

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-95>

УДК 338.48:502.131.1

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

GLOBAL TRENDS IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND POSSIBILITIES OF THEIR IMPLEMENTATION IN UKRAINE

Мажута В'ячеслав Леонідович

аспірант,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1740-4626>**Чмута Ірина Миколаївна**

доктор економічних наук, професор,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7932-7652>**Mazhuta Viacheslav, Chmutova Iryna**

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Метою статті є узагальнення глобальних тенденцій сталого туризму, окреслення їхніх рушіїв та формування рамки імплементації для України в умовах відбудови. Запропоновано чотирикомпонентну рамку імплементації сталого туризму для країни, що відновлюється: політико-інституційне закріплення цілей; інтегрована система вимірювання; декарбонізація мобільності та інфраструктури; сертифікація й фінансування. Практичне застосування полягає у наданні дорожньої карти для урядових органів та бізнесу: пріоритизація інвестицій, розроблення прозорих KPI і публічних панелей даних, впровадження надійної сертифікації й правил екомаркування, запуск «смарт-зон» у містах і на природоохоронних територіях.

Ключові слова: сталий туризм, смарт-дестинації, цифрова трансформація, декарбонізація мобільності, екологічні індикатори, управління туристичними потоками, кліматична нейтральність.

Sustainable tourism is shifting from declarative aspirations to measurable commitments, aligning the industry's economic weight with climate neutrality, biodiversity conservation, and social inclusion. In the post-COVID recovery, demand rebounds while expectations rise for transparent metrics and verifiable performance. This article synthesizes global trends and their drivers and proposes a practicable implementation framework for Ukraine in the context of reconstruction. Drawing on comparative evidence from UN Tourism, OECD, WTTC and recent scholarship, the analysis documents an emerging “decoupling” between tourism growth and emissions: sectoral activity has approached pre-crisis volumes, while the relative emissions share has declined compared with 2019. A structural shift toward digital management is evident as online bookings and the use of travel applications expand, creating an infrastructure for time–space demand management, real-time monitoring, and resource efficiency. Convergence of institutional standards – SDGs, the Glasgow Declaration, GSTC criteria, and WTTC net-zero roadmaps – supplies common metrics and verification pathways, narrowing the scope for greenwashing and supporting evidence-based policy. On this basis, the paper articulates a four-pillar framework tailored to a recovering economy: (1) policy and institutional anchoring of long-term goals; (2) an integrated measurement system that couples tourism satellite accounts with environmental accounts and destination KPIs, delivered via public data dashboards; (3) decarbonization of mobility and infrastructure – priority for rail on medium distances, electrified last-mile connections, and energy-efficient, water-smart accommodation; and (4) certification and finance – adoption of GSTC-recognized schemes, green investment instruments, and earmarked levies linked to conservation. Practical implications include a prioritization logic for public budgets and private capital (rail accessibility, building retrofits, digital visitor-management platforms), clearer KPI architectures, credible eco-labeling rules, and pilots of “smart zones” in cities and protected areas. The framework strengthens destination resilience to shocks, reduces carbon and resource intensity, builds consumer and investor trust, and improves the retention of local value within communities.

Keywords: sustainable tourism, smart destinations, digital transformation, decarbonization of mobility, environmental indicators, tourism demand management, climate neutrality.



Постановка проблеми. Сталий туризм посідає дедалі помітніше місце у глобальному порядку денному, поєднуючи економічну вагу індустрії подорожей із вимогами кліматичної нейтральності, збереження біорізноманіття та соціальної справедливості. Туризм створює значну частку світової доданої вартості й зайнятості, водночас концентруючи ризики – від вуглецевої інтенсивності мобільності до перевантаження окремих дестинацій та уразливості до шоків. Після COVID-19 відновлення попиту супроводжується зсувом до якісного зростання: уряди, бізнес і самі мандрівники очікують від туризму більшої екологічної та соціальної відповідальності, прозорих критеріїв екологічності й вимірюваних результатів.

Глобальні рамки, такі як Цілі сталого розвитку ООН, Глазговська декларація з кліматичних дій у туризмі, таксономії сталих інвестицій, критерії GSTC переводять сталий туризм із площини декларацій у площину зобов'язань, індикаторів і фінансових стимулів. Паралельно цифрова трансформація (дані мобільності, смарт-дестинації, штучний інтелект) відкриває інструменти для оперативного моніторингу потоків, управління навантаженням, декарбонізації операцій і підвищення інклюзивності. Зростає й суспільний запит, адже дедалі більше мандрівників обирають низьковуглецеві перевезення, еко-сертифіковані засоби розміщення, локальні ланцюги вартості та «повільні» формати подорожей.

