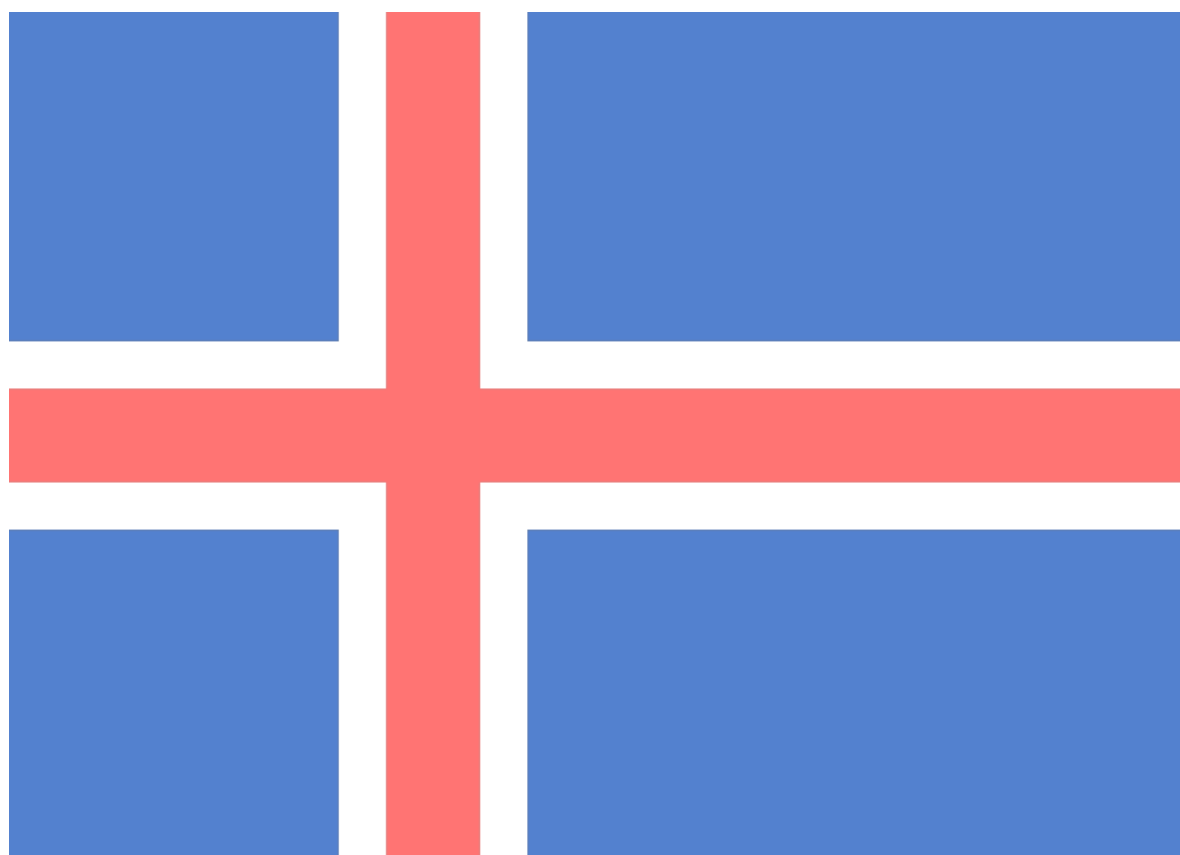
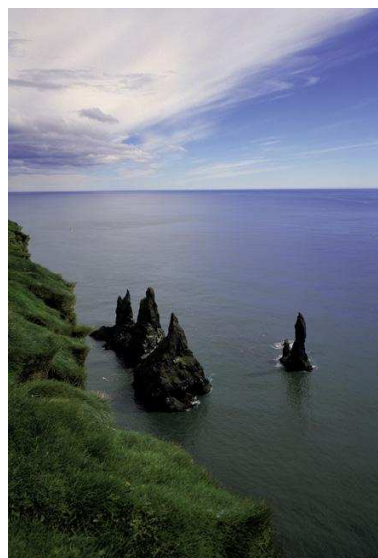
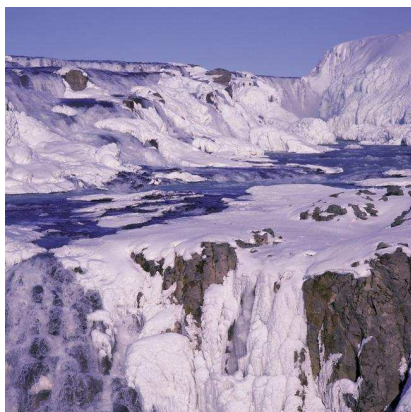


ISLANDIA i jej rynek turystyczny



Radosław Kulig
Hotelarstwo

Spis treści

Informacje ogólne	3
Położenie i transfer	4
Transport lokalny	5
Gospodarka	5
Przyjazdy turystów (motywy, profile turystów)	6
Atrakcje turystyczne	8
Rodzaje przyjazdów	8
Wydatki turystów	9
Baza noclegowa	9
Źródła informacji turystycznej o Islandii	12
Promocja i organizacja turystyki	12
Ciekawostki	13
Wnioski	13
Bibliografia	15

Informacje ogólne

Islandia to państwo położone w Europie Północnej, na jednej głównej wyspie i kilku mniejszych (najbardziej znany jest archipelag Vestmannaeyjar), w północnej części Oceanu Atlantyckiego. Najwyższym punktem jest Hvannadalshnjúkur, który wznosi się na wysokość 2119m n.p.m. Islandia jest centrum erupcji wulkanicznych, których w przeciągu ostatnich 200 lat było aż 30. Nauczono się wykorzystywać pokłady gorącej wody do ogrzewania domów oraz górskich rzek do produkcji energii elektrycznej.

Długość linii brzegowej: 4988 km

Islandia została zaludniona w IX wieku przez Nordyckich osadników. Zajmuje 103 miejsce na świecie pod względem powierzchni całkowitej, która wynosi 103500km², natomiast pod względem zaludnienia Islandia klasyfikuje się na 177 miejscu na świecie – liczba mieszkańców wg danych z 1 kwietnia 2008 roku osiągnęła 316252. Średnia długość życia jest najwyższa na świecie i wynosi odpowiednio, dla kobiet 81,3 a dla mężczyzn 76,4 lat.

