

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

# Тези

**76-ї наукової конференції професорів,  
викладачів, наукових працівників,  
аспірантів та студентів університету**

**ТОМ 2**

**14 травня – 23 травня 2024 р.**

69 (S. I). – P. 179–186. – DOI: 10.46852/0424-2513.1.2024.20  
<http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/14690> .

2. Сокол М. В. (2024) Міжнародна співпраця України як чинник реалізації екологічної складової сталого розвитку / М.В. Сокол та інші // *Географія та туризм : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 28 лют. 2024 р. X. : ХНПУ, 2024. С. 273–278.*

3. Левченко І.В. (2023) Адаптація екологічного законодавства України до стандартів сталого розвитку ООН. Матеріали Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми управління розвитком територій», 26-27 жовтня 2023 року, м. Житомир. С. 69-71. <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/14204> .

4. Onyshchenko S.V., Masliy O.A., Buriak A.A. (2023). Threats and risks of ecological and economic security of Ukraine in the conditions of war. XVII International Scientific Conference «Monitoring of Geological Processes and Ecological Condition of the Environment» 7-10 November 2023, Kyiv, Ukraine. Mon23-072. [https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/13700/1/2023\\_11\\_Mon23-072.pdf](https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/13700/1/2023_11_Mon23-072.pdf) .

5. DSnews.ua. (2021) Топ-25 кращих екопрограм компаній <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-ekoprogramm-kompaniy-22022021-416268>.

6. Nestle.ua. (2024) Екологічність упаковки компанії Нестле | упаковки. <https://www.nestle.ua/csv/environmental-sustainability/managing-environmental-sustainability> .

7. NV. (2021) Екологія та корпоративна соціальна відповідальність — як почати бізнес з екологічною стратегією / <https://biz.nv.ua/ukr/markets/ekologiya-ta-korporativna-socialna-vidpovidalnist-yak-pochati-biznes-z-ekologichnoyu-strategiyeyu-50174443.html> .

**УДК 369.013**

Маховка В.М., к.е.н.  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

## **ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНДИНГ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ: ДОСВІД ІСЛАНДІЇ**

Туристичний брендинг є важливим інструментом для країн, що прагнуть залучити іноземних туристів і розвивати туристичну галузь. Кожна країна має унікальні характеристики, які можуть стати основою для створення привабливого бренду. В цьому контексті Ісландія є чудовим прикладом успішного туристичного досвіду популяризації власного туристичного продукту на міжнародному ринку.

Ісландія – острівна країна, розташована в Північній Атлантиці. Її унікальний ландшафт з вулканами, гейзерами, льодовиками і гарячими джерелами робить її надзвичайно привабливою для туристів. Однак, на початку 2000-х років Ісландія не була настільки відомою на міжнародному

рівні. Завдяки продуманій стратегії туристичного брендингу, країна змогла кардинально змінити цю ситуацію.

Стратегія Ісландії з туристичного брендингу полягала у акцентуванні уваги на природних особливостях: Ісландія сформувала туристичний бренд, заснований на її унікальному природному ландшафті та природних особливостях. Кампанія зосереджується на льодовиках, вулканах, гарячих джерелах та інших природних явищах, які неможливо побачити в інших країнах.

Ісландія активно використовує соціальні мережі та інші цифрові платформи для просування свого туристичного бренду. Зокрема, кампанія «Inspired by Iceland» залучила мільйони людей з усього світу, що значно підвищило інтерес до країни.

Також, країна активно співпрацює з відомими особистостями та інфлюенсерами, що допомагає збільшити впізнаваність бренду на міжнародному рівні. Це сприяє залученню нової аудиторії та підвищенню привабливості країни.

Окрім унікальної природи, Ісландія пропонує різноманітні культурні заходи, фестивалі та інші події. Це дозволяє залучати різні категорії туристів. Завдяки успішному брендингу, Ісландія сьогодні є однією з найпопулярніших туристичних напрямків у Європі. Кількість туристів значно зросла, що принесло значні економічні вигоди країні. Туристичний бренд Ісландії є прикладом того, як продумана стратегія може змінити сприйняття країни на міжнародному ринку.

Отже, туристичний брендинг є ключовим елементом успіху в розвитку туристичної галузі. Ісландія демонструє, що навіть невелика країна з обмеженими ресурсами може стати привабливим туристичним напрямом, якщо використовувати унікальні характеристики країни та ефективні стратегії просування. Ісландія слугує чудовим прикладом для інших країн, які прагнуть підвищити свою привабливість на міжнародному туристичному ринку.