

ЕКОНОМІКА

ОТРИМАНО:

18 Червня 2025

ПРИЙНЯТО:

02 Вересня 2025

ВИПУСК:

20 Жовтня 2025

CC BY 4.0

УДК 338.48

DOI [10.26661/2522-1566/2025-3/33-01](https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-3/33-01)АНАЛІЗ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ:
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ**Мамотенко Д.Ю.****к.е.н., доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу
Національний університет «Запорізька
політехніка»**м. Запоріжжя, Україна
ORCID [0000-0001-7945-8628](https://orcid.org/0000-0001-7945-8628)***Mgr. Бут Т. PhD***науково-дослідний співробітник
кафедра туризму
факультет підприємництва та права
Панєвропейський університет
м. Прага, Чеська Республіка
ORCID [0000-0001-9403-4698](https://orcid.org/0000-0001-9403-4698)**Email для кореспонденції з авторами: mamotenko07@gmail.com

Анотація. Метою статті є виявлення ключових факторів, що визначають динаміку розвитку екологічного туризму в країнах Європейського Союзу та визначення стратегічних орієнтирів для формування ефективної регіональної політики в цій сфері. Методологічну основу дослідження формують загальнонаукові та спеціальні методи економічної теорії, зокрема, статистичні та інформаційні звіти ЄС, IMARC Group та Booking.com про сталий розвиток подорожей та екологічний туризм. Результати дослідження: виявлені поведінкові зміни після COVID-19, регіональні та демографічні відмінності в уподобаннях туристів, а також рівень доступності інформації дозволили сформулювати стратегічні орієнтири розвитку екотуризму в ЄС. Факторний аналіз підтвердив, що на успіх екотуризму суттєво впливають такі чинники, як наявність фінансової підтримки, цифровізація туристичних сервісів, сертифікація послуг, інфраструктурна доступність і рівень екологічної обізнаності. Запропоновані стратегічні орієнтири дозволяють посилити ефективність політики сталого туризму через підтримку локального бізнесу, персоналізовані комунікаційні кампанії та підвищення прозорості екологічних стандартів. Результати дослідження можуть бути використані для розробки регіональних дорожніх карт розвитку екотуризму, оптимізації використання європейських програм (Interreg, LIFE, Horizon Europe, ERDF), а також активізації кластерного розвитку в туристичній сфері. Для України, яка зазнала значних втрат у сфері екотуризму через війну, дослідження надає методологічну основу для оцінки потенціалу регіонів, визначення пріоритетів повоєнного відновлення та інтеграції в зелений простір ЄС. Застосування факторного підходу забезпечить обґрунтованість управлінських рішень у сфері сталого туризму.

Ключові слова: екологічний туризм, Європейський Союз, стратегічні орієнтири, розвиток.

JEL класифікатор: Q 1, Q 26, L 83, R 58.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринок екотуризму динамічно зростає в умовах зростання попиту на сталий туризм та екологічну свідомість. Туристи дедалі частіше обирають активний відпочинок у природі

(трекінг, спостереження за дикою природою, екопроживання), надаючи перевагу зеленим курортам, що використовують відновлювану енергію. Обсяг світового ринку екотуризму у 2024 році оцінювався в 219,81 мільярда доларів США. За прогнозами IMARC Group, до 2033 року ринок досягне 648,65 мільярда доларів США (рис. 1), демонструючи середньорічний темп зростання (CAGR) 11,43% протягом 2025 – 2033 років [1].

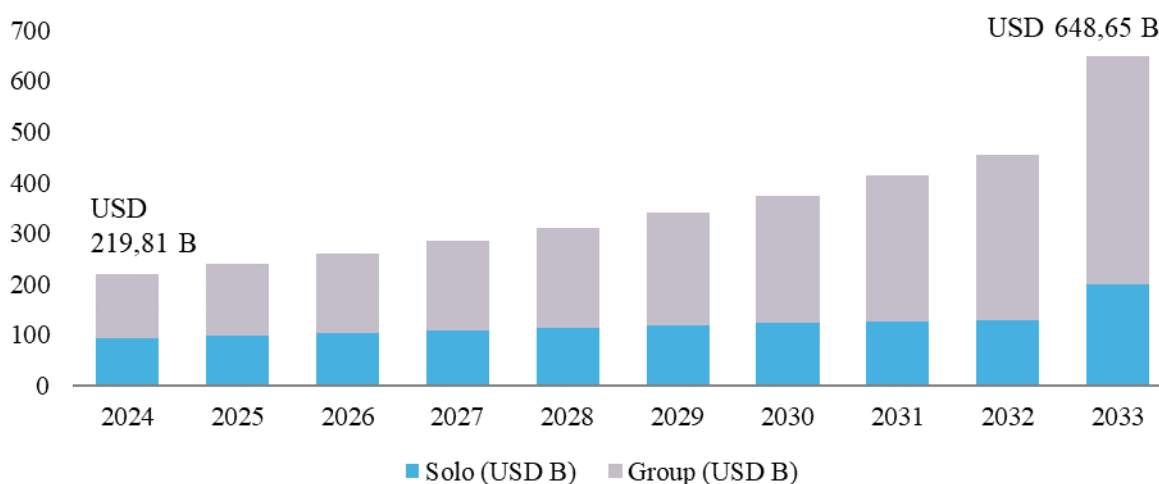


Рис. 1. Прогноз ринку екотуризму, 2024 – 2033 рр. (млрд долл. США)

Джерело: складено на основі [1].

Поширення екотуризму пов'язане з глобальним занепокоєнням станом довкілля. Туристи шукають альтернативу масовому туризму, підтримуючи ініціативи з низьким впливом на природу. Соцмережі активно формують екологічну свідомість, стимулюючи попит на безвикидні подорожі, еко-готелі та місцеві форми дозвілля. Мандрівники прагнуть автентичного досвіду, що сприяє популяризації біосферних заповідників та сталих регіонів. Сучасні туристи орієнтуються на персоналізовані враження – від культурних взаємодій до участі в збереженні природи – що відображає перехід від масового до трансформаційного туризму. Урядова підтримка залишається основою зростання світового ринку. Багато країн запроваджують стандарти для збереження біорізноманіття, співпрацюють з громадами, НУО та бізнесом, що створює сприятливі умови для розвитку екотуризму на національному та регіональному рівнях. Згідно з дослідженням IMARC Group, групові подорожі становили 81,0% ринку у 2024 році. Вони приваблюють завдяки економії, безпеці та можливості колективного навчання. Серед вікових груп домінують міленіали (Покоління Y) з часткою 59,5% у 2024 році. Вони віддають перевагу досвіду над матеріальними благами, підтримують екологічні ініціативи, орієнтуються на цифрові платформи та демонструють високу соціальну відповідальність у споживанні туристичних послуг [1].

Європа є одним із ключових гравців на світовому ринку екотуризму, формуючи близько третини його загального обсягу (табл. 1) [2,3].