Od 17 czerwca 1944 Islandia jest republiką ze stolicą w Reykjavíku (184tys. mieszkańców, razem z obrzeżami). Językiem urzędowym jest islandzki. 90% mieszkańców kraju deklaruje wyznawanie luteranizmu. Walutą Islandii jest Korona Islandzka (100ISK = 2.97PLN wg danych NBP z dnia 4 maja 2008r). Wskaźnik urbanizacji jest bardzo wysoki i wynosi 90% ludności gdyż za miasta uznaje się już osiedla powyżej 300 mieszkańców.

Liczba miast: 30

Liczba osiedli: 94

Gęstość zaludnienia wynosi 3,1 os. na km².

Ludność zamieszkuje głównie obrzeża wyspy, gdyż aż 11% wyspy jest objęta zlodowaceniem (głównie w środkowej części wyspy).

Jako że Islandia była odizolowana od Europy znajduje się tam bardzo mała liczba imigrantów. Najliczniejszą mniejszością narodową są Polacy, których liczba waha się od 7 do 12 tysięcy

Ustrój polityczny: - republika konstytucyjna

Władza ustawodawcza: jednoizbowy parlament (Althing).

Zasiada w nim 63 parlamentarzystów, wybieranych co 4 lata w wyborach bezpośrednich, które przebiegają według ordynacji proporcjonalnej (52 mandaty rozdzielane są w okręgach wyborczych, a 11 to mandaty wyrównawcze. Czynne i bierne prawo wyborcze przysługuje obywatelom Islandii powyżej 18 roku życia. W Islandii obowiązuje zakaz łączenia mandatu parlamentarnego i sprawowania funkcji członka rządu.

Władza wykonawcza: prezydent i rząd

Obecnym prezydentem Islandii od roku 1996 jest Ólafur Ragnar Grímsson.

Podział administracyjny: 23 okręgi, 12 gmin



Godło Islandii



Rys 1. Mapa Islandii

Położenie i transfer

Wyspa usytuowana jest na Północnym Atlantyku, oddalona o 950km od Norwegii, 330km od Grenlandii i 450km od wysp Owczych. Te odległości sprawiają, że dostęp do wyspy jest bardzo utrudniony.

Najwygodniejszym środkiem transportu do Islandii jest samolot. Znajduje się tam 14 lotnisk, z czego najważniejsze znajdują się w: Keflavík, Reykjavík, Akureyri i Egilsstaðir. Drugą opcją jest droga morska. Promy linii Smyril Line wypływają z Hanstholm w Danii, Tórshavn na Wyspach Owczych, Scrabster w Szkocji oraz Bergen w Norwegii.

356 tys. turystów przylatuje do Islandii samolotem lądując w międzynarodowym porcie lotniczym w Keflavík (50km na południowy-zachód od Reykjavíku). Tylko 56tys. turystów wybiera transport morski.

Przybliżony czas lotu niektórych miast:

Londyn – Reykjavík	3 godz.
Kopenhaga - Reykjavík	3 godz. 10 min.
Frankfurt – Reykjavík	3 godz. 35 min.
Paryż - Reykjavík	3 godz. 25 min.
Amsterdam - Reykjavík	3 godz. 10 min.
Nowy Jork - Reykjavík	5 godz. 30 min.

Iceland Express, Icelandair i SAS to linie lotnicze, które oferują loty z większości miast Europejskich oraz z Północnej Ameryki w trakcie całego roku.

Transport lokalny

Większość górskich dróg w centrum wyspy oraz część autostrad nie posiada powierzchni asfaltowej i jest pokryta żwirem. Są one wąskie, tak samo jak mosty, często przeznaczone tylko na jedno auto, oraz bardzo kręte. Większość górskich dróg jest zamkniętych na okres zimy i są dopiero otwierane początkiem czerwca, lub nawet później. Powodem jest oczywiście nieutwardzona nawierzchnia. Wybierając się w głąb wyspy radzi się dobierać samochody z napędem na 4 koła i wcześniej sprawdzić stan drogi w informacji turystycznej bądź w biurze Administracji Dróg Publicznych.

Całkowita długość dróg na Islandii wynosi 12.378 km (w tym głównych 4.279 km, utwardzonych 3.964 km, miejskich: 2.349km, górskich: 1.786km). Ograniczenie prędkości w terenie zabudowanym wynosi 50km/h, na żwirowych nawierzchniach poza miastem 80km/h, a na asfaltowych autostradach 90km/h.

AIR ICELAND dysponuje regularnym planem lotów z Reykjavíku do większości lokalnych portów lotniczych we wszystkich częściach wyspy. We współpracy z kilkoma firmami zajmującymi się transportem autokarowym Air Iceland jest w stanie zaproponować lotniczo/autokarowe połączenie do około 40 miast na całej wyspie.

Jeżeli chodzi o transport pomiędzy otaczającymi wyspami i fiordami to jest to możliwe dzięki bardzo dobrze rozwiniętej sieci połączeń promowych, które są dodatkową atrakcją dla turystów przyjezdnych w trakcie okresu letniego.

Bardzo rozwinięty jest także transport autobusowy docierający do większości terenów, nawet górskich. Bilety można zakupić zarówno na stacji jak i u kierowcy. Dzieci do lat 4 podróżują za darmo, natomiast w przedziale wiekowym od 4 do 11 lat, za pół ceny.

Istnieją także wypożyczalnie samochodów osobowych/rodzinnych/terenowych. Można je zarezerwować przez wypożyczalnię, linię lotniczą lub bezpośrednio na lotnisku po przylocie na wyspę. Wiodącymi firmami są tu Hertz Car Rental oraz National Car Rental / Bílaleiga Akureyrar.

