

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2025.2.6>

JEL Classification: F61, F62, O33, Q26, Q5, R12

Гук Ю.В.,
здобувач* третього рівня вищої освіти,
спеціальність 051 «Економіка»,
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2057-7146>
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль,

ДІАГНОСТИКА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗГЛАДЖУВАННЯ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Huk Yu.V.,
PhD student in the specialty 051 "Economics",
West Ukrainian National University, Ternopil

DIAGNOSTICS OF INSTITUTIONAL SMOOTHING OF SPATIAL POLARIZATION OF TOURISM SERVICE PROVISION

Постановка проблеми. Нині більшість туристичних дестинацій глобального рівня уражені овертуризмом, який знаходить свій вираз у надмірному зростанні туристичних потоків, що перевищують можливості регіону дотримуватися принципів сталого розвитку. Це призводить до перевантаження інфраструктури, руйнування природних та культурних ресурсів, змін у житті місцевої громади та втрати автентичності традицій. Крім того, надмірний туризм негативно впливає на якість туристичного досвіду та побут місцевих мешканців. Це проявляється у дисбалансі між попитом і здатністю регіону його освоїти, не завдаючи шкоди сталому розвитку. Водночас туризм залишається надто важливим джерелом доходу, щоб від нього відмовитися, що ставить перед органами державного та муніципального управління завдання пошуку та реалізації механізмів згладжування просторової поляризації надання туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою розвитку ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації займалася О. Горіна, зокрема вчена виділила детермінанти його формування, визначила сутність явища та сформувала концепцію управління розвитком на ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації [1]. Д. Ласку, Л. та А. Манрай провели кластерний аналіз туристичних атрактів та акцентували на потребі вирішення проблеми надмірного туризму [10]. Проте питання згладжування просторової поляризації надання туристичних послуг в глобальному вимірі не увійшли до кола їх наукових інтересів.

Постановка завдання. Метою написання статті є аналізування процесів та інституційних механізмів, які сприяють зменшенню асиметричностей та дисбалансів у розвитку туристичної діяльності між різними регіонами, що дасть змогу виявити напрямки та сформувати механізми згладжування просторової поляризації надання туристичних послуг у вигляді певних рекомендацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дискурс щодо овертуризму, який набув значного поширення в експертних колах, нами бачиться, як контроверсійний, оскільки, з одного боку, простежується прагнення певної частини стейкхолдерів нарощувати обсяги надання туристичних послуг, а з іншого – бачимо протидію цим бажанням громадськості та організацій, які займаються охороною природних та історичних пам'яток. Водночас статус об'єкта Світової спадщини надає такі переваги:

- додаткові гарантії збереження і цілісності унікальних природних і культурних комплексів;
- підвищує престиж територій і установ, які ними опікуються;
- сприяє популяризації включених у Список об'єктів і розвитку альтернативних видів природокористування (насамперед, екотуризму);
- забезпечує пріоритетність у залученні фінансових ресурсів для підтримки об'єктів Світової культурної й природної спадщини, насамперед, з Фонду Світової спадщини;
- сприяє організації моніторингу і контролю за станом збереження природних і культурних пам'яток.

Станом на 2023 р. у списку Світової спадщини перебувають 1157 об'єктів (зокрема 900 культурних, 218 природних і 39 змішаних) зі 167 країн [15].

* Науковий керівник: Гуменюк Ю.П. – д-р екон. наук, професор

Глобальні дестинації країн ОЕСР, які вразив овертуризм, дублюються в переліку об'єктів Світової спадщини. Країни, становлення ринку, які мають на своїй території об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО, переважно зацікавлені у їхній трансформації в глобальні туристичні дестинації та на всіх рівнях вітають збільшення туристської підприємницької діяльності. Станом на 2023 р. в Україні було вісім об'єктів Світової спадщини, що становить 0,69 % від їхньої кількості у світі, з них сім є об'єктами культурного і один – природного типу (табл. 1).

Таблиця 1

Об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО в Україні

№	Назва	Розташування	Час створення
1	Софійський собор; Києво-Печерська лавра; Церква Спаса на Берестові.	Київ	1037 р. 1051 р. 12–17 ст.
2	Високий замок і Підзамче Ансамбль Собору святого Юра	Львів	13–18 ст. 1744–62 рр.
3	Пункти геодезичної дуги Струве	Хмельницька (3 геодез. п.) і Одеська обл. (1)	
4	Первісні букові ліси Карпат	Закарп., І-Фр., Льв., Хм. обл.	
5	Резиденція митрополитів Буковини та Далмації	Чернівці	1864–82 рр.
6	Церква Святого Духа; Церква Собору Пресвятої Богородиці; Церква Святої Трійці; Церква святого Юра; Церква Святого Духа; Церква Різдва Пресвятої Богородиці; Вознесенська церква; Церква святого Михайла.	Потелич (Льв. обл.), Матків (Льв. обл.); Жовква (Льв. обл.); Дрогобич (Льв. обл.); Рогатин (І.-Фр. обл.); Нижній Вербіж (І.-Фр. обл.); Ясіня (Закарп. обл.); Ужок (Закарп. обл.).	1502 р. 1838 р. 1720 р. 1502 р. 1598 р. 1808 р. 16 ст. 1745 р.
7	Стародавнє місто Херсонес Таврійський і його хора	Севастополь	4 ст. до н.е. – 12 ст.
8	Історичний центр і порт	Одеса	19-20 ст.

Джерело: складено автором на основі [3]

П'ять з восьми об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО цілковито знаходяться в межах території України, решта частково перебувають на території інших держав. Київ, Львів та Одеса є дестинаціями з тяглою туристичною історією, які приваблюють відвідувачів завдяки локальній підприємницькій ініціативі, а дерев'яні церкви, пункти геодезичної дуги Струве зацікавлюють переважно спеціально підготовлених туристів, для яких наявність інфраструктури не є вирішальною [3].