Таблиця 1

Основні показники європейського ринку екотуризму за 2023-2024 роки

Показник	Значення
Європейський ринок стійкого туризму (усі сегменти)	€55,9 млрд обсяг у 2023, CAGR 5,5 % (2018-2023)
Розмір європейського ринку екотуризму	\$81,478 млрд у 2024 (~€76 млрд). Приблизно 30 % світового ринку
Темп зростання екотуризму в Європі	CAGR 10,5 % (2024-2031)

Джерело: складено на основі [2, 3].

Така значна частка свідчить про високий рівень зацікавленості туристів у регіоні до екологічно відповідальних подорожей. Динамічне зростання попиту на екотуризм демонструє його актуальність як стійкого тренду, що відкриває нові можливості для розвитку туристичних дестинацій і розширення інфраструктури.

Важливо також розрізняти поняття екотуризму та стійкого туризму: хоча обидва спрямовані на мінімізацію негативного впливу на довкілля, екотуризм більше фокусується на природоорієнтованих формах подорожей і свідомій поведінці мандрівників. Оптимістичні прогнози щодо подальшого розвитку ринку до 2030 року свідчать про сприятливий інвестиційний клімат і потенціал розширення в межах ЄС.

У Європі екотуризм поступово інтегрується у загальну туристичну політику країн, стаючи частиною державних стратегій сталого розвитку. Високий рівень екологічної свідомості споживачів, розвинена інфраструктура громадського транспорту та підтримка урядів сприяють трансформації туристичної галузі на користь відповідального споживання та збереження довкілля.

Європейська Комісія щороку проводить конкурси «Європейська столиця розумного туризму» та «Зелений піонер», які відзначають міста за сталий розвиток, цифровізацію та збереження спадщини. У 2024 році перемогли Дублін (Ірландія) і Гроссето (Італія). Конкурси підтримують промоцію міст у ЄС і мають різні цільові аудиторії: столиці – для міст з понад 100 тис. мешканців, піонери – для міст від 25 до 100 тис. Ці формати можуть стати прикладом для України, особливо в умовах післявоєнного відновлення.

Отже, актуальність дослідження зумовлена потребою адаптації туристичної політики ЄС до викликів кліматичних змін, попиту на сталі подорожі та зростання ролі екотуризму як інструменту реалізації Європейського зеленого курсу. Факторний аналіз дозволяє ідентифікувати ключові детермінанти розвитку ринку та сформулювати стратегічні орієнтири для зміцнення сталості туристичних дестинацій. Дослідження є цінним для вдосконалення інвестиційної політики, цифровізації та регіонального планування в сфері екотуризму ЄС.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Хитра О.В. підкреслює важливість синергії між запитами туристів і туристичною пропозицією, що формує ефективний бренд як інструмент залучення та утримання туристів [4]. Як відбувається зменшення екологічної шкоди та відновлення зруйнованих екосистем, за рахунок свідомості туристів, досліджено у роботі Замули І.В та Кирилюк Д.Р. [5]. Аналіз трактування поняття екологічного туризму та визначення потенціалу екотуризму для збереження природного середовища та економічного розвитку регіонів [6], дозволив

визначити його ефективну реалізацію від залежності збалансованого управління, громадської участі та реального збереження екологічних цінностей.

Миронов Ю.Б. аналізує європейський досвід розвитку сталого туризму на природоохоронних територіях, з акцентом на екологічні стандарти, збереження біорізноманіття та залучення місцевих громад. Особлива увага приділяється можливостям адаптації цих підходів в Україні для поєднання економічної вигоди з охороною довкілля [7].

Аналіз дослідження сучасних глобальних викликів в туристичній індустрії та визначення можливостей розвитку екологічного туризму як перспективного напрямку як для світової, так і української сфери подорожей та туризму [8] дозволив встановити закономірність, що генеза проблем внаслідок викликів глобального масштабу у регіональних екологічних системах має різний характер та природу, але результати подібні. Автори [9] вказують на розвиток туризму з урахуванням принципів концепції сталого розвитку туризму. При цьому слід враховувати закордонний досвід відновлення туризму після військових конфліктів. Крім того, важливим фактором є залучення інвестицій для розвитку екотуризму [10], що дозволить створити нові робочі місця та забезпечити стабільний ріст туристичної індустрії.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

В умовах сучасного туристичного ринку, орієнтованого на сталість, актуальним стає не лише розвиток екологічної інфраструктури, а й формування моделей поведінкової трансформації туристів у напрямі екологічно відповідального споживання.

Метою дослідження є виявлення ключових факторів, що визначають динаміку розвитку екологічного туризму в країнах Європейського Союзу, та визначення стратегічних орієнтирів для формування ефективної регіональної політики в цій сфері.

Предметом наукового дослідження є сукупність соціально-економічних, інституційних, поведінкових факторів, що впливають на розвиток екологічного туризму в країнах Європейського Союзу, а також формування та реалізації регіональної політики, спрямованої на підтримку сталого туризму в контексті «зеленої трансформації» економіки.

МЕТОДОЛОГІЯ

У дослідженні використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема, аналіз та синтез (для аналізу динаміки показників); факторний аналіз допоміг виявити, які саме елементи є ключовими у просуванні екотуризму як моделі сталого споживання в туризмі; графічний аналіз (для візуалізації результатів, отриманих зі звітів про сталий розвиток подорожей та екологічний туризм ЄС); абстрактний та логічний (для інтерпретації отриманих результатів та формулювання висновків і рекомендацій).

Дослідження також спирається на загальнонаукові та спеціальні методи економічної теорії, зокрема, статистичні та інформаційні звіти ЄС, IMARC Group та Booking.com про сталий розвиток подорожей та екологічний туризм. Для реалізації стратегічних орієнтирів розвитку екологічного туризму в регіонах ЄС з різним рівнем потенціалу пропонується комплексне використання інструментів програм Interreg Europe, Digital Europe Programme, Horizon Europe, LIFE, EIP-AGRI, EU Ecolabel, EMAS, Erasmus+, Just Transition Fund, ERDF, Smart Specialisation Strategy, European Urban Initiative та LEADER (CLLD), що забезпечують фінансування, цифровізацію, сертифікацію, кластеризацію та інтеграцію екосистем у контексті «зеленої» та цифрової трансформації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Опитування Євробарометра щодо ставлення європейців до туризму показує, що COVID-19, матиме довгостроковий вплив на поведінку громадян ЄС під час подорожей, а також демонструє зростаючу важливість сталих туристичних пропозицій для відновлення туризму. 38% європейських респондентів очікують збільшення внутрішніх подорожей у майбутньому, спостерігається висока загальна готовність громадян ЄС змінити свої туристичні звички на користь сталого розвитку: в середньому 82% респондентів по ЄС-27 підтвердили таку готовність. Найвищий рівень підтримки зафіксовано в Румунії (89%), Швеції (82%) та Словаччині (75%), тоді як найнижчий – на Мальті (15%) та в Болгарії (34%). Це вказує на суттєві регіональні відмінності у сприйнятті сталого туризму, зокрема між країнами Північної та Південно-Східної Європи [11].

