

Íslensk ferðapjónusta

Framtíðarsýn



Samgönguráðuneytið
2003

Íslensk ferðapjónusta

Framtíðarsýn

Samgönguráðuneytið
2003

Efnisyfirlit

	Inngangur	6
	Framtíðarsýn í hnotskurn	7
	Niðurstaða	11
1.	Ímynd og sérstaða Íslands	15
2.	Umhverfismál	19
3.	Gæða- og öryggismál	23
4.	Menntun í ferðaþjónustu	27
5.	Samgöngur	31
6.	Byggðamál	35
7.	Skipulag ferðamála	39
8.	Rekstrarumhverfi	43
9.	Markaðssetning	46
	Heimildaskrá	51

Prentun og umbrot: Litróf

Ljósmyndir: Birtar með leyfi Ferðamálaráðs

Reykjavík, 25. maí 2003

Ráðherra ferðamála

Sturla Böðvarsson

Efni: Skil nefnarinnar

Skipuð var nefnd á vegum samgönguráðuneytisins þann 25. maí 2001. Henni var ætlað að horfa fram á veginn til ársins 2030 og leitast við að meta þá sýn sem við blasir í ferðaþjónustu svo atvinnugreinin megi vaxa í sátt við umhverfið.

Í nefndinni voru Hrönn Greipsdóttir sem var formaður, Anna G. Sverrisdóttir, Ástþór Jóhannsson, Kristján Jóhannsson, Sigríður Finsen, Skúli Skúlason, Thomas Möller og Þorvarður Guðlaugsson. Pétur Rafnsson var starfsmaður nefndarinnar.

Hér birtist skýrsla nefndarinnar og er það von nefndarmanna að vel hafi tekist til og hún nýtist ráðuneytinu til mótunar markmiða og stefnu stjórnvalda í ferðaþjónustu Íslands til framtíðar.

Hrönn Greipsdóttir, formaður
Anna G. Sverrisdóttir
Ástþór Jóhannsson
Kristján Jóhannsson
Sigríður Finsen
Skúli Skúlason
Thomas Möller
Þorvarður Guðlaugsson

Framtíðarnefnd ferðaþjónustunnar

Í stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnarinnar er stefnt að því að auka veg ferðaþjónustunnar m.a. með öflugum kynningarátaki á helstu mörkuðum. Þannig verði nýtt þau sóknarfæri sem gefast í þeirri grein, ekki síst á sviði menningar- og heilsutengdrar ferðaþjónustu. Unnið verði að lengingu ferðamannatímans um land allt og betri nýtingu fjárfestingar í greininni.

Á starfstíma mínum sem samgönguráðherra hef ég stuðlað að því að ná þessum markmiðum og hafa nefndir um menningar- og heilsutengda ferðaþjónustu þegar skilað athyglisverðum tillögum sem nú er unnið eftir af fullum krafti. Á næsta ári er gert ráð fyrir því að bein framlög til ferðamála verði á sjöunda hundrað milljóna króna. Einnig verði ráðstafað 350 milljónum króna í styrki til ferja og sérleyfishafa og rúmum 130 milljónum króna til að styrkja innlandsflug. Hér er því stutt verulega við vöxt og viðgang ferðaþjónustunnar um land allt.

Þrátt fyrir þessi framfaraskref er nauðsynlegt að horfa enn frekar til framtíðar og skilgreina þau fjölmörgu verkefni sem bíða ferðaþjónustunnar svo hún megi halda mikilvægri stöðu sinni sem gjaldreyrisskapandi atvinnugrein. Það var því í lok maí 2001 að ég skipaði nefnd um framtíð ferðaþjónustunnar og fékk henni það stóra verkefni að horfa allt fram til ársins 2030 og leitast við að meta þá sýn sem við blasir og leggja á ráðin um nauðsynlegar aðgerðir svo ferðaþjónusta megi vaxa í sátt við umhverfi landsins.

Tillögur nefndarinnar liggja nú fyrir í þessari skýrslu og er það von mín að hér sé kominn grunnur til að byggja á nýja stefnumótun í ferðaþjónustu. Formanni framtíðarnefndar, nefndarmönnum og starfsmanni færi ég mínar bestu þakkir fyrir vel unnin störf og vonast til að leita megi til þeirra þegar fram heldur í þessu þýðingarmikla starfi.

Sturla Böðvarsson
Samgönguráðherra

Inngangur

Inngangur

Þann 25. maí 2001 skipaði samgönguráðherra nefnd sem fjalla skyldi um framtíð íslenskrar ferðaþjónustu en verkefni nefndarinnar var samkvæmt skipunarbréfi:

„Að horfa allt fram til ársins 2030 og leitast við að meta þá sýn sem við blasir og leggja á ráðin um nauðsynlegar aðgerðir svo ferðaþjónusta megi vaxa í sátt við umhverfið. Skal þá ekki síst hugað að nýsköpun ýmiss konar auk nauðsynlegra aðgerða stjórnvalda og greinarinnar til að takast megi að skila þjóðarbúinu þeim efnahagslega ávinningi sem vonast er eftir.“

Nefndina skipuðu:

Hrönn Greipssdóttir – framkvæmdastjóri Radisson SAS Hótel Sögu
Anna G. Sverrisdóttir – aðstoðarframkvæmdastjóri Bláa lónsins
Ástþór Jóhannsson – grafískur hönnuður og markaðsráðgjafi
Kristján Jóhannsson – lektor við viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands
Sigríður Finsen – hagfræðingur og forseti bæjarstjórnar í Grundarfirði
Skúli Skúlason – skólameistari Hólaskóla
Thomas Möller – aðstoðarforstjóri Lífs hf.
Þorvarður Guðlaugsson – svæðisstjóri farþegasölu Icelandair

Starfsmaður nefndarinnar var Pétur Rafnsson verkefnastjóri Ferðamálaráðs.

Nefndin var sammála um að hlutverk hennar væri ekki að móta stefnu fyrir hið opinbera í ferðamálum, heldur að meta þá sýn sem við blasir. Verkefni hennar væri að horfa fram á veginn og taka mið af aðstæðum í dag og reynslu síðustu ára til þess að geta dregið fram þá meginþætti sem stefnumótun þarf að byggja á. Vinna við stefnumótun má aldrei falla niður, óvæntir atburðir geta haft skyndileg og víðtæk áhrif, er þar skemmst að minnast atburðanna 11. september 2001 sem hafa haft langtíma-áhrif á ferðaþjónustuna. Þá er sýnt að smitsjúkdómar geta raskað ferðaþjónustu á stórum svæðum. Ófyrirsjáanlegt er hvað viðsjár í Miðausturlöndum hafa í för með sér á næstu misserum. En stöðugleiki er einn af hornsteinum þróunar í ferðamennsku. Því er brýnt að vinna af þessu tagi fari fram eigi sjaldnar en á 5-10 ára fresti.

Nefndarmenn ákváðu að skýrslunni skyldi skipt í nokkra aðalkafla sem bæru yfirskrift helstu meginþátta ferðamála:

**Ímynd Íslands,
Umhverfismál,
Gæða- og öryggismál,
Menntamál,
Samgöngumál,
Byggðamál,
Skipulag ferðamála,
Rekstrarumhverfi,
Markaðsmál.**

Að loknum umræðum um þessa málaflokka skiptu nefndarmenn með sér verkum og skrifaði hver og einn beinagrind að meginkafla. Ákveðið var að setja fram í upphafi hvers kafla þau lykilorð sem nefndin hafði orðið sammála um að skiptu mestu og aftur í lok hvers kafla þær áherslur sem teldust mikilvægar til að sú framtíðarsýn sem nefndin sá fyrir sér næði fram að ganga.

Lesendum er bent á að skýrslan er gerð með það fyrir augum að hún nýtist sem hjálpargagn í þeirri stefnumótunarvinnu sem framundan er í ferðaþjónustu á Íslandi en er ekki stefnumótun í sjálfu sér.

Með orðinu **ferðaþjónusta** er átt við atvinnugreininga, einstaklinga, fyrirtæki og stofnanir sem starfa að því að sjá ferðafólki fyrir upplýsingum og þjónustu. Megin þættir ferðaþjónustu eru fjórir: **Ferðafólkið**, þ.e. fólk sem ferðast utan síns daglega umhverfis; **fyrirtæki og stofnanir**, sem sjá ferðafólkinu fyrir vörum og þjónustu; **opinber stjórnarsýsla**, sem tryggir að ferðaþjónustan hafi og fylgi ramma laga og reglugerða; og síðast en ekki síst **áfangastaðurinn**; þ.e. sá staður sem ferðafólk dvelur á.