Рекреаційні ресурси, природні умови та історичні пам'ятки Ірану обумовили те, що він входить до чільної десятки найбільш привабливих для туристів країн світу. На території Ісламської Республіки Іран розташовано 26 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО (2,1 %), проте слабка туристична інфраструктура та ізоляціоністська політика держави призвела до низьких показників міжнародних прибуттів. Так, в 2021 р. країну відвідали 1,6 млн раз, що відповідало 78 позиції у світовому рейтингу, або 0,2 % світового показника, за даними міжнародного порталу Country Cassette [16].

За даними видання Euronews, Париж є найвідвідуванішим містом Європи з показником 50 млн туристів на рік, далі йде Лондон з 40 млн відвідувачів і Рим з більш ніж 35 млн туристів на рік. Тобто зі 100 млн міжнародних прибуттів до Франції, половина припадає на Париж, 2,8 млн приймає Ніцца і 2 млн відвідують Ліон, що свідчить про високу атрактивність столиці, яка є музеєм під відкритим небом [5]. Проте, згідно даних пошукової системи оренди житла для відпочинку Holidu за 2019 р., Дубровник приймає протягом року 36 туристів з розрахунку на одного місцевого жителя, що є абсолютним рекордом (табл. 2).

Таблиця 2

Міста з найбільшою кількістю туристів на жителя

Рейтинг	Країна	Місто	Туристи на жителя
1	2	3	4
1	Хорватія	Дубровник	36
2	Італія	Венеція	21
3	Бельгія	Брюгге	21
4	Греція	о.Родос	21
5	Ісландія	Рейк'явік	16

продовження табл. 2

1	2	3	4
6	Італія	Флоренція	13
7	Греція	Іракліон	13
8	Нідерланди	Амстердам	12
9	Ірландія	Дублін	11
10	Естонія	Таллінн	10
11	Франція	Париж	9
12	Потугалія	Порту	9
13	Чехія	Прага	8
14	Греція	Атена	8
15	Франція	Ніцца	8
16	Шотландія	Единбург	7
17	Португалія	Лісабон	6
18	Данія	Копенгаген	6
19	Туреччина	Анталія	5
20	Іспанія	Барселона	5
21	Італія	Мілан	5
22	Італія	Рим	4
23	Австрія	Відень	4
24	Німеччина	Мюнхен	4
25	Польща	Краків	4
26	Німеччина	Франкфурт	4
27	Швеція	Стокгольм	4
28	Франція	Ліон	4
29	Великобританія	Лондон	3
30	Туреччина	Мугла	3
31	Іспанія	Севілья	3
32	Німеччина	Берлін	2
33	Іспанія	Мадрид	2
34	Бельгія	Брюссель	2
35	Угорщина	Будапешт	2

Джерело: [9]

Так, Італія на своїй території має 4 глобальних дестинації, які приймають більше чотирьох відвідувачів на одного жителя, Греція, Франція та Іспанія таких мають по три. Таке співвідношення туристів та жителів міст не лише створює дискомфорт місцевому населенню, але й у самих туристів викликає розчарування, та формує враження від дестинації як переоціненої. Експерти з подорожей найбільш «переоціненим» туристичним напрямком у Франції вважають Сен-Тропе. У туристичний сезон населення міста в 3,5 тис. осіб збільшується до 80 тис., тобто 23 кратно, хоча поруч є маловідомі поселення «точнісінько схожі» на Сен-Тропе.

В Іспанії найбільш переоціненою дестинацією туристи назвали Севілью, де 60 % квартир здаються туристам в оренду і місто втрачає самотність. Найбільш переоціненим місцем у Греції став острів Міконос, на якому в значних обсягах ведеться «неконтрольоване» незаконне будівництво нових готелів і пляжних клубів з непристойно високими цінами на лежаки та страви в ресторанах [2].

Проте популярні туристичні напрямки з розвинутою інфраструктурою, пам'ятками та послугами, як правило, приваблюють значну частину світових туристичних потоків. Така концентрація туристів призводить до перенаселення, збільшення навантаження на місцеві ресурси і деградації природного середовища та культурної спадщини на цих територіях. Концентрація туристичної діяльності може значно відрізнятися в різних регіонах і дестинаціях по всьому світу, що значно ускладнює їх систематизацію. Ми спробували згрупувати дестинації (туристичний полюс) за схожістю соціально-економічних механізмів їх функціонування (табл. 3).

Таблиця 3

Прояви територіальної концентрації туристичної діяльності

Дестинації	Соціально-економічні механізми
Знакові та популярні напрямки	приваблюють завдяки своїм відомим визначним пам'яткам чисельних туристів, які шукають унікальних вражень.
Великі міста	пропонують широкий спектр пам'яток, включаючи музеї, галереї, історичні пам'ятки, торговельні райони та жваве нічне життя, що робить їх популярними напрямками для туристів.
Прибережні та пляжні зони	формують значну концентрацію туристів, які шукають сонця, моря, піску та відпочинку, особливо в регіонах, які відомі своїми пляжами та водними розвагами.
Місця з винятковою природною красою	пропонують можливості для пригод на свіжому повітрі, зустрічей з дикою природою та приголомшливими ландшафтами, які приваблюють любителів природи та шукачів пригод.
Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО	приваблюють значну кількість відвідувачів, які хочуть дослідити та дізнатися про ці стародавні артефакти.

Джерело: складено автором

За даними видання Daily Mail, мандрівники під постом «AffordableTraveler» на порталі Reddit назвали переоцінені напрямки, в яких багато хто мріє побувати хоча б раз у своєму житті. Одним із таких місць виявилось Монако, що відоме розкішшю і приголомшливими краєвидами. Користувачі відповіли, що ціни там «дико завищені», а місцеве населення неприємне. Також мандрівники переоціненим напрямком назвали Мальдіви, відомі своїми прекрасними пляжами і атмосферою розкоші. За словами користувачів, вілли та незаймані пляжі дійсно є приголомшливими. Проте насолодитися подібним відпочинком можна і в країнах Південно-Східної Азії або навіть у тихоокеанських острівних державах, причому набагато дешевше.