Разом із тим у багатьох країнах існує розрив між цілями сталого туризму й практичними механізмами. Потрібні узгоджені метрики впливу, інструменти управління попитом, масштабування «зелених» інвестицій, а також моделі участі громад у прийнятті рішень. Саме на перетині цих викликів і можливостей формується актуальність дослідження світових тенденцій сталого туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням розвитку сталого туризму присвячено праці багатьох учених, зокрема D. Buhalis і A. Amaranggana, U. Gretzel, H. Werthner, C. Koo, Zh. Xiang і D. R. Fesenmaier, R. Baggio, R. Micera, G. Del Chiappa, F. Femenia-Serra, J. A. Ivars-Baidal, J. Perles-Ribes, N. Azis, L. Errichiello, T. Micera, J. A. Coca-Stefaniak, U. Stankov, W. Wu, C. Xu, M. Zhao, X. Li і R. Law. Інституційні рамки формують UN Tourism, OECD і WTTC. На перетині академічних і політичних підходів склався сучасний дискурс про те, як зменшити екологічний слід подорожей, водночас не втративши їх соціально-економічної віддачі [3; 10; 12; 13; 17; 18; 19; 21; 22].

Ще на початку 2010-х D. Buhalis та A. Amaranggana описали поняття «розумні туристичні дестинації», де ІКТ та сенсорні інфраструктури інтегруються для підвищення ресурсної ефективності й якості досвіду туриста як передумови екологічно обґрунтованого управління попитом і пропозицією [3]. U. Gretzel з колегами запропонували екосистемне бачення «розумного» туризму, у якому сталість виникає як результат узгоджених взаємодій публічних, приватних і громадських стейкхолдерів у середовищі даних [10]. Zh. Xiang і D. R. Fesenmaier обґрунтували критичну роль великих даних для проектування туристичних рішень і перерозподілу потоків [22], а С. Кoo зі співавторами формалізували конкурентоспроможність смарт-дестинації як збалансований набір технологічних, організаційних та маркетингових характеристик [12].

Після хвилі технологічного напрямку з'явилися більш стримані підходи. R. Baggio, R. Micera та G. Del Chiappa показали, що самі по собі технології не гарантують сталості: без реінжинірингу процесів та належного управління «розумні» інструменти можуть відтворювати старі дисбаланси [2]. F. Femenia-Serra та J. A. Ivars-Baidal на кейсі Бенідорма засвідчили, що цифрові рішення працюють лише там, де є прозора методологія, участь громади та KPI [7], а в роботі з J. Perles-Ribes автори критикують розрив між риторикою «розумності» і реальними практиками технологічно обізнаних туристів [8]. Колектив авторів з N. Azis додає поведінковий вимір, зазначаючи, що технології «розумного» туризму підвищують лояльність через покращений сервіс і дизайн взаємодії за умови відповідності очікуванням і емоційному досвіду [1].

На рівні управління L. Errichiello і T. Micera описують процесно-орієнтовану модель, де сталий курс є наслідком міжорганізаційної координації, а не набору ізольованих проєктів [6]. J. A. Coca-Stefaniak пропонує еволюцію від «розумних» до «мудрих» дестинацій, підпорядковуючи цифрову насиченість мудрості місця, співвідповідальності спільноти та довгостроковому добробуту [4]. U. Stankov та U. Gretzel вводять категорію «цифрове благополуччя (digital well-being)», наголошуючи, що «розумні» сервіси мають мінімізувати цифрове перевантаження і зберігати психологічний комфорт відвідувачів і мешканців [15].

Тренди останніх років фіксують зближення «розумності» і «сталості»: W. Wu із співавторами показують, що платформи, AI-аналітика попиту та геоаналітика мобільності стають

інфраструктурою для моніторингу впливів і оперативного керування сталістю [21]. OECD у виданні «Tourism Trends and Policies 2024» формулює такі тенденції: після відновлення попиту ключовими стають керованість сезонних піків, пом'якшення екологічних і соціальних ефектів та інвестиції в дані і навички [13]. UN Tourism акцентує на інструментарії вимірювання та ініціативах [17; 18], а WTTC оновлює Net Zero Roadmap і дорожні карти декарбонізації для сектору [19]. Додатково Global Sustainable Tourism Council гармонізує критерії для дестинацій та індустрії, зменшуючи простір для «грінвошингу» (псевдоекологічних дій) [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема, яку розв'язує стаття, полягає у виявленні й аналітичному описі домінантних світових тенденцій сталого туризму, їхніх драйверів і бар'єрів, а також у пропозиції узгодженої аналітичної рамки, що поєднує метрики екологічної та соціальної стійкості дестинацій, індикатори «розумного» управління потоками та попитом, політико-економічні інструменти масштабування «зелених» інвестицій.

