

Лозовщук Ю.Д.
студентка гр. 601-ФМ
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
м. Полтава, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Маховка В.М.

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ ІСЛАНДІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

До пандемії COVID-19 туризм був основною сферою експорту в Ісландії. У 2019 році на цей сектор припало 470 мільярдів ісландських крон експорту, що еквівалентно 35% від загального доходу від експорту та 67% від загального експорту послуг. Сектор туризму також зробив безпосередній внесок у 8,1% від загального ВВП і в ньому було зайнято 28 813 осіб, що становить 15,9% робочої сили. У 2020 році внесок туризму в загальний ВВП знизився до 3,6%, а зайнятість у секторі впала до 20 426 осіб.

Міжнародні туристи були рушійною силою туристичної економіки Ісландії, на них припадало 73% загальних витрат на туризм у 2019 році. Після пандемії COVID-19 туризм зупинився: у 2020 році кількість іноземних туристів склала 486 000, що на 78% менше, ніж у попередній період. рік. Надходження від міжнародного туризму впали до 89,2 мільярда ISK. У 2021 році цей показник відновився, але кількість міжнародних туристів залишилася на 68% нижче рівня 2019 року [1].

Внутрішній туризм традиційно був стабільним, але значно зріс під час пандемії через прикордонні обмеження. У 2022 році кількість внутрішніх туристів зросла до 1,2 мільйона, що на 70% більше, ніж у 2021 році. У червні 2023 року Ісландія відзначила безпрецедентний стрибок у своїй індустрії туризму, зафіксувавши історичні 1 176 600 ночей. Ця цифра являє собою значне збільшення на 17% порівняно з тим самим періодом попереднього року та є найвищим показником, який коли-небудь реєструвався в історії Ісландії за

червень місяць. Більшість із цих перебувань, 77%, або близько 903 400, були віднесені до іноземних відвідувачів, а внутрішні туристи становили решта 23%, або 267 200 перебувань [1].

Підтримка та стимулювання розвитку туризму в Ісландії починаючи з 2012 року завдячує ефективній туристичній політиці, яка привернула увагу міжнародних туристів до країни та відновила популярність цього туристичного напрямку після спаду пандемії.

Міністерство культури та бізнесу відповідає за розробку туристичної політики та координує роботу державних органів. Департамент у справах бізнесу та туризму є провідним департаментом і контролює роботу та ефективність Ісландської туристичної ради. Обов'язки Ісландської туристичної ради включають реалізацію державної туристичної політики, планування та підтримку регіонального розвитку, ліцензування та моніторинг ліцензованої діяльності, збір, обробку та представлення даних, безпеку, якість та захист споживачів у сфері туризму, а також управління Фондом захисту туристичних місць.

Visit Iceland – це офіційна маркетингова організація, яка займається залученням відвідувачів до країни. Це частина Business Iceland, державно-приватного партнерства, яке контролюється Міністерством закордонних справ. Business Iceland було створено для просування ісландського експорту, прямих іноземних інвестицій та Ісландії як туристичного напрямку. Переглянута Рада з питань туризму частково візьме на себе роль Цільової групи з питань туризму, яка координувала виконання дій у Дорожній карті Ісландії з туризму протягом періоду 2015-20. До ради з туризму входять представники міністерств туризму, фінансів, навколишнього середовища та інфраструктури, Ісландської асоціації місцевих органів влади та Ісландської асоціації туристичної індустрії [2].

Місцеві муніципалітети відповідають за планування та управління багатьма пам'ятками для відвідувачів. За підтримки Ісландського інституту регіонального розвитку асоціації муніципалітетів створюють агентства розвитку, які здійснюють туристичні проекти. Організації з управління туристичними

напрямами, створені в кожному регіоні як державно-приватні установи, відповідають за розробку та впровадження регіональних планів управління туристичними напрямками та координацію пріоритетів туризму у співпраці із зацікавленими сторонами, включаючи Business Iceland та Icelandic Tourist Board, які надають фінансову підтримку.

Підсумовуючи, можна сказати, що успіх сфери туризму в Ісландії обумовлений, перш за все, успішною стратегією ребрендингу та створенням повноцінного іміджу країни. Використовуючи ресурси країни як свої унікальні переваги, їй вдалося залучити безліч туристів з усього світу. За допомогою різноманітних медіа, ефективної туристичної політи Ісландія не лише по-новому представила свою унікальну природу, а й показала відкритість та щирість людей.

Література:

1. OECD Tourism Trends and Policies. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/12f10c2a-en/index.html?itemId=/content/component/12f10c2a-en>.
2. Record Surge in Iceland Tourism. URL: <https://bnn.network/world/iceland/record-surge-in-iceland-tourism-an-in-depth-analysis-of-the-2023-boom/>.