Дубай теж опинився у списку, хоча він і пропонує мандрівникам захоплюючу культурну програму та унікальні враження. Туристи нарікали на дорожнечу та те, що від перебування в місті у них складалося враження, ніби воно «порожнє». Лас-Вегас також розчарував туристів, які зазначили, що місто-казино стало «занадто дорогим і багатолюдним» порівняно з минулими часами через курортні збори, які є додатковою статтею витрат. Крім того, у списку переоцінених напрямків через дорогий відпочинок назвали Швейцарію, «вона настільки дорога, що нею важко насолоджуватися». Серед напрямків, що не виправдали очікувань, опинилася дорога і багатолюдна Коста-Ріка, як і Сейшельські острови, Дублін, Ліхтенштейн та міста Норвегії [13].

Також високі ціни спричинили відтік з туристичного ринку Туреччини не лише іноземців, але й громадян країни. Британське видання Daily Express процитувало заяву турецьких експертів, які виділили кілька країн, що активно працюють над перехопленням у Туреччини як іноземних туристів, так і самих турків, які шукають дешевші аналогічні курорти. Греція ще минулого сезону запропонувала туристам із Туреччини, які бажають відвідати її острови, спеціальну візову схему. Також упродовж зими 2024–2025 рр. турецькі туристи проявляли інтерес до Єгипту та Дубаю, який став для них популярним напрямком. Інші балканські країни (Боснія та Албанія), також можуть спробувати привабити турецьких туристів. Зрештою експерти зазначили, що для іноземних туристів із середнім та високим рівнем доходу серйозну конкуренцію Туреччині становитимуть здебільшого Іспанія та Греція, оскільки переваги, які мали турецькі готелі у конкуренції з цими країнами, зійшли нанівець [11].

Теорія очікувань (Expectancy Theory) розглядає залежність поведінки особи від того, чому вона віддає перевагу, що і скільки вона б хотіла отримати від своїх зусиль і яких зусиль вона згодна докласти заради цього. Мотиваційна теорія очікувань В. Врума стверджує, що наявність стійкої потреби не є єдиною умовою мотивації особи на досягнення певної мети. В теорії виділяють три основні моменти мотивації до дії. А саме очікування, що є уявою особи про те, що її зусилля приведуть до певного бажаного результату, сподівання, як надія людини на залежну від результатів винагороду і валентність, як очікувана міра задоволення, яка виникає внаслідок отримання людиною винагороди [14].

І хоча вона стосується мотивації до праці, її цілком можна застосувати до мотивації людини податись у туристичну подорож. Тобто фізіологічна наявність потреби рекреації організму, змушує людину замислитися над тим, що потрібно відпочити. Проте рішення де, як і коли це станеться особа приймає під дією очікувань, сподівань та валентності від перебування в обраній дестинації. Тобто вона очікує, що її витрати приведуть до отримання задоволення від поїздки, вона сподівається, що її здоров'я, соціальний статус тощо покращаться, і вона буде впевнена, що затрачений час і кошти не можна було використати краще.

Тут потрібно зазначити, що такий підхід стосується не лише дестинації, яку турист вперше відвідує, але й тих, де він вже побував. Коли особа приймає рішення про подорож її очікування на

високому рівні, бо інакше вона б не наважилася на поїздку. Проте, як видно з он-лайн фідбеку туристів, реальний стан справ на місцях, які змінюються під впливом процесів просторової поляризації туристичної активності, призводить до усвідомлення людиною того, що її очікування були завищеними та розчарування від поїздки. Завищені очікування і розчарування за теорією очікувань означають, що рішення про поїздку було прийнято під впливом невірної інформації і у разі, коли б ця інформація була достовірною, поїздка б не відбулася взагалі, бо очікування були б рівні нулю. Тобто форма дестинації залишилася незмінною, проте прояви поляризації (значна кількість туристів, високі ціни, як наслідки зростання попиту за незмінної пропозиції) призвели до негативного досвіду. І вихід із ситуації цілком очевидний – згладити просторову поляризацію шляхом збільшення пропозиції на віддалених територіях, які у даному разі доцільно вважати такими, що мають спільний інтерес.

Збільшення пропозиції туристичних послуг вигідне всім зацікавленим сторонам. Для глобальних дестинацій в соцмережах та масмедіа припиняється негативні відгуки, а нові рекреаційні місцевості отримують вже підготовленого до споживання конкретного туристичного продукту візитера. Спільне завдання полягає в тому, щоб в туриста сформувати позитивні очікування, які б мотивували його не лише змінити глобальну дестинацію на менш просунутий напрямок, але й стати лояльним до нього.

Нині телесеріали на популярних інтернет-платформах (Netflix, HBO тощо) мають ознаки інфлюенсерів, що призводить до результативної маркетингової промоції певного продукту. Успіх у глядацької аудиторії таких серіалів, як «Єллоустоун» (6 сезонів), «Білий лотос» (3 сезони) суттєво покращив результати туристичної діяльності в Монтані, на Гавайях, Сицилії, Самуї та призвів до значного зростання туристичного потоку на цих напрямках.

Водночас створення на основі ревіталізації індустріальної спадщини крупних промислових центрів рекреаційних та меморіальних зон дає інструмент асиметричного згладжування просторової поляризації в трансформованій агломерації. Так, за збереження спадщини Руру, насамперед, виступили інтелектуали, митці та практики «історії знизу». Громадські ініціативи проти знесення об'єктів, пов'язаних із вугільною та сталеливарною індустрією, мали успіх, оскільки їх підтримала низка впливових політиків, бізнесменів та профспілкових діячів, які зробили індустріальну спадщину константою структурних змін в Рурі.