Метою статті є аналіз та систематизація основних тенденцій розвитку сталого туризму та у обґрунтуванні напрямів їх застосування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентний спад міжнародного туризму у 2020 році, за яким почалося поступове відновлення, поєднане зі зміною пріоритетів галузі у бік сталості. У табл. 1 узагальнено ключові показники світового туризму за останні п'ять років.

У 2019 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів досягла рекордних 1,46 млрд, проте в 2020 р. скоротилася приблизно на 74% – до лише 0,4 млрд прибуттів. Внаслідок

цього прямий внесок сектору «подорожі та туризм» у глобальний ВВП знизився з \$9,6 трлн (10,3% ВВП) у 2019 р. до близько \$4,8 трлн (5,3%) у 2020 р. Кількість робочих місць у туризмі скоротилася більш ніж на 70 млн (до 264 млн у світі) за один рік.

Проте вже у 2021 р. галузь почала відновлюватись: міжнародні прибуття зросли на 4% (до 415 млн) порівняно з попереднім роком, а туризм додав понад \$1 трлн до глобального ВВП (+21,7%) – до \$5,8 трлн (6,1% ВВП). У 2022 р. відновлення прискорилося: внесок туризму сягнув \$7,7 трлн (7,6% ВВП), що на 22% більше, ніж у 2021 р. Кількість зайнятих у туризмі зросла до 295 млн у 2022 р. (повернувши 21,6 млн робочих місць). За оцінками Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), у 2023 р. світовий туризм відновився на 95% від докризового рівня: міжнародні прибуття досягли 1,3 млрд (88% від показників 2019 р.) [19], а глобальний внесок сектора у ВВП – \$9,5–9,9 трлн (близько 9–10% ВВП). Це лише на 4–5% менше рекорду 2019 року, причому відновлення відбувається в більш стійкий спосіб. Зайнятість у галузі також майже відновилася – до 317 млн робочих місць у 2023 р., що становить 95% від рівня 2019 р.

Наведені у табл. 1 дані демонструють різке падіння та поступове відновлення туризму. Пандемія спричинила найгірший рік в історії туризму – міжнародні потоки впали до рівня кінця 1980-х – початку 1990-х років. Втрати сектору у 2020 р. оцінювалися у \$4,9 трлн ВВП (–50% до попереднього року) та понад 62 млн робочих місць. Відтак у 2021–2022 рр. галузь продемонструвала високу адаптивність та стійкість, відновлюючись на понад +20% щороку. Вже у 2023 році більшість напрямків досягли або наблизились до докризових показників, причому економічне відновлення супроводжувалося змінами у бік сталого роз-

Таблиця 1

Глобальні показники туризму у 2019–2023 рр.

Рік	Міжнародні туристичні прибуття, млн осіб	Внесок туристичного сектору у світовий ВВП		Зайнятість у секторі «Подорожі і туризм», млн осіб
		\$ трлн	%	
2019	1460	9,6	10,3	334
2020	400	4,8	5,3	264
2021	415	5,8	6,1	275
2022	960	7,7	7,6	295
2023	1286	9,5	9,9	317

Джерело: складено на основі даних: [13; 17; 18; 19]

витку. Багато країн скоригували туристичні стратегії, надаючи пріоритет сталості, стійкості та інклюзивності в період після пандемії [13]. Зокрема, уряди інтегрують цілі збалансованого розвитку туризму в національні й регіональні плани, прагнучи забезпечити, щоб повернення туристичної активності не відбувалося за рахунок довкілля чи місцевих громад. OECD відзначає, що все більше держав переходять до моделей диверсифікації туристичних потоків у просторі й часі, стимулюючи поїздки в нефронтіві регіони та поза піковим сезоном. Це покликано рівномірніше розподілити економічні вигоди і зменшити негативні явища надмірного туризму у високий сезон [13]. Таким чином, світовий туризм, відновившись після кризи, робить акцент на якісному зростанні, поєднуючи економічне піднесення зі сприятливими для довкілля та суспільства практиками.

Одним із ключових аспектів сталого туризму є зменшення негативного впливу на довкілля та клімат. Дані свідчать, що глобальна туристична індустрія поступово переходить до менш енергоємної та менш вуглецево інтенсивної моделі розвитку. У табл. 2 представлено окремі екологічні показники туризму у 2019 та 2023 роках.