Переважає більшість громадян ЄС готові змінити деякі свої звички, щоб підтримати більш сталий туризм, наприклад, споживаючи місцеві продукти (55%), обираючи екологічні види транспорту (36%) або платячи більше за захист навколишнього середовища (35%) чи на благо місцевої громади (33%) (рис. 2) [11].



Рис. 2. Результати опитування мандрівників ЄС щодо змін звичок у сфері подорожей і туризму, щоб зробити їх більш сталими

Джерело: складено на основі [11]

Найпопулярнішою формою підтримки сталого туризму серед європейців є споживання місцевих продуктів, у Румунії цей показник сягає 89%, у Греції – 77%, а в Іспанії – 71% (див. рис. 3). Водночас у Мальті лише 15% респондентів готові обирати локальні продукти. Ще одним важливим напрямом є зменшення авіаперельотів або перехід на потяги, що підтримує 48% громадян ЄС; найвища підтримка – в Словаччині і Швеції (75%) [11].

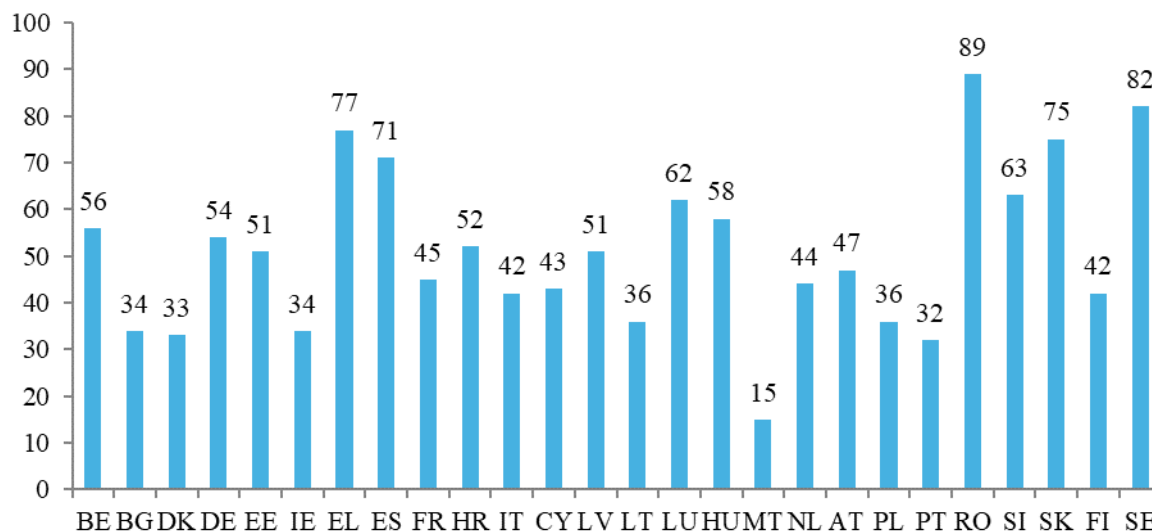


Рис. 3. Найпопулярніші форми підтримки сталого туризму серед респондентів ЄС, %

Джерело: складено на основі [11]

Щодо фінансової участі, 34% європейців готові платити більше за захист довкілля, а 33% – підтримувати місцеву громаду через додаткові витрати. Проте в країнах з нижчими доходами цей показник значно нижчий: у Португалії, Болгарії та Польщі частка готових платити більше коливається в межах 16–21% (рис. 4) [11].

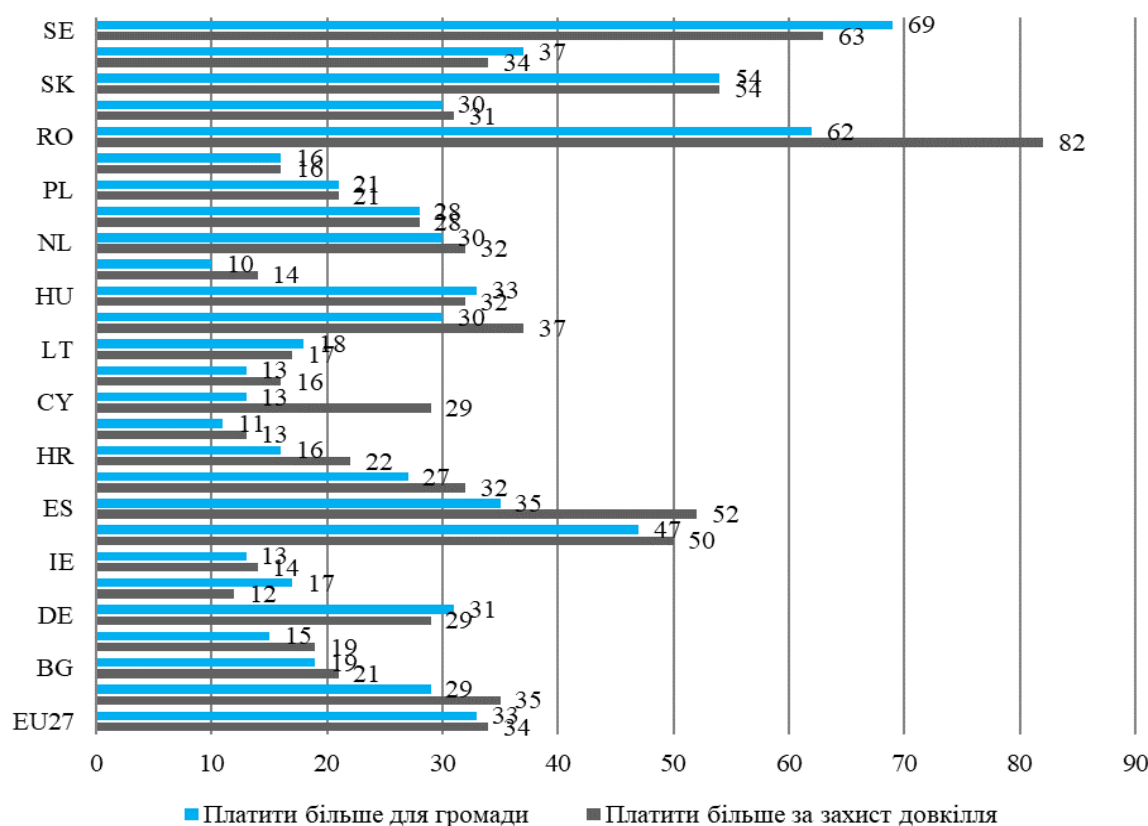


Рис. 4. Готовність європейців до фінансової участі в підтримці екотуризму, %

Джерело: складено на основі [11]

Готовність змінювати поведінку є високою, проте фінансова участь у сталому туризмі залишається нерівномірною та залежить від соціально-економічного контексту.

Треба зазначити, що у 2024–2025 роках в Європейському Союзі спостерігається активізація інвестиційної підтримки сталого туризму, зокрема екологічно орієнтованих ініціатив. Стратегічними джерелами фінансування виступають програми *LIFE*, *European Regional Development Fund (ERDF)*, *Recovery and Resilience Facility (RRF)*, а також *Just Transition Mechanism* і *NextGenerationEU*. Так, бюджет програми *LIFE* на 2025 рік передбачає виділення 776 млн євро на проекти з охорони природи, біорізноманіття та кліматичної адаптації, значна частина яких охоплює екотуристичні компоненти [12].