Nefndin leggur hugmyndafræði **sjálfbærrar þróunar** til grundvallar sinni framtíðarsýn og tekur undir þær skilgreiningar sem settar hafa verið fram í alþjóðlegum stöðlum. Í skýrslunni *Velferð til framtíðar* sem gefin var út á af Umhverfissráðuneytinu er bent á að sjálfbær þróun geri okkur kleift að mæta daglegum þörfum okkar án þess að skerða möguleika til hins sama í framtíðinni. Þetta er einkar brýnt í ferðaþjónustu, því það er þekkt vandamál í þróun áfangastaða að ferðaþjónusta sem misnotar náttúrulegt og menningarlegt umhverfi, gengur af sjálfri sér dauðri. Farsæl þróun ferðaþjónustu er því í eðli sínu sjálfbær, þ.e. virðir það jafnvægi sem þarf að ríkja í náttúru og menningu til framtíðar.

Framtíðarsýn í hnotskurn

Í ímyndarmálum:

Greina þarf veikleika og styrkleika, rannsaka og samræma ímynd Íslands sem ferðamannalands héraðs og erlendis og tengja ímyndina betur þeirri sérstöðu landsins sem veitir samkeppnislega yfirburði og tækifæri.

Landið getur einungis tekið á móti vissum fjölda ferðafólks til þess að dýrmætustu hlutar ímyndaðs landsins og sérstaða haldist. Það þarf að hafa skýra stjórn og yfirsýn yfir dreifingu og flæði ferðamanna um landið.

Stórauka þarf menntunarstig rekstraraðila og meðvitund um sérstöðu og ímynd landsins sem starfsemin tengist hverju sinni. Þetta hefur áhrif á markaðsstefnu og framsetningu kynninga af öllu tagi.

Auka þarf þekkingu, gæði og menntun í greininni almennt.

Nauðsynlegt er að fullmóta tillögur um vörupróunarverkefni tengd ímynd landsins: t.d. heilsutengda ferðþjónustu og menningartengda ferðþjónustu sbr. nýlegar skýrslur um þau efni.

Í umhverfismálum:

Auka þarf það fjármagn sem veitt er til náttúruverndar og sjálfbærrar uppbyggingar á ferðamannastöðum.

Rannsaka þarf hvaða áhrif virkunarframkvæmdir hafa á ferðþjónustuna.

Stuðla þarf að gerð heildarskipulags um ferðamennsku á hálendi landsins.

Framkvæma þarf þolmarkarannsóknir á helstu ferðamannastöðum sbr. skýrslu um þolmarkarannsóknir í Skaftafelli.

Aðilar í ferðþjónustu verði hvattir til og aðstoðaðir við að sveigja rekstur sinn til umhverfisvænni vegar með markvissri fræðslu, aðgengi að vottunarkerfum og vistvænni orkunotkun.

Teknar verði saman upplýsingar um æskilegan búnað á helstu ferðamannastöðum, einnig reglur um skipulag þeirra og rekstur og það sem æskilegt er að hafa í huga þegar þeim er valinn staður.

Gerð verði úttekt á kostum og göllum gjaldtöku í þjóðgördum og á öðrum fjölsóttum ferðamannastöðum.

Stuðlað skuli að því að alþjóðleg umhverfisvottun verði tekin upp sem víðast í ferðþjónustunni.

Lögð verði áhersla á að auka tekjur af hverjum ferðamanni frekar en auka fjölda þeirra.

Í gæða- og öryggismálum:

Styrkja þarf starf hagsmunaaðila til að koma á frekari gæðaflokkun í ferðþjónustu.

Auka þarf forvarnarstarf og upplýsingagjöf til ferðamanna.

Efla þarf skráningu á slysum í ferðþjónustunni.

Skilgreina þarf farveg fyrir kvartanir og athugasemdir við starf ferðþjónustunnar og framkvæma reglulega gæðakannanir.

Sett verði skýr markmið um menntun fyrir ferðþjónustuna.

Skoðaðir verði möguleikar á að setja á fót umbunarkerfi samfara skýrum reglum um lágmarkskröfur til öryggisþátta.

Í menntunarmálum:

Leitað verði leiða til að bjóða grunnnámskeið á þessu sviði innan grunnskólans og þá í samráði við námskráardeild menntamálaráðuneytis.

Áfram verði haldið þróunar- og samræmingarstarfi í námskrá framhaldsskólans og möguleikar nýttir í samvinnu skóla til að bjóða þeim nemendum sem ekki stunda nám við stærstu námsbrautir á þessu sviði.

Námsbrautir framhaldsskóla og sérskóla tengist svo sem kostur er þannig að ekki myndist blindgötur eða óþörf skörun námsbrauta og skólastiga fyrir nemandann. Háskólanám byggji í vaxandi mæli á þeim grunni sem lagður er á framhaldsskólastigi, þannig að við inntöku nemenda verði tekið tillit til menntunar og/eða reynslu á sviði ferðþjónustu.

Lögð verði áhersla á að háskólamenntun verði rannsókn-artengd.

Hlúð verði að hvers kyns grunn- og hagnýtum rannsóknum í ferðamálafræði.

Menntun starfsmanna sem vinna í kringum ferðamenn þarf að tryggja að þjónustan standist væntingar gestanna. Bæði land og þjóð þarf að vekja áhuga.

Í samgöngumálum:

Nefndin vísar í tillögur og áherslur sem koma fram í *Samgönguáætlun 2003-2014*.

Í fyrirbyggjandi langtímaáætlun í vegagerð, sem nú hefur verið samþykkt í fyrsta sinn, er meðal annars gert ráð fyrir því að ljúka lagningu bundins slitlags á hringveginn í síðasta lagi 2006, leggja bundið slitlag á alla vegi milli hringvegjar og þéttbýlisstaða, leggja bundið slitlag á helstu ferðamannaleiðir og breikka vegi og brýr þar sem umferð er svo mikil að flutningsgeta og umferðaröryggi eru vandamál. Einnig á að endurbýggja brýr á helstu flutningaleiðum þannig að þær standist kröfur um áspunga sem leyfður er á evrópska efnahagssvæðinu. Þannig verður íslensku atvinnulífi tryggt edlileg samkeppnisstaða á þessu sviði og skilyrði auk þess sköpuð fyrir bættari þjónustu við ferðamenn.

Góðar samgöngur til og frá landinu eru einn mikilvægasti hlekkurinn í þróun ferðaþjónustu og því þarf að tryggja að svo verði áfram.

Verja þarf auknu fé til umferðaröryggismála og til bættar umferðarmenningar. Leggja skal áherslu á breikkun einbreiðra brúa, gerð mislægra gatnamóta og varnir gegn skriðuföllum og snjóflóðum. Fylgt verði eftir þeirri stefnu sem samþykkt var á Alþingi vorið 1996 um aukið umferðaröryggi. Þessi áætlun verði sífellt í endurskoðun.

Brýnt er að gætt sé réttlætis, jafnræðis og hófs í skattlagningu á farartæki og að einnig sé tekið mið af umhverfisþáttum. Aukið hlutfall þessarar skattheimtu renni til samgöngumála. Skattkerfið verði einfaldað og álögur lækkaðar. Sérstakt tillit verði tekið til þjónustu við erlenda ferðamenn og það gert hagkvæmara að endunýja rútur og bílaleigubíla.

Hvatt er til þess að verulegar endurbætur verði gerðar á öllum aðalleiðum sem liggja frá Reykjavík, þ.e. til Reykjanes, Suðurlands og Vesturlands.

Könnuð verði bygging nýrrar flugstöðvar á Reykjavíkurflugvelli sem tengist almenningssamgöngum höfuðborgarinnar og fólksflutningum. Sérstaklega verði hugað að því að nýta kosti einkaframkvæmdar og einkareksturs við uppbyggingu flugstöðvarinnar svo og flugvallarins í heild í samræmi við þá þróun sem er að verða við rekstur slíkra samgöngumannvirkja í Evrópu.

Leggja skal áherslu á að almenningssamgöngur um landið myndi heildstætt net.