За оцінками досліджень, у 2019 р. світовий туризм (включно з авіаперевезеннями, проживанням, харчуванням тощо) був відповідальний приблизно за 5,2 гігатонн еквіваленту CO₂ викидів, тобто близько 8–11% від загальних парникових викидів людства. Пандемія призвела до різкого тимчасового скорочення емісій: частка сектору у глобальних викидах впала з 7,8% у 2019 р. до 6,2% у 2020 р., оскільки міжнародні перельоти та подорожі були обмежені. В подальші роки, із відновленням трафіку, абсолютні викиди туризму знову зростали, але водночас зростає і внесок галузі в економіку – завдяки впровадженню екологічних інновацій вдалося дещо відокремити зростання від вуглецевого

сліду. У 2023 році туристичний сектор практично досяг докризового економічного обсягу, а його частка у глобальних викидах при цьому залишилася нижчою, ніж раніше (6,5% проти 7,8% у 2019). Вуглецева інтенсивність знизилася на 10% порівняно з рівнем 2019 р. Крім того, підвищується частка відновлюваної енергетики: якщо у 2019 р. 90% енерговикористання туристичного сектору забезпечувалося викопними паливами, то у 2023 р. цей показник зменшився до 88%, тоді як частка енергії з низьковуглецевих джерел (відновлюваної та ядерної) зросла з 5,1% до 5,9%. Хоча такі зрушення поки що скромні, вони свідчать про поступовий «зелений перехід» галузі.

Подані у табл. 2 дані свідчать, що туристична галузь стає більш екологічною. Після різкого падіння у 2020 р. викиди відновлюються повільніше, ніж економічна активність у туризмі, тобто сектор знижує своє відносне екологічне навантаження. Це частково зумовлено прискоренням впровадження заходів зі сталого розвитку, зокрема підвищенням енергоефективності транспортних засобів і об'єктів розміщення, використанням біопалива та «зеленої» електроенергії, оптимізацією маршрутів тощо. Наприклад, авіація, що є однією з найбільш вуглецевоємних складових туризму, впроваджує програму CORSIA для досягнення вуглецево-нейтрального зростання з 2020 р. У 2021 р. під егідою ООН було запущено Глазговську декларацію з кліматичних дій у туризмі, до якої приєдналися сотні зацікавлених сторін. Декларація передбачає скорочення викидів сектору на 50% до 2030 р. та до нуля до 2050 р. [17]. Великі міжнародні туристичні корпорації також взяли добровільні зобов'язання досягти Net Zero до середини століття. В той же час, уряди все активніше впроваджують політики для пом'якшення екологічного впливу туризму: розвивають екотранспорт, запроваджують екологічні податки і збори для туристів, підтримують сертифікацію сталих об'єктів. Зага-

Таблиця 2

Екологічні показники глобального туризму

Показник	2019 р.	2023 р.	Зміни
Частка сектору «туризм» у загальних викидах парникових газів, %	7,8	6,5	–1,3 в.п.
Частка енергії з викопних джерел у туристичному секторі, %	90,0	88,2	–1,8 в.п.
Частка низьковуглецевої (відновлюваної та атомної) енергії, %	5,1	5,9	+0,8 в.п.

Джерело: складено за даними [20]

лом, екологізація туризму стала необхідною умовою подальшого розвитку галузі: як підкреслює UNWTO, вимірювання та контроль за впливом туризму на довкілля наразі є одним з пріоритетних напрямків для забезпечення справді сталого зростання [17].

Не менш важливим є зміна споживчих уподобань у напрямі сталості. Сучасні туристи дедалі більш екологічно свідомі: за опитуваннями, 80% мандрівників вважають важливим зменшувати свій вплив на природу. Близько 67% опитаних туристів готові компенсувати вуглецевий слід своїх поїздок, а 60% пріоритетно обирають транспорт і проживання з кращими екологічними характеристиками, навіть якщо це менш зручно. Понад 70% туристів заявляють про готовність платити більше за послуги компаній, що дотримуються принципів екологічної відповідальності [11; 14; 16;]. Цей зростаючий запит споживачів стимулює туристичну індустрію впроваджувати «зелені» практики – від відмови готелів від одноразового пластику до інвестицій авіакомпаній в альтернативні види пального. Отже, екологічна стійкість перетворилася з вузької ніші еко-туризму на вимогу, що визначає конкурентоспроможність напрямків і підприємств у нову постпандемічну еру.

Цифровізація туризму – ще один визначальний тренд останніх років, тісно пов'язаний із концепцією сталого та розумного туризму. Сучасні інформаційні технології дозволяють ефективніше керувати туристичними потоками, підвищувати комфорт і безпеку подорожей та знижувати екологічне навантаження, наприклад, через оптимізацію маршрутів і безпаперовий документообіг. Табл. 3 ілюструє зростання ролі цифрових інструментів у туристичному секторі, порівнюючи докризовий 2019 рік з 2023 роком.

