

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розроблення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України»

Студента 4 курсу, 18 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Міжнародний
туризм»

підпис студента

Романцов Ілля
Дмитрович

Науковий керівник
докт.екон.наук,
професор

підпис керівника

Михайліченко
Ганна Іванівна

Гарант освітньої програми
канд.н. з держ.упр.,
доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

« » 2022 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Романцову Іллі Дмитровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

« Розроблення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідити теоретичні засади і розробити практичні рекомендації щодо розроблення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту екологічного туру на ринку туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні засади процесу розроблення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ

- 1.1. Особливості екологічного туристичного продукту
- 1.2. Ресурсний потенціал Ісландії для формування екологічного туризму
- 1.3. Ресурсне забезпечення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІСЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Аналіз основних туристичних маршрутів
- 2.2. Аналіз цінової політики конкурентів
- 2.3. Опис елементів ресурсного забезпечення екологічного туру
- 2.4. Методи просування туру на території України

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022- 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022- 23.12.2022	21.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2022	26.12.2022
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2022- 21.04.2022	11.02.2022
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2022- 08.05.2022	22.04.2022
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2022 – 26.05.2022	09.05.2022
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2022 – 01.06.2022	27.05.2022
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 02.06.2022	до 02.06.2022
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

6. Дата видачі завдання «21» грудня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Михайліченко Г. І.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ Романцов І. Д.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студент Ілля Романцов підготував ВКР повністю. Відповідно до календарного плану та виданого завдання.

Розвиток Європейського туризму, частиною якого є український туристичний ринок, має визначальні перспективи в частині екологічних подорожей. Тому тема, що обрана для ВКР, досить актуальна.

Студент в своїй роботі розглянув: особливості екологічного туристичного продукту, ресурсний потенціал Ісландії для формування екологічного туризму, змістовне наповнення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України.

Розроблений автором проєкт екологічного туру Ісландією розроблено на основі аналізу основних туристичних маршрутів, які існують в Україні; проаналізована цінова політика конкурентів; досліджено та описано елементи ресурсного забезпечення екологічного туру; визначено методи просування туру на території України.

Автором обґрунтовані висновки та пропозиції, опрацьовано достатній перелік теоретичного та парктичного матеріалів.

ВКР пройшла перевірку на антиплагіат та рекомендована до захисту на ЕК.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Михайліченко Г. І.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Романцова І. Д.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ.....	6
1.1. Особливості екологічного туристичного продукту.....	6
1.2. Ресурсний потенціал Ісландії для формування екологічного туризму.....	9
1.3. Ресурсне забезпечення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України.....	13
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІСЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	20
2.1. Аналіз основних туристичних маршрутів.....	20
2.2. Аналіз цінової політики конкурентів.....	26
2.3. Опис елементів ресурсного забезпечення екологічного туру.....	31
2.4. Методи просування туру на території України.....	41
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

Ісландія є одним з провідних туристичних напрямків і приваблює мандрівників з усього світу. До пандемії коронавірусу туристів із США в Ісландії було більше, ніж власних громадян. Однак так було не завжди – ще років десять тому ніхто б не розглядав цю країну як цікавий варіант для подорожей.

Стрімке зростання туризму в Ісландії називають «ісландським туристичним дивом». Це стало можливим завдяки спланованій кампанії по піднесенню імені країни та вжитим загалом небезпечним заходам.

У 2010 році виверження вулкана поставило під загрозу існування туризму в Ісландії. Тому з ініціативи Ісландії була створена організація, яка займається ребрендингом країни.

Перш за все, вони вирішили змінити орієнтацію країни з відпочинкового туризму на пригодницький. Ісландія більше не наголошує на своїх туристичних перевагах на готелях, їжі та розвагах. Натомість на перший план вийшла природа Ісландії: засніжені краєвиди, гори, водоспади та каное одразу заповнили Instagram.

Хоча в ті роки Instagram ще не був таким глобальним, як зараз, фотографії та інфлюенсери широко ділилися дивовижною красою ісландської фотографії в соціальних мережах. Сьогодні в Instagram понад 12,5 мільйонів постів під хештегом #Iceland, але на початку 2010-х років їх було не більше 300 тисяч. За даними комунікаційного агентства Promoting Iceland, 90% туристів приїжджають саме заради природних пам'яток.

Ісландія є частиною Шенгену, хоча вона не є країною ЄС, українці можуть в'їжджати до Ісландії без візи за біометричним закордонним паспортом.

Українці як туристи можуть перебувати в Ісландії 90 днів на півроку, в'їзд до Ісландії – це в'їзд до Шенгенської зони.

Об'єктом дослідження є екологічний туризм.

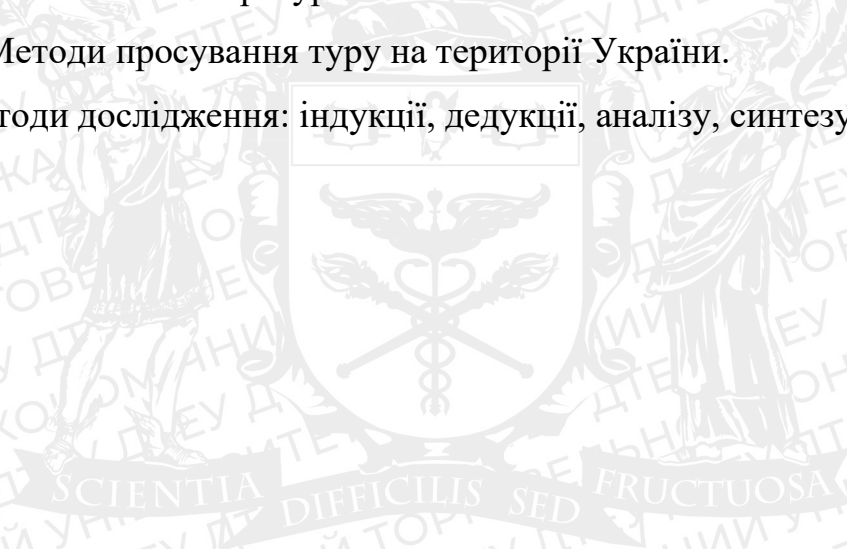
Предметом дослідження виступає розробка екологічного туру Ісландією.

Метою дослідження є формування екологічного туру Ісландію та його просування на ринку України.

Завдання дослідження полягають у розгляді наступних питань:

1. Особливості екологічного туристичного продукту.
2. Ресурсний потенціал Ісландії для формування екологічного туризму.
3. Ресурсне забезпечення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України.
4. Аналіз основних туристичних маршрутів.
5. Аналіз цінової політики конкурентів.
6. Опис елементів ресурсного забезпечення екологічного туру.
7. Методи просування туру на території України.

Методи дослідження: індукції, дедукції, аналізу, синтезу, узагальнення.



РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Особливості екологічного туристичного продукту

Характерною рисою сучасного глобального туристичного ринку є прискорення процесів глобалізації та загострення міжнародної конкуренції. Такий підхід фактично стимулює вплив багатих туристичних регіонів і послаблює ринкову кон'юнктуру країн, де туризм не став домінуючою частиною економіки, не має необхідної державної підтримки та розвивається переважно за власною ініціативою.

Кількість визначень екотуризму величезна. Часто цей тип дій розглядається через екологічно сталий розвиток [2]. У цьому випадку мова йде про сталий розвиток середовища, яке придатне для активного втручання людини. Концепція сталого розвитку була центральною в міжнародному політичному дискурсі та діях протягом більше двох десятиліть.

Проте, аналізуючи основні події формування концепції сталого розвитку, виявлено декілька негативних моментів її реалізації. Перш за все, недостатня швидкість вирішення проблем переходу на шлях сталого розвитку зумовлена низькою активністю державних структур.

Отже, екотуризм – це перш за все екологічне виховання. Цілі екотуризму можуть бути різними: знайомство, обмін досвідом, проведення часу з однодумцями, потреба в пошуку нових знань і почуттів, потреба вираження екологічно збалансованого існування тощо.

Проте в усіх цих випадках мова йде про безпосереднє пізнання природи, участь у ній. Поряд з екотуризмом природний туризм включає також відпочинок на природі. За «фоном» він розрізняє природні матеріали для практичного чи активного відпочинку (у широкому розумінні) та ті, що не мають (або мають мінімальний) освітній аспект.

Основою розвитку екотуризму в кожній країні є особливі природні ресурси та особливо охоронювані природні території (заповідні природні

території), біорізноманіття, природні матеріали, включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [4].

Екотуризм – це туризм, орієнтований на природу та освіту, який має на меті бути екологічно, економічно, соціально та культурно сталим.

Позитивні результати екотуризму включають його стимулюючу дію на охорону природного середовища, покращення об'єктів і стимулювання економічної діяльності в периферійних регіонах [13].

Можна погодитися з авторами, які у своїх дослідженнях стверджують, що література про екотуризм є незбалансованою, оскільки деякі тематичні напрямки недостатньо поінформовані та досліджені.

Цей дисбаланс разом із фрагментацією та відсутністю інтеграції в літературі вказує на те, що екотуризм як галузь наукових досліджень все ще перебуває в зародковому стані.

Екотуризм – це явище подорожей, сповнене суперечок і парадоксів. Серед парадоксів автори виділяють: туризм і охорону природи, екотуризм як вид відпочинку, перевезення екотуристів місцями, невпинний пошук незайманих місць тощо [6; 11; 12].

Більшість видів туризму в природних зонах сьогодні не підпадає під категорію екотуризму і, отже, не є стійким.

Екотуризм вирізняється акцентом на охороні природи, освіті, відповідальності мандрівника та активній участі громади.

З багатьма досягненнями в транспорті та інформаційних технологіях навіть найвіддаленіші місця на землі знаходяться в межах досяжності мандрівника.

Насправді туризм зараз є найбільшою галуззю у світі, а природний туризм є сегментом, що розвивається найшвидше. Люди виявляють бажання пізнати природу та світ, але повинні докладати всіх зусиль для цього таким чином, щоб це не завдавало негативного впливу на природне середовище.

Екотуризм зазвичай має такі характеристики:

1. Чутливе ставлення до місцевих культур і біорізноманіття та

цінування їх;

2. Підтримка місцевих зусиль щодо збереження біорізноманіття;
3. Сталі вигоди для місцевих громад;
4. Місцева участь у прийнятті рішень;
5. Освітні компоненти як для мандрівника, так і для місцевих громад

[15].

Посилення туризму в чутливих природних зонах без відповідного планування та управління може загрожувати цілісності екосистем і місцевих культур. Збільшення відвідувачів чутливих природних зон може призвести до значної деградації навколишнього середовища.

Місцеві громади та культури корінних народів також можуть постраждати від великого потоку відвідувачів. Екотуризм пропонує можливість підвищити освіту та активність мандрівників, що робить їх ефективнішими прихильниками збереження природи.

Більшість термінів, пов'язаних з екотуризмом, з'явилися в англomовних ЗМІ: природний туризм, сільський туризм, туризм у пустелі, альтернативний туризм, екологічний туризм, антропологічний туризм, туризм із низьким впливом, подорожі з матінкою-природою, пригодницькі подорожі, туризм у джунглях, культурний туризм, екологічні подорожі, зелений туризм, науковий туризм, м'який пригодницький туризм, біотуризм, етнічний туризм, адекватний туризм, екологічно чистий туризм, екологічні подорожі, соціально відповідальний туризм, екотуризм, відпочинок на природі, туризм у дикій природі та етичні подорожі.

З урахуванням вимог сучасного туриста та нових тенденцій екотуризм переходить на наступний етап і утверджується як еко-культурний туризм. Він поєднує пошук контакту з природою з цінуванням культурної автентичності, екологічної стійкості, нового досвіду та більшої кількості подорожей із коротшим перебуванням у кожному місці.

Тобто створено симбіоз між природним туризмом і культурним туризмом, який підтримується стійкістю та обмеженнями у використанні,

маломасштабною діяльністю та високоякісним туристичним досвідом [18].