Раз на рік відбувається особлива культурна подія, яка перетворює Рурський регіон на мегаполіс, де зникають міські межі, а особливості колись промислового регіону стають одним цілим. ExtraSchicht (Ніч промислової культури) об'єднує на одну ніч об'єкти промислової спадщини регіону та пропонує відвідувачам неперевершений спектр культурних вражень. Основна увага ExtraSchicht приділяється індустріальному культурному фону різних майданчиків, який вперше надав глядачам доступ до колишніх промислових об'єктів і таким чином надав старт для майбутнього культурного використання [6].

Натомість в Японії саме ті, хто проектував, будував і працював на промислових об'єктах, звернули увагу громадськості на цінність індустріальної спадщини, і лише згодом національний уряд почав нею цікавитися значною мірою через те, що вбачав у ревіталізації об'єктів важкої промисловості перспективу розвитку індустрії туризму в депресивних регіонах. Маркер «світової спадщини» сприймався як ключовий елемент туристифікації регіонів концентрації виведеної з експлуатації важкої промисловості. Таким чином ініціативи, пов'язані з промисловою спадщиною, намагаються закріпити регіон у такому минулому, яке містить процеси структурної трансформації, що тривають понині. Більше того, місця спадщини тепер мають власну історію, яка підтримує стабільність у стосунках стейкхолдерів.

Натомість в Ньюкаслі та долині річки Хантер в Австралії відродження вугільної індустрії спричинило неоднозначне ставлення до збереження промислової спадщини, оскільки це давало чітко зрозуміти, що видобуток вугілля в минулому, проте індустрія отримала «друге дихання». Так, індустріальна спадщина Ньюкасла та долини річки Хантер в Австралії є важливою складовою культурної ідентичності регіону та активно інтегрується в туристичну інфраструктуру.

Ньюкасл, розташований у штаті Новий Південний Уельс, має багату індустріальну історію, зокрема у вугільній галузі та сталеливарному виробництві. Це минуле відображено в музеї Ньюкасла, що розташований у колишніх залізничних майстернях Honeysuckle Point, скульптурі «The Muster Point», яка є монументальною інсталяцією, що вшановує працівників сталеливарного заводу BHP, Delprat's Cottage – історичній будівлі, яка нині є місцем базування Newcastle Industrial Heritage Association. Ці туристичні об'єкти не лише зберігають історичну пам'ять, але й є освітніми та культурними центрами для відвідувачів.

Долина річки Хантер відома як найстаріший виноробний регіон Австралії, який має значну індустріальну спадщину. Так, виноробні, багато з яких зберегли архітектурні особливості та обладнання з 19 ст., дозволяють відвідувачам ознайомитися з традиційними методами виробництва вина [7]. У регіоні також розташовані численні музеї та історичні об'єкти, які відображають як виноробну, так й індустріальну історію регіону [8]. Ці елементи спадщини сприяють розвитку культурного туризму та збереженню історичної ідентичності регіону. Індустріальна спадщина Ньюкасла та долини річки Хантер активно інтегрується в туристичну сферу, пропонуючи відвідувачам

унікальне поєднання історії, культури та гастрономії. Ці зусилля не лише зберігають важливі історичні об'єкти, але й сприяють економічному розвитку регіону через туризм.

У Франції база для підтримки індустриальної спадщини була науковою, технічною і підприємницькою, а представники вугільної компанії та інженерів надавали сильний голос ініціативам, присвяченим спадщині. Ініціативи, пов'язані із спадщиною, сприймали як частину процесу перетворення районів тяжкої індустрії на туристичні, де нові культурні об'єкти на кшталт Лувру-Ланс на півночі країни, мали піднести третинний сектор економіки [4].

Нині туристичні онлайн-агентства (ОТА), платформи бронювання та туристичні агрегатори набули популярності, надаючи мандрівникам зручний доступ до широкого спектру послуг. Станом на кінець 2023 р. Expedia, Booking.com і Airbnb стали значними гравцями в індустрії подорожей і туризму, впливаючи та змінюючи галузь у притаманний їм спосіб. Так, Expedia та Booking.com започаткували модель онлайн-бронювання подорожей, завдяки чому мандрівникам було зручно бронювати авіаквитки, готелі та інші види тимчасового поселення, а також планувати вдома всю подорож. Цей перехід від традиційних туристичних агентств до онлайн-платформ кардинально змінив спосіб планування та бронювання подорожей, зробивши його більш доступним та ефективним.

Разом із тим, наявність цих онлайн-платформ збільшила прозорість цін на туристичному ринку. Мандрівники можуть легко порівнювати ціни на різних платформах, що змушує постачальників турпродукту задля підвищення власної конкурентоспроможності пропонувати кращі цінові варіанти та підвищувати якість наданих послуг. Нині Expedia, Booking.com і Airbnb мають планетарне охоплення, що полегшує невеликим або віддаленим DESTINACIЯM залучати більш широкую аудиторію. Це призвело до активізації господарської діяльності в менш атракційних туристичних напрямках та сприяло розвитку економіки регіонів, які мало відомі міжнародному туристу, та переспрямуванню туристичних потоків, що зменшує антропонавантаження на глобальні туристичні DESTINACIЯ.

Також ОТА, впроваджуючи такі технології, як штучний інтелект (ШІ), машинне навчання та аналітику великих даних, стимулюють технологічний прогрес у туристичній індустрії. Незважаючи на те, що зручність Expedia, Booking.com і Airbnb приносить користь мандрівникам, з іншого боку вони створюють проблеми традиційним туристичним агентствам і невеликим готельним мережам. Зокрема, стрімке зростання Airbnb, викликало регулятивні проблеми в DESTINACIЯх багатьох країн світу. Деякі туристичні регіони запровадили обмеження або правила, щоб послабити занепокоєння щодо впливу короткострокової оренди на місцеві ринки тимчасового поселення.