Водночас важливою тенденцією є зростання інструментів підтримки малого та середнього бізнесу в сфері сталого туризму [13]. У 2024 році Європейська Комісія ініціювала програму *Empowering Sustainable Tourism*, загальний бюджет якої склав 8,5 млн євро. Програма націлена на підтримку мікропідприємств у сфері екотуризму шляхом покриття витрат на екологічну сертифікацію (EU Ecolabel, EMAS) та впровадження принципів циркулярної економіки. Окремі грантові інструменти, такі як TRACE (Transition to Circular Tourism), надають фінансування до 7 200 євро на проекти, орієнтовані на екологізацію туристичних послуг та цифрову трансформацію [14].

Крім того, у межах фонду *Recovery and Resilience Facility* держави-члени ЄС мають змогу спрямовувати значні кошти на модернізацію інфраструктури сталого туризму [15]. Також фінансова підтримка розширюється через механізм *Just Transition*, який передбачає понад 100 млрд євро для регіонів, що зазнають структурних змін, включно з розвитком туристичної екосистеми як інструменту екологічної реінтеграції.

Сучасна фінансова політика ЄС демонструє високий рівень зацікавленості у розвитку екотуризму як одного з ключових напрямів «зеленої» трансформації. Сукупний обсяг підтримки, спрямованої на екотуризм у 2024–2025 роках, оцінюється в межах 1–2 млрд євро. Це створює потужну інституційну та фінансову основу для реалізації сталих туристичних стратегій на регіональному та міжрегіональному рівнях, а також сприяє гармонізації екологічних стандартів у сфері туризму в межах Європейського зеленого курсу.

Соціально-демографічний аналіз показує, що в цілому, порівняно з чоловіками, жінки респонденти дещо більш готові змінити свої звички подорожей і туризму життєздатності шляхом здійснення різних описаних дій. Наприклад, 58% респонденток готові споживати продукти місцевого виробництва під час відпустки, порівняно з 53% респондентів-чоловіків. І 37% жінок готові обирати варіанти транспорту на основі екологічного впливу, порівняно з 34% чоловіків. Згідно з цими результатами, респонденти-чоловіки частіше, ніж жінки кажуть, що вони не готові змінити свої звички подорожей і туризму (16% проти 13%) [11].

Порівняно зі своїми молодшими однолітками, старші респонденти менш готові змінити спосіб подорожі та туристичні звички бути більш стійкими. З тих, хто старше 55 років, 18% кажуть, що не готові змінюють свої звички подорожей і туризму, порівняно з 15% осіб у віці 40–54 років і 11% тих, віком 15–24 або 25–39 років. Відповідно, молодші респонденти охочіше беруть більшість видів дії. Наприклад, серед 15-25-річних 41% і 26–39-річних готові вибирати 39%.

Рівень легкості пошуку інформації, пов'язаної з екологічними аспектами або доступністю туристичних послуг, варіюється залежно від характеру інформації (рис. 5).



Рис. 5. Результат опитування щодо доступу до достовірної інформації з екотуризму

Джерело: складено на основі [11]

Згідно з результатами опитування, більшість респондентів зазначили, що їм дуже або досить легко знайти дані щодо відповідності місць призначення або атракцій для дітей (64% проти 13%, які вважають це складним), можливостей участі в автентичних місцевих заходах (64% проти 26%), наявності місцевих продуктів у ресторанах (57% проти 32%) та екологічних видів туризму у місці призначення (56% проти 33%) [11].

Водночас значна частина респондентів відзначає труднощі в отриманні інформації про доступність туристичних об'єктів для осіб з інвалідністю або з обмеженою мобільністю: лише 39% вважають цей процес легким, тоді як ще 39% – складним. Подібна ситуація спостерігається щодо інформування про зобов'язання туристичних напрямків у сфері сталого розвитку (41% проти 43%) та про наявність сертифікатів сталості у засобів розміщення (46% проти 38%).

Найвищий рівень складності, за оцінками респондентів, пов'язаний з пошуком інформації про вуглецевий слід транспортних варіантів: лише 33% вважають її легкодоступною, тоді як 48% зазначають, що така інформація є важкодоступною.

У розрізі країн спостерігаються суттєві відмінності. Найбільша частка респондентів, які вважають інформацію про вуглецевий слід транспорту легко доступною, зафіксована в Ірландії (50%). Водночас у більшості країн ЄС (19 із 26) частка тих, хто поділяє цю думку, становить не більше 40%, а в Італії цей показник є найнижчим – лише 17% [11].

Інформація про екологічно орієнтовані туристичні види діяльності в місці призначення вважається легкодоступною для 73% респондентів у Словенії та 70% у Латвії, тоді як у Данії цей показник становить лише 28%. Аналогічна ситуація спостерігається у сприйнятті доступності інформації про сертифікати стійкості житлових об'єктів: від 26% у Данії та 28% у Польщі – до 63% на Мальті та 67% у Румунії.

Щодо доступності інформації про зобов'язання туристичних напрямків у сфері сталого розвитку, найнижчий рівень зафіксовано в Данії (23%), а найвищий – у Румунії (64%).

Щодо інформованості про використання місцевих джерел продуктів у ресторанному обслуговуванні, частка респондентів, які вважають цю інформацію легко доступною, коливається від 43% в Угорщині та Нідерландах і 44% у Словаччині до 79% в Ірландії та на Мальті.

Єдиним видом інформації, який в усіх країнах визнано загальнодоступним, є дані про відповідність туристичних напрямів або визначних місць для дітей. Рівень згоди з цією позицією становить від 55% у Данії та 58% у Німеччині до 76% у Польщі та Словенії та 77% у Чехії. У більшості країн також переважає думка, що легко знайти достовірну інформацію про участь у справжніх місцевих заходах, за винятком Швеції, де лише 47% респондентів вважають її доступною. Високий рівень згоди з легкістю пошуку інформації зафіксований в Ірландії – 75%.

Дані дослідження Booking.com за 2024 рік висвітлюють ключові аспекти ставлення, поведінки та очікувань туристів щодо екологічно відповідальних подорожей [16]:

–83% респондентів вважають екотуризм важливою складовою сучасних подорожей, проте лише 28% ставлять екологічність у пріоритет при плануванні маршруту.

–75% мають намір подорожувати більш екологічно протягом найближчого року, зокрема зменшуючи споживання енергії (57%) та використовуючи більш екологічні види транспорту (54%).

Таблиця 2

Тенденції сталого розвитку серед мандрівників

№	Висловлений намір / почуття	% респондентів
1	Хочуть подорожувати більш екологічно протягом наступних 12 місяців	75%
2	Мають намір зменшити споживання енергії під час майбутніх подорожей	57%
3	Планують використовувати більш сталий (екологічний) транспорт	54%
4	Відчувають провину за менш сталий туристичний вибір	43%

Джерело: складено на основі [16]

Водночас значна частина туристів демонструє амбівалентність або втомленість від кліматичної риторики:

–28% мандрівників вважають обговорення зміни клімату надмірним, а 33% не вірять у можливість зворотних змін у довкіллі.