1.2. Ресурсний потенціал Ісландії для формування екологічного туризму

Ісландія є одним з провідних туристичних напрямків і приваблює мандрівників з усього світу. До пандемії коронавірусу туристів із США в Ісландії було більше, ніж власних громадян.

Однак так було не завжди – ще років десять тому ніхто б не розглядав цю країну як цікавий варіант для подорожей.

Стрімке зростання туризму в Ісландії називають «ісландським туристичним дивом». Це стало можливим завдяки спланованій кампанії по піднесенню імені країни та вжитим загалом небезпечним заходам.

Ісландія є однією з найбільш густонаселених країн Європи. Площа дорівнює площі Португалії, а кількість жителів не перевищує Венеції.

На початку 2010-х років Ісландія не мала репутації привабливого туристичного напрямку. Левову частку доходів країни приносять рибальство і важка промисловість [5].

Природа Ісландії є родзинкою всієї країни. На острові є блискучі льодовикові лагуни, бурлячі гарячі джерела та потужні водоспади, які щосезону освітлюються або північним сяйвом, або опівнічним сонцем.

З її незліченними природними чудесами легко зрозуміти, чому Ісландія стала одним із найкращих місць для подорожей у світі.

1. Північне сяйво над містом в Ісландії

Північне сяйво – одне з найвідоміших ісландських подій. Це ефірне світлове шоу.

Коли Аврора активна, вона освітлює темне небо відтінками зеленого, жовтого, фіолетового та рожевого, утворюючи космічні вихори. Відвідувачів завжди вражає це чарівне природне явище.

2. Барвисте яскраве небо поблизу Кірк'юфелла влітку

Коли північне сяйво зникає з поля зору, на небо з'являється сонце. Явище

опівнічного сонця відбувається щоліта за полярними колами.

Пік сонячного світла в цих областях припадає на червень, а сонце з-за полярного кола видно всю ніч.

Ісландія, яка знаходиться дуже близько до Полярного кола, наповнена магією опівнічного сонця з травня по серпень.

У північних районах сонце всю ніч висить прямо над горизонтом, а в південних воно трохи опускається за горизонт. Вся країна бачить заходи та сходи сонця, де золоті та рожеві відтінки розфарбовують небо, які тривають всю ніч.

3. Оскільки 11% її загальної площі вкрито льодом, Ісландія є справжнім льодовиковим раєм. Найбільшу льодовикову шапку в Європі можна знайти в Ісландії разом із кількома меншими. Є також кілька неймовірно вражаючих язиків льодовика.

Більшість льодовиків Ісландії приховують під своїми крижаними покривами діючі вулкани.

Крижані печери – це короточасні чудеса, які руйнуються щоліта, а щозими утворюються нові печери. Протягом останніх десятиліть льодовики Ісландії танули і, на думку вчених, більшість із них можуть повністю зникнути протягом наступних 50-100 років.

4. Діамантовий пляж і льодовикова лагуна Jökulsárlón

Приголомшливі льодовикові лагуни Ісландії є одними з найвідоміших природних чудес Ісландії, а Йокулсарлон є найбільшим. Ця мальовнича лагуна, яку називають «перлиною Ісландії», наповнена гігантськими непрозорими айсбергами.

5. Блакитна лагуна

Ніщо не зрівняється з відпочинком у гарячих джерелах. В Ісландії є незліченні екзотичні гарячі джерела, а також рукотворні геотермальні басейни.

Блакитна лагуна – найвідоміше гаряче джерело в Ісландії. Його навіть включили до списку 25 чудес світу National Geographic. Це тепле молочно-біле озеро, розташоване посеред нерівного лавового поля.

Його вода являє собою суміш прісної та морської води, яка надзвичайно багата кремнеземом і мінералами. Ці унікальні інгредієнти дуже корисні для шкіри і навіть допомагають деяким людям із такими шкірними захворюваннями, як псоріаз.

6. Гейзери і гарячі джерела

Ісландія має незліченну кількість активних геотермальних територій з численними киплячими гарячими джерелами, фумаролами та іншими приголомшливими вулканічними діями. Насправді країна отримує більшу частину енергії з геотермальних електростанцій.

7. Водоспади

З-поміж усіх природних пам'яток Ісландії туристів завжди вражає фотогенічність водоспадів країни. Кожен з них може похвалитися власними унікальними особливостями, тому ці вражаючі каскади легко можна назвати найкращим у світі місцем для подорожей для любителів водоспадів. Однією з найкращих особливостей цих напрямків є те, що до них легко дістатися, а деякі з них розташовані так близько одне від одного.

8. Вулкани

Оскільки в Ісландії 32 активні вулканічні системи, в Ісландії завжди є на що ентузіастам варто звернути увагу.

Виверження вулкана в Ісландії відбувається в середньому кожні 4-5 років. Останнє виверження відбулося на вулкані *Várðarbunga V* під льодовиком *Vatnajökull G*. Воно закінчилося 28 лютого 2015 року, а це означає, що наступне виверження має відбутися будь-коли [16].

Мільярди доларів від туристів зміцнюють Ісландську економіку та бізнес, але водночас спричиняють певні виклики. Про те як країна переживає ці зміни розповідає місцевий гід та менеджер компанії *Guide to Iceland* Нанна Гуннарсдоттир (*Nanna Gunnarsdóttir*).

Завдяки іноземцям туристичний бізнес «крижаної країни» без перебільшень розвивається з блискавичною швидкістю [gorgany].

Враховуючи, що відвідувачі подорожують до Ісландії через її чудову

природу – її каскадні водоспади, її вільні дикі землі, її делікатні річкові системи, її засніжені гори – здається очевидним, що екологічна турбота та захист є фундаментальними для забезпечення тривалого життя туристичної галузі.

Льодовики Ісландії особливо вразливі до незворотної шкоди як від зміни клімату, так і від нестійкого туризму.

Льодовики, які живуть в Ісландії, є головним притягувачем для іноземних відвідувачів, які подорожують до країни, але багато хто не помічає того факту, що на ці крижані шапки безпосередньо впливають зміни клімату та вони відступають із вимірюваною швидкістю.

Коли зникнуть льодовики, зникне й безліч пов'язаних із ними заходів, варіантів екскурсій і, що найважливіше, красивих природних панорам [9].

Ісландія є найкращим місцем для екотуризму завдяки підтримуваним урядом ініціативам, спрямованим на захист навколишнього середовища.

Рада з туризму Ісландії відіграє ключову роль у забезпеченні сталого туризму та зосереджує значну частину своїх ресурсів на розвитку туризму, який принесе користь місцевим жителям і громадам.

Ісландія рясніє екологічними враженнями, гостинними громадами та природними чудесами, які гарантують, що подорож запам'ятається назавжди.

Деякі з найбільш стійких вражень в Ісландії, включають:

1. Кінні тури.
2. Піші екскурсії Ісландією – чудовий спосіб познайомитися з новими людьми, дізнатися про місцевість і, можливо, навіть знайти смачні страви в місцевій їдальні [14].

Ісландія відома своїми природними чудесами, це країна драматичних ландшафтів, сформованих силами природи.

Від пляжів з чорним піском, глибоких фіордів, засніжених гір і вулканічних пустель природа Ісландії залишається переважно незайманою та є ідеальним фоном для фотографів, любителів і професіоналів [17].

1.3. Ресурсне забезпечення екологічного туру територією Ісландії та його просування на ринку України

Більшість іноземних відвідувачів приїжджають з метою туризму, а подорожі для зустрічей і конференцій (які в офіційній статистиці класифікуються як туризм) займають відносно невелику частку ринку.

Незаймана природа є однією з головних визначних пам'яток. Дійсно, близько 80% іноземних відвідувачів приваблюють такі природні пам'ятки, як гейзери, або перспективи незайманих ландшафтів і дикої природи.

Інші важливі фактори, які приваблюють туристів, включають ісландську культуру та історію. Відносно низька вартість авіаперельоту до Ісландії та з Ісландії та можливість зробити зупинку також є важливими факторами.

Більшість туристів подорожують самостійно, а не в рамках пакетних турів (а це близько однієї п'ятої відвідувачів).

Проте більше двох п'ятих відвідувачів одного разу в Ісландії відвідують оглядові екскурсії з гідом. У літні місяці прокат автомобілів є важливим засобом для подорожей по країні.

Навпаки, взимку, коли дорожні умови більш небезпечні, автобуси (переважно приватні) є відносно більш важливими, хоча оренда автомобілів у зимові місяці стає все більш поширеною.

З точки зору заходів сталого розвитку туристичного сектору, Ісландія показує хороші результати. Згідно з індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму Всесвітнього економічного форуму, у загальному індексі Ісландія посідає 25 місце з 141 країни.

Відносно хороший рейтинг зумовлений високими показниками за низькою параметрів, включаючи людські ресурси та ринок праці, відкритість до міжнародних зв'язків, надання пріоритету подорожам і туризму та, меншою мірою, екологічну стійкість.

Низький рейтинг наземної інфраструктури в певному сенсі вводить в оману, оскільки він спотворений великою земельною масою та дуже низькою щільністю населення, тоді як середній рейтинг природних і культурних

ресурсів відображає унікальну біоту з дуже обмеженою кількістю відомих видів. Єдиною сферою, де показники є однозначно слабкими, є цінова конкурентоспроможність, де Ісландія посідає 132 місце [7].

Збереження навколишнього середовища є пріоритетом для Ісландії, країни, яка залежить від природних ресурсів та їх сталого управління. Враховуючи високу залежність економіки від рибальства та експорту морепродуктів, сталий видобуток живих морських ресурсів є як економічним, так і екологічним пріоритетом.

Система квот у рибальстві, яка обмежує загальний допустимий вилов на рівні, який морські вчені вважають прийнятним, демонструє ознаки окупності.

На глобальному порядку денному Ісландія була сильним голосом у боротьбі із забрудненням океанів. Води Ісландії є одними з найчистіших у світі. Ісландія бере активну участь у міжнародних форумах з проблеми стійких органічних забруднювачів.

Незважаючи на те, що Ісландія славиться своєю незайманою природною красою, є території, де потрібно бути обережними.

Однією з найсерйозніших екологічних проблем Ісландії є втрата рослинності внаслідок вітрової ерозії. Служба охорони ґрунтів Ісландії з 1907 року успішно бореться з ерозією ґрунту.

Зараз він спрямований на відновлення рослинності, загальна площа якої становить понад 2% території країни. Проте боротьба за зупинення та припинення ерозії та опустелювання, а також за сприяння меліорації земель залишатимуться одним із пріоритетів Ісландії в екологічній сфері в найближчі роки та десятиліття.

Охорона природи в цілому викликає все більше занепокоєння. В Ісландії є деякі з небагатьох великих територій дикої природи, що залишилися в Європі, і їхні природні особливості багато в чому унікальні. Тиск розвитку з боку туризму та виробництва енергії (гідроелектричної та геотермальної) на територіях дикої природи зростає, що вимагає вдосконалення планування, щоб узгодити збереження природи та постійний розвиток чистих і відновлюваних

джерел енергії в Ісландії [10].

Найцікавіша частина планування туру – визначення міст призначення та зупинки. Вибираючи пункт призначення, треба взяти до уваги, наскільки далеко це буде поїздка та який вид транспорту знадобиться, щоб туди дістатися.

Компанії пропонують поїздки до місць призначення по всьому світу, які надають перевагу екологічності в кожній своїй подорожі.

Логічним наступним кроком стане вибір способу до нього дістатися. Чи можна їхати автомобілем чи поїздом, чи необхідно скористатися авіаперельотом? Хоча це зручно, політ не є найбільш екологічним способом пересування.

Те, що може вплинути на тур – житло. В Ісландії є можливість використовувати екологічні готелі чи житло: вони є енергоефективними, мають належні системи управління відходами, переробляють і використовують альтернативні види енергії (сонячну, гідроелектростанцію тощо).

Для країни з однією головною магістраллю (і дивною дорогою, що виступає з боків), Ісландії знадобився час, щоб узгодити подорожі на електромобіліх з туризмом.