Í byggðamálum:

Samstarf ferðaþjónustufyrirtækja í smærri byggðarlögum verði eflt, til að ná fram hagkvæmni, bættari þjónustu og meiri arðsemi.

Stuðningur við nýsköpun og uppbyggingu í ferðaþjónustu þarf að tengjast hugmyndum um sterka sérstöðu og viðtækan áhuga fólks utan svæðisins til að skoða og njóta.

Auka þarf samvinnu ferðaþjónustufyrirtækja við sveitarstjórnir og atvinnulíf á svæðinu.

Gerð verði heildræn úttekt á styrkleika og veikleika einstakra svæða.

Sérstæðir menningarþættir sem tengjast atvinnulífi geta glatast með breytingum á búsetu. Tímabundnar uppákomur eða sviðsetningar bæta þá að litlu leiti.

Skoða þarf hvaða hugmyndir og þjónustu má þróa á fleiri en einum stað með tilliti til edlilegrar dreifingar á ferðamönnum um landið.

Skilgreina þarf markaðssvæði landsins með möguleika ferðaþjónustu í huga.

Skilgreina þarf helstu djásn ferðaþjónustunnar til framtíðar. Vísað er til nýútkominnar skýrslu, *Auðlindin Ísland*.

Áhersla verði lögð á uppbyggingu ferðaþjónustu á landsvísi allt árið um kring en með því má auka þau gæði þjónustunnar sem hægt er að bjóða yfir lengri tímabil ársins án tillits til árstíða.

Í skipulagi ferðaþjónustu:

Mikilvægt er að hið opinbera komi áfram að almennri landkynningu, ekki síst varðandi Ísland sem áfangastað ferðafólks. Markaðsstarf hins opinbera verði þó skilið frá stjórnsýsluáðgerðum.

Markaðsráð eða markaðsskrifstofa starfi sjálfstætt með þátttöku ráðuneytis, sveitarfélaga og fyrirtækja.

Ferðamálaráð verði faglegur ráðgjafahópur um stefnumörkun og þróunarstarf í ferðamálum. Jafnframt sinni skrifstofa ferðamála stjórnsýslulegum ákvörðunum, erlendu samstarfi, eftirlitshlutverki og samstarfi ráðuneyta.

Íslensk ferðaþjónusta þarf að starfa eftir þeim reglum sem í gildi eru á vinnumarkaði, taka ábyrga afstöðu til umhverfismála, öryggis og gæða þjónustu og standast eðlilega samkeppni.

Íslensk ferðaþjónusta byggi á gæðum, trausti og áhuga-verðri sérstöðu, frekar en lágu verði. Aðaláhersla í framtíðinni verði á hátt verð fyrir góða þjónustu, í stað lágs verðs sem byggir á miklum fjölda ferðafólks. Framlög stjórnvalda til málefna íslenskrar ferðaþjónustu miði að uppbyggingu grunngerðar greinarinnar og stöðkerfis, auk markaðssetningar Íslands á erlendum vettvangi.

Allir aðilar, einkaaðilar sem hið opinbera, þurfa að auka og örva samvinnu milli stjórnvalda, atvinnuvega, landshluta og sveitarfélaga.

Íslenska ríkið ber ábyrgð á grunni samgöngu- og flutningakerfis, á stjórnun markaðsaðgerða Íslands erlendis, menntun, rannsóknnum og þróun, þróun upplýsinga- og samgöngukerfa, öflun tölfræðigagna, stefnumörkun um samvinnu á alþjóðavettvangi og því að skapa vörumerkinu Íslandi ímynd heima og erlendis.

Í rekstrarumhverfi:

Skattlagning verði endurskoðuð sérstaklega, jafnvel tímabundnum ívilnunum komið á meðan ferðaþjónusta er að styrkjast.

Nýsköpunarsjóður verði þróaður þannig að auðveldara verði fyrir ferðaþjónustu að fá þar fyrirgreiðslu bæði í formi styrkja og lána.

Könnuð verði þau áhrif sem staða Íslands innan eða utan Evrópusambandsins hefur á ferðaþjónustuna.

Unnið verði að því að aðföng og búnaður til ferðaþjónustu verði á sambærilegu verði og í samkeppnislöndum okkar.

Fé til almennrar landkynningar verði tryggt til lengri tíma.

Skorin verði upp herör gegn „svartri starfsemi“. Starfs- hópur verði myndaður sem komi með tillögur að aðgerðum til að draga úr slíkri starfsemi.

Opinberir aðilar standi ekki í samkeppni við einkarekin ferðaþjónustufyrirtæki.

Í markaðssetningu:

Markaðssetning íslenskrar ferðaþjónustu þarf að standa jafnfætis aðgerðum samkeppnissvæða annars staðar.

Markaðsrannsóknir verði elfdar og niðurstöður þeirra gerðar aðgengilegar fyrir alla sem vinna að markaðssetningu á Íslandi.

Markaðsaðgerðir miði að því að auka vitund og viðhalda áhuga á Íslandi sem áhugaverðum áfangastað.

Náttúran er takmörkuð auðlind sem verður að ganga vel um ef áhugaverð sérstaða á að vera helsti áherslupáttur markaðssetningar. Án raunverulegrar sérstöðu glatast trúverðugleiki slíkrar kynningar í framtíðinni.

Stöðugt kynningarstarf tryggir betri árangur en tímabundnar herferðir sem markast af sífelldum breytingum.

Leggja skal áherslu á að ná til gesta sem eru reiðubúnir að borga fyrir gæði, fremur en að stefna aðeins að auknum fjölda gesta.

Áhugasvið og ferðatilhögun er breytileg á milli kynslóða og hópa.

Markaðsstarf þarf því að vera sveigjanlegt og stutt af rannsóknnum til að geta brugðist við breyttum markaðsaðstæðum hverju sinni.

Fjölbreyttur hópur ferðafólks með margvíslegar kröfur og áhugasvið, sem sækjast eftir þeim þáttum sem Ísland getur boðið best skilar bestum árangri til langs tíma.

Niðurstaða

Ísland hefur margvíslega sérstöðu sem ferðamannaland í sínum heimshluta.

Einstakt náttúrufar, menningartengdir þættir úr fortíð og samtíma, ásamt gestrisni þjóðarinnar eru sterkustu drættirnir sem móta ímyndina. Hughrifin af þessari mynd falla vel að áhuga ferðamanna sem sækjast eftir ólíkri og einstæðri upplifun á ferðalögum sínum. Þessir þættir ásamt örstuttum háannatíma ráða mestu í íslenskri ferðaþjónustu. En margt í samtímanum mun einnig hafa áhrif á hvernig til tekst á næstu árum. Ferðaþjónustan mótast af þeim aðstæðum sem eru ráðandi á hverjum stað.

Breytingar á atvinnuháttum, byggðaþróun eða röskun á umhverfi hafa áhrif á ferðamálagreinina. Skipulag ferðaþjónustunnar, samstarf stjórnvalda og annarra þátta atvinnulífsins móta vaxtarumhverfið hér.

Góð menntun starfsfólks í ferðaþjónustu er eitt af lykilatriðum þess hvernig unnið verður úr þeim tækifærum sem umhverfið hér býður upp á í framtíðinni.

Og síðast en ekki síst ráða kringumstæður viðskiptavina ferðaþjónustunnar miklu þegar kemur að ákvörðun um hvert eða hvernig á að ferðast.

Stöðugleiki í heiminum er grundvöllurinn að eðlilegri langtímaþróun greinarinnar.

Breytingar á efnahag þjóða, ný tækni, samgöngukerfi og öryggi ferðamanna hafa áhrif á þróunina. Fyrir íslenska ferðaþjónustu eru þarna fólgin bæði ógnanir og tækifæri.

En í náinni framtíð eru það fyrst og síðast lengd ferðamannatímans og samgöngur til og um landið sem ráða hver þróun greinarinnar verður hér næstu árin.

Annatími ferðaþjónustunnar verður að lengjast ef viðunandi arðsemi á að nást, og menntun og fjárfestingar að nýtast. Á undanförunum áratug hefur þetta þökast í rétta átt og með réttum aðgerðum í kynningu og skipulagi þjónustunnar mun aukning út á jafnartíma halda áfram að vaxa.