–25% недооцінюють серйозність кліматичних змін, 28% вважають, що відпочинок є занадто цінним, щоб обмежувати його екологічними рамками.

Попри це, спостерігається зростання підтримки екологічно сертифікованих послуг: 45% надають перевагу екологічному житлу, а 67% виступають за уніфікацію екологічних маркувань на туристичних платформах [16].

Хоча дослідження демонструє постійне відчуття бажання та усвідомлення, оскільки 83% мандрівників підтверджують, що сталий туризм є важливим для них, нові дані показують, що у світі може виникати відчуття втоми, яке підживлюється постійними викликами, з якими стикаються мандрівники, намагаючись зробити більш сталий вибір подорожей. 28% вважають, що подорожі більш екологічно важливі, але не є першочерговим фактором під час планування чи бронювання поїздки. З огляду на це, можливість колективних дій є як ніколи актуальною, щоб забезпечити пріоритет прогресу в напрямку більш сталого розвитку туристичної галузі. 75% мандрівників з усього світу висловлюють бажання подорожувати більш екологічно протягом наступних 12 місяців. Конкретні наміри

включають зменшення споживання енергії (57%), використання більш екологічно чистих видів транспорту (54%) під час подорожей у майбутньому та почуття провини за менш екологічний вибір (43%) [16].

З тих, хто хоче подорожувати більш екологічно, 32% вважають, що це правильно, 16% вважають, що подорожі більш екологічно покращать їхній досвід, 11% вважають, що вони матимуть більш автентичний досвід місцевої культури, 7% зроблять це, тому що це зробить їхню подорож цікавішою.

Дослідження показують, що деякі мандрівники не усвідомлюють важливості більшої усвідомленості свого впливу. Близько 33% вважають, що шкода, завдана довкіллю, є незворотною, а 34% вважають безглуздом бути сталим у місцях призначення, які не надають пріоритету сталому розвитку. Крім того, 25% не вважають зміну клімату настільки серйозною, як люди її уявляють, а 28% вважають, що час, витрачений на подорожі, занадто цінний, щоб ставити сталий розвиток на перше місце у своєму списку рішень.

Майже половині мандрівників (45%) більше подобається житло, позначене як більш екологічне. Узгодженість стандартів сертифікації має значення для визначення цих варіантів, оскільки 67% погоджуються, що всі сайти бронювання подорожей повинні використовувати однакові сертифікати або маркування екологічності (табл. 3).

Таблиця 3

Очікування мандрівників щодо співпраці у сфері сталих подорожей

Формулювання	% респондентів
Вважають, що самі мандрівники можуть найбільше впливати на соціальні наслідки подорожей	45%
Вважають, що уряди мають найбільший потенціал для протидії економічним наслідкам туризму	44%
Вірять, що туристичні сервіси відіграють ключову роль у вирішенні екологічних проблем	43%
Вважають, що уряди відповідальні за інформування громадян про наслідки туризму	40%

Джерело: складено на основі [16]

Незважаючи на нові розчарування, мандрівники, які кажуть, що роблять більш усвідомлений вибір, також відчувають, що більш сталий досвід подорожей насправді додає цінності їхнім поїздкам.

–62% визнають, що вони є найкращою версією себе, коли подорожують екологічно.

67% вважають, що спостереження за сталими практиками під час подорожей надихає їх застосовувати сталий підхід у повсякденному житті.

Таким чином сучасні тенденції споживчої поведінки у сфері сталого туризму в ЄС наступні :

1. Поведінкові зрушення після COVID-19: висока готовність громадян ЄС до зміни туристичних звичок на користь сталого розвитку, особливо в Північній і Центральній-Східній Європі.
2. Переважні практики: споживання локальних продуктів, використання екологічного транспорту, готовність платити більше за захист довкілля і підтримку громад.
3. Регіональні та соціально-демографічні відмінності: вищий рівень екологічної свідомості серед жінок і молоді, нижча підтримка фінансової участі в країнах з нижчими доходами.
4. Інформаційна доступність: найменше доступною є інформація про вуглецевий слід транспорту та екологічну сертифікацію. Натомість легко знаходять інформацію про сімейні туристичні атракції й місцеві події.

5. Суперечливі настрої туристів: попри загальну підтримку ідеї екотуризму, значна частина мандрівників втомлена від кліматичної риторики або сумнівається в її ефективності.

Результати факторного аналізу виявили низку ключових економічних, соціально-поведінкових, інформаційних та інституційних чинників, що визначають успіх розвитку екотуризму в окремих регіонах Європейського Союзу. Найвищий позитивний вплив мають такі фактори, як: наявність фінансових інструментів підтримки екотуризму (гранти, пільгове оподаткування), високий рівень обізнаності споживачів про сталий туризм, доступність екологічного транспорту, наявність сертифікованих туристичних продуктів, а також цифровізація процесів інформування й бронювання.

Аналіз також показав істотну диференціацію регіонів ЄС за рівнем розвитку екотуризму. Так, у країнах Західної та Північної Європи (Німеччина, Швеція, Нідерланди) спостерігається висока щільність еко-ініціатив, активна участь бізнесу в інноваційних зелених проєктах, і високий рівень зацікавленості з боку туристів. Натомість у країнах Південної та Східної Європи (Болгарія, Румунія, Хорватія, Польща) екотуризм часто розвивається фрагментарно, потребує державної підтримки та стикається з проблемами низької екологічної свідомості й слабкої інфраструктури.

Зважаючи на виявлені поведінкові та соціально-економічні особливості попиту на екологічно орієнтовані послуги, стратегія розвитку екотуризму має бути диференційованою, гнучкою та адаптованою до різних регіональних контекстів. Основні напрями удосконалення екотуристичної політики показані в таблиці 4.

Таким чином, формування ефективної стратегії розвитку екотуризму в ЄС потребує поєднання регуляторного стимулювання, освітньо-інформаційного забезпечення та участі місцевих громад, з урахуванням психосоціальних бар'єрів та економічної мотивації споживачів. Такий підхід дозволить не лише адаптуватися до сучасних викликів, але й активізувати сталу трансформацію туристичного сектору в цілому.

Для регіонів з високим потенціалом розвитку екотуризму пропонуємо посилити масштабування інноваційних рішень через наявні програми ЄС:

1. Створення транскордонних еко-маршрутів у рамках програми Interreg Europe (<https://www.interregeurope.eu>), яка сприяє транскордонній співпраці та сталому використанню природної спадщини.

2. Впровадження цифрових платформ для бронювання еко-сервісів за підтримки ініціатив Digital Europe Programme (<https://www.ese-hormones.org/>) та Tourism Transition Pathway (<https://transition-pathways.europa.eu/tourism>).