Зараз існує одна компанія, Geysir Car Rental, яка пропонує невеликий парк електромобілів приблизно за 600 євро на тиждень (порівняно з приблизно 300 євро за бензиновий/дизельний автомобіль з автоматичною коробкою передач).

В Ісландії також можна їздити на автобусі цілий рік, хоча взимку це довша та менш надійна подорож через погодні умови. Тим не менш можна їздити автобусами по місту за допомогою Straeto до високогір'я за допомогою таких компаній, як Trex.is і Reykjavik Excursions.

За межами міста для місцевої економіки набагато краще бронювати пансіонати та котеджі. Багато ісландців мають літні будинки, які вони час від часу здають в оренду, або керують гостьовими будинками на старих фермах, на яких вони більше не можуть працювати через вік або зміну ринку.

Спосіб по-справжньому підтримати малий бізнес і місцеві громади в Ісландії – це скористатися компаніями та гідами, які сплачують податки своїм місцевим громадам.

Це підтримує школи, щоб діти могли рости в сільській місцевості зі своїми сім'ями, дошкільні заклади, щоб батьки, які працюють могли допомагати у веденні місцевого бізнесу, дорожніх і плужних служб, переробки, пошуково-рятувальної служби та медичних центрів [9].

Просування туристичного продукту може здійснюватися в таких напрямках:

- рекламна кампанія;
- стимулювання збуту (продаж);
- персональні продажі;
- зв'язки з громадськістю.

У сфері туризму реклама є більш важливою, ніж в інших галузях. Така ситуація пов'язана з індивідуальними особливостями туристичних послуг (невідчутність, неможливість захисту, нерозривність виробництва і споживання).

Практично рекламу можна розділити на такі види:

- інформація;
- переконання;
- нагадування.

Інформаційна реклама інформує користувачів про нові відвідування для створення первинного інтересу.

Переконлива реклама впливає на свідомість людини, спонукаючи її до покупки.

Сповідання з нагадуванням призначене для нагадування користувачеві про наявність раніше відомого відвідування.

Стимулювання збуту в туризмі відноситься до короткострокових рекламних заходів, які заохочують збут і маркетинг.

Симулювання відбувається в трьох напрямках:

- заохочення працівників туристичних агентств;
- стимулювання діяльності бізнес-посередників;
- стимулювання клієнтів.

Заохочення співробітників компанії спрямоване на підвищення якості обслуговування, підвищення професійної кваліфікації та підвищення ефективності роботи.

Робота з другого напрямку спрямована на співробітників компаній-партнерів, на заохочення їх праці і, відповідно, на збільшення турпродажів основної компанії.

У зв'язку з високою пропозицією туристичного продукту особливу увагу слід приділяти заходам стимулювання збуту, спрямованих на клієнтів.

Багато компаній практикують зниження цін:

- знижки на бронювання турів у встановлений час;
- актуальні пропозиції продажу;
- знижки для окремих категорій покупців (діти, сімейні пари, молодята);
- бонусні пропозиції для постійних клієнтів;
- групові знижки.

В якості подарунків і сувенірів використовуються різноманітні канцелярські товари, брендові футболки, поліграфічна продукція і т. д.

Стимулювання збуту можна здійснювати, пропонуючи додаткові послуги за кілька днів до основної поїздки (наприклад, тур на 24 дні оплачується за 21 день, а 3 дні безкоштовні) або додаткові послуги (безкоштовний проїзд, екскурсія тощо).

Спілкування з громадськістю передбачає створення сприятливого іміджу туристичної компанії шляхом встановлення хороших відносин з різними державними та громадськими структурами [1].

На сучасному етапі, важливо використовувати також соціальні мережі, як інструмент просування.

П'ять способів просування екотуризму в соціальних мережах включають:

1. Заохочення до діалогу

Соціальна мережа – це платформа для спілкування людей і обговорення речей, які для них важливі.

Останнім часом туристичні компанії відчули значний позитивний вплив у своїй галузі через соціальні медіа, оскільки люди постійно шукають блоги про подорожі та соціальні мережі, щоб визначити місце для наступної подорожі.

Отже, як компанія, що займається екотуризмом, треба почати розмову про цей екологічний спосіб подорожі. Завдяки знанням і досвіду екотуризм просувається шляхом навчання людей кожному його аспекту, що залучить більше людей до цієї діяльності.

Наймання блогерів для написання текстів – це ще один спосіб підняти дискусію про екотуризм і просувати програму в добре читаних блогах про подорожі.

Також співпраця з людьми, які впливають на подорожі, щоб писати про екотуризм і просувати його в їхній мережі, заохочує до розмови на цю тему.

2. Створення стратегії контенту, орієнтованої на екотуризм

У соціальних мережах контент є важливим, однак, без належної стратегії екотуризму, вміст може не мати бажаного ефекту.

Тому, намагаючись просувати екотуристичний бізнес у соціальних мережах, слід створити стратегію контенту, яка відрізнятиме від звичайних туристичних компаній.

Контент повинен мати сильний емоційний посил і спонукати цільову аудиторію до дії.

Треба включити в стратегію електронні книги, інформаційні бюлетені, відео, зображення та публікації в блогах.

3. Використання інфографіки

Інфографіка визначається як інформація/дані, які використовують візуальні ілюстрації для пояснення або ілюстрації концепції.

Вона дозволяє глядачам легко зрозуміти концепції, які інакше було б дуже важко або неможливо зрозуміти.

Люди за своєю природою можуть засвоювати та обробляти дані, які

візуально представлені краще; тому інфографіка є чудовою технікою, яку маркетологи використовують для продажу товарів/послуг споживачам. Використання інфографіки для поширення екотуристичних місць відпочинку та заходів матиме значний вплив на екотуристичний бізнес.

Інфографіка повинна навчати про наслідки для навколишнього середовища та культури, наслідки вартості та будь-яку іншу інформацію, яку туристи повинні мати, щоб прийняти рішення про місце подорожі.

4. Створення активної спільноти екологічних мандрівників

Одна справа рекламувати комусь, хто нічого не знає про екотуризм, і зовсім інша справа освіченим еко-мандрівникам.

Створення активної соціальної спільноти людей, зацікавлених у інформованому та позитивному екологічному та культурному туризмі, допоможе в маркетингових просуваннях.

Створюючи цю спільноту мандрівників, надихаються почуття спільності, дружби, сім'ї, довіри, єдності, ексклюзивності та сприяє співпраці між членами цієї групи.

Ця спільнота надасть учасникам право голосу, щоб вони могли ділитися своїми потребами, очікуваннями, скаргами та консультувати один одного, таким чином даючи кожному члену групи ключові знання про світ екотуризму.

Ця спільнота еко-мандрівників стане великою перевагою, тому що вони не просто вірні послідовники та прихильники, але вони також запропонують компанію та поділяться своїм досвідом щодо екотуризму на своїх соціальних платформах, а також нададуть необхідні відгуки.

5. Оплата реклами в соціальних мережах

Це збільшить охоплення вмісту, гарантуючи, що більше людей побачать його і дізнаються про повідомлення. Практикуючи рекламні стратегії в соціальних мережах, можна розширити мережу підписників, а також налагодити стосунки з лояльними підписниками, що прямо чи опосередковано сприятиме розвитку екотуризму [19].

РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГОВА ПРОДУКТОВА ПОЛІТИКА НА РИНКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ІСЛАНДІЇ

2.1. Аналіз основних туристичних маршрутів

Незважаючи на швидкий розвиток за останнє десятиліття, Ісландія все ще залишається дуже малонаселеною країною. Від змієподібних фіордів на північному заході до димлячих вулканів і льодовиків, що розростаються на півдні.

Розглянемо основні з них:

1. Золоте коло

Це може бути синонімом масового туризму, але є вагома причина, чому Золоте кільце настільки популярне. Починаючи з Рейк'явіка, 155-мильну петлю можна з комфортом проїхати за один день, що дозволить повернутися готелю в столиці вчасно до вечері. Однак багато людей вирішують не поспішати, особливо тому, що на шляху є так багато пам'яток. Для багатьох найвизначнішими місцями є прекрасний національний парк Тінгвеллір, місце всесвітньо відомого лову форелі та місце для дайвінгу Сільфра, а також сенсаційний Гульфосс, або золотий водоспад, багатоярусний водоспад, який гримить у каньйон, стріляючи веселками, як феєрверки.

2. Вестфіордський шлях

Завдяки появі тунелю Dýrafjardargong тепер можна завершити коло Вестфіордів. Маршрут залишається досить заплутаним завдяки дивовижній топографії регіону, але тепер він набагато доступніший для дво- або триденної петлі. Досвід надзвичайно різноманітний для цієї малонаселеної місцевості, від купання під відкритим небом у гарячих джерелах до просто дивного Музею ісландського чаклунства.

3. Арктичний береговий шлях

Незважаючи на те, що Маршрут Арктичного узбережжя був охрещений лише у 2019 році, протягом десятиліть він був життєво важливою артерією для Північної Ісландії. Для туристів ідея полягає в тому, щоб почати або закінчити

в селі Hvammstangi і йти береговою лінією семи півостровів – кожен зі своїми особливостями та чарами – закінчуючись 560 милями пізніше в Vakkafljóður на сході країни.

4. Південний берег

Уздовж південного узбережжя Ісландії так багато визначних пам'яток, що за інтенсивністю руху воно поступається лише Золотому кільцю. Конкуренція неймовірно жорстка, але Скогафосс цілком може бути найкрасивішим водоспадом Ісландії. Продовжуючи рух на схід, фантастичний Йокульсарлон так само неможливо пропустити – це льодовикове озеро має айсберги, що дрейфують у море, наче флот кораблів-привидів, хоча деякі з них розпадаються перед цим, а їхні залишки вимиваються на Даймонд-Біч. В ідеалі знадобиться два дні, щоб дістатися до рибальського села Хефн з Рейк'явіка, а потім повернути назад або виїхати на Кільцеву дорогу.

5. Кільцева дорога

Це велика дорога навколо цілого народу. З практичної точки зору, більшість водіїв намагаються завершити це менш ніж за 10 днів. З огляду на південне узбережжя, а також Арктичний узбережжя та Золоте кільце, це також дає шанс відвідати Східну Ісландію, регіон, який досліджує небагато мандрівників [22].

6. Вестманнаейяр (Острови Вестман) – це група з 15 чудових островів і понад 30 великих скель, скель і шхер, розташованих за 70 кілометрів від південного узбережжя Ісландії.

Найбільший з островів, Хеймай, має населення приблизно 4100 осіб і є єдиним населеним островом усього архіпелагу. Тут також проживає найбільша колонія тупиків на планеті.

Хоча ці незаймані острови є одними з найбезпечніших і найспокійніших районів Північної Атлантики, їхня історія затьмарена жахливою катастрофою.

Вранці 23 січня 1973 року на островах Вестман сталося одне з найвідоміших вулканічних вивержень сучасності, коли після 5000 років спокою вулкан Елдфелл (Вогняна гора) спалахнув на Хеймаї, змусивши все населення

острова евакуювати на материк.

Протягом п'яти місяців вогонь і сірка знищили понад 300 будинків, а сотні інших були поховані під чорним попелом. А в липні 1973 року, коли переміщені остров'яни нарешті змогли повернутися додому, перед ними постало величезне й складне завдання очистити острів від попелу, відбудувати або розкопати незліченну кількість будинків.

Незважаючи на те, що події дивним чином забрали лише одне людське життя, виверження 1973 року залишається одним із найруйнівніших природних катаклізмів Ісландії. Острови Вестман – це сучасні Помпеї на півночі, де багато будинків залишилися недоторканими під купами вулканічного попелу.

7. Хеймай – єдиний населений острів у Вестманських островах, на якому є аеропорт. Фото з оглядового туру по Вестманським островам.

У екскурсії вулканом Вестманські острови з гідом провезуть з Рейк'явіка через південні береги Ісландії, де можна відвідати приморські села, перш ніж відправитися на поромі до Хеймаей. Там можна відвідати вулканічний кратер Елдфелл і помилуєтися чудовими краєвидами, а потім відвідати Ельдхаймар, музей, побудований на вершині розкопаного будинку, похованого в попелі 1973 року.