Íslensk ferðaþjónusta verður að þekkja verðmætustu viðskiptavinina sína á hverjum tíma og fjölga þeim á lengra tímabil: Viðhorf Íslendinga sjálfra til greinarinnar ræður miklu um eðlilegan þroska. Stöðugt þarf að fylgjast með þeim breytingum sem geta haft áhrif á þróun markaðarins og nýta sóknarfærin án þess að missa sjónar af takmarkinu. Að geta alltaf búið gæðaðþjónustu og eftirsóknarverða sérstöðu í sátt við umhverfi

landsins og sjálfbæra nýtingu þess. Þannig mun vaxandi hópur geta haft hag af arðsemi greinarinnar. Verðmætustu viðskiptavinirnir munu gera auknar kröfur um menntun og þekkingu þeirra sem annast þjónustuna og að þeir finni á ferðalagi sínu hér á landi það sem þeir leita eftir. Sífelld stærri hópur fólks sækist eftir þeim þáttum sem móta heildarímynd ferðamannastaðarins Íslands.

Þá munu innlendir ferðamenn gegna áfram mikilvægu hlutverki í þróun ferðamennsku hér.

Öryggi verður eftirsóttari þáttur í ferðalögum fólks á sama tíma og það sækist eftir að upplifa nýja reynslu á fjarlægum stöðum.

Fjölskyldur ferðast í auknum mæli saman til fjarlægari staða og því þarf að huga að öllum vaxtarsprotum greinarinnar með það í huga.

Ferðaþjónustan er ung grein hér innanlands en hefur vaxið hratt og á nú m.a. sinn þátt í að jafna sveiflur í efnahag landsins og byggðamálum þar sem fjöldi fólks um allt land starfar við að gera íslenska menningu áhugaverða í augum heimsins.

Aukin fagmennska hefur skilað árangri. Ný tækifæri verða til eftir því sem greinar ferðaþjónustunnar styrkjast og margvísleg þjónusta skapar fjölbreytni í samfélaginu.

Á öllum tímum er það ánægður gestur sem ber hróður íslenskrar ferðaþjónustu lengst og á því byggir árangur greinarinnar.

Ferðaþjónustuna ber að taka alvarlega og hún á eftir að skipta ennþá meira máli fyrir hagsæld þjóðfélagsins. Öflug, vel skipulögð starfsgrein með hæfu fólki hefur jákvæð áhrif á marga þætti þekkingar og viðskipta í íslensku samfélagi til framtíðar.

2003

Náttúra

Menning

Fagmennska

Auðlindir íslenskrar ferðapjónustu

Ímynd

Umhverfismál

Öryggis- og gæðamál

Menntun

Samgöngur

Byggðamál

Skipulag

Rekstrarumhverfi

Markaðssetning

Áherslusvið

Samræmdar aðgerðir sem veita yfirburðar-samkeppnisstöðu.

Vöruþróunarverkefni í greininni sem tengjast ímynd landsins.

Reglur um skipulag á mannvirkjum og tækjum í ferðaþjónustu.

Ferðaþjónusta njóti jafnræðis á við aðrar undirstöðu-atvinnugreinar.

Eftirlit með kröfum til öryggisþátta.

Aukin grunnfræðsla um mikilvægi starfa í ferðaþjónustu.

Öflugar og reglubundnar samgöngur til og frá landinu.

Nýsköpun og uppbygging sem tengist sérstöðu svæða og viðtækum áhuga ferðafólks.

Fleiri staðir bjóða þjónustu yfir lengri tíma án tillits til árstíða.

Greinin búi við starfsumhverfi sem laði að hæft starfsfólk og skili góðri arðsemi.

Varanleg framlög ríkisins til almennrar landkynningar.

Eðlileg arðsemi sem leggur traustan grunn að endurnýjun og aðgengi atvinnugreinarinnar.

Aðgangur að fjármagni til vöruþróunar og nýsköpunar.

Umhverfi sem hvetji til nýsköpunar og uppbyggingar.

Tillit tekið til aukinnar umfjöllunar og þekkingar á landi og þjóð.

Gera þarf greinarmun á almennri landkynningu og markaðs-setningu einstakra þátta.

Kostir internetsins nýttir til kynningar og samskipta.

Skýr stjórnun og yfirsýn yfir flæði og dreifingu ferðamanna um landið.

Samræmi ímyndar styrkt með rannsóknum á veikleika og styrkleika.

Umhverfissvottun í allri ferðaþjónustu.

Gæðaflokkun í ferðaþjónustu.

Reglulegar gæðakannanir og skýr farvegur fyrir kvartanir.

Áhersla á gæða- og öryggismál í menntun og fræðslu ferðaþjónustu.

Heildarstæð menntunar-stefna og samhæfing námsframboðs.

Óhefðbundin umferð um ósnortin víðerni verður að haldast möguleg.

Varðveisla menningarþátta og sérstæðra atvinnuhátta.

Samvinna sveitastjórna, ferðaþjónustu og annarra atvinnugreina.

Skýr verkaskipting stjórnsýslu og ferðaþjónustu í markaðsstarfi.

Ábyrg afstaða til umhverfismála og gæða þjónustunnar sem boðin er.

Aukin áhrif greinarinnar í eigin markaðssetningu.

Þjónusta yfir lengra tímabil og jafnari árstíðasveiflur.

Aukin ferðalög Íslendinga innanlands.

Aðstaða ferðaþjónustunnar samkeppnisfær við helstu samkeppnislönd.

Stöðugt kynningar- og markaðsstarf sem eykur vitund og viðheldur áhuga.

Aukin menntun og meðvitund rekstraraðila greinarinnar á sérstöðu og ímynd landsins.

Skipulag og þolmarksrannsóknir með tilliti til náttúruvermdar og sjálfbærrar uppbyggingar á ferðamannastöðum.

Gjaldtaka í þjóðgörðum og á öðrum fjölsóttum ferðamannastöðum.

Forvarnaraðgerðir eflar svo ferðamenn njóti öryggis eins og best verður á kostið.

Skýr upplýsingagjöf til ferðamanna.

Fjölbreitt grunnmenntun í bóklegu og verklegu ferðaþjónustunámi.

Samkeppnisaðstaða svæða bætt með öflugum samgöngukerfi.

Íslensk ferðaþjónusta byggir starfsemi sína á sérstöðu, gæðum og trausti.

Stöðug úttekt á sérstöðu einstakra svæða.

Ferðaþjónustufyrirtæki vinni að svæðisbundnu samstarfi og faglegu samstarfi á landsvísi.

Öflugar rannsóknir á öllum sviðum sem koma auðlindinni til góða.

Áhersla á að samsetning ferðamanna skili auknum tekjum umfram fjölda.

Öflug hagsmunasamtök.