Gospodarka

Gospodarka Islandii oparta jest głównie na rybołówstwie oraz przetwórstwie ryb. Obecnie w tym sektorze zatrudnione jest niewiele poniżej 10% społeczeństwa. Turystyka natomiast stanowi najprężniej rozwijający się sektor w obliczu zwiększającego się popytu na turystykę aktywną i „zieloną”.

Islandia jest członkiem Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA - European Free Trade Association), oraz Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EEC European Economic Community)

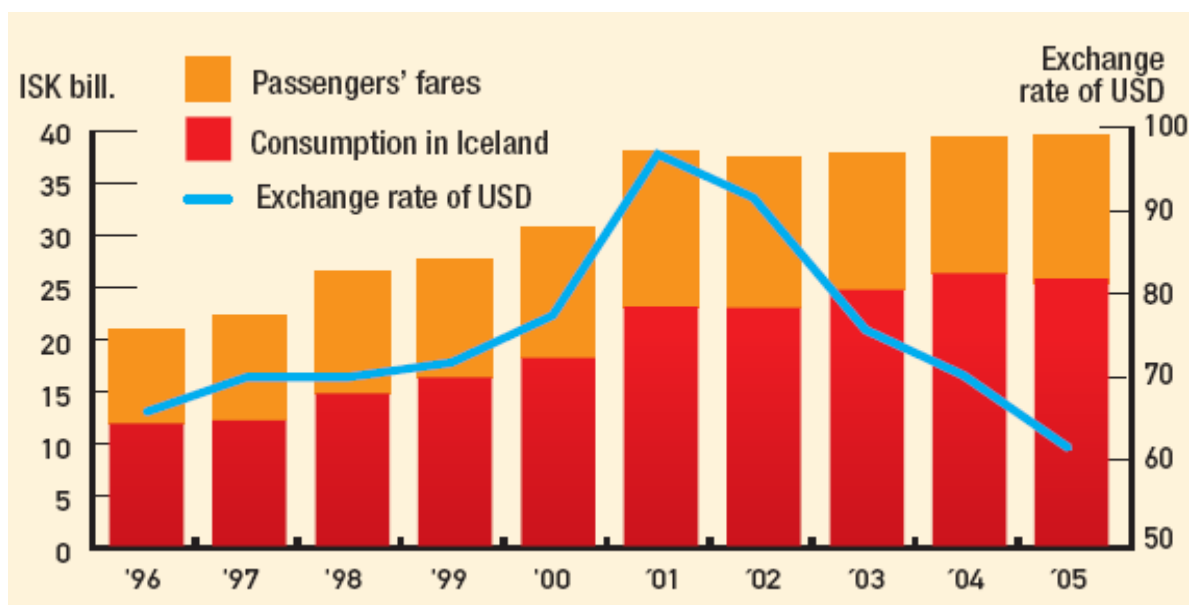
Turystyka w Islandii generuje:

- 40mld ISK – jest to wzrost o 30,5% w stosunku do roku 2000.
- 4,5% PNB (2004)
- 7,0% PKB (2004) => 60.7mld ISK lub 770.7mln USD
- 33,618 ofert pracy w 2004 (20,8%)
- Całkowite inwestycje turystyczne stanowiły w 2004 roku 18,1% wszystkich inwestycji

Prognozy:

Przy obecnym rozwoju do roku 2014 turystyka będzie generować:

- Udział turystyki w PKB ma wzrosnąć do 98.7mld ISK lub 1,168.1mln USD.
- 37,541 ofert pracy (21.4%)
- Popyt na turystykę ma wzrastać co roku o 3,6% do roku 2014.
- Inwestycje turystyczne w 2014 roku będą stanowiły 18,5% wszystkich inwestycji.



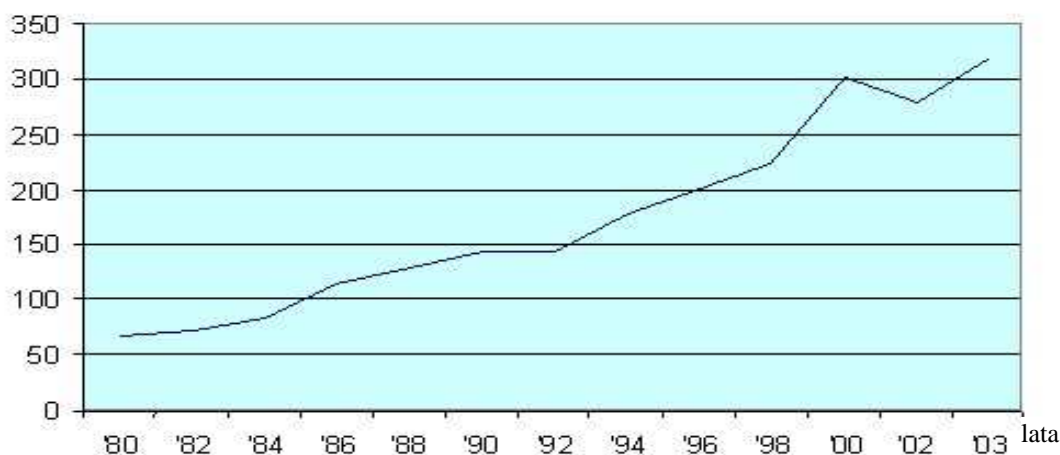
Wykres 1. Całkowite zyski z turystyki w Islandii od 1996 roku.

Powyższy wykres przedstawia poziom zarobków na turystyce w Islandii od 1996. Islandia notuje powolny, aczkolwiek systematyczny wzrost zarobków na turystyce i według prognoz ma dalej wzrastać. Wzrost zysków od 2000 roku do 2005 wyniósł aż 30,5% i ma dalej rosnać.

Przyjazdy turystów

Islandia uchodzi za jedną z najdroższych destynacji w Europie. Do Islandii przyjeżdża około 370 tys. turystów. Przez ostatnie dziesięć lat notuje się systematyczny wzrost liczby turystów. Jak widać na wykresie wydarzenia z września 2001 roku wpłynęły również negatywnie na turystykę w Islandii powodując nieznaczne załamanie rynku. Było to spowodowane tym, że blisko 95% turystów dostaje się do Islandii transportem powietrznym. Jednak biorąc pod uwagę ostatnią dekadę Islandia odnotowuje wzrost liczby turystów o średnio 7,2% na rok.