Подорожі на острів Вестман – чудовий спосіб провести день або два в Південній Ісландії.

8. Півострів Snæfellsnes на заході Ісландії часто називають «Ісландією в мініатюрі» через велику різноманітність геологічних чудес, які він містить. Насправді, одноденна екскурсія півостровом дозволить побачити та відчути багато з найпопулярніших природних місць Ісландії.

Оповитий таємницею, цей величний природний заповідник увінчаний великим льодовиком Snæfellsjökull, активним стратовулканом з висотою 1446 метрів.

Ті, хто чуйно ставиться до енергетичного світу, давно стверджували, що льодовик є центром великої та чистої динамічної сили, а деякі доходили до того, що стверджували, що він є одним із семи найважливіших центрів

космічної енергії на планеті.

У Snæfellsjökull це місце, де Жюль Верн знаменито розмістив вхід до земного ядра у своїй «Подорожі до центру Землі», а льодовик відіграє визначну роль у «Під льодовиком», неземному шедеврї ісландського лауреата Нобелівської премії Халдора Кільяна Лакссеса.

Скелі в Арнарстапі є одними з найдраматичніших на півострові Снайфеллснес.

Одноденна екскурсія Національним парком Снайфеллснес з гідом розпочинається біля коріння Снайфелсйокудла, де можна помилуватися мальовничими краєвидами перед тим, як вирушити до Ітрі Тунга, де можна відвідати одну з найбільших колоній тюленів Ісландії.

Після зустрічі з лінивими тюленими на пляжі з чорною галькою, екскурсія приведе до Арнарстапі та Гелнара, двох стародавніх рибальських форпостів, розташованих у прибережній зоні чудової краси.

Гелнар відомий своїми приголомшливими скелями, зокрема морською печерою Бадстофа, однією з найдивовижніших печер Ісландії, відомою своїм багатим птахів, дивним освітленням і барвистим інтер'єром.

Арнарстапі розташований біля коріння Стапафелла, палагонітової піраміди, вершина якої увінчана могутнім Fellskross (Гірським хрестом), стародавнім вікінгським символом божественної сили.

Протягом 17-го та 18-го століть, коли Ісландія перебувала під датським мандатом, Арнарстапі був жвавим портом, який обслуговував усе західне узбережжя, і багато будинків того періоду все ще можна знайти там, кожен з яких має унікальну історію.

Гавань все ще використовується, але сьогодні вона обслуговує не датських колонізаторів, а місцеві рибальські човни та прогулянкові судна.

Остання зупинка туру справді передає дух і красу Снайфеллснеса, де в оточенні струмочків і шепоту річок гора Кірк'юфелл піднімається з пишних зелених полів північного узбережжя півострова.

Подорож до Snæfellsnes – це подорож у світ різноманітності, який

виправдає очікування кожного, хто шукає найкраще, що може запропонувати Ісландія.

Гульфосс, найпопулярніший водоспад Ісландії, часто входить до 10 найкращих водоспадів світу . Дикий і широкий, Gullfoss реве на річці Hvítá двома ярусами, що впадають у великий 70-метровий каньйон Hvítá.

А в сонячні дні, коли веселка витончено згинається над водоспадом у приголомшливому зображенні, де спокій зустрічається з силою, можна легко зрозуміти, чому Гульфосс є найвідомішою природною пам'яткою Ісландії.

9. Заповідник Скафтафетль

Льодовикові гряди височіють над природним заповідником Скафтафетль.

Створений невинним двобоєм вогню та льоду, національний заповідник Скафтафелл на південному сході Ісландії втілює фантастично незвичайні пейзажі, яких немає в жодній точці світу.

Незаймані землі Скафтафелла – площею понад 4800 квадратних кілометрів – складаються з контрастних краєвидів, де могутні ріки прорізають велику чорну пустелю, яка огортає оазис березового лісу під язиком льодовика Свінафелльсьйокудль.

Skaftafellsjökull – один із язиків льодовиків у Скафтафеллі.

Відомий своїм м'яким кліматом, Скафтафетль довгий час був одним із найпопулярніших літніх напрямків Ісландії, де місцеві жителі та іноземці розбили свої намети в кемпінгу, який стежить за могутнім льодовиком Öraefajökull.

Місцеві послуги включають транспорт, харчування, проживання та екскурсії на язик льодовика, де досвідчені гіді ведуть своїх гостей через фантастичні поля темно-синіх тріщин і височезних льодових скульптур.

Скафтафелл має багато чудових льодовикових виходів.

Похід на льодовик у Скафтафетлі – це незабутній досвід, який, безумовно, стане родзинкою подорожі до одного з найвеличніших природних заповідників Ісландії, але від самого кемпінгу також ведуть численні пішохідні стежки до приголомшливих місць.

Відносно коротка та легка прогулянка приведе до Хундафосса, першого та найвищого з серії водоспадів на стежці, що веде до величного Свартіфосу, який витончено тече над великою чорною базальтовою скелею серед галявини березового лісу.

Скаффафелл також є ідеальним базовим табором для альпіністів, які прагнуть піднятися на найвищу вершину Ісландії Хваннадальшнукур, яка піднімається з вулканічного льодовика Орефайокутль на висоті 2110 метрів.

Приблизно за 60 кілометрів на схід від Скаффафелля титанічні айсберги спокійно плавають у Йокулсарлоні, чарівній блакитно-блакитній льодовиковій лагуні, де тюлені плавають навколо незліченних гір льоду, які регулярно відламуються від крижаної шапки льодовика Breiðamerkurjökull.

Йокульсарлон завжди вважався одним із найбільших природних чудес Ісландії, а нещодавно став найглибшим озером Ісландії; лагуна неухильно зростає відповідно до відступу льодовиків, розширюючи свої межі та глибини, які зараз досягли 248 метрів.

Тури Jökulsárlón приваблюють відвідувачів до південного сходу Ісландії протягом десятиліть і залишаються одним із найпопулярніших видів туристичної діяльності в Ісландії протягом року.

Влітку підземні ріки талої води прорізають Ватнайокудль – найбільший льодовик Ісландії, утворюючи величезну підземну мережу каналів із сапфірового льоду; і коли літня тала вода закінчиться, зимова країна чудес крижаних печер Ватнайокутль залишається відкритою.

Крижані печери – це рідкісне явище, а екскурсія по крижаній печері – це пригода, яка трапляється раз у житті, і вона обов'язково залишить надовго спогади.

Тури до Йокулсарлона відправляються зі Скаффафетла та Рейк'явіка, але вам слід забронювати популярний тур до крижаної печери заздалегідь, щоб не пропустити унікальну можливість дослідити нутрощі одного з найбільших льодовиків Європи [23].

2.2. Аналіз цінової політики конкурентів

Розглянемо цінову політику конкурентів на тури до Ісландії.

Опис туру від ТОВ «ІТЦ «Експедиція» представлено на рис. 2.1.

Великий тур навколо Ісландії

Золоте кільце Ісландії: Тінгвеллір + Гейзер + водоспад Гульфосс + Керид + Блакитна лагуна + Водоспад Сельяландфосс + Водоспад Скоугафосс + мис Дірхолаей + пляж з чорним піском + Національний парк Скафтафетль + льодовикова лагуна Йёкульсаурлоун + Хефн + мис Stokksnes + Деттіфосс + Міватн + Хверір + Гротаджа + Хверф'ядль + Скутустатажигар + Годифосс + Снайфедльснес + Водоспади Хрейнфоссар + півострів Снайфельнес + водоспад Глімур + Рейк'явік



Рис. 2.1. Опис туру від ТОВ «ІТЦ «Експедиція»

9 днів /8 ночей

Вартість туру: 1700 євро*

Доплата за одне проживання – 510 євро

Повну оплату туру в Ісландію необхідно сплатити за 4 місяці до початку туру, у зв'язку зі специфікою організації туру в цій країні.

У вартість туру входить:

У готелях сімейного типу, гестхаусах (комфорт на поверсі), будинках

Всі трансфери згідно програми

Українськомовний гід-водій

страхування

Квиток на Блакитне озеро

У вартість туру не входить:

Міжнародний рейс

Оформлення візи (при необхідності)

Харчування (є кухня)

Сафарі на китах і амфібія (за бажанням)

На рис. 2.2. представлено тур до Ісландії від «Бідняжка» тур-клуб.



Рис. 2.2. Тур до Ісландії від «Бідняжка» тур-клуб

Враховано

Проживання

Екскурсійний супровід

Усі екскурсії по програмі та супровід україномовного місцевого гіда під час усієї мандрівки

Організаційна підтримка до, під час подорожі

Трансфер

Страховий туристичний поліс

Додатково

Авіапереліт (переліт Варшава-Рейкьявік-Варшава) Орієнтовна вартість квитків 150€. Ціну уточнювати у організаторів!

Додатковий трансфер в аеропорт

Харчування

Вхідні квитки (по бажанню) – 25 євро в Secret Lagoon. 4 євро Кратер.

Тур в Ісландію від туристичної FLIXESS представлено на рис. 2.3.

ФІШКИ ТУРУ

- КИТОВЕ САФАРИ
- ПОЛЮВАННЯ НА АВРОРУ
- ДІАМАНТОВИЙ ПЛЯЖ
- ЧІЛЛ В ГОЛУБИЙ ЛАГУНИ
- ДОЛИНА ГЕЙЗЕРІВ
- НАЙПОТУЖНИШИЙ ВОДОСПАД ЄВРОПИ
- ПОХІД В ЛЬОВОДІЙ ПЕЧЕРІ

939€ ~~1199€~~

для тебе - 260 €



👁️ Цей тур переглянули більше 500 разів!

Локація: [Ісландія](#)

Проживання: Гестхаус, Готель

Тип туру: [Авторські тури](#), [Безвізові тури](#), [Групові тури](#), [Екскурсійні тури](#), [Оглядові тури](#), [Пригодницькі тури](#)

Туроператор: EUROTRIPS

Тривалість: 5 днів, необхідно уточнити наявність

🔍 [Поставити запитання](#)

[ПЕРЕВІРИТИ НАЯВНІСТЬ](#)

або

[Замовити дзвінок](#)

Рис. 2.3. Тур в Ісландію від туристичної FLIXESS

У вартість включено:

транспортне обслуговування за програмою

ночівлі за маршрутом;

трансфер з/до аеропорту (за умови прильоту рекомендованим рейсом);

супровід турлідера Eurotrips 24/7.

Не входить:

авіаквитки (орієнтовна вартість квитків туди-назад складає близько 200€.

Ми допоможемо тобі обрати найкращі квитки, просто скажи про це нашому менеджеру);

страховий поліс

харчування (до 200€)

особисті витрати;

факультативні екскурсії (за бажанням)

льодова печера - 150 € (за бажанням)

Blue lagoon - 85 € (за бажанням)

На рис. 2.4. представлено тур в Ісландію від «ФІНСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ТУРОПЕРАТОР»

ТУРИ В ІСЛАНДІЮ

<p>НОВИНКА!</p> 	<p>НОВИНКА!</p> 	<p>НЕАКТУАЛЬНИЙ</p> 
<p>Навколо Ісландії в мінігрупі</p>	<p>Тур півднем Ісландії в міні групі</p>	<p>Автотур Навколо Ісландії</p>
<p>2 715 EUR</p>	<p>1 481 EUR</p>	<p>1 200 EUR</p>
<p>🕒 8 днів</p>	<p>🕒 8 днів</p>	<p>🕒 8 днів</p>
<p>У вартість входить:</p>	<p>У вартість входить:</p>	<p>У вартість входить:</p>
<p>📷 😊 🛏 🚆 🍴</p>	<p>😊 🛏 🚆 🚗 🍴</p>	<p>😊 🛏 ✂ 🚗</p>

Рис. 2.4. Тур в Ісландію від «ФІНСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ТУРОПЕРАТОР»

Авторські тури в Ісландію представлено на рис. 2.5.

