

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ МАЛОВІДВІДУВАНИХ ТЕРИТОРІЙ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В ІРЛАНДІЇ

Маховка Вікторія Михайлівна

К.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка»

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7985-7792>

У статті розглянуто розвиток сільського туризму в Ірландії через популяризацію маловідомих регіонів для підтримки місцевих громад і збереження культурної спадщини. Виокремлено шість стратегічних напрямів: розвиток інфраструктури, збереження культурної спадщини, сталий туризм, підвищення якості сервісу, маркетинг та організація подій. Наведено приклади успішних практик у графствах Керрі, Донегол, Літрім, Каван, Клэр, Тіпперері, Уотерфорд і Слайго. Показано, що комплексний підхід сприяє економічному зростанню сільських територій, залученню туристів у нові регіони та підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору.

Ключові слова: сільський туризм, Ірландія, сталий розвиток, маловідомі регіони, туристичні потоки, культурна спадщина, інфраструктура, агротуризм, маркетингова стратегія, регіональний розвиток.

PROMOTION OF LESSER-KNOWN AREAS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN IRELAND

Makhovka Viktoriia

The article examines the development of rural tourism in Ireland through the promotion of lesser-known regions to support local communities and preserve cultural heritage. Six strategic directions are highlighted: infrastructure development, cultural heritage preservation, sustainable tourism, service quality improvement, marketing, and event organization. Successful practices from the

counties of Kerry, Donegal, Leitrim, Cavan, Clare, Tipperary, Waterford, and Sligo are presented. The study shows that a comprehensive approach contributes to the economic growth of rural areas, attracts tourists to new regions, and enhances the competitiveness of the tourism sector.

Keywords: rural tourism, Ireland, sustainable development, lesser-known regions, tourist flows, cultural heritage, infrastructure, agritourism, marketing strategy, regional development.

Вступ. Сільський туризм є важливою складовою сучасної туристичної індустрії, що поєднує економічні, соціальні та культурні аспекти розвитку регіонів. Для Ірландії, країни з багатою культурною спадщиною, мальовничими ландшафтами та унікальними природними ресурсами, сільський туризм є перспективним напрямом стимулювання економічного зростання та підтримки місцевих громад.

Популярні туристичні центри, такі як Дублін, Кілларні чи Скелі Мохер, залучають більшість туристичних потоків, що призводить до перевантаження інфраструктури та екологічних проблем. У той же час значна частина території Ірландії залишається маловідвідуваною, що створює потенціал для розвитку сільського туризму в цих регіонах.

Метою статті є дослідження основних напрямів розвитку сільського туризму в Ірландії через популяризацію маловідомих регіонів з метою забезпечення сталого економічного, соціального та культурного розвитку. Завдання дослідження включають: аналіз причин необхідності перенаправлення туристичних потоків, визначення ключових стратегій розвитку сільського туризму, а також формування рекомендацій щодо практичного впровадження цих стратегій у маловідомих регіонах країни.

Матеріали і методи. Дослідження розвитку сільського туризму в Ірландії через популяризацію маловідомих регіонів здійснювалося з використанням комплексу загальнонаукових та спеціальних методів, що дозволило забезпечити системність і достовірність отриманих результатів.

Перш за все, метод аналізу та синтезу було застосовано для вивчення наукових публікацій, статистичних звітів, урядових документів та матеріалів міжнародних туристичних організацій (зокрема Fáilte Ireland, Tourism Ireland, OECD). Це дозволило визначити ключові тенденції розвитку сільського туризму, зокрема його роль у забезпеченні сталого регіонального розвитку. Порівняльний метод використано для аналізу відмінностей між популярними туристичними дестинаціями (Дублін, Кілларні, Кліфи Мохера) та маловідомими регіонами (Літрім, Лонгфорд, Донегол, Каван), що дало змогу ідентифікувати потенційні переваги та проблеми розвитку сільського туризму в останніх. Метод системного підходу забезпечив можливість розглянути сільський туризм як цілісну соціально-економічну систему, де взаємодіють природні, культурні, економічні та маркетингові чинники [1]. Такий підхід дав змогу сформувати комплексну модель розвитку сільського туризму в Ірландії, орієнтовану на збалансоване використання ресурсів і залучення місцевих громад. Також застосовано географічний метод для аналізу просторового розміщення туристичних ресурсів та визначення потенційних центрів розвитку агро- й екологічного туризму. Отримані результати стали основою для розроблення рекомендацій щодо популяризації маловідомих регіонів Ірландії, які базуються на принципах сталого розвитку, партнерства з місцевими громадами та інноваційного маркетингу.

Результати. Сільський туризм є важливим напрямом розвитку туристичної сфери Ірландії, адже він сприяє збереженню культурної спадщини, підтримці місцевих громад і диверсифікації економіки сільських регіонів. Попри те, що Ірландія відома своїми популярними туристичними маршрутами, такими як Дублін, Кілларні чи Скелі Мохер, значна частина її території залишається маловідвідваною. Саме розвиток туризму в цих регіонах може стати ключовим фактором для їхнього економічного та соціального піднесення [2]. У статті розглянуто основні напрями розвитку сільського туризму через популяризацію маловідомих локацій.