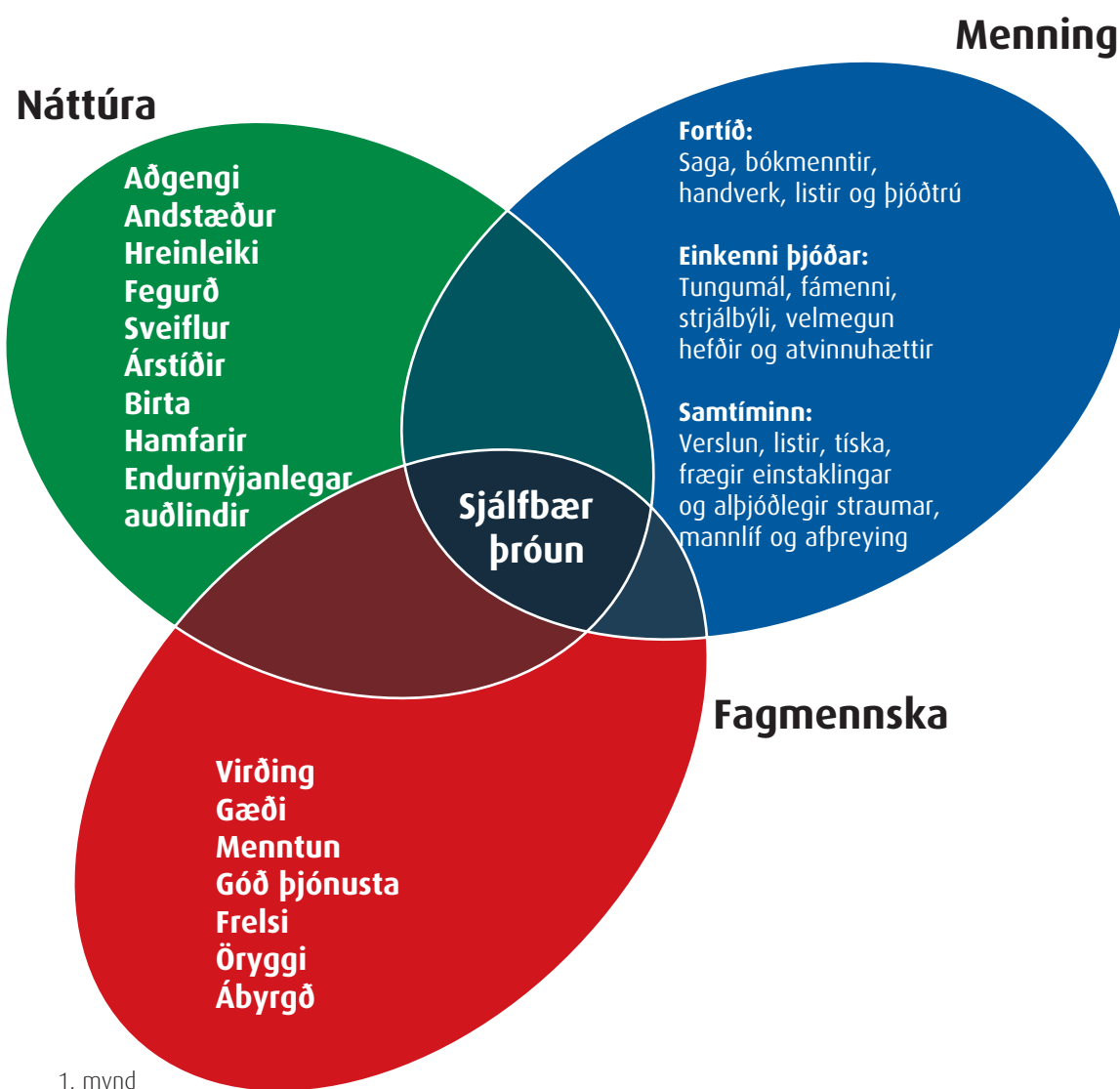
Meiri þekking, meiri fagmennska.

Náttúra og sérstætt umhverfi er auðlind sem verður að ganga vel um, til að hún nýtist áfram.

Aukin þekking á helstu samkeppnissvæðum sem nálgast sérstöðu Íslands.

Þekking á ferðatilhögun, óskum og áhugasviði breytilegra markhópa.

Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar ferðafólks



Margvíslegar tengingar allra þessara þátta ráða áhrifum á þekkingu, reynslu, viðhorf og upplifun ferðamannsins. Þessir þættir ráða þróun ferðaþjónustunnar.

1 Ímynd og sérstaða Íslands

- Lykilordin eru:**
- Þekking og skipulögð vöruþróun í tengslum við ímynd landsins
 - Fagmennska og hátt þjónustustig
 - Meðvituð heildarímynd

Forsendur

Sérstaða og ímynd Íslands sem ferðamannalands, jafnt fyrir innlenda sem erlenda ferðamenn, tengjast öllum þáttum sem varða þróun atvinnugreinarinnar hvað mest.

Segja má að heildarímynd Íslands mótist fyrst og fremst af þremur þáttum, **sérstæðri náttúru, sérstæðri menningu og fagmennsku**. Þessir þrír þættir, skarast á ýmsa vegu, en hver þeirra felur í sér misjöfn og jafnvel gjörólík vandamál og tækifæri (sjá 1. mynd).

Náttúran

Íslensk náttúra hefur mikla sérstöðu. Víða er þessi náttúra ennþá meira og minna (ósködduð og/eða alfarið) ósnortin. Ísland er eldfjallaeyja á mörkum tveggja heimsálfa; hér skiljast Evrópu- og Ameríkuflækarnir að. Óvíða er eldvirknin meiri og hvergi eru eldstöðvar og eldfjöll af jafn fjölbreyttri gerð að finna. Samspil jarðhita, hrauna, sprungukerfa, hella, vatns, jarðvegs og jökla er einstakt og landmótun ákaflega virk, sérstök og fjölbreytt. Vegna landfræðilegrar einangrunar og þess hve lífríkið er ungt (<10.000 ára, frá síðustu ísöld) eru hér fáar dýrategundir, en líffræðileg fjölbreytni liggur í sérstakri aðlögun tegundanna, m.a. afbrigðum og stofnum. Útkoman er einstakt lífríki sem þróast hefur á mjög sérstakan hátt. Ísland getur kallast „leiksvið þróunarinnar“ eða „theater of evolution“. Fjölbreytileiki náttúrunnar er í öndvegi auk fegurðar og tignar. Náttúran er aðgengileg: Í dagsferð hvar sem er á landinu er hægt að sjá landslag og náttúruyfyrirbæri sem segja mikla sögu um þróun lífsins, uppruna og

mótun jarðar og hefur auk þess mikið fagurfræðilegt gildi. Í náttúru Íslands eru miklar andstæður: eldur og ís; gróðurvinjar og miklar auðnir; iðandi líf og lífvana umhverfi; smátt og stórt; hrjúft og mjúkt. Hreinleiki lofts og vatns eru mikilvæg sérstaða.

Íslensk menning

Íslensk menning er sérstök vegna tungumálsins, sögunnar og fornþókmenntanna. Einnig er búsetulandslag hér merkilegt á heimsvísu, þá sérstaklega vegna notkunar torfs og varðveislu þeirra minja. Önnur atriði menningarinnar sem skipta máli eru samfélagslegir þættir eins og: fámenni, strjálbýli, almenn velmegun, hátt menntunarstig, góðar samgöngur og samskiptatækni. Ísland er á mörkum Evrópu og Ameríku í menningarlegu tilliti sem er athyglisverð sérstaða. Einnig skipta máli straumar í samtímamenningu, þannig geta frægir einstaklingar eða hópar dregið athygli að landinu, t.d. Björk og Sigur Rós.

Samspil manns og náttúru er um margt sérstakt héraðs og hefur mótað sérstaka verkmenningu og viðhorf. Íslenski hesturinn og menning tengd honum hefur algjöra sérstöðu á alþjóðavettvangi og almennt má segja að ræktun og nýting húsdýrastofna frá landnámsöld skapi okkur menningarlega sérstaðu. Hefðir í nýtingu íslenskrar ullar eru merkar og það handverk eða tóvinnna meðal ágætustu menningarminja þjóðarinnar.

Hefðir og menning tengd sjávarútvegi er mikilvæg og sérstæð. Þetta helst í hendur við þá sérstöðu að svo fámenn þjóð geti haldið úti fjölbreyttu velmegunarþjóðfélagi með öllum þeim framkvæmdum og rekstri sem því fylgir.

Fagmennska, gæði og ímynd

Ímyndin sem landið hefur í hugum fólks héraðs og erlendis tengist ofangreindum sérstöðuatriðum á einn eða annan hátt. Í allri umræðu um ímynd landsins er í raun blandað saman raunverulegri ásýnd landsins, stöðu íslenskrar menningar og þeirri ímynd sem við „viljum“ hafa. Við þurfum að hlúa að öllu því sem mótar ímyndina og beita faglegum vinnubrögðum við þróun ferðaþjónustunnar. Fagmennska og hátt þjónustustig er undirstaða sem þarf markvisst að hlúa að og rækta og er forsenda þess að sérstæðri náttúru og menningu sé miðlað á þann hátt sem ekki skaðar auðlindina.

Fagmennska og gæði eru einnig forsenda þess að hægt verði að þróa enn frekar sérstöðu varðandi frið, frelsi og öryggi. Hafa verður í huga að ímynd Íslands fyrir ferðaþjónustu er nátengd og háð ímynd samfélags og menningar, ekki síst ímynd annarra atvinnugreina.