У вартість включено:

транспортне обслуговування за програмою

ночівлі за маршрутом;

трансфер з/до аеропорту (за умови прильоту рекомендованим рейсом);

супровід турлідера Eurotrips 24/7.

<p>8 днів · ПРИГОДИ, ДЛЯ ФОТОГРАФІВ</p> <p>Исландия на северное сияние 3-10 вер</p> <p>Олег ★★★★★ 5 відгуки</p> <p>\$1580 \$198 /день</p>	<p>8 днів · ПРИГОДИ, ЕКСПЕДИЦІЯ</p> <p>Там, где живут драконы (юг + запад) 5-12 сер</p> <p>Varva ★★★★★ 2 відгуки</p> <p>від \$1960 \$245 /день</p>	<p>8 днів · НА ТРЕЙЛЕРАХ, ПРИГОДИ</p> <p>ИСЛАНДИЯ на трейлерах лето 3-10 чер</p> <p>Boris ★★★★★ 34 відгуки</p> <p>від \$1520 \$190 /день</p>
---	--	--

Рис. 2.5. Авторські тури в Ісландію

За додаткову плату:

- авіаквитки (орієнтовна вартість квитків туди-назад складає близько 200€);
- страховий поліс
- харчування (до 200€)
- особисті витрати;
- факультативні екскурсії (за бажанням)
- льодова печера - 150 € (за бажанням)
- Blue lagoon - 85 € (за бажанням)

Згрупуємо ціни на тури в Ісландію від конкурентів на рис. 2.6.

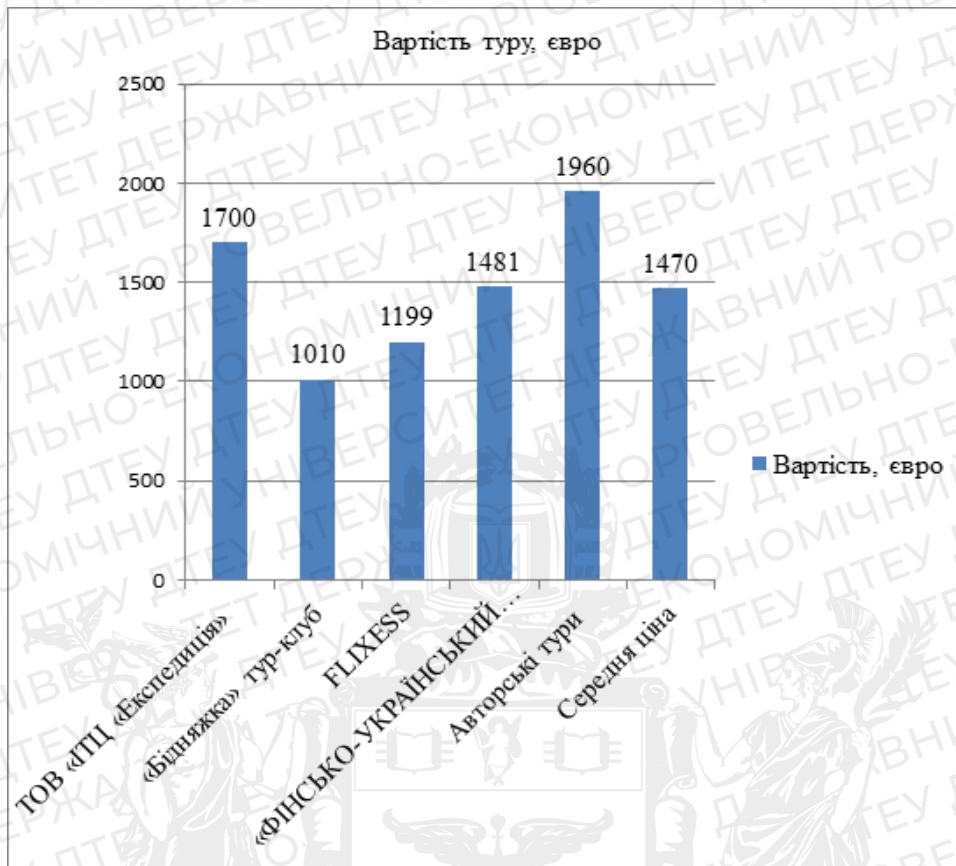


Рис. 2.6. Ціни на тури в Ісландію від конкурентів

Як бачимо, ціни у конкурентів досить різні – від 1960 до 1010 євро. Середня ціна на тур до Ісландії становить 1470 євро.

2.3. Опис елементів ресурсного забезпечення екологічного туру

Екологічний тур до Ісландії пропонується розробити наступним чином:

Назва: «Льодовикова лагуна Йокулсарлон і Південна Ісландія» – одноденна екскурсія з Рейк'явіка

Тривалість: 14 годин.

Південне узбережжя Ісландії – це справжня природна краса, оскільки вздовж узбережжя розташовані численні популярні пам'ятки. 380 км (236,12 миль) від Рейк'явіка – дивовижна родзинка; Льодовикова лагуна Йокулсарлон і навколишня країна чудес справді єдині в своєму роді.

Сила природи вирізала один із вихідних льодовиків із крижаної шапки Ватнайокутль, найбільшого в Ісландії та найоб'ємнішого льодовика Європи, і

утворила Йокулсарлон і Діамантовий пляж. Чорно-оксамитовий пісок пляжу всипаний великими та маленькими брилами льоду. Виникла в 1970-х роках льодовикова лагуна Йокулсарлон і її околиці стали символом чистої та постійно мінливої природи Ісландії.

По дорозі ми також зробимо кілька зупинок. Прихована перлина водоспад Stjórnarfoss, таємничий Seljalandsfoss – водоспад, за яким можна ходити; чарівне приморське містечко Вік, відоме своїм пляжем з чорним піском і домом для величних морських стеків Рейнісдрангар.

Програма нового екологічного туру по Ісландії представлена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Програма нового екологічного туру по Ісландії

Час	Зупинка
08:00	Початок екскурсії
08:20-9:30	Льодовикова лагуна Ф'ялларлон
11:30-12:30	Льодовикова лагуна Йокюльсарлон
12:50-13:20	Діамантовий пляж
13:30-13:50	Прогулянка на човні Jokulsarlon (за бажанням).
14:00-14:30	Обід
15:00-16:00	Лагуна Fjallsárlón.
16:30-17:30	Водоспад Стйорнарфосс.
18:30-20:00	Селище Вік із морськими стеками Рейнісдрангар, можливість зробити фото.
20:30-21:00	Вечеря
21:10-22:00	Водоспад Сельяландсфос та повернення трансфером до готелю

Цей 14-годинний денний тур наповнений вражаючими пам'ятками та мальовничими пейзажами, що робить подорож незабутньою. Це також один із найбільш розповсюджених одноденних турів в Ісландії.

Основні моменти:

1. Льодовикова лагуна Йокюльсарлон.
2. Діамантовий пляж.
3. Прогулянка на човні Jokulsarlon (за бажанням).
4. Лагуна Fjallsárlón.

5. Водоспад Стьорнарфосс.
6. Селище Вік із морськими стеками Рейнісдрангар, можливість зробити фото.

7. Водоспад Сельяландсфосс.

Маршрут

Одноденний тур розпочнеться зі швидкого та ефективного трансферу.

Вирушаючи до Південної Ісландії через маршрут можна очікувати побачити знакові пейзажі з обох боків: льодовики зі сріблястими вершинами, низовини з чорним піском, зарослі мохом поля лави та блискучий Атлантичний океан, що сяє вдалині. Південне узбережжя Ісландії сповнене драматичних сцен (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Південне узбережжя Ісландії

Льодовикова лагуна Ф'ялларлон (рис. 2.8).

Перед тим, як дістатися до Йокулсарлона, планується зупинка біля льодовикової лагуни Ф'ялларлон, менш відвідуваного, але абсолютно приголомшливого місця в національному парку Ватнайокутль. Тут можна насолоджуватися неймовірними красвидами на льодовикову лагуну

Ф'яллсарлон і язык льодовика Ватнайокутль.

Незважаючи на те, що Ф'яллсарлон не такий відомий, як льодовикова лагуна Jökulsárlón, насправді є фаворитом місцевих жителів, оскільки любителі активного відпочинку люблять кататися на байдарках або кататися на човні зодіаку по його безтурботному озеру, серед айсбергів, розташованих набагато ближче до льодовика. Зубчастий лід льодовика та його незліченні ущелини утворюють незабутній льодовий ландшафт.

Після кількох годин їзди буде досягнуто першого пункту призначення, льодовикової лагуни Йокулсарлон, яку називають перлиною Ісландії. Він розташований поблизу національного парку Ватнайокутль, приблизно за 380 км (236,12 миль) від Рейк'явіка.



Рис. 2.8. Льодовикова лагуна Ф'яллсарлон

Йокулсарлон (рис. 2.9) популярний своєю приголомшливою красою та зовнішнім виглядом, який постійно змінюється. Це також надихнуло багатьох кінематографістів надати своїм роботам унікальності. Тут знімали фільми про Джеймса Бонда «Померти в інший день» і «Погляд на вбивство», а також «Лара Крофт: Розкрадача гробниць», «Бетмен: початок» і «Сіверян».



Рис. 2.9. Льодовикова лагуна Йокулсарлон

Йокулсарлон утворений льодовиковим язиком Брейдармеркурйокудль, одним із вихідних льодовиків із найбільшої крижаної шапки Ісландії Ватнайокутль. У 1970-х роках відступаючий льодовик залишив біля узбережжя величезний ставок, який з часом став найглибшим озером Ісландії.

Ще одна особливість, яку ви помітите в льодовиковій лагуні, – це плаваючі айсберги, які світяться різними відтінками синього. Деякі з них навіть мають коричневі смуги через осад попелу від вулканічних вивержень десятиліть тому.

Після того, як айсберг відділяється від льодовика, вони котяться, перекидаються та дрейфують навколо лагуни, змушуючи їх часто змінювати кольори, форми та вигляд. Згодом вони розпадаються на більш дрібні шматки і вимиваються в море. Дивитися на це просто захоплює дух.

Літо – чудова пора для дослідження лагуни, оскільки ви можете приєднатися до прогулянки на човні, щоб поплисти серед айсбергів, що є додатковим додатковим засобом. Побачити плаваючі айсберги зблизька надзвичайно незабутньо. У Йокулсарлоні також є яскрава дика природа. Полярні крячки гніздяться неподалік, чудові тюлені плавають або відпочивають на айсбергах, ви можете відчути найчистіший елемент природи Ісландії.

Діамантовий пляж



Рис. 2.10. Діамантовий пляж

Поруч із льодовиковою лагуною Йокулсарлон знаходиться Даймонд-Біч. Він відноситься до пляжу з чорним піском по обидва боки берега лагуни, як продовження величезної льодовикової рівнини Брейдармеркурйокудль.

Айсберги, які відкололися від язика льодовика, блукають у лагуну, перш ніж їх викидає на берег. Деякі все ще величезні та блакитні, деякі крихітні та кришталеві, ці шматочки льодовика розсипаються на чорному піщаному пляжі, утворюючи приємний для ока контраст. Справді унікальний досвід.

Можна відчувати спокій, прогулюючись на свіжому морському повітрі, і, можливо, навіть трохи грайливості від тюленів, які граються в прибої.

Після того, як ви відвідаєте лагуну та пляж, ми повернемося до столиці вздовж південного узбережжя, зупиняючись біля кількох знакових пам'яток на нашому шляху.

Водоспад Стйорнарфосс

Дивовижні пам'ятки продовжують з'являтися, оскільки ми все більше досліджуємо південне узбережжя Ісландії. Можна зробити невеликий обхід, щоб побачити привабливе, але маловідоме диво природи, водоспад Стйорнарфосс. Це настійно рекомендована пам'ятка для маршруту поїздки по Кільцевій дорозі, тому слід продемонструвати цю незвичайну визначну пам'ятку.