Необхідність переспрямування туристичних потоків в інші регіони Ірландії обумовлена кількома ключовими причинами, що представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Обґрунтування необхідності переспрямування туристичних потоків в інші регіони Ірландії обумовлена кількома ключовими причинами

Причини переправлення туристичних потоків	Проблема	Рішення
1. Рівномірний розвиток регіонів	Популярні туристичні райони, такі як Дублін, Кліфи Мохера чи Кіларні, отримують більшу частину прибутку від туризму, тоді як інші регіони залишаються менш розвиненими.	Перенаправлення потоків у менш відвідувані райони сприятиме рівномірному розподілу доходів від туризму, створенню нових робочих місць та розвитку інфраструктури.
2. Збереження природних і культурних ресурсів	Популярні місця зазнають екологічного та фізичного перевантаження, що призводить до деградації довкілля та культурних пам'яток	Зниження навантаження через пропозицію альтернативних маршрутів допоможе зберегти унікальні пам'ятки та екосистеми для майбутніх поколінь.
3. Покращення туристичного досвіду	Великі натовпи у популярних місцях знижують якість вражень туристів через черги, шум, переповненість готелів і недостатню кількість інфраструктури.	Просування маловідомих місць дозволить туристам уникати перевантажених локацій і отримати більш автентичний досвід
4. Розширення туристичних пропозицій	Зосередження на обмеженій кількості локацій не розкриває весь туристичний потенціал Ірландії.	Пропагування нових регіонів дозволить показати приховані туристичні скарби, такі як мальовничі села, місцеві фестивалі, менш відомі замки чи природні парки.
5. Зниження сезонності туризму	Популярні туристичні місця часто переповнені у високий сезон, тоді як менш відомі регіони залишаються маловідвідуваними.	Розвиток туризму в альтернативних регіонах може сприяти подовженню туристичного сезону та зниженню нерівномірного потоку туристів
6. Приклади успішного перенаправлення потоків	регіони, як-от Коннемара, Аранські острови, або північна частина Ірландії, мають великий потенціал для розвитку сталого туризму.	Інвестиції у ці райони можуть перетворити їх на нові туристичні магніти.

Переспрямування туристичних потоків сприяє збереженню популярних районів, стимулює розвиток менш відомих регіонів Ірландії та забезпечує

сталий розвиток туристичної сфери. Це стратегічний крок для збереження культурної й природної спадщини Ірландії, водночас створюючи нові можливості для економічного зростання.

Розвиток сільського туризму в Республіці Ірландія може бути значно посилений через стратегічні підходи та ініціативи, спрямовані на збереження природних ресурсів, культурної спадщини та залучення нових туристичних потоків [3]. На рис. 1. наведено основні рекомендації, які можна реалізувати для удосконалення сільського туризму, зокрема в маловідомих регіонах країни.



Рис. 1. Основні рекомендації, які можна реалізувати для удосконалення сільського туризму, зокрема в маловідомих регіонах Ірландії (сформовано автором)

Охарактеризуємо кожну з рекомендацій більш детально, з урахуванням специфіки окремих регіонів Ірландії, що мають потенціал для розвитку сільського туризму.

1. Удосконалення інфраструктури сільських регіонів країни. Розвиток сільського туризму вимагає створення сучасної транспортної та туристичної інфраструктури, яка забезпечить комфортне пересування та доступ до ключових туристичних об'єктів. Покращення доріг, розвиток громадського транспорту, розбудова велосипедних і пішохідних маршрутів є необхідними умовами для підвищення привабливості сільських територій. Показовим прикладом є графство Керрі (County Kerry), яке відоме своїми природними ландшафтами та заповідними зонами. Попри значний туристичний потенціал, деякі його частини, зокрема райони Кілімор та Туосах, залишаються малодоступними. Розвиток дорожньої інфраструктури та створення спеціальних маршрутів для велосипедистів і пішоходів дозволить збільшити туристичні потоки до цих регіонів. Крім того, розвиток малих судноплавних маршрутів до островів Скелліг (Skellig Islands) сприятиме підвищенню їх туристичної привабливості, водночас зберігаючи природний баланс територій.

2. Збереження культурної спадщини та традицій сільських регіонів Ірландії є ключовим чинником при формуванні привабливого туристичного продукту. Сільські регіони Ірландії зберігають традиційні ремесла, народні звичаї та гастрономічні особливості, які можуть стати основою для розвитку культурно-пізнавального туризму. У графстві Донегал (County Donegal), у селі Гленколм (Glencolumkille), функціонує фолк-парк, який відтворює традиційний побут ірландців XIX століття. Тут туристи можуть відвідувати майстер-класи з ремесел або долучатися до місцевих сільськогосподарських робіт. Подібні ініціативи успішно розвиваються і в графстві Мейо (County Mayo), де села Умваллі та Кіллала підтримують традиції виробництва шерстяних виробів. Проведення гастрономічних фестивалів, що презентують регіональні страви, сприятиме підвищенню зацікавленості туристів до автентичної ірландської культури.