Мобільні програми стали важливим інструментом організації дозвілля мандрівників. Такі програми, як TripAdvisor, дають мандрівникам доступ до баз відгуків, рекомендацій та порад досвідчених туристів. Технології віртуальної реальності (VR) і доповненої реальності (AR) дозволяють користувачам віддалено досліджувати DESTINACIЯ, знайомитися з їх визначними пам'ятками та навіть взаємодіяти з віртуальними гідами. Вони забезпечують просунутим споживачам захоплюючий досвід і допомагають мандрівникам приймати виважені рішення щодо відвідування DESTINACIЯ в майбутньому. В такий спосіб DESTINACIЯ провадить позитивну селекцію туристів, які мають чітко виражену мотивацію побувати на її території. Це певною мірою зменшує туристичний потік до DESTINACIЯ, проте вона отримує лояльного туриста, переконаного у вірності власного вибору, що гарантовано дасть позитивний пост-тревел реві'ю (Post-Travel Review) на соціальних медіа-платформах.

Соціальні медіа-платформи, такі як Instagram, Facebook і YouTube, стали впливовими маркетинговими каналами для DESTINACIЯ і туристичних компаній. Туристичний бізнес співпрацює з інфлюенсерами, щоб просувати більш широкій аудиторії свої продукти та послуги. В публікації Express йдеться про три маловідомі напрямки в Європі, де можна сповна насолодитися відпочинком у 2025 р. Зокрема пропонують додати Ригу, регіон Іспанії, який подібний на Марокко – Андалусію, Гданськ і Сопот у Польщі до списку DESTINACIЯ [12].

Туристичні підприємства для того, щоб знати наміри та вподобання клієнтів, використовують великі бази даних та аналітику, що допомагає їм персоналізувати маркетингові зусилля, покращити обслуговування клієнтів та оптимізувати стратегії ціноутворення. Водночас використання таких даних дає змогу організаціям з управління туристичними DESTINACIЯми приймати рішення в контексті сталого розвитку туризму.

Концентрація економічної діяльності та ресурсів на окремих територіях призводить до виникнення різниці в рівнях доходів. Високооплачувані робочі місця, інвестиційні можливості та розвиток бізнесу, як правило, зосереджені в економічно жвавих регіонах, тоді як в інших регіонах отримують нижчу зарплату та долають безробіття. Така різниця в доходах може мати різноманітні соціальні та економічні наслідки, включаючи блокування соціальних ліфтів, громадське невдоволення та брак основних послуг для бідних верств населення. Такими чином, було б логічно, щоб проти овертуризму виступали саме жителі населених пунктів з багатою історією проте із слабкою індустриальною компонентою та інфраструктурою, закликаючи органи державної влади сприяти переспрямуванню туристичних потоків (через надання бізнесу низки преференцій) у їх регіон.

Таким чином, стейкхолдери туристичного бізнесу певного регіону мусять нарощувати власний потенціал розвитку, домагаючись доступу до капіталу, розвивати власну сучасну інфраструктуру.

Водночас низький рівень освіти та технологій у цих областях може перешкодити їхній здатності залучати інвестиції, розвивати туристичну сферу та створювати стійке економічне зростання. Це закріплює цикл недорозвиненості, через що цим регіонам важко вирватися з економічної диспропорції, спричиненої просторовою поляризацією.

Економічні розбіжності внаслідок просторової поляризації також можуть мати небажані соціальні та політичні наслідки. Концентрація економічної влади в окремих регіонах може призвести до відчуття маргіналізації та невдоволення серед громад у менш розвинених регіонах. Це посилює соціальні та політичні заворушення, регіональну напруженість і сприяє загальній нестабільності в країні чи регіоні. Усунення економічної диспропорції, яка є наслідком просторової поляризації, потребує комплексних та інклюзивних стратегій розвитку. Виокремлення територій, придатних для туристичного освоєння, ґрунтується на оцінці наявності, серед іншого, туристичних атракцій, які є метою приїзду туристів, та туристичної інфраструктури, яка дозволяє використовувати ці атракції [10, с. 14, 40]. Таким чином, проблема асиметричного згладжування просторової поляризації в туристичній індустрії проявляється на мезо-, макро- та мегарівнях.

Висновки з проведеного дослідження. Аналізування явища надмірного туризму в глобальних туристичних дестинаціях дає підстави вести мову про потребу згладжування просторової поляризації процесу надання туристичних послуг. Так, асиметричне згладжування на мезорівні (в межах індустріального центру) полягає у віталізації промислової спадщини та розбудові на її основі рекреаційного хабу. На макрорівні ми бачимо цей процес як ринкове просування рекреаційних територій слабо втягнутих у ланцюжок створення туристичних цінностей. На мегарівні – це формування мережі дестинацій, які забезпечуть стійкий перерозподіл надмірних туристичних потоків. Побудова глобальної системи асиметричного згладжування просторової поляризації в туризмі має ґрунтуватися на рівні туристичної інфраструктури країни-інкорпоранта. Саме розвиток туристичної інфраструктури є ступенем участі країни-інкорпоранта та її зацікавлення стати частиною розбудови глобальної системи асиметричного згладжування просторової поляризації в туризмі. Це партнерство може мати різні прояви, проте факт інвестування країни-інкорпоранта в спільні проекти стане певною гарантією того, що воно не буде згорнуте під впливом політичної кон'юнктури.