3. Розвиток smart-інфраструктури з використанням ВДЕ (відновлюваних джерел енергії) за рахунок фінансування [17] з LIFE Programme та Horizon Europe – Climate, Energy and Mobility (https://cinea.ec.europa.eu/programmes/life_en).

4. Інтеграція локальних виробників у туристичні ланцюги вартості з використанням інструментів European Innovation Partnership for Agricultural Productivity and Sustainability (EIP-AGRI) (<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/content/EIPAGRIabout.html>).

5. Поширення сертифікації об'єктів сталого туризму, зокрема систем EU Ecolabel, EMAS, GSTC Recognized Standards.

Таблиця 4

Можливі стратегічні орієнтири для розвитку екотуризму в ЄС

Ключова тенденція	Проблема / виклик	Стратегічна орієнтація	Очікуваний ефект
1. Поведінкові зрушення після COVID-19	Неоднорідна готовність змінювати туристичні звички	Розробка адаптивних регіональних стратегій сталого туризму	Підвищення ефективності політик відповідно до локального контексту
2. Попит на локальні продукти та еко-послуги	Обмежені можливості місцевих громад у виробництві конкурентоспроможного туристичного продукту	Підтримка екосистем місцевого бізнесу: кластери, мікрофінансування, сертифікація	Економічна активізація громад, зростання лояльності туристів
3. Готовність платити більше за сталий туризм	Недовіра до прозорості екологічних практик	Впровадження публічних реєстрів, цифрових позначок екосертифікації	Зміцнення довіри, формування ринку відповідального туризму
4. Гендерно-вікові відмінності у сприйнятті екотуризму	Недостатня адаптація продукту до потреб молоді, жінок	Створення спеціальних маршрутів і комунікаційних кампаній для пріоритетних груп	Розширення ринку сталого туризму, залучення нових сегментів
5. Низька поінформованість про вуглецевий слід транспорту	Недоступність порівняльної інформації при бронюванні	Інтеграція вуглецевих індикаторів у туристичні сервіси та маршрути	Сприяння вибору екологічного транспорту
6. Втома від кліматичної риторики	Зниження емоційного залучення до теми сталого туризму	Зміна тону комунікації: позитивні наративи, естетика природи, персональні історії	Відновлення інтересу до екотуризму через м'яке стимулювання
7. Регіональні відмінності в підтримці екотуризму	Нерівномірна доступність фінансування та освітніх ресурсів	Територіальна диференціація стратегій: більше підтримки для східноєвропейських країн	Зменшення дисбалансу, стимулювання зростання в потенційно перспективних регіонах

Джерело: складено авторами

Для регіонів з латентним або відстаючим потенціалом пропонується використання цільових інструментів підтримки:

1. Фінансування навчальних програм для громад і бізнесу через European Social Fund Plus (ESF+) та Erasmus+, які підтримують зелені компетентності (https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/index_en).

2. Розробка дорожніх карт стійкого туризму відповідно до рекомендацій Transition Pathway for Tourism Європейської комісії (<https://tourism4-0.org/transition-pathway-for-tourism/>).

3. Інвестиції в базову інфраструктуру – можливі через Just Transition Fund (JTF) (https://ec.europa.eu/regional_policy/funding/just-transition-fund_en) та European Regional Development Fund (ERDF) (https://commission.europa.eu/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-regional-development-fund-erdf_en).

4. Проведення аудитів та кластеризація за підтримки Smart Specialisation Strategy (S3), з фокусом на туризм як пріоритетну сферу.

5. Побудова партнерств публічно-приватного типу з використанням механізмів European Urban Initiative та LEADER (CLLD).

Серед загальноєвропейських ініціатив, що сприяють розвитку екологічного туризму, варто виокремити участь у конкурсах *European Capital of Smart Tourism* та *EU Green Pioneer of Smart Tourism*, які популяризують найкращі практики сталого розвитку в туристичній сфері. Значну роль відіграє впровадження механізмів "зеленого брендингу" територій, зокрема шляхом інтеграції ESG-індикаторів відповідно до вимог *EU Taxonomy for Sustainable Activities*. Крім того, створення регіональних хабів сталого туризму, що координуються через *European Cluster Collaboration Platform (ECCP)* та підтримуються ініціативою *Green Skills Hubs*, забезпечує комплексну багаторівневу підтримку. Такі інструменти сприяють адаптації екотуризму до вимог сталого розвитку та посиленню економічної стійкості регіонів.

Факторний підхід до оцінки перспектив екотуризму, випробуваний на прикладі ЄС, є високоефективним інструментом і для країн, що перебувають на етапі інтеграції до європейського ринку, зокрема – України. Україна має унікальний природний потенціал, проте розвиток потребує системної підтримки, особливо в умовах воєнного стану, який спричинив втрати.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму України, повномасштабна війна в Україні спричинила критичні наслідки для екотуризму як однієї з найвразливіших сфер туристичної індустрії. Особливістю цього сегменту є його опора на малі форми розміщення, локальні ініціативи, природно-заповідний фонд і мобільну інфраструктуру. У 2022–2023 роках спостерігалось масове скорочення кількості господарських одиниць у секторах, безпосередньо пов'язаних з екотуризмом. Так, кількість кемпінгів і стоянок для автофургонів зменшилась на 45,6%, а суб'єктів малого розміщення (ФОП) – на 39,3% [18, 19].

Водночас у період повоєнного відновлення саме екотуризм може стати важливим інструментом економічної реабілітації регіонів, збереження природної спадщини та інтеграції України в зелений простір ЄС. Застосування факторного підходу дозволить:

- провести регіональний аналіз екотуристичних активів і бар'єрів, включаючи оцінку завданих збитків;

- визначити пріоритетні зони для створення кластерів сталого туризму в безпечних і перспективних територіях;

- розробити цільові програми на основі даних (data-driven policy), з урахуванням потреб відбудови;

- гармонізувати українські стандарти з європейськими екосертифікатами (EU Ecolabel, EMAS тощо);

- підготувати Україну до участі у фінансових механізмах ЄС у сфері зеленої трансформації туризму (наприклад, LIFE Programme, Horizon Europe, JTF).

Таким чином, факторний аналіз виступає потужною аналітичною базою для стратегічного планування і розвитку конкурентоспроможного, екологічно відповідального

туризму як в ЄС, так і в Україні в умовах повоєнного відновлення. Це дозволить не лише стимулювати сталий розвиток, а й сприяти соціально-економічній реінтеграції постраждалих територій.