За цей період відбувся справжній стрибок у цифровізації туристичних послуг. Частка бро-

нувань, здійснених онлайн, зросла з 57% у 2019 р. до 65% у 2023 р., тобто зараз майже дві третини поїздок резервуються через Інтернет.

Причому значна частка цих онлайн-бронювань припадає на мобільні пристрої: лише за 2023 р. 48% мандрівників використовували смартфони для пошуку напрямків, 40% – безпосередньо для бронювання квитків і готелів. Ринок туристичних мобільних додатків пережив вибухове зростання – його глобальні доходи більш ніж потроїлися з 2019 по 2023 рр. Кількість користувачів таких додатків спершу впала під час локдаунів, але згодом стрімко відновилися й перевищила докризовий рівень: станом на 2023 р. понад 850 млн людей у світі користуються додатками для планування подорожей, а загальна активність була на 87% вищою, ніж у 2019 р. Це свідчить, що цифрові сервіси стали невід'ємною складовою туристичного бізнесу.

Пандемія фактично прискорила цифрову трансформацію туризму. Через обмеження живого спілкування та роботи офісів, мільйони людей перейшли на онлайн-сервіси для планування подорожей. За даними опитувань, вже 80% глобальних туристів вважають за потрібне мати можливість повністю забронювати поїздку через інтернет [14]. Відповідно, туристичні компанії активно інвестують у цифрові платформи, мобільні додатки, чат-боти з штучним інтелектом тощо. Безконтактні технології стали новим стандартом: від електронних посадкових талонів і QR-кодів до мобільних гідів та віртуальних турів. 72% мандрівників надають перевагу самостійному бронюванню онлайн, а не звертаються до традиційних агенцій, основними мотивами чого є швидкість та зручність порівняння цін [14]. Таким чином, онлайн-канали сьогодні домінують у дистрибуції туристичних послуг.

Таблиця 3

Показники цифрової трансформації у туризмі

Показник цифровізації	2019 р.	2023 р.	Зміни
Частка онлайн-бронювань у глобальному туризмі, % від загального обсягу продажів	57%	65%	+8 в.п.
Індекс використання travel-додатків (активність користувачів)	100%	187%	+87 в.п.
Індекс доходів ринку туристичних додатків	100%	>300%	>200 в.п.

Примітки: 2023 р. – оцінки та дані галузевих досліджень.

Індекс 2019 дорівнює 100%.

Джерело: складено на основі даних [5; 9; 13; 18; 19]

Смарт-туризм виходить за межі просто онлайн-бронювання – йдеться про впровадження комплексних цифрових рішень для підвищення сталості й ефективності туристичних напрямків. Так, популярні міста впроваджують смарт-системи моніторингу потоків відвідувачів у реальному часі, динамічного керування чергами до пам'яток, розумного енергозбереження в туристичній інфраструктурі. Наприклад, у Барселоні та Амстердамі використовують аналітику Big Data і датчики для відстеження густоти туристів та перенаправлення їх у менш завантажені локації, що допомагає боротися з перенасиченням і захищати місцевих мешканців. Дедалі більше напрямків запроваджують цифрові туристичні карти і City Pass-додатки, які не лише спрощують перебування гостя, але й збирають дані для кращого планування міської інфраструктури. Штучний інтелект також знаходить застосування: близько 22% мандрівників уже пробували користуватися AI-чат-ботами для планування поїздок [14].

Цифровізація тісно пов'язана зі сталою складовою: IT-рішення дозволяють робити туризм більш екологічним і соціально відповідальним. Через онлайн-платформи мандрівникам легше знайти екологічно сертифіковані готелі чи місцеві зелені ініціативи. Інтелектуальні системи можуть оптимізувати використання ресурсів – від автоматичного відключення енергії в номерах до спільного використання транспортних засобів. У бізнес-сегменті 88% компаній уже декларують пріоритетність сталості у своїх політиках ділових подорожей [9; 16], і вони покладаються на цифрові інструменти для відстеження вуглецевого сліду відряджень та вибору більш екологічних варіантів.

Отже, тенденції сталого туризму у світі характеризуються тісним переплетенням економічного відновлення, екологізації та цифрових інновацій. За останні п'ять років туристичний сектор продемонстрував виняткову здатність до відновлення після кризи, одночасно переймаючи уроки пандемії для перезавантаження на більш сталих засадах. Глобальні статистичні показники свідчать про повернення обсягів туризму до докризових рівнів, але якісний профіль цього зростання вже інший: більша увага до збалансованого розвитку, мінімізації шкоди довкіллю та впровадження смарт-підходів. Перехід до «зеленого» і «розумнішого» туризму підтримується як міжнародними ініціативами, так і ринковим попитом з боку самих туристів. Це закладає

основу для тривалого процвітання туризму, який здатен генерувати економічні вигоди, одночасно збагачуючи суспільство та зберігаючи планету.