Література

1. Горіна Г.О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації : дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03 / Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля». Дніпро, 2017. 434 с.
2. Зіпсуєте собі відпустку: популярні місця в Європі, яких краще уникати туристам. URL: <https://www.express.co.uk/travel/articles/2031994/travel-expert-where-not-to-go-europe-greece-spain-france-italy> (дата звернення: 28.03.2025).
3. Маленков Р. Світова спадщина ЮНЕСКО в Україні. Київ : В-во Комора, 2021. 240 с.
4. Регіони важкої індустрії та їхня спадщина – між політикою ідентичності та туристифікацією. URL: <https://mistosite.org.ua/articles/rehiony-vazhkoj-industrii-ta-ikhnia-spadshchyna-mizh-politykoii-identychnosti-ta-turystifikatsiiei> (дата звернення: 20.10.2024).
5. Beat the crowds: Here's which European capitals officially have the most – and least – tourists. URL: <https://www.euronews.com/travel/2023/04/21/a-guide-to-europe-s-worst-tourist-attractions> (дата звернення: 15.03.2025).
6. ExtraSchicht. Die Nacht der Industriekultur. URL: <https://www.nrw-tourismus.de/events/extraschicht> (дата звернення: 20.12.2024).
7. Historic Sites and Museums. URL: https://huntervalley-australia.com/hunter-valley-experiences/historic-sites-and-museums/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.12.2024).
8. Hunter Valley Heritage Cairn. URL: https://www.nsw.gov.au/visiting-and-exploring-nsw/locations-and-attractions/hunter-valley-heritage-cairn?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 22.12.2024).
9. La tua casa per vacanze indimenticabili. URL: https://www.holidu.it/?_gl=1*10knp7*_up*MQ..*_gs*MQ..&gclid=Cj0KCQjw64jDBhDXARisABkk8J5fYQ0l1hqheZtnOlaqo9Vbv844P4rosdG-LO2_SFX2xApq9PwyYI8aAnFrEALw_wcB&gbraid=0AAAAADkRgX_20drWAPE0pXhahqWkWcv4&authAuto=1 (дата звернення: 20.03.2025).
10. Lascu D. N., Manrai L. A., Manrai A. K., Gan A. A cluster analysis of tourist attractions in Spain. Natural and cultural traits and implications for global tourism. *European Journal of Management and Business Economics*. № 27(2). P. 218-230.
11. Panic in Turkey as tourists start abandoning country for Egypt. URL: <https://www.express.co.uk/news/world/2039520/panic-turkey-tourists-start-abandoning> (дата звернення: 17.04.2025).
12. 'Stop flying to Paris or Rome – try these European destinations that have no crowds'. URL: <https://www.express.co.uk/travel/articles/2032010/stop-flying-paris-rome> (дата звернення: 28.03.2025).

13. Tourists expose overrated destinations that 'aren't worth the price' – from a 'way too expensive' US city to a country that feels like an 'airport lounge'. URL: <https://www.dailymail.co.uk/travel/article-14082585/overpriced-expensive-holidays-las-vegas-switzerland-monaco.html> (дата звернення: 25.03.2025).
14. Vroom V. H. Work and Motivation. Wiley, 1964. 328 p.
15. World Heritage List. URL: <https://whc.unesco.org/en/list> (дата звернення: 20.03.2025).
16. World Tourism Rankings. URL: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (дата звернення: 20.12.2024).

References

1. Gorina, G.O. (2017), "Ukrainian tourism market development within the framework of spatial polarization", dissertation of dr.sc.(econ.), 08.00.03, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, Higher Educational Institution "Alfred Nobel University", Dnipro, Ukraine, 434 p.
2. "You'll ruin your vacation: popular places in Europe that tourists should avoid", available at: <https://www.express.co.uk/travel/articles/2031994/travel-expert-where-not-to-go-europe-greece-spain-france-italy> (access date March 28, 2025).
3. Malenkov, R. (2021), *Svitova spadshchyna YuNESKO v Ukraini* [UNESCO World Heritage Sites in Ukraine], V-vo Komora, Kyiv, Ukraine, 240 p.
4. "Heavy industry regions and their heritage – between identity politics and touristification", available at: <https://mistosite.org.ua/articles/rehiony-vazhkoj-industrii-ta-ikhnia-spadshchyna-mizh-politykoj-identychnosti-ta-turystyfikatsiiei> (access date October 20, 2024).
5. Beat the crowds: Here's which European capitals officially have the most – and least – tourists, available at: <https://www.euronews.com/travel/2023/04/21/a-guide-to-europe-s-worst-tourist-attractions> (access date March 15, 2025).
6. ExtraSchicht. Die Nacht der Industriekultur, available at: <https://www.nrw-tourismus.de/events/extraschicht> (access date December 20, 2024).
7. "Historic Sites and Museums", available at: https://huntervalley-australia.com/hunter-valley-experiences/historic-sites-and-museums/?utm_source=chatgpt.com (access date December 22, 2024).
8. "Hunter Valley Heritage Cairn", available at: https://www.nsw.gov.au/visiting-and-exploring-nsw/locations-and-attractions/hunter-valley-heritage-cairn?utm_source=chatgpt.com (access date December 22, 2024).
9. "La tua casa per vacanze indimenticabili", available at: https://www.holidu.it/?_gl=1*10knp7*_up*MQ..*_gs*MQ..&gclid=Cj0KCQjw64jDBhDXARIsABkk8J5fYQ0l1h-qheZtnOlaqo9Vbv844P4rosdG-LO2_SF2xApq9PwyYI8aAnFrEALw_wcB&gbraid=0AAAAADkRgX_20drWAPEOpXhahnnqWkWcv4&authAuto=1 (access date March 20, 2025).
10. Lascu, D.N., Manrai, L.A., Manrai, A.K. and Gan, A. (2018), "A cluster analysis of tourist attractions in Spain. Natural and cultural traits and implications for global tourism", *European Journal of Management and Business Economics*, no. 27(2), pp. 218-230.
11. "Panic in Turkey as tourists start abandoning country for Egypt", available at: <https://www.express.co.uk/news/world/2039520/panic-turkey-tourists-start-abandoning> (access date April 17, 2025).
12. "Stop flying to Paris or Rome – try these European destinations that have no crowds", available at: <https://www.express.co.uk/travel/articles/2032010/stop-flying-paris-rome> (access date March 28, 2025).
13. "Tourists expose overrated destinations that 'aren't worth the price' – from a 'way too expensive' US city to a country that feels like an 'airport lounge'", available at: <https://www.dailymail.co.uk/travel/article-14082585/overpriced-expensive-holidays-las-vegas-switzerland-monaco.html> (access date March 25, 2025).
14. Vroom, V.H. (1964), Work and Motivation, Wiley, USA, 328 p.
15. "World Heritage List", available at: <https://whc.unesco.org/en/list> (access date March 20, 2025).
16. "World Tourism Rankings", available at: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (access date December 20, 2024).