ВИСНОВКИ

Світовий ринок екотуризму зростає завдяки попиту на сталий відпочинок і підтримці урядів. Інвестори вкладають кошти в зелені курорти та готелі на відновлюваній енергії, організовують активності на свіжому повітрі з мінімальним екологічним впливом і впроваджують екологічні сертифікати (LEED, Green Globe). Освітні програми для туристів і цифрове просування сприяють поширенню екосвідомих практик. Ключовими рушіями є міленіали, цифровізація і популярність групових подорожей. Згідно з даними звіту *Booking.com* за 2024 рік, 83 % туристів вважають сталий туризм важливим, а 75 % планують подорожувати екологічно протягом року. Водночас лише 45 % респондентів дійсно враховують екологічні аспекти як пріоритет при бронюванні. Близько 43 % покладаються на туристичні сервіси у зменшенні впливу на довкілля, тоді як 44 % вважають, що відповідальність лежить на урядах. Значна частина (67 %) підтримує ідею впровадження єдиного стандарту сертифікації сталих подорожей для всіх туристичних платформ. Водночас 33 % респондентів вважають екологічні зусилля марними у випадку негнучких напрямків, а 28 % відчують так звану «втому від клімату». Дані опитування *Eurobarometer*, хоча й не стосуються безпосередньо екотуризму, демонструють високий рівень екологічної свідомості серед європейців. Отже, факторний аналіз засвідчив, що успішний розвиток екотуризму в регіонах ЄС визначається сукупністю економічних, поведінкових, інформаційних та інституційних чинників. Найбільший вплив мають фінансова підтримка, обізнаність споживачів, наявність еко-транспорту, сертифікованих продуктів та цифрових рішень. Водночас простежується регіональна нерівність: країни Західної та Північної Європи демонструють стійке зростання й інновації, тоді як Південна та Східна Європа потребують посиленої підтримки для подолання інфраструктурних та ментальних бар'єрів.

За результатами дослідження визначено, що стратегія розвитку екотуризму в Європейському Союзі має бути гнучкою, регіонально адаптованою та чутливою до поведінкових і соціально-економічних відмінностей споживачів. Ключовими орієнтирами мають стати: розробка локальних стратегій сталого туризму, підтримка місцевого бізнесу, підвищення прозорості екологічних практик, таргетована комунікація з урахуванням віку та статі туристів, цифрова інтеграція інструментів екосвідомого вибору, а також нові підходи до популяризації сталих практик через позитивні наративи. Особливу увагу слід приділити подоланню регіонального дисбалансу через територіально спрямовану підтримку, зокрема для Східної Європи, що дозволить посилити загальноєвропейську екотуристичну мережу. Такий стратегічний підхід забезпечить підвищення довіри до екотуризму, активізацію місцевих громад і стійкий розвиток туристичного сектору в умовах постпандемійних та кліматичних викликів.

Наукова значимість дослідження полягає в розвитку теоретико-методологічної бази дослідження екологічного туризму як складової сталої моделі розвитку туристичного сектору в умовах «зеленої» трансформації європейських економік. У межах роботи здійснено факторний аналіз, що враховує економічні, соціальні та інституційні чинники, які визначають динаміку екологічного туризму в країнах ЄС. Запропоновано стратегічні орієнтири з урахуванням європейських ініціатив, таких як Європейський зелений курс, Smart Specialisation та політика згуртованості.

Практична значимість дослідження полягає у можливості безпосереднього застосування отриманих результатів у процесі стратегічного планування та розроблення ефективної регіональної політики розвитку екологічного туризму в країнах Європейського

Союзу. Виявлені фактори та запропоновані стратегічні орієнтири можуть бути використані органами державного управління, муніципалітетами та туристичними підприємствами як інструмент для ухвалення обґрунтованих рішень у сфері просторового розвитку, створення екотуристичних кластерів, підвищення інвестиційної привабливості туристичних регіонів та інтеграції екотуризму в місцеві стратегії сталого зростання.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку полягають у поглибленні регіонального аналізу екологічного туризму на рівні окремих країн та територій ЄС з урахуванням просторових диспропорцій, а також в удосконаленні інструментів моніторингу сталості екотуристичних проєктів на основі цифрових технологій, ESG-індикаторів та методів геоінформаційного моделювання. Доцільним є розширення досліджень у напрямку оцінки впливу змін клімату, політики декарбонізації та зелених інвестицій на трансформацію туристичних екосистем. Перспективним також є аналіз інтеграції екологічного туризму в смарт-стратегії розвитку регіонів і вивчення інституційної взаємодії між різними рівнями управління в процесі реалізації європейських ініціатив, спрямованих на стале використання природно-рекреаційного потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ecotourism Market – Global Industry Analysis And Forecast (2025-2032). Maximize market research. URL: <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/global-ecotourism-market/147136/> (date of access: 13.06.2025).
2. Ecotourism statistics of 2024. Underdog Traveling. *Underdog Traveling*. URL: <https://underdog-traveling.com/sustainable-travel/ecotourism-statistics-2024/> (date of access: 13.06.2025).
3. Ecotourism Market Report 2025 (Global Edition). *Cognitive Market Research*. URL: <https://www.cognitivemarketresearch.com/ecotourism-market-report> (date of access: 13.06.2025).
4. Хитра О. Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64> (дата звернення: 13.06.2025).
5. Замула І. В., Кирилюк Д. Р. Розвиток екологічного туризму в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2(104). С. 3–9. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9) (дата звернення: 13.06.2025).
6. Смочко Н., Лужанська Т., П'ятка Н. Роль екологічного туризму в контексті перспективного розвитку територій. *Економічний форум*. 2022. Т. 1, № 4. С. 58–67. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-7> (дата звернення: 13.06.2025).
7. Миронов Ю. Б. ДОСВІД КРАЇН ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 43. С. 60–67. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-43-08> (дата звернення: 13.06.2025).
8. Заваріка Г., Зеленко О., Швецова О. Розвиток екологічного туризму в умовах викликів глобального масштабу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-95> (дата звернення: 13.06.2025).
9. Краснокутська Ю., Сегеда І., Безпалова А. Післявоєнне відновлення туристичної індустрії України в контексті сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-88> (дата звернення: 13.06.2025).
10. Замула І. В., Травін В. В., Кирилюк Д. Р. Післявоєнний розвиток екотуризму в Україні: вітчизняний і міжнародний досвід. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2(104). С. 10–17. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-10-17](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-10-17) (дата звернення: 13.06.2025).

Mamotenko, D. & But, T. (2025). Analysis of ecological tourism in the European Union: strategic guidelines for development. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 3(33), 10-27. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2025-3/33-01>

11. Eurobarometer. Language selection. European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283> (дата звернення 22.04.2025)

12. EU budget 2025 – an investment in Europeans. Socialists and Democrats. URL: <https://www.socialistsanddemocrats.eu/publications/eu-budget-2025-investment-europeans> (date of access: 13.06.2025).

13. Financial Assurance for Tourism Development and Its Impact on the Economy of European Countries / T. But et al. *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. Cham, 2025. P. 63–80. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_4 (date of access: 13.06.2025).

14. Empowering Sustainable Tourism: Funding opportunities supporting SMEs to obtain the EU Ecolabel certification or EMAS registration. Green Forum. URL: https://greenforum.ec.europa.eu/news/empowering-sustainable-tourism-funding-opportunities-supporting-smes-obtain-eu-ecolabel-2023-12-20_en (date of access: 13.06.2025).

15. Recovery and Resilience Facility. European Commission. URL: https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-recovery/recovery-and-resilience-facility_en (date of access: 13.06.2025).

16. Booking.com. Sustainable Travel Report 2024. GSTC. URL: <https://www.gstc.org/booking-sustainable-travel-report-2024/> (date of access: 13.06.2025).