Рис. 2.11. Водоспад Стйорнарфосс

Каскад водоспаду Стйорнарфосс падає у два етапи, обидва висотою близько 15 метрів (49,21 футів). Нижня крапля падає на куполоподібну скелю у вигляді приємної для ока симетрії. Фотогенічний водоспад приваблює багатьох фотографів своїм унікальним виглядом. Стйорнарфосс витікає з долини, створюючи таємничу атмосферу.

Село Вік і морські стеки Рейнісдрангар

Чарівне приморське село Вік-і-Мірдал є невеликим, лише з 300 жителями, але наповненим дивовижними природними чудесами як найпівденніше село Ісландії. Тут є кілька магазинів і сувенірних магазинів із чудовими варіантами для відвідувачів, щоб відновити сили та купити сувеніри.

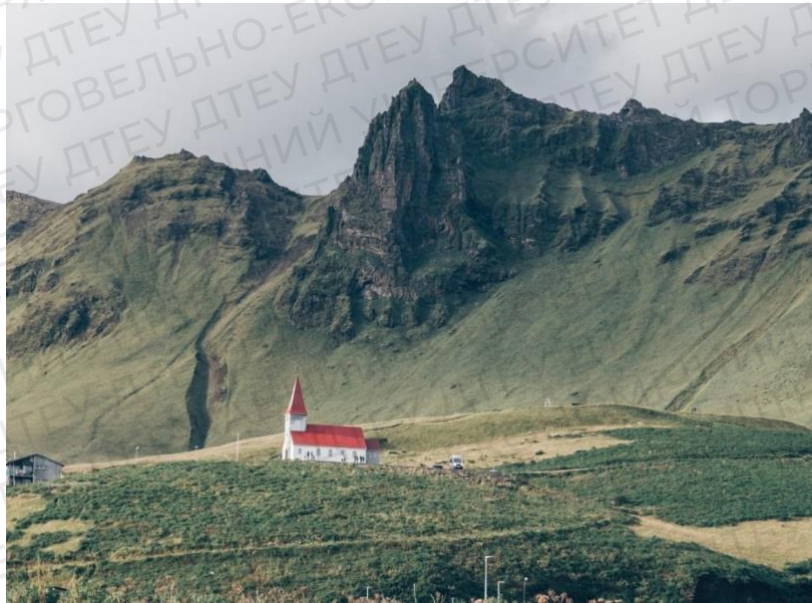


Рис. 2.12. Село Вік і морські стеки Рейнісдрангар

Унікальна природа дарує Віку яскраві барви влітку. Пляж з чорним піском у Віку є найпопулярнішим місцем за його різноманітні краєвиди та чудові скульптурні морські стоги. Усе це допомагає втілити уяву відвідувачів, завдяки шуму важких припливів, які хлюпають і створюють мрійливий, туманний світ.

Можна скористатись зупинкою у Віку, щоб сфотографувати чудовий морський сток Рейнісдрангур на відстані.

Водоспад Сельяландсфосс

Водоспад Сельяландсфосс, один із найвідоміших і найпопулярніших водоспадів Ісландії, живиться талими льодовиковими водами відомого/сумнозвісного льодовикового вулкана Ейяф'ятлайокутль. Падаючи з 60-метрової скелі, Сельяландсфосс готує особливий сюрприз.



Рис. 2.13. Водоспад Сельяландсфосс

Коли дозволяють умови, відвідувачі можуть прогулятися за каскадом і оглянути всю територію з-за водоспаду, щоб отримати вражаючий панорамний вид.

Після відвідування водоспаду дорога до столиці займає близько двох годин.

Що включено

Професійний гід

Безкоштовний Wi-Fi

Приймання та висадка

Їжа та напої

Що потрібно взяти з собою

Теплий, водо- та вітронепроникний одяг завжди стане в нагоді в Ісландії.

Усі квитки є електронними, тому їх не потрібно роздруковувати.

Важлива інформація

30-хвилинну поїздку на човні по Льодовиковій лагуні можна придбати у гіда в автобусі. Квитки коштують 50 євро для дітей віком від 13 років, 25 євро ISK для дітей віком 6-12 років і безкоштовні для дітей до 5 років.

Їжа та напої не включені, але їх можна придбати в дорозі, є час, виділений на обід.

Тривалість екскурсії 14 годин.

Загальний маршрут туру до Ісландії представлено на рис. 2.14.



Рис. 2.14. Загальний маршрут туру до Ісландії

Розрахунок вартості туру представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Розрахунок вартості туру

№	Вид послуги	Ціна в €	Ціна в УАН
1.	Транспортні послуги :		
	Пасажирські перевезення	63,02	2500
2.	Послуги харчування		
	Обід	8,82	350
	Вечеря	10,58	420
3.	Екскурсійне обслуговування:		
	Оплата послуг гіда	37,81	1500
4.	Страховий поліс	70,58	2800
5.	Накладні витрати		
	Собівартість туру:	190,82	7570
	Прибуток туристичного підприємства (20%):	38,16	1514

Податок на прибуток (18%)	34,35	1362,6
Податок на додану вартість (20%)	38,16	1514
Всього вартість туру:	301,50	11961

Як бачимо, вартість туру на одну особу становить 301,50 євро (11961 грн.).

2.4. Методи просування туру на території України

Сьогодні мандрівникам не потрібно покладатися на рекомендації друзів і родини, щоб знайти ідеальний туристичний пакет. Їм також не потрібно покладатися на те, щоб турагент бронював для них тури. У них є багато варіантів на вибір (конкуренти) і безліч технологічних інструментів (наприклад, Google), які допоможуть їм визначити та забронювати ідеальну подорож.

Крім того, мандрівники можуть купувати спонтанно, але вони також можуть витратити досить багато часу між рішенням подорожувати та бронюванням туристичного пакету. Насправді, згідно з Think with Google, мандрівник може мати більше сотні взаємодій з брендами, досліджуючи свою подорож.

11 порад, як продавати більше турів:

По-перше, щоб отримати онлайн-бронювання, потрібно отримати систему бронювання, щоб автоматизувати процеси та почати продавати свої тури онлайн. Можна спробувати Regiondo, провідну в Європі систему бронювання, розроблену для оптимізації туристичного бізнесу.

Створити привабливий туристичний пакет

Щоб ефективно рекламувати та продавати свої туристичні пакети, потрібно створити чудовий туристичний пакет – такий, який сподобається цільовій аудиторії. Чудовий туристичний пакет насправді є основою для стратегії просування та продажу: потрібен хороший продукт, який може продавати себе сам.

Як створити чудовий туристичний пакет? Спершу дізнайтеся свою

аудиторію.

Перше, що потрібно зробити, розробляючи будь-який туристичний пакет, це з'ясувати, кому ви продаєте. Ви орієнтуєтеся на сім'ю чи мілленіалів? Ці дві групи мають різні ідеї та мрії про подорожі.

Також слід подумати, яким типам мандрівників ви б хотіли задовольнити: високого класу, середнього доходу чи бюджету?

Дослідження Bing показало, що термін «дешева сімейна відпустка» є найпопулярнішим терміном для людей, які шукають ідеї сімейного відпочинку. Отже, якщо ви націлюєтеся на сімейних мандрівників, вашою ідеальною аудиторією можуть бути жінки віком 35–48 років, які шукають недорогі варіанти. Потім ви повинні розробити свої туристичні пакети відповідно, щоб вони звернулися безпосередньо до цієї аудиторії.

Будь-який маркетинг, який роблять для своїх туристичних пакетів, має бути якомога чіткішим. Будь-який користувач, який прокручує сайт, соціальні мережі або будь-де, де є інформація, що стосується туристичного пакету, повинен мати можливість швидко зрозуміти унікальну перевагу.

Персоналізувати свої повідомлення

Клієнт – король, і він повинен відчувати себе таким під час кожної взаємодії.

Якщо ви хочете зробити свій туристичний бізнес перевагою, ви повинні надавати персоналізований контент: від персоналізованих електронних листів до цільових повідомлень. Загальні електронні листи більше не працюють. Насправді вони можуть завдати більше шкоди, ніж користі, оскільки передають повідомлення про те, що ви просто націлені на кількість і не повністю розумієте свою аудиторію.

Було б набагато краще надсилати цільові повідомлення на основі досвіду, який цікавить конкретного клієнта. Але як ви можете знати індивідуальні вподобання кожного у вашій аудиторії?

Ви можете додати згоду на файли cookie на своєму веб-сайті та використовувати маркетингові інструменти для відстеження своєї аудиторії за

кількома каналами. За допомогою цих даних відстеження ви можете надсилати персоналізовані повідомлення з рекомендаціями, які підходять конкретним клієнтам.

Одним із перших кроків у просуванні та продажу турпакетів є переконатися, що веб-сайт оптимізовано для продажу цього турпродукту та він здатний приймати онлайн-бронювання. По правді кажучи, веб-сайт може бути найбільшим каналом розповсюдження.

Окрім веб-сайту, важливо, щоб у була вся ключова інформація про туристичний пакет, на передній і центральній частині сайту. Користувач повинен мати легкий доступ до цієї інформації та зрозуміти, про що йде мова. Вони також повинні мати можливість миттєво забронювати онлайн, якщо вирішать, що це ваш тур.

Безкоштовний SEO греjder – перевагою є те, що не потрібно сидіти за комп'ютером чи телефоном 24 години на добу: можна приймати замовлення цілодобово (з усього світу, заздалегідь і за короткий термін), оновлювати свій асортимент у реальному часі. часу, а також отримати більше бронювань (оскільки веб-сайт є вітриною магазину).

Наступним кроком є переконатися, що веб-сайт оптимізований для мобільних пристроїв, тобто користувач може робити все, що він може робити на веб-сайті для комп'ютера, так само легко на мобільному сайті.

Щоб підкреслити, наскільки важливо, щоб сайт був зручним для мобільних пристроїв, нещодавнє дослідження Google показало, що 45 відсотків користувачів смартфонів зручно досліджують, планують та бронюють всю свою подорож за допомогою мобільного пристрою.

Дослідження Think with Google показало, що люди перемикаються між настільними комп'ютерами та мобільними пристроями для певних дій. Зокрема, вони виявили, що більшість (46 відсотків) мандрівників, які досліджують подорожі на мобільному пристрої, прийняли остаточне рішення про покупку на мобільному пристрої, але використали інший пристрій для завершення бронювання.

Think with Google також повідомляє, що більше третини користувачів смартфонів мають негативне враження про компанію, якщо мобільний досвід працює повільно. Швидкість – не єдина проблема – користувачів смартфонів дратує заплутаний мобільний сайт.

Усе це означає, що мобільний сайт має мати просту функцію пошуку, зрозумілу, але привабливу мову, а процес бронювання має бути безпроблемним. В ідеалі взаємодія з користувачем має бути однаковою на всіх пристроях.

Відео – чудовий спосіб залучити та надихнути потенційних мандрівників. Можна спеціально використовувати відео, щоб допомогти мандрівникам краще уявити себе в певному місці та з пропозицією туру. Оскільки відео є надзвичайно візуальним і емоційним засобом, можна легше надихнути потенційних мандрівників забронювати досвід, який продається.

Дійсно, відео дає їм візуальне інтерактивне уявлення про те, яким буде досвід. Особливо, якщо мова йде про екстремальний тур або активний відпочинок.

Розміщуючи чудові відеоролики на YouTube можна пред'явити їх перед більшою аудиторією. Можна опублікувати набір інформаційних відео про різні тури та заходи або путівники, які розповідають про те, чим зайнятися в певному місці. Обов'язково додати посилання на веб-сайт і будь-які облікові записи соціальних мереж, щоб глядач міг зв'язатися або залишатися на зв'язку.

Є кілька причин, чому соціальні медіа є ключовими в будь-якій маркетинговій стратегії туризму. Перший полягає в тому, що сьогодні в соціальних мережах користуються майже 3 мільярди людей – фактично вся аудиторія та не тільки.

Мандрівники сьогодні виходять в Інтернет, щоб провести дослідження про туристичні напрямки та тури. Вони також значною мірою залежать від відгуків, особливо від експертів, які зібрані на соціальних туристичних сайтах, таких як TripAdvisor.