Turyści w tys.



Wykres 2. Przedstawienie liczby turystów przyjeżdżających do Islandii w latach 1980-2003

Nacje najchętniej odwiedzające Islandię:

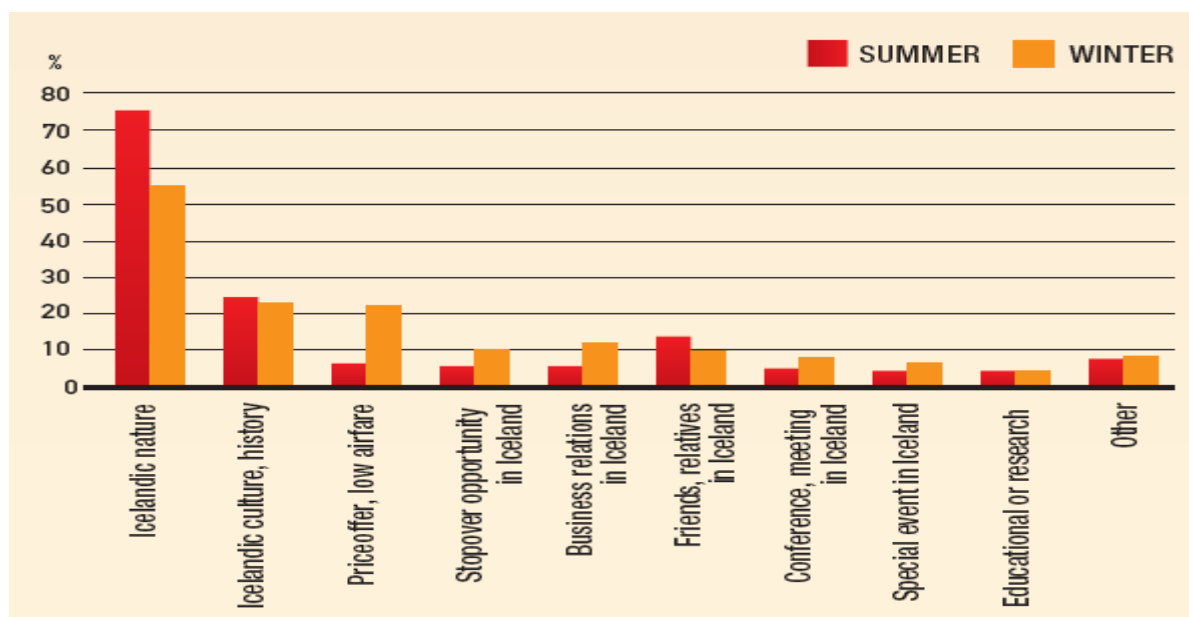
<u>Kraj</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>
Narody nordyckie	96,706	95,007
USA, Kanada	51,847	57697
Niemcy	40651	38981
Wielka Brytania	60204	58217
Holandia	11396	11557
Francja	22179	20621
Szwajcaria	21482	6552
Hiszpania	5612	6379
Japonia	6525	6081
Włochy	9863	9307
Inne	44444	53832
<u>Razem</u>	<u>356392</u>	<u>364231</u>

Jak widać z powyższych danych Islandia jest odwiedzana przez kraje zamożne o wysokim poziomie PKB w przeliczeniu na jednego mieszkańca.

Od roku 1996 Islandzka Organizacja Turystyczna ankietuje turystów. W 2004 i 2005 ankietę wypełniło 5600 turystów. 92% z nich określiło swoją sytuację materialną jako dobrą lub bardzo dobrą. Najliczniejszą grupą zawodową odwiedzających Islandię byli fachowcy (34,7%). Dalej uplasowali się menadżerowie (16,7%), studenci (10,9%) oraz emeryci (10,8%). Średnia wieku ankietowanych turystów wyniosła 43,9 lat.

Większość turystów przybywa do Islandii w celu kontemplacji natury (75%). Islandia posiada ogromną liczbę gejzerów, które są największą atrakcją turystyczną. Na bazie gorących, mineralnych źródeł powstało wiele uzdrowisk głównie w rejonie Reykjavíku. Dziedzictwo kulturowe (25%) jest również istotnym motywem przyjazdu turystów jako że Islandczycy są potomkami Wikingów przybyłych głównie z Norwegii.

79,2% turystów przejeżdżających do Islandii przybywa tam w celu odpoczynku, w ramach wakacji. Sprawy biznesowe przyciągają do kraju 14,7% natomiast odwiedziny krewnych i znajomych 7,6%. W ostatnim wskaźniku istotną rolę odgrywają Polacy, gdyż są oni najliczniejszą mniejszością narodową na wyspie (ich liczba szacowana jest od 7 do 12 tys.).



Wykres3. Motywy przyjazdów turystów do Islandii.

Zdecydowana większość turystów przyjeżdżających do Islandii organizuje sobie wyjazd indywidualnie - 60%. Turystów, którzy wykupują gotowy pakiet usług jest 27%. Pozostali łączą powyższe formy i dokupują u lokalnych touroperatorów dodatkowe pakiety usług jak wycieczki bądź różnorodne formy turystyki aktywnej.

		ZIMA	LATO
Wyjazdy indywidualne	Cena biletu	46,300 ISK	64,600 ISK
	Wydatki w Islandii	46,200 ISK	98,000 ISK
	Dzienne wydatki	11,300 ISK	11,600 ISK
Wyjazdy zorganizowane	Cena pakietu usług	77,200 ISK	164,400 ISK
	Wydatki w Islandii	32,800 ISK	45,600 ISK
	Dzienne wydatki	9,100 ISK	6,200 ISK

Tabl. Porównanie przeciętnych wydatków turystów indywidualnych oraz pakietów usług

Jak widać z powyższej tabeli, w sezonie letnim zdecydowanie taniej jest zorganizować wyjazd indywidualnie. Tak duże różnice są spowodowane wysokim marżami narzucanymi przez biura podróży do ekskluzywnych destynacji jaką jest Islandia. Natomiast w czasie sezonu niskiego turyści przebywają w Islandii średnio 5 dni i zostawiają przez to mniej pieniędzy.