Узагальнюючи викладений вище аналіз, доречно окреслити, як саме світові тенденції сталого туризму можуть бути осмислено й послідовно імplementовані в Україні. З одного боку, постпандемічне й післявоєнне відновлення потребує швидких економічних ефектів, з іншого – від самого початку сталість має бути вмонтована у політику, інфраструктуру та бізнес-моделі. Першою умовою такої траєкторії є політико-інституційне закріплення цілей: національна стратегія сталого туризму, синхронізована з оновленими зобов'язаннями за Паризькою угодою та Європейським зеленим курсом, має встановити орієнтири на горизонт 2030-2050 років і деталізувати їх у «доріжні карти» – мобільність, засоби розміщення, подієвий туризм, природно-заповідні території. Таку рамку має підтримувати міжвідомча координація за участю економічного, культурного, інфраструктурного та екологічного блоків уряду і мережа регіональних організацій управління дестинаціями, які переходять від логіки промоції до логіки управління відвідуваністю.

Другою передумовою є вимірювання. Без якісних даних і порівнюваних індикаторів неможливо ані уникнути «грінвошингу», ані коректно оцінювати ефекти. Тому доречно поєднати індикатори туризму з екологічними індикаторами, де фінансові, соціальні та екологічні складові зводяться в одну систему. На практиці це означає розгортання національної платформи даних туризму з підключенням телеком-даних мобільності, транспортних і бронювальних масивів, а також відкритих API для міст, парків і музеїв. Уніфіковані KPI дестинацій за логікою UN Tourism і GSTC дозволять зіставляти навантаження, місткість і якість управління між регіонами, забезпечуючи прозорість для бізнесу й громад.

Третім блоком є декарбонізація мобільності та інфраструктури. Україна має структурну перевагу у вигляді розвиненої мережі залізничного транспорту, а отже пріоритизація поїздів на середні відстані, інтегровані квитки й електрифікований фінальний відрізок подорожі можуть суттєво знизити вуглецеву інтенсивність подорожей. Для міжнародної авіадосяжності раціональним є пілотні партнерства щодо сталого авіапального для ключових аеропортів та електрифікація

наземного обслуговування; всередині країни – розвиток «повільних» маршрутів як змістовної альтернативи коротким перельотам. На рівні засобів розміщення потрібні мінімальні стандарти енергоефективності, програми термомодернізації, швидке впровадження теплових насосів, систем рекуперації й дахових електростанцій, а також обов'язкові плани водото відходообігу для об'єктів певної місткості. Усі публічні закупівлі у сфері туризму мають дотримуватися «зелених» критеріїв.

Не менш важливим є запровадження надійної системи сертифікації: поступовий перехід готелів, туроператорів і дестинацій до схем, визнаних GSTC, у поєднанні з податковими й маркетинговими преференціями для сертифікованих учасників ринку. Єдині правила екомаркування й контроль за недобросовісними «зеленими» заявами забезпечать довіру споживачів і інвесторів. Водночас управління відвідуваністю має спиратися на науково обґрунтовані плани місткості для чутливих локацій: часові «вікна», динамічні квоти, диференційовані збори з цільовим спрямуванням коштів на збереження природи та спадщини й механізми розподілу вигод із громадами. Переорієнтація на локальні ланцюги вартості підвищить мультиплікативний ефект туризму для місцевої економіки.

Прискорювачем сталості може стати цифровізація. Пілотні «смарт-зони» в містах і на природоохоронних територіях з мережами сенсорів, аналітикою мобільності та предиктивними моделями на основі AI дозволять проактивно керувати піками попиту, скорочувати черги та балансувати навантаження. Офіційні додатки відвідувача мають надавати не лише сервісну інформацію, а й екологічні альтернативи й підказки доступності, зберігаючи при цьому цифрове благополуччя користувачів і мінімізуючи інформаційне перевантаження.

Фінансова архітектура переходу має бути змішаною: спеціалізований зелений інвестиційний інструмент для туризму, туристичні збори, прив'язані до природоохоронних проєктів, та страхові продукти стійкості (resilience bonds) для дестинацій, схильних до ризиків. Також, відбудова має враховувати безпековий вимір і спадщину: пріоритетне розмінування туристичних зон, аудити маршрутів на безпечність, реставрація об'єктів із використанням принципів «зеленого будівництва» й енергоефективності, а також комунікація для зовнішніх ринків щодо відкритих і безпечних локацій.