Люди нишпорять по платформах соціальних мереж у пошуках схваленого

колегами натхнення для подорожей. Вони мають доступ до фотографій подорожей, оглядів тощо в соціальних мережах. Цей вміст дає їм певне уявлення про те, що може запропонувати ваш тур, і чи він ідеальний для них. Повернемося до нашої головної думки: соціальні мережі значною мірою впливають на рішення про покупку.

Ось чому важливо мати активну присутність на всіх сайтах соціальних мереж, де може бути ваша аудиторія. Від Instagram до Pinterest – визначте платформи, якими користується ваша цільова аудиторія, і створіть свіжий та цікавий вміст.

Інфлюенсери подорожей – це люди, які можуть рекламувати напрямки, заходи та бізнес, використовуючи свій вплив у соціальних мережах. Вони співпрацюють із брендами, щоб переглянути їхні продукти або поділитися загальним досвідом щодо певного бренду, намагаючись залучити свою аудиторію до цього бренду. Бренди, по суті, наймають людей, які впливають на подорожі, щоб привернути увагу або збільшити продажі певних продуктів.

Однак перш ніж прийняти рішення про партнерство з інфлюенсером, слід повинні пам'ятати, що зовнішність може бути оманливою. Наявність великої кількості підписників або великого веб-трафіку не робить когось впливовим. Скоріше шукайте когось, хто проактивний і здатний надихнути своїх послідовників на дії.

З будь-яким маркетинговим планом потрібно знати свою аналітику зсередини [20].

Створюючи націлену рекламу туру у рамках маркетингової кампанії, дуже важливо знати цільову аудиторію.

Однак ця інформація важлива не лише для того, щоб вибрати аудиторію для кампанії. Більше, ніж просто вразити потрібну аудиторію, важливо вразити її значущим повідомленням і правильним вмістом.

Добре знати стать, вік і дохід (за можливості) своєї аудиторії (рис. 2.16).

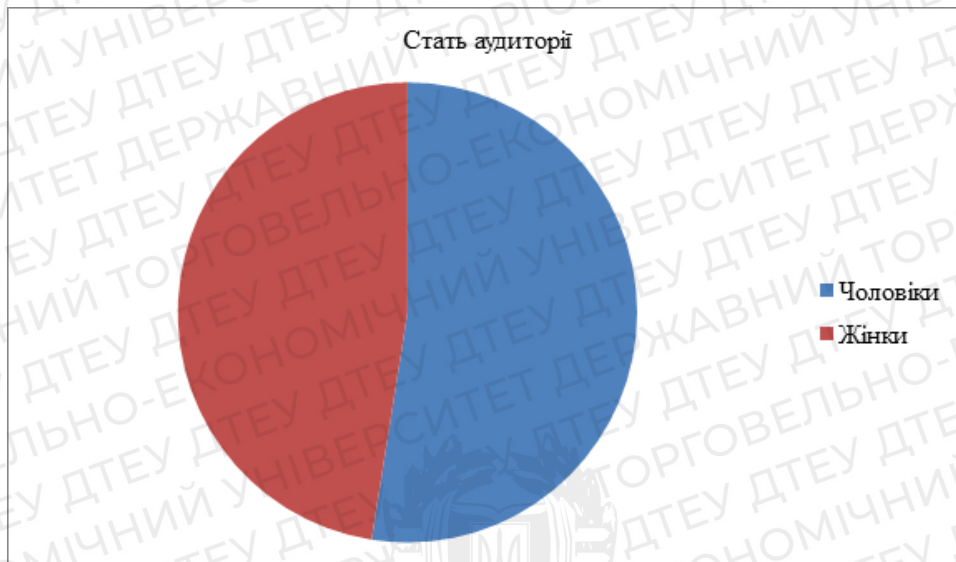


Рис. 2.16. Вік та стать аудиторії

Ісландія майже однаково популярна серед жінок і чоловіків. Серед відвідувачів 52% чоловіків і 47,8% жінок. Середній вік респондента становить 37,3 років, а більшість відвідувачів, які взяли участь, належать до вікової групи від 25 до 34 років.

У 2022 році загальна завантаженість номерів по країні склала 72,1% у цілорічних готелях, причому 62% – гості зі США, Великобританії, Ісландії та Німеччини.

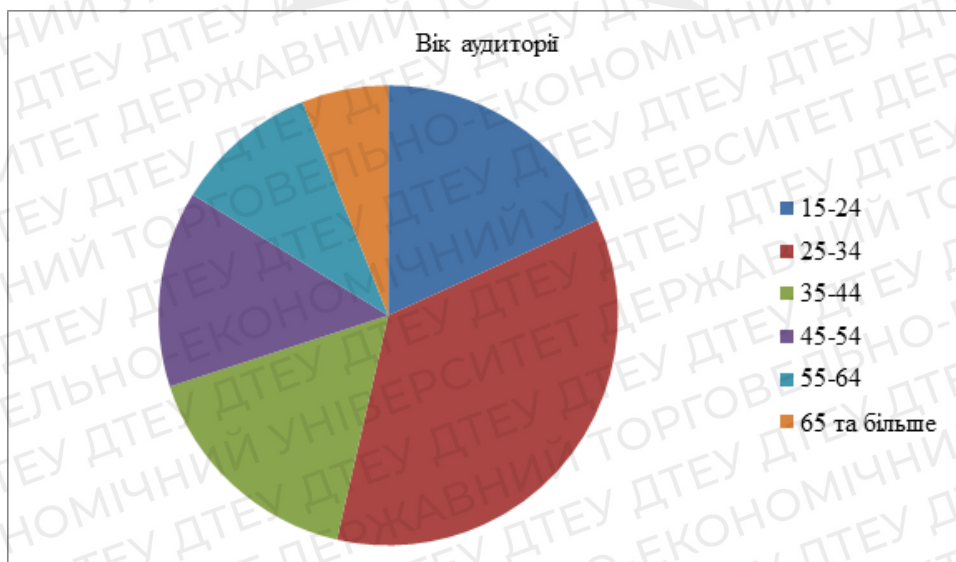


Рис. 2.16. Вік та стать аудиторії в сегментах туристичного ринку, 2022р.

За рівнем популярності, крім готелів і пансіонатів, переважними формами розміщення є орендоване приватне житло, кемпінги та молодіжні хостели.

Проте останні кілька років попит на таке житло стабільний.

Яка мотивація туристів для відвідування Ісландії?

До подорожі більше всього спонукає природа Ісландії.

Інші люди ідуть через пригоди, щоб відчувати щось нове або тому, що це місце є незапланованим. Дуже високий відсоток також вказує на інтерес до скандинавського регіону та бажання провести відпочинок на природі. Нарешті, значна частина респондентів вибирає Ісландію, оскільки вважають, що це безпечне місце та екологічне.

Усі ці загальні мотиватори можуть стати основою для чудового блогу.

Які медіа/платформи використовують туристи для організації та бронювання своїх подорожей?

Для організації поїздки до Ісландії використовувалися численні засоби масової інформації. Багато хто використовував веб-сайти авіакомпаній, сайти бронювання, такі як Booking.com і Hotels.com, державні туристичні сайти та загальні пошукові системи в Інтернеті.

Після прибуття в Ісландію ситуація трохи змінюється. Їх основними каналами для пошуку інформації, бронювання послуг і організації подорожі є громадські туристичні веб-сайти, туристичні книги, книги про Ісландію, інформаційні центри та технологія GPS.

Основою просування туру є веб-сайт з привабливими зображеннями, посиланнями та контактами.

В середньому туристу знадобилося близько шести місяців від моменту, коли вони вперше задумали приїхати в Ісландію, до реалізації плану.

Це корисна інформація для визначення ідеальної тривалості маркетингової кампанії. Перше, що можна налаштувати тривалість відображення медійних оголошень протягом зазначеного періоду.

Програмне забезпечення для подорожей із інтегрованим модулем спостереження допоможе автоматично інформувати потенційних мандрівників і залучати їх, залежно від різних дій.

Як рекламувати туристичний напрямок, щоб збільшити трафік

відвідувачів.

1. Визначити своїх найкращих потенційних відвідувачів, щоб оптимізувати перегляд реклами

Найважливішим аспектом розробки виграшної маркетингової стратегії є справді знати, хто відвідувачі та звідки вони прибули, щоб відвідати туристичне місце. Багато туристичних напрямків використовують мобільні дані GPS для визначення демографічних і психографічних даних про відвідувачів. Окрім демографічних змінних, таких як вік, рівень доходу та стать, ця аналітика розкриває характеристики способу життя (також звані психографічними) потенційних відвідувачів. Щоб отримати цю інформацію, дослідники зазвичай використовують дані транзакцій кредитної картки або дані мобільного GPS у поєднанні з характеристиками споживачів на рівні домогосподарства.

Після завершення дослідження дають зрозуміти, як оновити свої маркетингові стратегії, щоб краще націлюватися на типи відвідувачів, які з більшою ймовірністю відвідають ваш пункт призначення, і основні ринки відправлення для маркетингових зусиль вашого пункту призначення.

2. Пристосувати свої маркетингові зусилля до типу мандрівника

Як відомо більшості маркетологів, існує багато різних типів людей, які зацікавлені вашими продуктами чи послугами. Це не інакше в індустрії туризму. Міленіали та люди похилого віку, ймовірно, прагнутимуть робити зовсім інші речі, коли прийдуть у ваш регіон. Визначте ваші ключові сегменти відвідувачів і будьте креативні, коли придумаете нові ідеї для угод або пропозицій, які будуть привабливі для кожного цільового ринку.

Універсальний підхід не дасть найкращих результатів, тому маркетингові зусилля потрібно буде відповідним чином адаптувати.

3. Збільшити вплив, співпрацюючи з впливовими особами

Інфлюенсерський маркетинг стає великою стратегією для брендів у туристичній індустрії. І це тому, що це працює. Інфлюенсери – це люди, які мають відданих прихильників для своїх власних брендів. Ці люди, як правило,

блогери, ютубери, користувачі TikTok та Instagram. Оскільки впливові особи мають дуже зацікавлену аудиторію, конференц-бюро та туристичні бюро та маркетингові організації звертаються до них, щоб створити контент про їхні готелі, туристичні пам'ятки та інші цікаві місця.

Щоб розпочати маркетингову стратегію впливу, варто провести дослідження щодо впливових осіб, які вже публікують вміст про галузь.

Для співпраці щодо рекламування туру в Ісландію обрано Дмитра Комарова (рис. 2.17).



Рис. 2.17. Інфлюенсер для просування туру в Інстаграм

Для співпраці щодо рекламування туру в Ісландію обрано також Антона Птушкіна (рис. 2.18).



Рис. 2.18. Інфлюенсер для просування туру на YouTube

4. Створення відео про місця призначення, які приваблюють потрібних туристів

Загальновідомо, що відео є одним із найпопулярніших способів отримання інформації.

Деякі додаткові ідеї відео включають місцевих жителів, які розповідають про їхні улюблені місця, де можна пообідати, зробити покупки та дослідити; поради щодо пересування по місту; де найкращі можливості для фото; і більше. Вони стануть природним підходом для спільного використання в соціальних мережах і додадуть гарне поєднання фотографій і відео до вашої стрічки.

Незалежно від поточної маркетингової стратегії, ніколи не пізно отримати більше інформації про попередніх відвідувачів, а також покращити свій підхід до залучення нових відвідувачів. Використовуючи аналітику відвідувачів і впроваджуючи тенденції туристичного маркетингу, можна посилити свою стратегію та обійти конкурентів [21].

ВИСНОВКИ

Отже, екотуризм – це перш за все екологічне виховання. Цілі екотуризму можуть бути різними: знайомство, обмін досвідом, проведення часу з однодумцями, потреба в пошуку нових знань і почуттів, потреба вираження екологічно збалансованого існування тощо.

Екотуризм – це туризм, орієнтований на природу та освіту, який має на меті бути екологічно, економічно, соціально та культурно сталим.