Гук Ю.В.

ДІАГНОСТИКА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗГЛАДЖУВАННЯ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Мета. Метою написання статті є аналізування процесів та інституційних механізмів, які сприяють зменшенню асиметричностей та дисбалансів у розвитку туристичної діяльності між різними регіонами, що дасть змогу виявити напрямки та сформулювати механізми згладжування просторової поляризації надання туристичних послуг у вигляді певних рекомендацій.

Методика дослідження. Задля досягнення поставленої у статті мети були використані первинні методи (для збору інформації про факти овертуризму) та вторинні методи (для систематизації

отриманих даних). За способом реалізації використані логіко-аналітичні та візуальні методи, а саме методи дедукції та індукції за для виявлення чинників, що сприяють формуванню надмірного туризму та виокремлення заходів, які дозволяють його згладжувати, науковий аналіз для використання статистичної інформації щодо діяльності міжнародного туризму та візуалізація інформації з овертуризму, об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО тощо у вигляді таблиць.

Результати дослідження. Досліджено, що глобальні DESTИНАЦІЇ країн ОЕСР, які вразив овертуризм, дублюються в Списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Це ставить перед ними дилему: далі розвивати напрямок, ризикуючи втратити статус загальносвітової пам'ятки, чи обмежити наплив відвідувачів, ризикуючи втратити доходи. Натомість в країнах становлення ринку переважно зацікавлені у трансформації Об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО в глобальні туристичні DESTИНАЦІЇ та на рівнях державного і муніципального управління вітають збільшення туристської підприємницької діяльності.

Встановлено, що стан перевантаження туристами глобальних туристичних DESTИНАЦІЙ по різному впливає на міру громадського супротиву. Так в DESTИНАЦІЯХ розташованих в курортних зонах, найбільше протестують проти зовнішнього вигляду та поведінки туристів, в DESTИНАЦІЯХ-музеях проти надмірного скупчення в центральних районах. Протести проти зростання цін на житлову нерухомість відбуваються в соціально-орієнтованих країнах, уряди яких мають повноваження втручатись у ринкову економіку за для покращення становища бідніших верств населення.

Обґрунтовано, що концентрація туристів на території DESTИНАЦІЇ призводить до перенаселення, збільшення навантаження на місцеві ресурси і деградації природного середовища та культурної спадщини. Водночас концентрація туристичної діяльності може значно відрізнятися в різних регіонах і DESTИНАЦІЯХ по всьому світу, що значно ускладнює їх систематизацію.

Доведено, що високе співвідношення чисельності туристів та жителів міст не лише створює всім дискомфорт, але й у самих туристів викликає розчарування, та формує враження від DESTИНАЦІЇ, як переоціненої. На нашу думку згладжувати просторову поляризацію доцільно шляхом збільшення пропозиції на не втягнутих в туристичний процес територіях, які мають цікаву історію. Так створення на основі ревіталізації індустріальної спадщини крупних промислових центрів рекреаційних та меморіальних зон дає інструмент асиметричного згладжування просторової поляризації.

Встановлено, що туристичні онлайн-агентства (ОТА), платформи бронювання та туристичні агрегатори набули популярності, надаючи мандрівникам зручний доступ до широкого спектру послуг. Станом на кінець 2023 р. Expedia, Booking.com і Airbnb стали значними гравцями в індустрії подорожей і туризму. Так онлайн-платформи збільшили прозорість цін на туристичному ринку. Expedia, Booking.com і Airbnb мають планетарне охоплення, що полегшує невеликим або віддаленим DESTИНАЦІЯМ залучати більше відвідувачів. Це призвело до активізації господарської діяльності в менш атракційних туристичних напрямках та сприяло розвитку економіки регіонів, які мало відомі міжнародному туристу та переспрямуванню туристичних потоків, що зменшує антропо-навантаження на глобальні туристичні DESTИНАЦІЇ. Водночас ОТА створюють проблеми традиційним туристичним агентствам і невеликим готельним мережам.

Обґрунтовано, що концентрація економічної діяльності та ресурсів на окремих територіях призводить до виникнення різниці в рівнях доходів. Високооплачувані робочі місця, інвестиційні можливості та розвиток бізнесу, як правило, зосереджені в економічно жвавих регіонах, тоді як в інших регіонах отримують нижчу зарплату та долають безробіття. Така різниця в доходах може мати різноманітні соціальні та економічні наслідки, включаючи блокування соціальних ліфтів, громадське невдоволення та брак основних послуг для бідніших верств населення.

Таким чином стейкхолдери туристичного бізнесу певного регіону мусять нарощувати власний потенціал розвитку домагаючись доступу до капіталу, розвивати власну сучасну інфраструктуру. Водночас низький рівень освіти та технологій у цих областях може перешкодити їхній здатності залучати інвестиції, розвивати туристичну сферу та створювати стійке економічне зростання.

Наукова новизна результатів дослідження. Вперше застосована мотиваційна теорія очікувань В. Врума до мотивації людини податись у туристичну подорож, а саме, що фізіологічна наявність потреби рекреації організму, змушує людину замислитися над тим, що потрібно відпочити. Проте рішення де, як і коли це станеться особа приймає під дією очікувань, сподівань та валентності від перебування в обраній DESTИНАЦІЇ, що, за умови застосування туристичними DESTИНАЦІЯМИ відповідного софту, дозволяє уникнути овертуризму, або ж максимально послабити його прояв.