W obu formach wyjazdu można zauważyć, że w sezonie letnim turyści wydają dużo więcej pieniędzy. Spowodowane jest to większą dostępnością atrakcji turystycznych oraz dwukrotnie dłuższym czasem pobytu (10,4 dnia).

Atrakcje turystyczne

Turyści przyjeżdżający do Islandii są głównie zainteresowani rekreacją na łonie natury. Według szacunków Islandzkiej Organizacji Turystycznej obecnie na terenie Islandii działa 109 biur podróży oraz 120 touroperatorów.

Powstało wiele biur i ośrodków organizujących różne atrakcje:

- 15 organizujących poszukiwania/oglądanie wielorybów
- 4 organizujące poszukiwania/oglądanie ptaków
- 55 oferujących klientom przejażdżkę konną,
- 6 organizujących spływy rzeką górską
- 38 oferujących wyprawy górskie
- 23 biur oferujących przejażdżki jeepem
- 12 biur oferujących przejażdżki snowmobilem
- 25 biur oferujących dzienne wycieczki
- 13 ośrodków umożliwiających jazdę na nartach
- 4 oferujące wyprawy rowerowe
- 22 organizujące wyprawy wędkarskie
- 6 organizujących wyprawy na polowania
- 12 organizujących wyprawy kajakowe

-118 miejsc w których można skorzystać z basenu

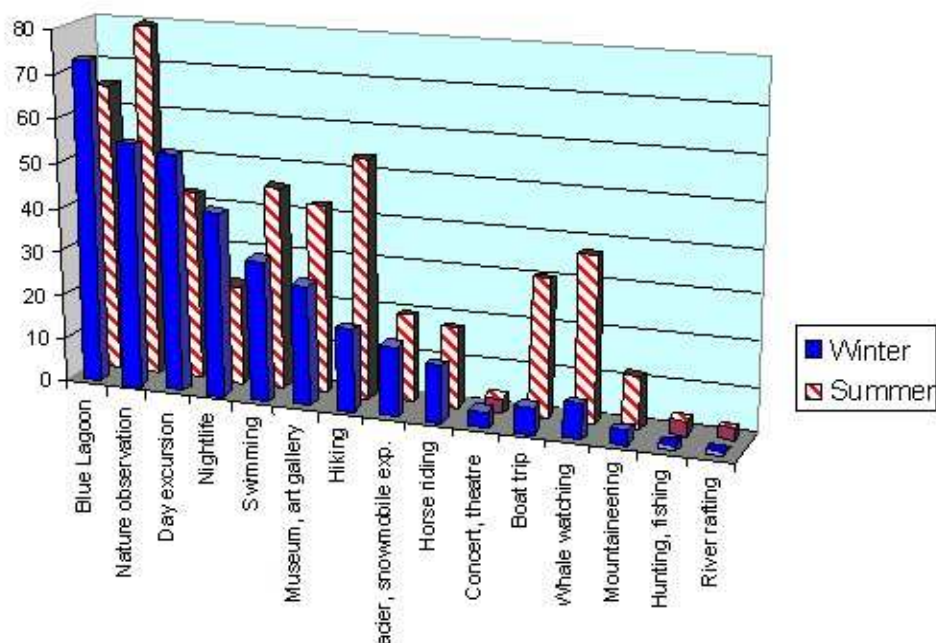
Dodatkowo w całej Islandii działa aż 118 basenów geotermalnych.

Niedawno powstałymi atrakcjami są: 36 dołkowe lodowe pole golfowe, oraz jetboating.

Islandia organizuje 3 duże festiwale muzyczne: Iceland Airwaves Festiwal, Reykjavik Jazz Festiwal oraz Aldrei For Eg Sudur Rock Festiwal. Oprócz tego jest wielkim ośrodkiem kulturalnym oraz laureatem wielu prestiżowych nagród z dziedziny filmu.

W roku 2000 Reykjavik został Europejskim Miastem Kultury.

Poniższy wykres ukazuje najpopularniejsze atrakcje turystyczne w Islandii w wyszczególnieniu na lato i zimę. Blue Lagoon jest najważniejszą atrakcją Islandii, oglądana przez 70% wszystkich turystów niezależnie od poru roku. Latem do najpopularniejszych atrakcji należy obserwacja przyrody oraz różne formy turystyki aktywnej, które są oferowane na wyspie. Zimą natomiast największą rolę po kontemplacji natury odgrywa życie nocne oraz jednodniowe, zorganizowane wycieczki. Układ taki spowodowany jest faktem, że aż 60% wszystkich turystów organizuje sobie indywidualnie pobyt, a zimą uprawianie turystyki wiąże się z większym ryzykiem. Tłumaczy to podejmowanie innych aktywności przez turystów przyjeżdżających zimą.



Wykres 4. Najpopularniejsze atrakcje turystyczne w Islandii.

Wydatki turystów

Wydatki na jedną osobę zostały oszacowane w 2005 roku na poziomie 820EUR. Tak wysoką kwotę pozostawianą na wyspie przez jednego turystę należy tłumaczyć relatywnie długim pobytem na wyspie. Wynosi on 10,4 dnia w lato oraz 5 dni w zimę. Długi czas pobytu warunkuje również oddalenie Islandii od lądu przez to turyści decydują się spędzić w Islandii więcej czasu a co za tym idzie – zostawić więcej pieniędzy. Położenie na Oceanie Atlantyckim oraz utrudniony dostęp sprawiają, że turystyka jednodniowa odgrywa znikomą rolę.

Baza noclegowa

Wraz ze wzrostem popytu na turystykę w Islandii wzrosły wymagania klientów odnośnie zakwaterowania. Obecnie baza turystyczna Islandii posiada 18,832 łóżka w 311 hotelach i pensjonatach (dane na rok 2007). Oprócz tego Islandia oferuje turystom możliwości zakwaterowania w domach na farmie, prywatnych domach, centrach wypoczynku, kempingach, schroniskach młodzieżowych oraz w domkach na odludziu. Ogólna liczba miejsc noclegowych w Islandii wynosi 22,222.