Екотуризм зазвичай має такі характеристики:

6. Чутливе ставлення до місцевих культур і біорізноманіття та цінування їх;
7. Підтримка місцевих зусиль щодо збереження біорізноманіття;
8. Сталі вигоди для місцевих громад;
9. Місцева участь у прийнятті рішень;
10. Освітні компоненти як для мандрівника, так і для місцевих громад.

Ісландія є одним з провідних туристичних напрямків і приваблює мандрівників з усього світу. До пандемії коронавірусу туристів із США в Ісландії було більше, ніж власних громадян.

Однак так було не завжди – ще років десять тому ніхто б не розглядав цю країну як цікавий варіант для подорожей.

Природа Ісландії є родзинкою всієї країни. На острові є блискучі льодовикові лагуни, бурлячі гарячі джерела та потужні водоспади, які щосезону освітлюються або північним сяйвом, або опівнічним сонцем.

З її незліченними природними чудесами легко зрозуміти, чому Ісландія стала одним із найкращих місць для подорожей у світі.

Ісландія рясніє екологічними враженнями, гостинними громадами та природними чудесами, які гарантують, що подорож запам'ятується назавжди.

Деякі з найбільш стійких вражень в Ісландії, включають:

1. Кінні тури.

2. Піші екскурсії Ісландією – чудовий спосіб познайомитися з новими людьми, дізнатися про місцевість і, можливо, навіть знайти смачні страви в місцевій їдальні.

Більшість іноземних відвідувачів приїжджають з метою туризму, а подорожі для зустрічей і конференцій (які в офіційній статистиці класифікуються як туризм) займають відносно невелику частку ринку.

Незаймана природа є однією з головних визначних пам'яток. Дійсно, близько 80% іноземних відвідувачів приваблюють такі природні пам'ятки, як гейзери, або перспективи незайманих ландшафтів і дикої природи.

Інші важливі фактори, які приваблюють туристів, включають ісландську культуру та історію. Відносно низька вартість авіаперельоту до Ісландії та з Ісландії та можливість зробити зупинку також є важливими факторами.

Незважаючи на швидкий розвиток за останнє десятиліття, Ісландія все ще залишається дуже малонаселеною країною. Від змієподібних фіордів на північному заході до димлячих вулканів і льодовиків, що розростаються на півдні.

Розглянемо основні з них:

1. Золоте коло.
2. Вестфіордський шлях.
3. Арктичний береговий шлях.
4. Південний берег.
5. Кільцева дорога.
6. Вестманнаейяр (Острови Вестман).
7. Хеймай – єдиний населений острів у Вестманських островах, на якому є аеропорт. Фото з оглядового туру по Вестманським островам.
8. Півострів Snæfellsnes на заході Ісландії часто називають «Ісландією в мініатюрі» через велику різноманітність геологічних чудес, які він містить. Насправді, одноденна екскурсія півостровом дозволить побачити та відчути багато з найпопулярніших природних місць Ісландії.

Розглянемо цінову політику конкурентів на тури до Ісландії.

Ціни у конкурентів досить різні – від 1960 до 1010 євро. Середня ціна на тур до Ісландії становить 1470 євро.

Екологічний тур до Ісландії пропонується розробити наступним чином:

Назва: «Льодовикова лагуна Йокулсарлон і Південна Ісландія» – одноденна екскурсія з Рейк'явіка

Тривалість: 14 годин.

Південне узбережжя Ісландії – це справжня природна краса, оскільки вздовж узбережжя розташовані численні популярні пам'ятки. 380 км (236,12 миль) від Рейк'явіка – дивовижна родзинка; Льодовикова лагуна Йокулсарлон і навколишня країна чудес справді єдині в своєму роді.

Сила природи вирізала один із вихідних льодовиків із крижаної шапки Ватнайокутль, найбільшого в Ісландії та найоб'ємнішого льодовика Європи, і утворила Йокулсарлон і Діамантовий пляж. Чорно-оксамитовий пісок пляжу всипаний великими та маленькими брилами льоду. Виникла в 1970-х роках льодовикова лагуна Йокулсарлон і її околиці стали символом чистої та постійно мінливої природи Ісландії.

По дорозі ми також зробимо кілька зупинок. Прихована перлина водоспад Stjórnarfoss , таємничий Seljalandsfoss - водоспад, за яким можна ходити; чарівне приморське містечко Вік , відоме своїм пляжем з чорним піском і домом для величних морських стеків Рейнісдрангар .

Цей 14-годинний денний тур наповнений вражаючими пам'ятками та мальовничими пейзажами, що робить подорож незабутньою. Це також один із найбільш розповсюджених одноденних турів в Ісландії.

Основні моменти:

1. Льодовикова лагуна Йокульсарлон.
2. Діамантовий пляж.
3. Прогулянка на човні Jokulsarlon (за бажанням).
4. Лагуна Fjallsárlón.
5. Водоспад Стйорнарфосс.
6. Селище Вік із морськими стеками Рейнісдрангар, можливість зробити

фото.

7. Водоспад Сельяландсфосс.

Вартість туру на одну особу становить 555 євро (22500 грн.).

Сьогодні мандрівникам не потрібно покладатися на рекомендації друзів і родини, щоб знайти ідеальний туристичний пакет. Їм також не потрібно покладатися на те, щоб турагент бронював для них тури. У них є багато варіантів на вибір (конкуренти) і безліч технологічних інструментів (наприклад, Google), які допоможуть їм визначити та забронювати ідеальну подорож.

По-перше, щоб отримати онлайн-бронювання, потрібно отримати систему бронювання, щоб автоматизувати процеси та почати продавати свої тури онлайн. Можна спробувати Regiondo, провідну в Європі систему бронювання, розроблену для оптимізації туристичного бізнесу.

Щоб ефективно рекламувати та продавати свої туристичні пакети, потрібно створити чудовий туристичний пакет – такий, який сподобається цільовій аудиторії. Чудовий туристичний пакет насправді є основою для стратегії просування та продажу: потрібен хороший продукт, який може продавати себе сам.

Створюючи націлену рекламу туру у рамках маркетингової кампанії, дуже важливо знати цільову аудиторію.

Однак ця інформація важлива не лише для того, щоб вибрати аудиторію для кампанії. Більше, ніж просто вразити потрібну аудиторію, важливо вразити її значущим повідомленням і правильним вмістом.

Ісландія майже однаково популярна серед жінок і чоловіків. Серед відвідувачів 52% чоловіків і 47,8% жінок. Середній вік респондента становить 37,3 років, а більшість відвідувачів, які взяли участь, належать до вікової групи від 25 до 34 років.

У 2022 році загальна завантаженість номерів по країні склала 72,1% у цілорічних готелях, причому 62% – гості зі США, Великобританії, Ісландії та Німеччини.

За рівнем популярності, крім готелів і пансіонатів, переважними формами

розміщення є орендоване приватне житло, кемпінги та молодіжні хостели. Проте останні кілька років попит на таке житло стабільний.

Яка мотивація туристів для відвідування Ісландії?

До подорожі більше всього спонукає природа Ісландії.

Як рекламувати туристичний напрямок, щоб збільшити трафік відвідувачів.

1. Визначити своїх найкращих потенційних відвідувачів, щоб оптимізувати перегляд реклами
2. Пристосувати свої маркетингові зусилля до типу мандрівника
3. Збільшити вплив, співпрацюючи з впливовими особами

Для співпраці щодо рекламування туру в Ісландію обрано Дмитра Комарова та Антона Птушкіна.

Загальновідомо, що відео є одним із найпопулярніших способів отримання інформації.

Деякі додаткові ідеї відео включають місцевих жителів, які розповідають про їхні улюблені місця, де можна пообідати, зробити покупки та дослідити; поради щодо пересування по місту; де найкращі можливості для фото; і більше. Вони стануть природним підходом для спільного використання в соціальних мережах і додадуть гарне поєднання фотографій і відео до стрічки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко О. С. Організація туристичної діяльності: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний економічний університет, 2022, 144 с.
2. Божанова В. Ю. Теоретико-методологічні підходи та практичні рекомендації формування та функціонування екологічного туризму як цілісної системи. *Економічний простір*. № 149, 2019. С. 18–26.
3. Відповідальний туризм: Ісландія. URL: <https://www.gorgany.com/pro/yak-yurby-turystiv-zminyuyut-islandiyu/> (дата звернення: 05.02.2023).
4. Гуменюк Л. М. Екологічний туризм в контексті сталого розвитку. URL: https://docs.academia.vn.ua/bitstream/handle/123456789/564/%D0%93%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8E%D0%BA_.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 05.02.2023).
5. Ісландське туристичне диво: як країна приваблює мандрівників. URL: <https://bazilik.media/islandske-turystychne-dyvo-iaak-kraina-pryvabliuie-mandrivnykiv/> (дата звернення: 05.02.2023).
6. Лесік М. А. Формування та розвиток інфраструктури екологічного туризму. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*, №24 (2020), С. 100–106.
7. Підтримка природного туризму в Ісландії. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/eco_surveys-isl-2017-5-en/index.html?itemId=/content/component/eco_surveys-isl-2017-5-en (дата звернення: 05.02.2023).
8. Сталий туризм в Ісландії. URL: https://guidetoiceland-is.translate.google.com/history-culture/sustainable-tourism-in-iceland?x_tr_sl=en&x_tr_tl=uk&x_tr_hl=ru&x_tr_pto=wapp (дата звернення: 05.02.2023).

9. 4 ways to plan your sustainable trip to iceland: the basics. URL: <https://localguide.is/4-ways-to-plan-your-sustainable-trip-to-iceland-the-basics/> (дата звернення: 05.02.2023).
10. Environment. URL: <https://www.iceland.is/the-big-picture/nature-environment/environment> (дата звернення: 05.02.2023).
11. Gaston A. J. Arctic Ocean Islands. Encyclopedia of the World's Biomes. URL: 2020. PP. 83–100.
12. Higham J., Lück M. Ecotourism: Pondering the paradoxes. Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon, 2007. PP. 117–135.
13. Mbaiwa J. E. (2017). Poverty or riches: who benefits from the booming tourism industry in Botswana? Journal of Contemporary African Studies. №35(1). PP. 93–112.
14. Sustainable Experiences and Ecotourism in Iceland. URL: <https://www.icelandcarrental.is/explore-iceland/sustainable-experiences-and-ecotourism-in-iceland> (дата звернення: 05.02.2023).
15. The Purpose of Ecotourism. URL: <https://www.see-manatees.com/blog/2022/01/the-purpose-of-ecotourism> (дата звернення: 05.02.2023).
16. The top eight natural wonders of Iceland. URL: <https://adventures.com/blog/iceland-nature-wonders/> (дата звернення: 05.02.2023).
17. Top Natural Wonders In Iceland To Photograph. URL: <https://www.discover-the-world.com/blog/15-natural-wonders-in-iceland-for-photographers/> (дата звернення: 05.02.2023).
18. Violante Martínez Quintana Eco-Cultural Tourism: Sustainable Development and Promotion of Natural and Cultural Heritage. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/73374> (дата звернення: 05.02.2023).
19. How To Promote Your Ecotourism On Social Networks. URL: <https://ecobnb.com/blog/2020/01/ecotourism-social-networks/> (дата звернення: 05.02.2023).

20. 11 Ways to Promote Your Tours for Maximum Sales. URL: <https://pro.regiondo.com/blog/how-to-promote-tour-packages/> (дата звернення: 10.05.2023).

21. 5 Tips on How to Market a Tourist Destination. URL: <https://www.buxtonco.com/blog/5-tips-on-how-to-market-a-tourist-destination> (дата звернення: 10.05.2023).

22. Five of the best road trips in Iceland. URL: <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2021/08/five-of-the-best-road-trips-in-iceland> (дата звернення: 10.05.2023).

23. Top 5 Destinations in Iceland. URL: <https://guidetoiceland.is/best-of-iceland/top-5-destinations-in-iceland> (дата звернення: 10.05.2023).