Úrlausnarefni

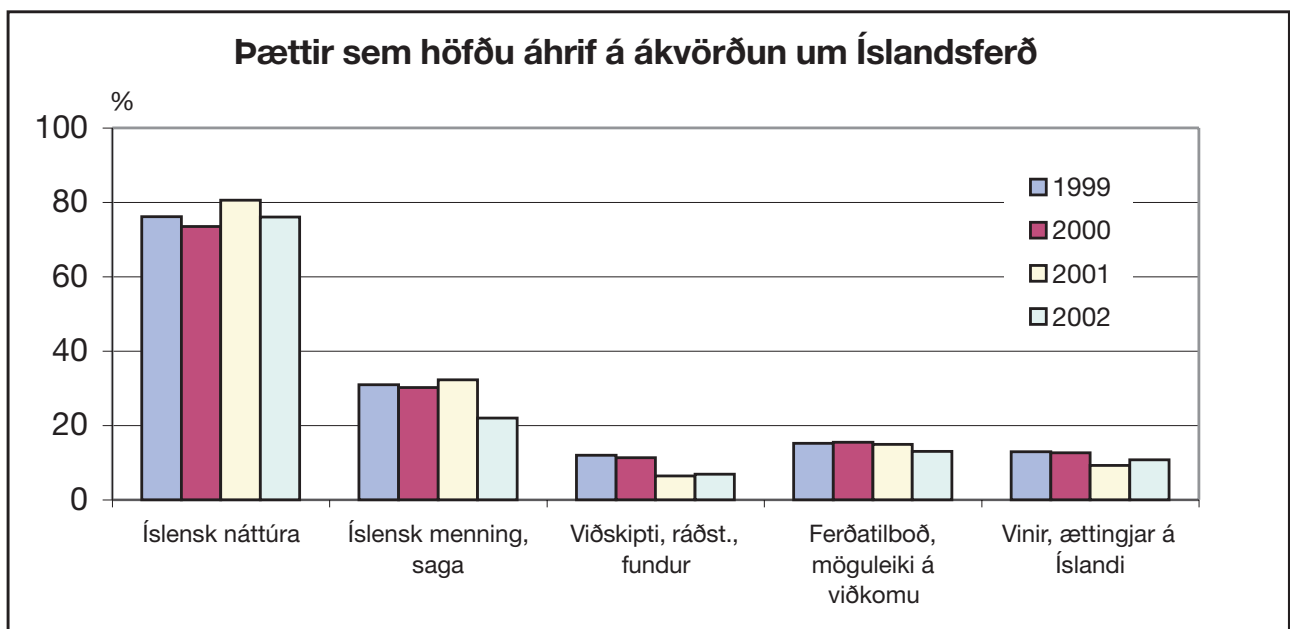
Markaðsstefna og öll kynning á landinu fyrir ferðamenn tengist fyrst og fremst því hvaða ímynd við viljum að landið hafi, ekki síst ef til langs tíma er litið og

hverjir markhóparnir eru. Þetta varðar í raun allt innra skipulag ferðamála á landsvísu og héraðsbundið og kemur hvað helst fram í hvernig kynningarefni er sett fram í hverju tilfalli sem og hvernig þjónustan er.

Skýr og greinileg þekking þarf að liggja fyrir um raunverulega ímynd landsins, sem og skilningur á því hvaða þættir ímyndarinnar er rétt að efla. Með því er komin forsenda til að þróa samræmda markaðsstefnu fyrir einstök hérað og landið allt. Upplýsingaskortur um stöðu mála, þ.e. rannsóknir, og slíkar upplýsingar þurfa að vera aðgengilegar ef markviss vörubrúun og markaðsþróun á að eiga sér stað. Við þurfum mismunandi áherslur við kynningu eftir mörkuðum. Héraðs þarf markvissar herferðir á öllum árstímum þar sem mikið er lagt upp úr þjónustunni sem til staðar er (gisting, veitingar, afþreying hvers konar) en í kynningum erlendis verður að byggja meira á heildarímynd landsins og þeim þáttum hennar sem vitað er að höfða til viðkomandi markaðar.

Tækifæri

Þörf er á aukinni þekkingu, rannsóknum og menntun í landinu á öllum sviðum ferðamála. Til dæmis þarf að aðlaga þekkingu á náttúru og menningu landsins mun



meira að miðlun hennar í ferðaþjónustu. Efla þarf grunnrannsóknir á náttúru og menningu landsins því upplýsingar sem þannig fást stórauka verðmæti auðlindanna. Þekking og menntun er undirstaða fagmennsku og gæða og þar með meðvitundar um sérstöðu og ímynd starfseminnar hverju sinni, fyrr verður ekki sagt að atvinnustarfsemin sé tekin alvarlega af þeim sem hana stunda og enn síður af viðskiptavinum.

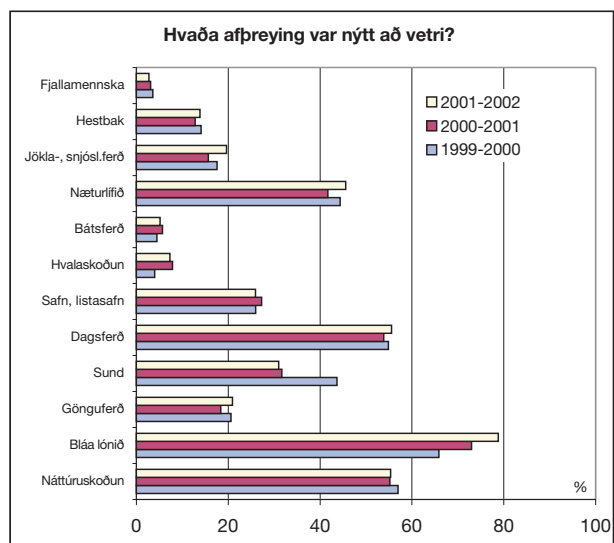
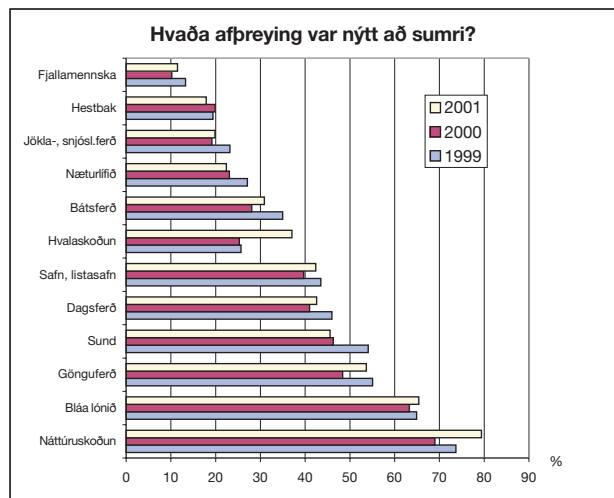
Tækifærin eru fjölmörg og byggjast á því hvað sérstaða landsins er skýr í öllum meginatriðum. Þetta skapar íslenskri ferðaþjónustu sterka samkeppnisstöðu sem þarf að nýta mun betur.

Mikilvægt er að tekið sé mið af sjálfbærri þróun og umhverfisvænni ferðaþjónustu. Það er forsenda þess að sérstaða og ímynd landsins haldist óspillt og öryggj ferðamannsins sé tryggt. Það er einnig forsenda þess að hámarksarðsemi náist í greininni, að náttúran og menningin njóti sín vel í allri miðlun og fagmennsku og gæði í þjónustu séu fyrir hendi. Ferðaþjónusta þar sem fagmennska, gæði og hámarksárangur í þjónustu við hvern einasta ferðamann skipta mestu máli verður að hafa skilning á hver vandamálin og tækifærin varðandi sérstöðu landsins og ímynd eru til að geta stundað öfluga vörubróun og mótað árangursríka markaðsstefnu.

Skýr almennur skilningur þeirra sem starfa í atvinnugreininni á sérstöðu og ímynd Íslands er grunnforsenda, og hér skiptir þekking og menntun höfuðmáli.

Árangur grundvallast á því að nýta á réttan hátt þau tækifæri sem sérstaða og ímynd landsins bjóða uppá bæði í víðum og þröngum skilningi. Vel skipulögð og afmörkuð vörubróun, mótun markaðsstefnu og markaðssetning eru forsendur þess að ferðaþjónusta þróist og eflist. Í stefnumótun skal afmarka mismunandi áherslur á skipulegan hátt. Í sumum tilfellum er t.d. landshlutabundin sérstaða fyrir hendi, t.d. í sérstæðri náttúru eða menningu.