Aby sprostać rosnącym wymaganiom klientów w 2000 roku zainicjowany został projekt kategoryzacji obiektów i obecnie baza noclegowa Islandii jest skategoryzowana w 50%.

<i>Liczba obiektów w latach</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>
<i>Hotele i pensjonaty</i>	273	281	300	319	308	311
<i>Kwatery prywatne</i>	127	106	115	114	139	128
<i>Ośrodki wakacyjne</i>	28	29	28	32	32	31
<i>Schroniska młodzieżowe</i>	24	24	23	25	24	24
<i>Kempingi</i>	132	135	130	145	140	140
<i>Domki na odludziu</i>	34	34	37	43	44	41

Tab. 2. Baza noclegowa Islandii.

Jak wynika z powyższej tabelki rosnące zainteresowanie turystyką w Islandii przyczynia się do wzrostu bazy noclegowej.

Całkowita liczba noclegów turystów w obiektach zakwaterowania zbiorowego wyniosła blisko 2,6 miliona w roku 2007 i wzrosła w stosunku do roku 2006 o 7,6%.

Dane te tłumaczą wzrost inwestycji na tego typu obiekty zakwaterowanie zbiorowego i wpływają bardzo korzystnie na perspektywy rozwoju turystycznego Islandii.

Główne sieci hotelowe w Islandii:

Fosshotel
Kea Hotels
Edda Hotels
Icelandair Hotels
Radisson SAS Hotels

Średnie ceny za pokój jednoosobowy wahają się od 50 – 170 USD/dobę (zazwyczaj śniadanie jest już wliczone w cenę), natomiast za pokój dwuosobowy 70 -230 USD/dobę.

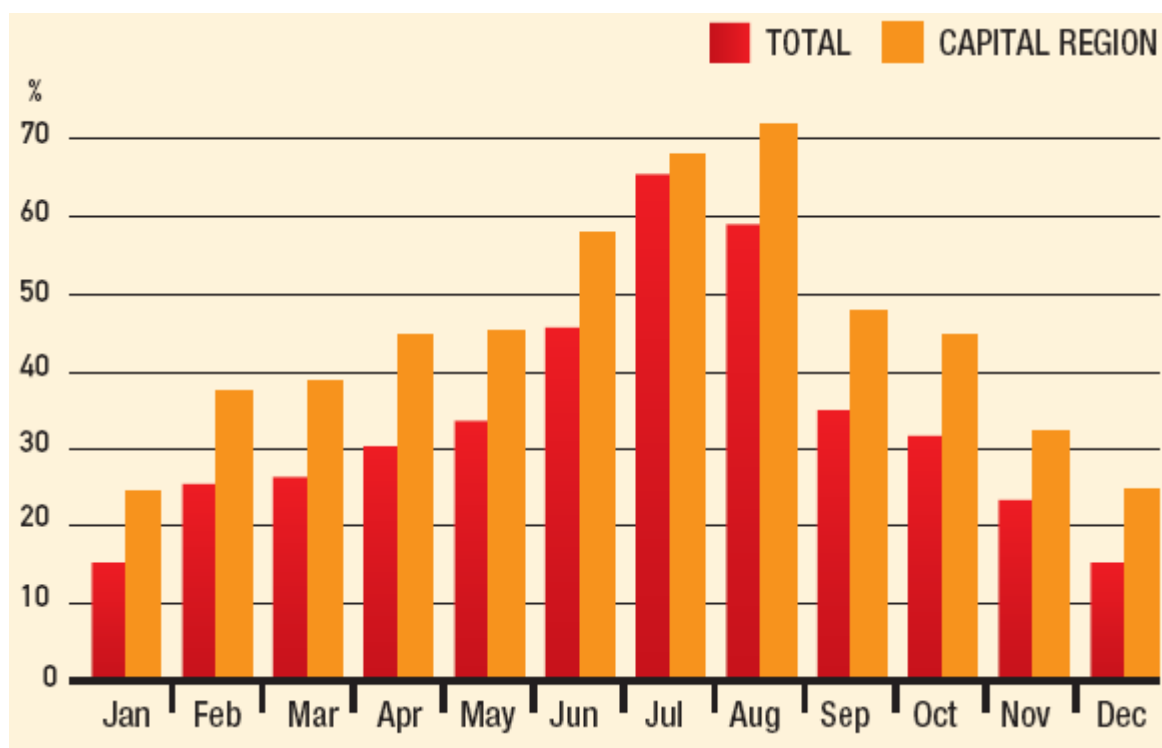
Od roku 2006 do roku 2007 liczba pobyków turystów w niektórych obiektach zakwaterowania zbiorowego wzrosła a w niektórych spadła. Tak, więc wzrost o 10,6% zanotowały hotele, domy gościnne i ośrodki wakacyjne (skupiają one prawie 80% wszystkich pobyków i wybierane są w większości przez turystów zagranicznych), oraz 1% schroniska młodzieżowe i kempingi.

Spadek aż o 16,4% zanotowano dla noclegów pod gołym niebem, 6,8% w kwaterach prywatnych oraz 3,2% w domkach na odludziu (Przeznaczone z reguły dla ludzi aktywnych, rządnych wrażeń, turystów aktywnych. Ten typ zakwaterowania jest szczególnie popularny wśród Islandczyków).

Największą koncentrację bazy noclegowej obserwujemy w rejonie stolicy Reykjaviku gdzie znajdują się 33,3% wszystkich dostępnych łóżek. Drugim rejonem jest południe kraju gdzie znajduje się 18,8% łóżek. Są to dwa najchętniej odwiedzane rejon Islandii.