З огляду на це, підсумковий висновок полягає в потребі зміни парадигми: від намагання понад усе збільшити кількість туристів до управління якістю потоків, їх просторово-часового розосередження, місткості та локальної віддачі. Світовий досвід свідчить, що туристична галузь здатна поступово роз'єднувати економічне зростання та екологічний слід, переводячи сталість із декларацій у вимірювані практики, підтримані цифровими інструментами й адекватними стимулами. Для України це означає не наздоганяти, а випереджати, інтегруючи міжнародні стандарти вимірювання і сертифікації, інституціалізуючи управління дестинаціями, декарбонізуючи мобільність і інфраструктуру, зробивши дані та прозорість центральними елементами політики. Очікуваний практичний ефект такої рамки полягає у кращій керованості і стійкості дестинацій до шоків, нижчій вуглецевій та ресурсній інтенсивності, вищій довірі споживачів і інвесторів завдяки сертифікації та зменшенню ризиків «грінвошингу», а також більшій локальній доданій вартості.

Висновки. Проведений аналіз підтвердив, що світовий туризм вступив у фазу якісної трансформації: від відновлення обсягів після пандемічного шоку до перезавантаження бізнес-моделей на засадах кліматичної нейтральності, збереження природного капіталу та соціальної інклюзії. Це «роз'єднання» зростання та емісій забезпечується поєднанням технологічних інновацій, жорсткіших регуляторних засад і помітного зсуву споживчих уподобань.

Цифрова трансформація стала головним прискорювачем цієї еволюції. «Розумні» дестинації використовують дані мобільності, сенсорні мережі та аналітику штучного інтелекту для проактивного управління відвідуваністю, просторово-часового розосередження потоків і підвищення ресурсної ефективності. Водночас технології працюють на сталий результат лише тоді, коли вбудовані у процеси управління та підтримані участю стейкхолдерів.

Найбільші короткострокові вигоди з погляду клімату дає зміна моделі мобільності: переорієнтація на рейкові перевезення на середніх відстанях, електрифікація фінального відрізка подорожі, пілотні проєкти зі сталим авіапальним і декарбонізація наземних аеропортових операцій. У сфері розміщення критичними стають обов'язкові стандарти енергоефективності, системи ощадного водокористування

й управління відходами, а також перехід до верифікованих схем сертифікації, що мінімізують ризики «грінвошингу».

Україні доцільно інтегрувати ці підходи у чотирьох взаємопов'язаних напрямках: чітка політико-інституційна рамка; вимірювання й

прозорість; декарбонізація інфраструктури; сертифікація й фінансування.

Подальші дослідження доцільно зосередити на інтеграції системи супутніх рахунків туризму з екологічними рахунками й валідації КРІ сталості для дестинацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Azis N., Amin M., Chan S., Aprilia C. How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2020. № 11(4). P. 603–625. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0005>
2. Baggio R., Micera R., Del Chiappa G. Smart tourism destinations: a critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2020. № 11(3). P. 407–423. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2019-0011>
3. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations. In: *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Cham: Springer, 2014. P. 553–564. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
4. Coca-Stefaniak J. A. Beyond smart tourism cities – towards a new generation of “wise” tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*. 2021. № 7(2). P. 251–258. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0130>
5. Digitalization of the travel industry – statistics & facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicOverview> (Дата звернення: 29.08.2025).
6. Errichiello L., Micera T. A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*. 2021. № 29, 2909. DOI: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2436>
7. Femenia-Serra F., Ivars-Baidal J. A. Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 2018. № 26(4). P. 365–384. DOI: <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1561478>
8. Femenia-Serra F., Perles-Ribes J. F., Ivars-Baidal J. A. Smart destinations and tech-savvy millennial tourists: hype versus reality. *Tourism Review*. 2019. № 74(1). P. 63–81. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0018>
9. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). GSTC Criteria for Destinations and Industry. URL: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/> (Дата звернення: 29.08.2025).
10. Gretzel U., Werthner H., Koo C., Lamsfus C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*. 2015. № 50. P. 558–563. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
11. International Tourism Highlights, 2024 Edition. World Tourism Organization. 2024. Doi: <https://doi.org/10.18111/9789284425808>
12. Koo C., Shin S., Gretzel U., Hunter W. C., Chung N. Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2016. №26(4). P. 561–576. DOI: <https://doi.org/10.14329/apjis.2016.26.4.561>
13. OECD. Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. URL: https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html (Дата звернення: 29.08.2025).
14. Online travel booking statistics & trends. URL: <https://www.travelperk.com/blog/online-travel-booking-statistics/> (Дата звернення: 29.08.2025).
15. Stankov U., Gretzel U. Digital well-being in the tourism domain: mapping new roles and responsibilities. *Information Technology & Tourism*. 2021. № 23. P. 5–17. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00197-3>
16. Sun Y.-Y., Faturay F., Lenzen, M. Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*. 2024. Vol. 15. Article No. 10384. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7>. URL: <https://www.nature.com/articles/s41467-024-54582-7> (Дата звернення: 29.08.2025).
17. UN Tourism. Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism. URL: <https://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism> (Дата звернення: 29.08.2025).
18. UN Tourism. UN Tourism Data Dashboard. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard> (Дата звернення: 29.08.2025).
19. World Travel & Tourism Council (WTTC). Net Zero Roadmap for Travel & Tourism (latest update). URL: <https://researchhub.wttc.org/product/net-zero-roadmap-for-travel-tourism-2nd-edition> (Дата звернення: 29.08.2025).
20. World Travel & Tourism Council (WTTC). WTTC Reveals Significant Decrease in Travel & Tourism's Climate Footprint Emissions. URL: <https://wttc.org/news/wttc-reveals-significant-decrease-in-travel-and-tourisms-climate-footprint-emissions> (Дата звернення: 29.08.2025).
21. Wu W., Xu C., Zhao M., Li X., Law R. Digital Tourism and Smart Development: State-of-the-Art Review. *Sustainability*. 2024. № 16(23). 10382. DOI: <https://doi.org/10.3390/su162310382>
22. Xiang Z., Fesenmaier D. R. Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism. *Cham: Springer*. 2017. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_17