Hér á landi eru miklir möguleikar til ferðamennsku sem tengjast fræðslu í ýmsu formi, hvíld, heilsu, fróðleik, upplifunum og ævintýrum. Í hverjum þeim ramma eða umgjörð sem ferðaþjónustan velur sér á hverjum tíma verður að vera skýr stefna, þekking og geta til að virða þau gildi og þær vinnureglur sem framsetning á heildarímynd landsins gerir kröfur til.



Sem dæmi um umgjörð ferðaþjónustu eru: Menntunar-/fræðslu-ferðamennska; afþreyingar-/ævintýra-ferðamennska, gönguferðir, fljótasiglingar, jöklaferðir, sjó- og vatnasiglingar o.fl.; lífstílsferðamennska í tengslum við matargerð, heilsurækt, hestamennsku, menningu og listir, náttúru og söguslóðir. Heiti starfseminnar þarf ekki að fela í sér öll einkenni sérstöðu og ímyndar landsins í hverju tilfalli, en vinnubrögðin og þá sérstaklega miðlunin verður að taka mið af því. Með öðrum orðum er að sjálfsgöðu búið upp á t.d. afþreyingu tengda menningu, hesta- og vatnaferðum víða í heiminum, en héraendis verður að tryggja að framsetningin og reynsla ferðamannsins feli í sér virðingu fyrir sérstöðu og ímynd Íslands og sé samþætt því umhverfi sem hún sprettur úr.

Áherslur

- Það þarf að greina veikleika og styrkleika, rannsaka og samræma ímynd Íslands sem ferðamannalands héraendis og erlendis og tengja ímyndina betur þeirri sérstöðu landsins sem veitir samkeppnislega yfirburði og tækifæri.
- Að öllu óbreyttu getur landið einungis tekið á móti vissum fjölda ferðafólks til þess að dýrmætustu hlutar ímyndar landsins og sérstöðu haldist. Það þarf að hafa skýra stjórn og yfirsýn yfir dreifingu og flæði ferðamanna um landið.
- Stórauka þarf menntunarstig og meðvitund (sjálfsmynd) rekstraraðila gagnvart sérstöðu og ímynd landsins. Þetta hefur áhrif á markaðs-stefnu og framsetningu kynningar af öllu tagi. Auka þarf þekkingu, gæði og menntun í greininni almennt.
- Nauðsynlegt er að móta tillögur um vörubrúunarverkefni tengd ímynd landsins sem byggja m.a. á grunni skýrslna um heilsu- og menningar-tengda ferðaþjónustu og auðlindina Ísland.

2 Umhverfismál

- Lykilorðin eru:**
- **Stefna stjórnvalda/alþjóðasamþykktir**
 - **Sjálfbær ferðaþjónusta**
 - **Þolmörk og þolmarkarannsóknir**
 - **Gjaldtaka/samráðsvettvangur um nýtingu landsins**
 - **Vistvæn orkunotkun**

Forsendur

Verndun og nýting náttúru Íslands er eitt mikilvægasta umhverfismál samtíðarinnar. Náttúra Íslands og menning þjóðarinnar eru undirstöður ferðaþjónustunnar. Nauðsynlegt er að gera stóráttak á næstu árum til þess að undirbúa ferðamannastaði undir auknið álag vegna ferðamannastraums.

Stuðla verður að sátt um nýtingu landsins með hagsmunum komandi kynslóða og hagkerfisins að leiðarljósi. Því er mikilvægt að ráðherrar ferða- og umhverfismála skapi samráðsvettvang um málaflokkinn, þannig að umhverfisþættir ferðamála fái nána skoðun við stefnumótunarvinnu.

Mikilvægt er að sveitarfélög og einstaklingar axli aukna ábyrgð við framkvæmd náttúruverndar. Það er hlutverk sveitarfélaga að framfylgja framkvæmdaáætluninni sem samþykkt var í Rio 1992 Staðardagsskrá 21. Við framkvæmd hennar fá sveitarfélög, einstaklingar og félagasamtök aukna ábyrgð og er aukin þátttaka almennings í skipulagsmálum og ákvarðanatöku því nauðsynleg. Styrkja þarf samvinnu innan byggðarlaga og draga fram þætti sem geta laðað að fleiri ferðamenn - heimamenn vinni saman!

Sjálfbær þróun er hugmyndafræði skynsamlegrar langtímanýtingar mannsins á gæðum náttúrunnar. Hún er jafnframt raunsæisstefna í umhverfismálum, sem tekur tillit til efnahags- og félagslegra þátta, ekki síður en til verndunar og friðunar náttúrufars. Í allri stefnu og starfi íslenskra stjórnvalda á næstu árum verður sjálfbær þróun höfð að leiðarljósi.

Úrlausnarefni

Náttúra Íslands er sú auðlind sem ferðaþjónustan byggir á. Þessi auðlind er viðkvæm og auðvelt að skaða hana ef ekki er farið að með fullri gát. Þau einkenni íslenskrar náttúru og samfélags sem einkum valda vanda eru eftirfarandi:

Veðurfar er svalt, vaxtartími plantna stuttur og rotnun lífrænna efna hægt. Eyðing skólps og sorps er því víða vandamál og gróðurlendi lætur lengi á sjá eftir ágang.

Gróðurlendi hálandisins einkennist víða af mosaríkum sverði með gisnum háplöntugróðri. Slík gróðurlendi eru ákaflega viðkvæm fyrir umferð. Þau eru fljót að láta á sjá og lengi að gróa upp.

Þolmörk ferðamannastaða eru lítt þekkt. Upplýsingar skortir um hvert er raunverulegt ástand fjölsótttra ferðamannastaða og hvernig hægt er að stýra umgengni þannig að ekki hljóttist tjón af. Traðk og slæm umgengni einkennir of marga ferðamannastaði.

Fáir ferðamannastaðir eru gífurlega fjölsóttir, en víða er að finna á landinu náttúruþerlur, aðstöðu til afþreyingar og að njóta menningar/sögu sem ekki er nýtt. Dreifing ferðamanna um landið er því ekki nógu mikil.

Í jarðvegi landsins er mikið af áfoksefnum s.s. ösku og vikri. Hann er því laus í sér og auðrofinn. Gosefni á eldfjallasvæðum eru létt og laus í sér og þola mjög illa umferð (samanber gjallgiga). Jarðvegseyðing og landsþjöll af umferð eru meiri en við verður unað.

Miklar fjörur, litlar fjörunytjar og takmörkuð umgengni eru einkennandi. Mengun er víða við strendur landsins, bæði af frárennsli og sjónmengun af reka, sérstaklega plastefnum sem hrúgast upp í fjörunar.

Við ákveðin skilyrði veðurs og staðhátta getur útblástur bifreiða og reykur frá iðnaði safnast upp. Á ákveðnum svæðum er loftmengun mikil miðað við þær hreinu orkulindir sem Íslendingar hafa yfir að ráða.

Mannvirki eru mjög áberandi í íslenski náttúru vegna þess hve gróður er lágvaxinn, hversu strjálbýlt landið er og hversu víðsýnt er. Umgengni og umhirðu mannvirkja í landinu er víða ábótavant.

Skortur er á fé sem veitt er til viðhalds og uppbyggingar á vernduðum svæðum og mannvirkjum þeim tengdum.

Meðhöndlun sorps og annars úrgangs er víða ábótavant, og veldur það bæði umhverfis- og sjónmengun. Drasl s.s. járnarusl, bilhræ, úrgangstimbur, aflóga vélar og gámar sjást of víða þar sem atvinnurekstur fer fram.

Tækifæri

Gefa þarf góðan gaum að umhverfismálum þegar aðgengi ferðamanna að náttúru Íslands er skipulagt. Auka þarf rannsóknir á þolmörkum og fylgjast vel með einstökum náttúruperlum (sbr. þolmarkaskýrsluna um Skaftafell 2002).

Meta þarf hvort æskilegt væri að láta greiða aðgangseyri eða þjónustugjöld til að auka fé til uppbyggingar eða verndunar einstakra ferðamannastaða. Leggja þarf áherslu á fegrun umhverfis, viðhald menningarverðmæta og góða umgengni á viðkomu- og dvalarstöðum ferðamanna í byggðum sem óbyggðum. Fylgjast þarf með því sem er að gerast í umhverfismálum tengdum ferðaþjónustu innanlands og á alþjóðavettvangi og taka þátt í samstarfi á því sviði. Við stefnumörkun í ferðamálum á Íslandi er nauðsynlegt að hafa að markmiði að vernda og viðhalda náttúrulegu umhverfi áfangastaða.