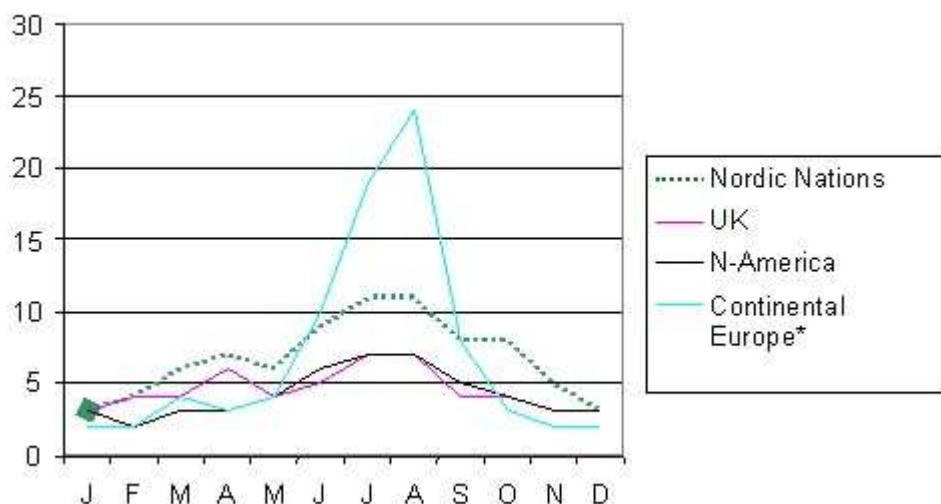
Wykres 5. Rozkład bazy noclegowej według regionów w Islandii.



Wykres 6. Stopień wykorzystania wolnych pokoi ze szczególnym uwzględnieniem stolicy.

Jak widać z powyższego wykresu szczyt sezonu przypada w Islandii na lipiec oraz sierpień. Wtedy też stopień wykorzystania wolnych miejsc w hotelach jest najwyższy i wynosi 58% dla całego Państwa i 65% dla rejonu Reykjavíku. Najgorszymi miesiącami są miesiące zimowe gdzie poziom wykorzystania łóżek w hotelach dramatycznie spada do około 20% i 25% w stolicy. Tour operatorzy starają się zapobiegać zjawisku sezonowości i tworzą specjalne oferty dla klientów wabiąc ich atrakcyjnymi cenami (zimą aż 23% respondentów przyznało, że głównym motywem była atrakcyjna cena). Zimowy cichy sezon jest również niwelowany poprzez rozwijającą się turystykę biznesową.

Bardzo widoczny jest różnica w stopniu zagospodarowania wolnych miejsc pomiędzy całym krajem a stolicą, która jest najchętniej odwiedzanym rejonem Islandii. Różnica wynosi przeciętnie 10% i jest spowodowana dużą atrakcyjnością Reykjavíku, łatwiejszym transportem oraz lepszą promocją.

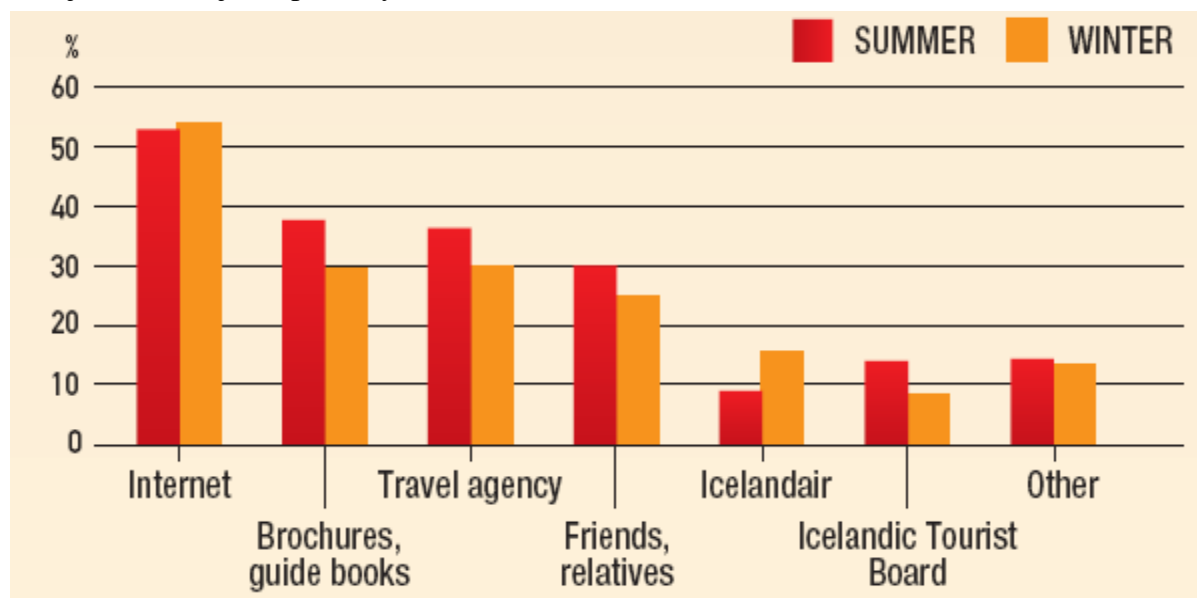


Wykres 7. Sezonowość w Islandii

Na powyższym wykresie widać rozkład największej liczby przyjazdów do Islandii wraz z wyszczególnieniem na kraje odwiedzających. Szczyt sezonu przypada od czerwca do sierpnia, pozostała część roku cieszy się dużo mniejszym zainteresowaniem wśród turystów.

Źródła informacji turystycznej o Islandii

Najważniejszym i najbardziej popularnym źródłem informacji o Islandii jest Internet. Przeszło 50% ankietowanych przyznało, że było to ich głównym źródłem wiedzy o kraju. W dalszej kolejności istotną rolę odgrywały agencje turystyczne oraz broszury i przewodniki, które pomogły 30% respondentów. Ze względów marketingowych bardzo ważnym źródłem informacji są przyjaciele i znajomi (28%), którzy w bezpośredniej relacji dostarczają wiedzy o kraju i zachęcają do podróży.



Wykres 8. Źródła informacji o Islandii.