REFERENCES:

1. Azis, N., Amin, M., Chan, S., & Aprilia, C. (2020). How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(4), 603–625. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0005>
2. Baggio, R., Micera, R., & Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations: A critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407–423. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2019-0011>
3. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 553–564). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
4. Coca-Stefaniak, J. A. (2021). Beyond smart tourism cities – Towards a new generation of “wise” tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 251–258. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0130>
5. Statista. (n.d.). Digitalization of the travel industry – Statistics & facts. Retrieved August 29, 2025, from <https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicOverview>
6. Errichiello, L., & Micera, T. (2021). A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2909. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2436>
7. Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2018). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365–384. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1561478>
8. Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Smart destinations and tech-savvy millennial tourists: Hype versus reality. *Tourism Review*, 74(1), 63–81. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0018>
9. Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). *GSTC criteria for destinations and industry*. Retrieved August 29, 2025, from <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/>
10. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558–563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
11. World Tourism Organization. (2024). *International tourism highlights (2024 ed.)*. <https://doi.org/10.18111/9789284425808>
12. Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2016). Conceptualization of smart tourism destination competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 26(4), 561–576. <https://doi.org/10.14329/apjis.2016.26.4.561>
13. OECD. (2024). *Tourism trends and policies 2024*. Paris: OECD Publishing. Retrieved August 29, 2025, from https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html
14. TravelPerk. (n.d.). *Online travel booking statistics & trends*. Retrieved August 29, 2025, from <https://www.travelperk.com/blog/online-travel-booking-statistics/>
15. Stankov, U., & Gretzel, U. (2021). Digital well-being in the tourism domain: Mapping new roles and responsibilities. *Information Technology & Tourism*, 23, 5–17. <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00197-3>
16. Sun, Y.-Y., Faturay, F., & Lenzen, M. (2024). Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*, 15, Article 10384. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7>
17. UN Tourism. (n.d.). *Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism*. Retrieved August 29, 2025, from <https://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism>
18. UN Tourism. (n.d.). *UN Tourism Data Dashboard*. Retrieved August 29, 2025, from <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
19. World Travel & Tourism Council. (n.d.). *Net Zero roadmap for travel & tourism (2nd ed.)*. Retrieved August 29, 2025, from <https://researchhub.wttc.org/product/net-zero-roadmap-for-travel-tourism-2nd-edition>
20. World Travel & Tourism Council. (n.d.). *WTTC reveals significant decrease in travel & tourism's climate footprint emissions*. Retrieved August 29, 2025, from <https://wttc.org/news/wttc-reveals-significant-decrease-in-travel-and-tourisms-climate-footprint-emissions>
21. Wu, W., Xu, C., Zhao, M., Li, X., & Law, R. (2024). Digital tourism and smart development: State-of-the-art review. *Sustainability*, 16(23), 10382. <https://doi.org/10.3390/su162310382>
22. Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. *Cham: Springer*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_17