Удосконалено групування DESTИНАЦІЙ за схожістю соціально-економічних механізмів їх функціонування, виділивши такі їх види: знакові та популярні напрямки, великі міста, прибережні та пляжні зони, місця з винятковою природною красою, об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО, що дає змогу більш чітко відстежувати рекреаційні території з підвищеною концентрацією економічної активності.

Практична значущість результатів дослідження. Загалом діагностика системи інституціонального згладжування просторової поляризації надання туристичних послуг може стати

основною розробки рекомендації щодо її покращення, що сприятиме більш збалансованому та сталому розвитку туристичних регіонів.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні послуги, просторова поляризація туристичної діяльності, зацікавлені особи, ревіталізація індустриальної спадщини, Світова спадщина ЮНЕСКО, овертуризм, рекреаційні ресурси, туристичний напрямок.

Huk Yu.V.

DIAGNOSTICS OF INSTITUTIONAL SMOOTHING OF SPATIAL POLARIZATION OF TOURISM SERVICE PROVISION

Purpose. The aim of the article is to analyse the processes and institutional mechanisms that contribute to the reduction of asymmetries and imbalances in the development of tourism activities between different regions, which will allow identifying directions and forming mechanisms for smoothing the spatial polarization of the provision of tourism services in the form of certain recommendations.

Methodology of research. The following primary methods were used to achieve the goal in the article, (for collecting information about the facts of overtourism) and secondary methods (for systematizing the received data) were used. According to the method of implementation, logical-analytical and visual methods were used, namely, deduction and induction methods for identifying factors contributing to the formation of excessive tourism and identifying measures that allow it to be smoothed out, scientific analysis for using statistical information on international tourism activities and visualization of information on overtourism, UNESCO World Heritage Sites, etc. in the form of tables.

Findings. It was studied that global destinations of OECD countries that were affected by overtourism are duplicated in the UNESCO World Heritage List. This poses a dilemma for them: to further develop the destination, risking losing the status of a world monument, or to limit the influx of visitors, risking losing income. In contrast, in emerging markets, the majority of those interested in transforming UNESCO World Heritage Sites into global tourist destinations and at the state and municipal levels welcome the increase in tourism entrepreneurship.

It was established that the state of overloading of global tourist destinations with tourists has different effects on the degree of public resistance. Thus, in destinations located in resort areas, the most protest is against the appearance and behaviour of tourists, in museum destinations against excessive crowding in central areas. Protests against rising housing prices occur in socially oriented countries, whose governments have the authority to intervene in the market economy in order to improve the situation of the poorer segments of the population.

It was substantiated that the concentration of tourists in a destination leads to overpopulation, increased pressure on local resources and degradation of the natural environment and cultural heritage. At the same time, the concentration of tourist activity can vary significantly in different regions and destinations around the world, which significantly complicates their systematization. We have grouped destinations according to the similarity of their social and economic mechanisms of operation, highlighting the following types: iconic and popular destinations, large cities, coastal and beach areas, places of exceptional natural beauty, UNESCO World Heritage sites.

It was proven that a high ratio of tourists to city residents not only creates discomfort for everyone, but also causes disappointment among tourists themselves, and creates the impression of the destination as overvalued. In our opinion, it is advisable to smooth out spatial polarization by increasing the offer in territories not involved in the tourism process, which have an interesting history. Thus, the creation of large industrial centres of recreational and memorial zones based on the revitalization of industrial heritage provides a tool for asymmetric smoothing of spatial polarization.

It was established that online travel agencies (OTAs), booking platforms and travel aggregators have gained popularity, providing travellers with convenient access to a wide range of services. As of the end of 2023, Expedia, Booking.com and Airbnb have become significant players in the travel and tourism industry. Thus, online platforms have increased price transparency in the tourism market. Expedia, Booking.com and Airbnb have a planetary reach, which makes it easier for small or remote destinations to attract more visitors. This has led to the activation of economic activity in less attractive tourist destinations and contributed to the development of the economy of regions that are little known to international tourists and the redirection of tourist flows, which reduces the anthropogenic load on global tourist destinations. At the same time, OTAs create problems for traditional travel agencies and small hotel chains.

It was substantiated that the concentration of economic activity and resources in certain territories leads to a difference in income levels. High-paying jobs, investment opportunities and business development are usually concentrated in economically vibrant regions, while other regions receive lower wages and overcome unemployment. Such a difference in income can have various social and economic consequences, including blocking social elevators, public discontent and lack of basic services for the poorer segments of the population.

Thus, stakeholders of the tourism business of a particular region must increase their own development potential by seeking access to capital, developing their own modern infrastructure. At the same time, the low

level of education and technology in these areas can hinder their ability to attract investment, develop the tourism sector and create sustainable economic growth.

Originality. For the first time, the motivational theory of expectations of V. Vroom was applied to the motivation of a person to go on a tourist trip, namely, that the physiological presence of the body's need for recreation makes a person think about what needs to be done to relax. However, the decision where, how and when this will happen is made by a person under the influence of expectations, hopes and valence from staying in the chosen destination, which, provided that tourist destinations use appropriate software, allows avoiding overtourism, or at least weakening its manifestation.

The grouping of destinations according to the similarity of their social and economic mechanisms of functioning was improved, highlighting the following types: iconic and popular destinations, large cities, coastal and beach areas, places with exceptional natural beauty, UNESCO World Heritage sites, which allows for more clearly tracking recreational areas with an increased concentration of economic activity.

Practical value. In general, the diagnosis of the system of institutional smoothing of spatial polarization of the provision of tourist services can become the basis for developing recommendations for its improvement, which will contribute to a more balanced and sustainable development of tourist regions.

Key words: international tourism, tourist services, spatial polarization of tourist activity, stakeholders, revitalization of industrial heritage, UNESCO World Heritage, overtourism, recreational resources, tourist destination.

Дата надходження рукопису: 13.05.2025

Дата прийняття рукопису до друку: 16.06.2025

Дата публікації: 30.06.2025