Promocja i organizacja turystyki

Islandzka Organizacja Turystyczna została powołana do życia w 1964 roku. Od 1976 roku turystyka podlega pod Ministerstwo Transportu, jako część Ministerstwa Komunikacji, Transportu i Turystyki. Ministerstwo jest podzielona na pięć departamentów. Jednym z nich jest Departament Turystyki. Departament jest odpowiedzialny za:

- Organizację i strategiczne planowanie turystyki w Islandii
- Przeprowadzanie ankiet wśród turystów
- Implementację i prowadzenie centrów informacji turystycznej.
- Promowanie i wprowadzanie zrównoważonego rozwoju turystycznego
- Otrzymywanie skarg odnośnie złej jakości obsługi
- Uczestnictwo i międzynarodowych inicjatywach związanych z turystyką.
- Promowanie Islandii w kraju i za granicą.
- Organizowanie konferencji poświęconych turystyce

Ciekawostki

Islandia jest piękną i nieskazitelną krainą, która corocznie przyciąga setki tysięcy turystów, spora ich części przybywa, aby obserwować wieloryby w czystych arktycznych wodach. Greenpeace rozpoczął akcję pod hasłem „zobowiązanie na rzecz wielorybów”, które podpisało blisko 70000 osób, obiecując odwiedzenie Islandii, jeśli rząd tego państwa zaprzestanie połowu wielorybów.

Daje to zyski w wysokości ponad 80 milionów dolarów, które wpłyną do kasy państwa z branży turystycznej i jest to poważny kontrargument przeciwko połowom wielorybów, które w czasach swego rozkwitu przynosiły mniej niż 4 miliony dochodu rocznie.

Wnioski

Islandia, surowa kraina ognia i lodu, z roku na rok przyciąga coraz większą liczbę turystów. Wzrost liczby odwiedzających przyczynia się do rozwoju przemysłu turystycznego oraz wzrostu inwestycji. Główną atrakcją turystyczną Islandii stanowi niezwykle środowisko geograficzne. Nigdzie indziej nie można zobaczyć tylu osobliwości przyrodniczych, jak gejzery i inne gorące źródła, lodowce, wulkany, niezmierzone obszary skalne z roślinnością typową dla tundry. Przyroda jest nieskażona dzięki brakowi dużych zakładów produkcyjnych i bardzo niskiej gęstości zaludnienia. Liczne rzeki i jeziora z czystymi wodami przyciągają wędkarzy. Niewykorzystane są jeszcze możliwości uprawiania narciarstwa.

Prognozy do roku 2014 mówią, że popularność Islandii jako ekskluzywnej destynacji nie spadnie i liczba turystów będzie wciąż rosła. Przyczyni się to do rozbudowania bazy noclegowej (która cały czas przeżywa intensywny rozwój). Największym wyzwaniem dla Islandii będzie ściągnięcie większej liczby turystów w zimę. Już teraz bardzo wyraźnie jest widoczna różnica pomiędzy szczytem sezonu a zimą, kiedy obłożenie hoteli spada do około 20%. Szansą na przeciwdziałanie temu jest intensywna promocja oraz atrakcyjne oferty cenowe, które już teraz przyciągają rzesze turystów (23% turystów przyjeżdżających w zimie kierowało się ceną przy kupnie wycieczki).

Pomimo, że Islandia jest bardzo drogim krajem i blisko 50% turystów narzeka na wysokie ceny wszystko wskazuje na to, że w skutek intensywnej promocji przez Islandzką Organizację Turystyczną turyści będą w dalszym ciągu przyjeżdżać, aby podziwiać ten piękny kraj.

Opisywany przeze mnie rynek turystyczny Islandii nie ma większego znaczenia dla Polski gdyż jest on wciąż mało atrakcyjny, niezbyt popularny i zbyt drogi dla naszych rodaków. Jeżeli już decydujemy się na wyjazd do tego niewielkiego kraju to w celu odwiedzenia rodziny bądź znajomych, rzadziej w celach zarobkowych.

Powód wyboru tego a nie innego kraju.

Powodów, dlaczego wybrałem ten a nie inny kraj, jest kilka. Islandia jest specyficznym, niewielkim krajem, który jeżeli chodzi o turystykę bazuje głównie na zasobach naturalnych, pięknie i nieskazitelnosci przyrody, której w Europie niestety jest coraz mniej. Pomimo chłodnego klimatu i krótkiego sezonu letniego przyciąganych jest coraz więcej turystów, którzy z pewnością nie będą się tam nudzić. Ja osobiście nie jestem typem turysty preferującego aglomeracje miejskie, muzea, pomniki, wiążący się z tym ruch samochodowy i pieszy, zanieczyszczone powietrze, hałas. Lubię aktywnie spędzać mój czas wolny, na łonie natury, w ciszy i spokoju zachwycając się naturalnym pięknem naszej planety. Islandia jest jednym z miejsc, które na pewno w najbliższej przyszłości będę chciał odwiedzić.



Bibliografia:

1. www.ect-corporate.org
2. www.icetourist.is
3. www.islandia.org.pl
4. www.statice.is
5. <http://pl.wikipedia.org>
6. <http://www.reykjavik.is>
7. <http://www.randburg.com>

Spis Rysunków:

Rys.1 – Mapa Islandii

Spis wykresów:

Wykres1. Całkowite zyski z turystyki w Islandii od 1996 roku.

Wykres2. Przedstawienie liczby turystów przyjeżdżających do Islandii w latach 1980-2003

Wykres3. Motywy przyjazdów turystów do Islandii.

Wykres 4. Najpopularniejsze atrakcje turystyczne w Islandii.

Wykres 5. Rozkład bazy noclegowej według regionów w Islandii.

Wykres 6. Stopień wykorzystania wolnych pokoi ze szczególnym uwzględnieniem stolicy.

Wykres 7. Sezonowość w Islandii

Wykres 8. Źródła informacji o Islandii.

Spis tabel:

Tab1. Porównanie przeciętnych wydatków turystów indywidualnych oraz pakietów usług (dane z roku 2006).

Tab. 2. Baza noclegowa Islandii.