3. Розвиток сталого туризму. Сталий розвиток є стратегічною основою для довгострокового функціонування сільського туризму. Використання

екологічно чистих технологій, підтримка органічного землеробства та формування екотуристичних маршрутів дозволяють зберегти природні ресурси й водночас забезпечити економічний розвиток. Графство Лонгфорд (County Longford) демонструє успішні приклади екологічного землеробства, де фермери пропонують туристам участь у практичних заняттях з вирощування органічних культур. У графстві Літрим (County Leitrim) активно розвиваються еко-тури, що поєднують аграрний досвід, кулінарні майстер-класи та ознайомлення з місцевим біорізноманіттям. Такі ініціативи сприяють формуванню позитивного іміджу Ірландії як екологічно свідомої туристичної держави.

4. Підвищення якості сервісу та професійної підготовки кадрів. Розвиток сільського туризму неможливий без якісного сервісу, що потребує відповідної підготовки місцевих фахівців. Важливо запроваджувати навчальні програми для власників садиб, фермерів, екскурсіводів та менеджерів у сфері гостинності. У графстві Каван (County Cavan) функціонують освітні ініціативи для фермерів, спрямовані на розвиток навичок у сфері агротуризму та підвищення стандартів обслуговування. У графстві Клэр (County Clare) місцеві навчальні центри пропонують спеціалізовані курси з управління гостинністю, екотуризму та культурної спадщини. Така діяльність сприяє професіоналізації сектору сільського туризму та створенню конкурентних туристичних продуктів.

5. Маркетинг і промоція сільського туризму в Ірландії. Ефективна маркетингова стратегія є необхідною умовою для популяризації маловідомих регіонів Ірландії. Цифрові технології, зокрема соціальні мережі, сайти бронювання та туристичні платформи, дозволяють значно розширити аудиторію потенційних туристів. У графстві Керрі реалізується кампанія «Discover the Real Kerry», яка охоплює як популярні локації, так і маловідомі села, що спеціалізуються на агротуризмі та екологічному відпочинку. У графстві Тіпперері (County Tipperary) акцент робиться на просуванні місцевих пивоварень і виноробень, що формує позитивний імідж регіону як центру

гастрономічного туризму [4]. Впровадження інноваційних технологій, таких як віртуальні тури чи мобільні додатки, дозволить туристам заздалегідь ознайомитися з можливостями відпочинку, сприяючи збільшенню потоку відвідувачів.

6. Розвиток туризму на основі подій та фестивалів. Організація тематичних заходів і фестивалів є дієвим інструментом для активізації туристичного попиту. Подієвий туризм не лише сприяє економічному розвитку, а й підсилює культурну ідентичність регіонів. У графстві Уотерфорд (County Waterford) проводяться гастрономічні фестивалі, присвячені місцевим морепродуктам і традиційним ірландським стравам, які поєднують кулінарні майстер-класи та ярмарки місцевих продуктів. У графстві Слайго (County Sligo) популярні фестивалі традиційної музики та танців, що залучають як туристів, так і місцеве населення. Подібні заходи створюють позитивний імідж сільських регіонів і формують унікальну атмосферу автентичності.

Висновки. Розвиток сільського туризму в Ірландії є перспективним напрямом, який поєднує економічні, соціальні та культурні аспекти. Комплексне впровадження зазначених рекомендацій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності сільських регіонів, збереженню культурної спадщини та природного середовища, а також залученню нових категорій туристів. Завдяки удосконаленню інфраструктури, підтримці місцевих ініціатив і використанню сучасних маркетингових інструментів сільський туризм Ірландії може стати одним із провідних напрямів сталого розвитку національної туристичної галузі.

Література:

1. Bakalo N., Makhovka V. Problems and perspective of developing insurance in the international tourism business. Development Management. 2024. Vol. 23, № 3. P. 8–19. <https://doi.org/10.57111/devt/3.2024.08>

2. Clancy M. Re-presenting Ireland: tourism, branding and national identity in Ireland. *Journal of International Relations and Development*. 2011. Vol. 14. P. 281–308.

3. Mcloughlin E., Hanrahan J. Funding and governance dynamics in sustainable planning for tourism: Insights from the republic of Ireland. *Tourism and Hospitality Management*. 2025. Vol. 31, № 2. P. 1–8.

4. Discover Ireland. URL: <https://www.discoverireland.ie/> (Дата звернення: 24.10.2025).

Referents:

1. Bakalo, N., & Makhovka, V. (2024). Problems and perspective of developing insurance in the international tourism business. *Development Management*, 23(3), 8–19. <https://doi.org/10.57111/devt/3.2024.08>

2. Clancy, M. (2011). Re-presenting Ireland: tourism, branding and national identity in Ireland. *Journal of International Relations and Development*, 14, 281–308.

3. Mcloughlin, E., & Hanrahan, J. (2025). Funding and governance dynamics in sustainable planning for tourism: Insights from the Republic of Ireland. *Tourism and Hospitality Management*, 31(2), 1–8.

4. Discover Ireland. (n.d.). *Official website*. Retrieved May 24, 2025. URL: <https://www.discoverireland.ie/>