17. A Conceptual Model for Creating Smart Cities in Czechia Based on Smart Specialization / T. But et al. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*. 2023. Vol. 31, no. 2. URL: <https://doi.org/10.46585/sp31021736> (date of access: 13.06.2025).

18. Аналітичний звіт з науково-дослідної роботи «Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні» (НТОУ, 2024). URL: <https://drive.google.com/file/d/1uq52wuinDqU4zYMdqbMzXbuEhvYFuKN2/view> (дата звернення: 13.06.2024).

19. But T. Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 2024. Vol. 1, no. 27. P. 32–43. URL: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-03> (date of access: 13.06.2025).

REFERENCES

Ecotourism Market – Global Industry Analysis And Forecast (2025–2032). (2025). Maximize Market Research. URL: <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/global-ecotourism-market/147136/> [in English].

Ecotourism statistics of 2024. (2024). Underdog Traveling. URL: <https://underdog-traveling.com/sustainable-travel/ecotourism-statistics-2024/> [in English].

Ecotourism Market Report 2025 (Global Edition). (2025). Cognitive Market Research. URL: <https://www.cognitivemarketresearch.com/ecotourism-market-report> [in English].

Khytra, O. V. (2022). Brendynh turyzmu v ekonomitsi dosvidu [Tourism branding in the experience economy]. *Economy and Society*, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64> [in Ukrainian].

Zamula, I. V., & Koryliuk, D. R. (2023). Rozvytok ekolohichnoho turyzmu v Ukraini [Development of ecological tourism in Ukraine]. *Economy, Management and Administration*, 2(104), 3–9. [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9) [in Ukrainian].

Smochko, N., Luzhanska, T., & Piatka, N. (2022). Rol ekolohichnoho turyzmu v konteksti perspektyvnoho terytorialnoho rozvytku [The role of ecological tourism in the context of prospective territorial development]. *Economic Forum*, 1(4), 58–67. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-202> [in Ukrainian].

Myronov, Yu. B. (2024). Dosvid krain Zakhidnoi Yevropy u rozvytku turyzmu na terytoriiakh pryrodno-zapovidnoho fondu [Experience of Western European countries in tourism

- development in protected areas]. *Entrepreneurship and Trade*, (43), 60–67. <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-43-08> [in Ukrainian].
- Zavaryka, H. M., Zelenko, O. O., & Shvetsova, O. V. (2023). Rozvytok ekolohichnoho turyzmu v umovakh hlobalnykh vyklykiv [Development of ecological tourism under global challenges]. *Economy and Society*, (57). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-95> [in Ukrainian].
- Krasnokurska, Yu. V., Sehed, I. V., & Bezpalova, A. S. (2023). Povoienne vidnovlennia industrii turyzmu Ukrainy v konteksti staloho rozvytku [Post-war recovery of the tourism industry of Ukraine in the context of sustainable development]. *Economy and Society*, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-88> [in Ukrainian].
- Zamula, I. V., Travin, V. V., & Kyrlyuk, D. R. (2023). Povoiennyi rozvytok ekoturizmu v Ukraini: natsionalnyi ta mizhnarodnyi dosvid [Post-war development of ecotourism in Ukraine: National and international experience]. *Economy, Management and Administration*, 2(104), 10–17. [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-10-17](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-10-17) [in Ukrainian].
- Eurobarometer. Language selection. (2024). European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283> [in English].
- EU budget 2025 – an investment in Europeans. (2025). Socialists and Democrats. URL: <https://www.socialistsanddemocrats.eu/publications/eu-budget-2025-investment-europeans> [in English].
- But, T., Mamotenko, D., Korniienko, O., & Gubar, O. (2025). Financial assurance for tourism development and its impact on the economy of European countries. In: Semenov, A., Yepifanova, I., & Kajanová, J. (Eds.), *Data-Centric Business and Applications* (Vol. 240, pp. 63–80). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_4 [in English].
- Empowering Sustainable Tourism: Funding opportunities supporting SMEs to obtain the EU Ecolabel certification or EMAS registration. (2023). Green Forum. URL: https://greenforum.ec.europa.eu/news/empowering-sustainable-tourism-funding-opportunities-supporting-smes-obtain-eu-ecolabel-2023-12-20_en [in English].
- Recovery and Resilience Facility. (2024). European Commission. URL: https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-recovery/recovery-and-resilience-facility_en [in English].
- Booking.com. Sustainable Travel Report 2024. (2024). Global Sustainable Tourism Council (GSTC). URL: <https://www.gstc.org/booking-sustainable-travel-report-2024/> [in English].
- But, T., Mamotenko, D., Lnenicka, L., Pulina, T., & Zidová, V. (2023). A conceptual model for creating smart cities in Czechia based on smart specialization. *Scientific Papers of the University of Pardubice*, 31(2), 1736. <https://doi.org/10.46585/sp31021736> [in English].
- Analitichnyi zvit naukovoï doslidzhennia “Analitichne doslidzhennia vtrat industrii turyzmu vid viiny v Ukraini” (NTOU, 2024) [Analytical Report of the Scientific Research Work “Analytical Study of the Losses of the Tourism Industry from the War in Ukraine” (NTOU, 2024)]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1uq52wuinDqU4zYMdqbMzXbuEhvYFuKN2/view> [in Ukrainian].
- But, T. (2024). Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-03> [in English].

ANALYSIS OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE EUROPEAN UNION: STRATEGIC GUIDELINES FOR DEVELOPMENT

Daria Mamotenko

*National University Zaporizhzhia Polytechnic
Zaporizhzhia, Ukraine*

Tetiana But

*Pan-European University
Prague, Czech Republic*

The purpose of the article is to identify the key factors that determine the dynamics of ecotourism development in the European Union and to define strategic guidelines for the formation of an effective regional policy in this area. The methodological basis of the study is formed by general scientific and special methods of economic theory, in particular, statistical and information reports of the EU, IMARC Group and Booking.com on sustainable travel and ecotourism. Research results: The identified behavioural changes after COVID-19, regional and demographic differences in tourist preferences, as well as the level of information availability, allowed us to formulate strategic guidelines for the development of ecotourism in the EU. Factor analysis has confirmed that the success of ecotourism is significantly influenced by such factors as the availability of financial support, digitalisation of tourism services, certification of services, infrastructure accessibility and the level of environmental awareness. The proposed strategic guidelines can enhance the effectiveness of sustainable tourism policy through support for local businesses, personalised communication campaigns, and increased transparency of environmental standards. The results of the study can be used to develop regional roadmaps for ecotourism development, optimise the use of European programmes (Interreg, LIFE, Horizon Europe, ERDF), and intensify cluster development in the tourism sector. For Ukraine, which has suffered significant losses in ecotourism due to the war, the study provides a methodological basis for assessing the potential of regions, identifying priorities for post-war recovery and integration into the EU green space. The application of the factor approach will ensure the validity of management decisions in the field of sustainable tourism.

Keywords: ecological tourism, European Union, strategic guidelines, development.