

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ІРЛАНДІЇ

Туризм уже давно є однією з історій успіху Ірландії, яка має світову репутацію гостинності. До 2020 року сектор туризму Ірландії був одним із найефективніших секторів економіки країни з показниками швидкого зростання вісім років поспіль, забезпечує доходи та робочі місця в усіх частинах Ірландії та є переважно експортною галуззю, де 75% туристичної економіки Ірландії складається з міжнародних відвідувань. Криза Covid сильно вдарила по туризму Ірландії, але завдяки підтримці уряду сектор туризму зумів вижити та відновитися від економічних руйнувань пандемії.

У 2023 році туристична індустрія Ірландії продемонструвала надзвичайну стійкість, незважаючи на внутрішні виклики та міжнародні геополітичні потрясіння. Сектор туризму знову підтвердив свою роль повідної галузі економіки Ірландії та найбільшого регіонального роботодавця. Станом на 2023 рік 254 тис людей працювали у туристичному та гостинному бізнесі. Сектор туризму забезпечує дохід та робочі місця в усіх частинах Ірландії та є переважно експортною галуззю, де 75% туристичної економіки Ірландії складається з міжнародних відвідувань [1].

Конфедерація туристичної індустрії Ірландії (ITIC) підрахувала, що у 2023 році міжнародні відвідувачі країни витратили 5,3 мільярда євро без урахування вартості проїзду, причому найбільше туристів було з Північної Америки. Історично Ірландія приваблювала туристів з чотирьох основних ринкових груп – Великобританії, материкової Європи, Північної Америки та Австралії/Нової Зеландії. З часом баланс попиту змінився в результаті зменшення залежності від туристів VFR та збільшення частки туристів у відпустку, при цьому материкова Європа та Північна Америка є джерелом збільшення кількості туристів. З точки зору економічного зростання надходжень від туризму, регіонального розподілу туристів і широкого поширення попиту в бізнес-секторі Ірландія стала більш залежною від ринку США [2].

Туристична індустрія Ірландії має достатньо ресурсів для успішного використання мінливих ринкових можливостей: природа, культурна спадщина, висококонкурентна мережа маршрутів авіакомпаній і поромних компаній, очолюваних великими ірландськими перевізниками. Проте реалізація туристичних можливостей Ірландії не позбавлена наявністю загроз:

– кадрова криза;

- загроза конкурентоспроможності;
- обмеження з боку пропозиції.

Ірландія як економіка з високими витратами конкурує на міжнародному ринку за цінністю, а не за ціною. Однак нещодавні темпи інфляції витрат на бізнес у поєднанні з високими ставками ПДВ, акцизів та інших податків серйозно загрожують конкурентоспроможності туристичного продукту Ірландії та здатності бізнесу надавати те, що міжнародні туристи оцінюють як хороше співвідношення ціни та якості.

Туризм і готельний бізнес є трудомістким бізнесом, де якість персональних послуг є ключовим чинником цінності. Напружений ринок праці в Ірландії посилив наймання, утримання та підвищення кваліфікації персоналу. Результатом для багатьох підприємств стало примусове обмеження торгівлі. Галузь туризму Ірландії надзвичайно усвідомлює свою відповідальність за підвищення привабливості та кар'єрних можливостей, що пропонуються.

Обмеження з боку пропозиції розміщення гостей зумовлене тим, що принаймні 20% туристичного фонду розміщення в країні наразі перебуває під державним контрактом на забезпечення житлом тих, хто біжить від війни в Україні, а також прибулих з інших проблемних регіонів, які шукають міжнародного захисту. Оскільки туристичне житло призначене або придатне для тривалого проживання, надмірна залежність уряду від туристичного житла для виконання своїх гуманітарних зобов'язань не є стійкою.

Отже, прогнозується, що світові витрати на туризм у 2024 році досягнуть рекордних 2 трильйонів доларів США з понад 2 мільярдами міжнародних поїздок, що на 3% перевищить рівень до пандемії [1]. Очікується також, що рік для Європи буде позитивним, оскільки попит на відпочинок зростатиме у поєднанні з Олімпійськими іграми у Франції. Проте продуктивність буде залежати від складної взаємодії факторів, включаючи поточну геополітичну напруженість, слабе економічне зростання та загострення проблем сталого розвитку.

Поїздки у відпочинок і VFR (відвідування друзів і родичів) і надалі будуть основними рушійними силами зростання, тоді як повне відновлення міжнародних ділових поїздок є більш складним. Глобальні тенденції, підтверджені дослідженнями, показують, що туристи й надалі надаватимуть перевагу подорожам з метою відпочинку, оцінюватимуть враження, час, проведений із сім'єю та друзями, а також оздоровчі моменти.

Таким чином, індустрія туризму Ірландії може бути амбітною щодо свого майбутнього, водночас виконуючи свої зобов'язання щодо екологічної стійкості. Це бачення, викладене в стратегії ITIC – до 2030 року індустрія може коштувати 15 мільярдів євро для національної економіки, матиме роботу для 350 тис людей по всій країні та приносити 3,5 мільярда євро.

щорічних податкових надходжень до казначейства. Як зазначено у стратегічній дорожній карті ІТІС для туристичного сектора, вартість галузі може зрости на 50% до кінця 2030 року, дотримуючись своїх зобов'язань щодо сталого розвитку [2]. Це залежатиме від політики уряду, спрямованої на підтримку підприємств. Потрібно враховувати, що 40 тис підприємств у туристичному секторі економіки Ірландії є переважно малими та середніми підприємствами і загалом працюють із невисокою нормою прибутку. Тому для процвітання туристичного бізнесу потрібна постійна підтримка з боку уряду та державних установ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Tourism in Ireland. – Режим доступу: <https://www.worlddata.info/europe/ireland/tourism.php> (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.
2. An Irish Tourism Strategy for Growth. – Режим доступу: <https://www.itic.ie/vision-2030/> (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.