичних потоків на основі розвитку туристичних логістичних систем. Практичним інструментом такого підходу є цільове інвестування у недовантажені гірські дестинації – Славське, Драгобрат, Пилипець та Красію, які мають порівнянний природно-культурний потенціал, проте залишаються недостатньо інтегрованими у загальнонаціональні туристичні маршрути.

Ключовою передумовою перерозподілу туристичних потоків є транспортна доступність. В умовах повномасштабної війни та атак Російської Федерації на енергетичну інфраструктуру залізничні перевезення залишаються вразливими до перебоїв електропостачання, що обмежує їхню здатність забезпечувати пікові туристичні навантаження [4]. У зв'язку з цим доцільним є розвиток альтернативних сезонних автобусних і шатл-маршрутів, здатних гнучко реагувати на зміну попиту та з'єднувати транспортні вузли з недовантаженими туристичними локаціями.

Важливим елементом запропонованого підходу є цифрова інтеграція туристичної логістики. Зокрема, перспективним є створення спеціалізованого цифрового інструменту або у форматі окремого додатку, ініційованого бізнесом, або у форматі державного сервісу на базі екосистеми «Дія». Такий інструмент може забезпечувати комплексну організацію туристичного досвіду: планування маршрутів, бронювання транспорту та проживання, розподіл туристів у часі та просторі, а також інформування про альтернативні дестинації з нижчим рівнем завантаження [5].

Інтеграція культурної реклами з транспортною логістикою та цифровими сервісами дозволяє трансформувати культурний капітал у керований туристичний попит, підвищуючи економічну ефективність і стійкість туристичної системи. Такий підхід відповідає сучасним європейським і світовим практикам управління туризмом, що передбачають використання цифрових платформ для балансування туристичних потоків та зменшення наслідків перевантаження [6].

Отже, подолання локального перевантаження туристичних центрів потребує не обмеження попиту, а інституційно-логістичного переналаштування туристичної системи, у межах якої культурний капітал слугує основою прогнозованої та економічно ефективної моделі сталого розвитку.

Масштаб зимового навантаження в «ядрі» Карпат підтверджується показниками туристичного збору. За офіційною інформацією Івано-Франківської ОВА, Поляницька громада (Буковель) отримала 32,2 млн грн туристичного збору у 2025 році. Водночас Податковий кодекс України встановлює, що ставка туристичного збору для внутрішнього туризму становить до 0,5% мінімальної зарплати за 1 добу проживання [8], що в 2025 році відповідає до 40 грн за добу [7]. Отже, навіть за припущення максимальної ставки мінімальна кількість ночівель у Поляницькій громаді за 2025 рік оцінюється як:

$$N_{\min} = TR / Tax_{\max} = 32.2 \times 10^6 / 40 \approx 805\,000$$

де TR – надходження туристичного збору; Tax_{\max} – максимальна ставка збору за добу. Якщо фактична ставка нижча за максимальну, реальна кількість ночівель буде ще більшою, тобто оцінка у 805 тис. є досить консервативною.

Але навіть частковий перерозподіл цього потоку в інші локації дає вимірюваний бюджетний та підприємницький ефект. Якщо перерозподілити лише 10% від консервативно оцінених ночівель ($\approx 80,500$ ночівель) у недовантажені місця, то потенціал додаткового туристичного збору для приймаючих громад (за тією ж верхньою межею ставки) становитиме:

$$\Delta TR \approx 80\,500 \times 40 \approx 3.22 \times 10^6$$

Тобто навіть «м'який» сценарій перерозподілу генерує мільйонні щорічні надходження лише за рахунок туристичного збору (не враховуючи ПДФО, ЄП, акцизів та ефекту зайнятості).

Перерозподіл матиме прямий вплив на доходи локального бізнесу. Ринкові джерела фіксують суттєві витрати на короткі поїздки до Буковеля: приклади бюджетів поїздок, проживання та послуг демонструють, що сукупні витрати за кілька днів можуть становити десятки тисяч гривень на домогосподарство. Навіть якщо використовувати консервативний підхід і оцінювати середні витрати як діапазон (а не одну цифру), загальна формула додаткової виручки для приймаючих локацій має вигляд:

$$\Delta Rev = \Delta N \cdot S$$

де ΔN – додаткові ночівлі у приймаючих DESTИНАЦІЯХ, S – середні витрати туриста на добу (проживання + харчування + локальні послуги).

Логістична частина (автобусні маршрути) має окреме обґрунтування через ризики стабільності залізничних перевезень в умовах атак на енергосистему. Українські та міжнародні медіа неодноразово фіксували затримки поїздів через відключення електропостачання та пошкодження інфраструктури внаслідок атак. Це підсилює аргумент на користь резервної мережі сезонних автобусних маршрутів і шатлів як елементу стійкості туристичної логістичної системи.

Щодо цифрового компоненту (додаток/сервіс на базі «Дії») має економічний сенс як інструмент керування потоками та попитом: за публічними оцінками, застосунок «Дія» має понад 23 млн користувачів, що створює готову інфраструктуру охоплення для сервісів планування подорожей, бронювання, розподілу туристів у часі та просторі. Узгодження цифрових інструментів з політиками сталого управління туризмом відповідає міжнародним підходам до модернізації туристичних систем та підтримки стійкого відновлення.

Література:

1. Tvoemisto.tv. Як розвивається Буковель та що у попиті серед туристів. 2024. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/yak_rozvyvaietsya_bukovel_ta_shcho_u_popyti_sered_turystiv_172611.html (дата звернення: 18.01.2025).
2. NV.ua. Tourism in Ukraine's western regions sees growth during winter holidays. 2024. URL: <https://english.nv.ua/business/tourism-in-ukraine-s-western-oblasts-sees-30-40-growth-during-winter-holidays-50482209.html> (дата звернення: 20.01.2025).
3. UNIAN. Туристичний збір у Полянницькій громаді зріс на 67 %. 2025. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/zavdyaki-bukovelyu-u-polyanickoji->

[gromadi-rekordniy-turistichniy-zbir-golova-gromadi-13036014.html](https://www.if.gov.ua/news/gromadi-rekordniy-turistichniy-zbir-golova-gromadi-13036014.html) (дата звернення: 25.01.2025).

4. Укрзалізниця. Повідомлення щодо впливу пошкоджень енергетичної інфраструктури на пасажирські перевезення. 2023–2025. URL: <https://www.uz.gov.ua> (дата звернення: 20.01.2026).

5. Міністерство цифрової трансформації України. Екосистема «Дія» як інструмент цифрових державних сервісів. URL: <https://diia.gov.ua> (дата звернення: 22.01.2026).

6. OECD. Managing Tourism Congestion and Promoting Sustainable Mobility. OECD Tourism Papers. 2022. URL: <https://www.oecd.org/cfe/tourism> (дата звернення: 15.01.2026).

7. Івано-Франківська ОВА. Туристичний збір на Прикарпатті зріс на 40%: лідирують Поляниця, Яремче та Ворохта (дані за 2025 р.). URL: https://www.if.gov.ua/news/turystychnyi-zbir-na-prykarpatti-zris-na-40-lidyruut-polianytsia-iaremche-ta-vorokhta?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.01.2026)