Mikilvægt er að tengsl ferðamanns og umhverfis, s.s. á vegum, stígum, áningarstöðum, tjaldsvæðum og í sum-arhúsa byggðum, séu skipulögð þannig að umhverfið bíði ekki skaða af þeim samskiptunum og gestir viðkomandi svæða beri gagnkvæma virðingu hver fyrir öðrum.

Við gerð hvers kyns landkynningarefnis, svo og við markaðssetningu í ferðaþjónustu, skal hafa í huga að það efli skilning og umhyggju einstaklingsins fyrir umhverfi sínu.

Við markaðssetningu þarf að höfða til þess hóps ferðamanna sem vill njóta landsins á þann hátt sem minnst raskar umhverfinu og í landkynningu skal taka mið af því að náttúra landsins bíði ekki tjón af umferð fólks.

Á Íslandi er hægt að upplifa fjölbreytt landslag án þess að ferðast langar vegalengdir og því er ástæða til að endurskoða skipulag ferða og miða við smærri svæði en til þessa. Kynna þarf þessa möguleika fyrir ferðaheildsölum.

Ferðamálaráð leggi áherslu á að ferðaþjónustuaðilar taki tillit til umhverfisverndar við skipulagningu ferða.

Skoða þarf hvort ekki sé ástæða til að setja kvóta á fjölda ferðamanna á ákveðna staði eða takmarka aðgengi þeirra með öðrum hætti um leið og við leggjum áherslu á að ímynd Íslands feli í sér auðveldan aðgang að náttúru landsins.

Haldið verði uppi öflugri fræðslu um umhverfismál tengd ferðaþjónustu, með námskeiðum og útgáfu fræðsluefnis.

Hvatt verði til skipulagningar á viðkomu- og dvalarstöðum ferðafólks, þar sem tekið er mið af því hvað landið þolir á hverjum stað og tíma. Lögð skal áhersla á að dreifa ferðamönnum um landið.

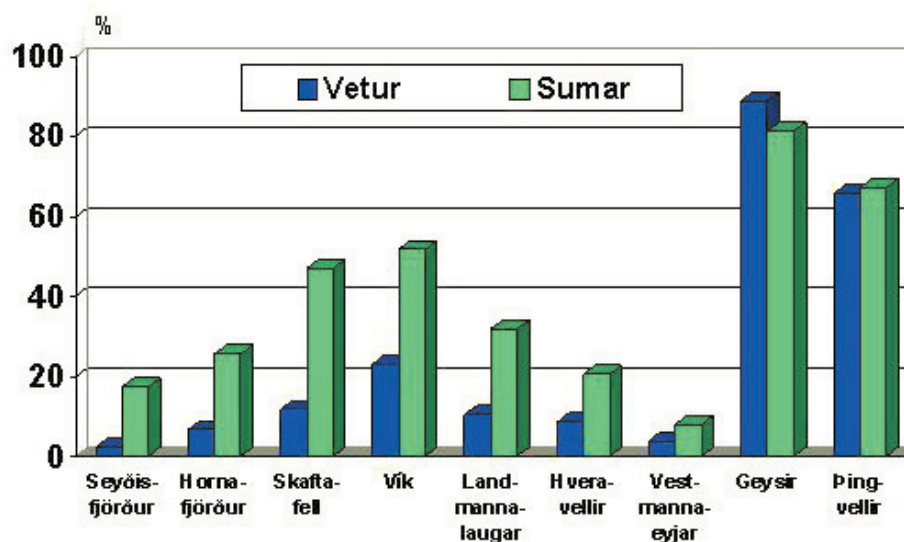
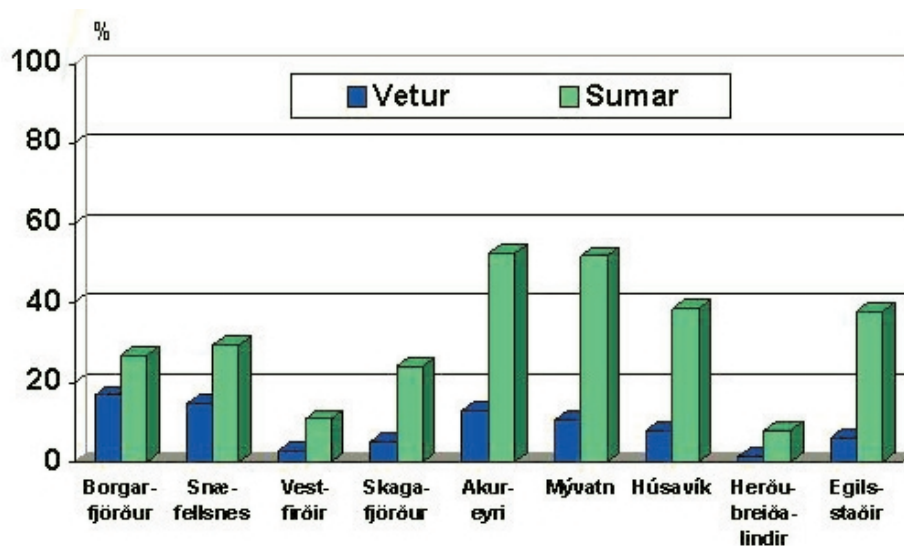
Sveitarfélög verði hvött til að taka tillit til þarfa og áhrifa ferðaþjónustunnar við stefnumótun í skipulags- og umhverfismálum, ekki síst hvað varðar viðkomu- og dvalarstaði ferðamanna í þéttbýli.

Hreinsa þarf burt brotajárn og mannvistaleifar sem valda sjónmengun á víðavangi.

Stuðlað verði að útgáfu leiðbeininga um mannvirkjagerð á ferðamannastöðum, svo sem um gerð bygginga, tjaldsvæða, kamra, göngustíga, trappna, stiga, brúa, vegvísa og leiðbeiningarskilta. Sjónarmið sjálfbærrar þróunar séu þar höfð að leiðarljósi.

Finna þarf leið sem sættir sjónarmið náttúruverndar-samtaka og ferðaþjónustunnar. Ferðaþjónustan verður

Viðkomu- og dvalarstaðir ferðamanna samkvæmt könnun Ferðamálaráðs 2001



að taka ábyrgð á þeim auðlindum sem hún notar. Skoða þarf leiðir sem hafa fremur að markmiði auknar tekjur af ferðamönnum en aukinn fjöldi þeirra.

Óhjákvæmilegt er að fleiri aðilar en ríkið komi að fjármögnun úrbóta á ferðamannastöðum. Þar ber fyrst að nefna sveitarfélögin en enn fremur er brýnt að einstök fyrirtæki eða samtök þeirra styrki og kosti úrbætur.

Stuðla ber að almennri umhverfsvottun í ferðáþjónustu sbr. Green Globe 21.

Huga skal að stofnun sjálfstæðs umhverfissjóðs með þátttöku hagsmunaaðila. Tilgangur umhverfissjóðs væri bætur og viðhald, fræðsla og rannsóknir.

Green Globe 21

Ein stærstu og þekktustu umhverfsvottunarsamtök innan ferðáþjónustu í heiminum í dag eru Green Globe 21. Samtökin voru stofnuð af hvatamönnum innan World Tourism Organization (WTO) eftir Ríóráðstefnuna árið 1992. Forsvarsmenn WTO töldu nauðsynlegt að jafnt ört

vaxandi atvinnugrein og ferðaþjónusta er, sem hefur eðli sínu samkvæmt mikil áhrif á umhverfið, tæki á ábyrgan hátt á umhverfismálum.

Stöðug þróun hefur orðið innan Green Globe 21 frá því samtökin voru stofnuð og hafa þau haslað sér völl sem áreiðanlegir ráðgjafar og vottunaraðilar fyrir fyrirtæki, samfélög og ekki síst neytendur á ferðamannamörkuðum um allan heim. Sérstaðan felst m.a. í því að vottun Green Globe 21 nær yfir allt sem tengist ferðalögum og ferðaþjónustu. Auk þess að hafa vottað fyrirtæki innan ferðaþjónustunnar allt frá hótelum, ferðaskrifstofum, flugvöllum, flugfélögum, járnbrautum, bílaleigum, ráðstefnumiðstöðvum og golfvöllum, hafa samtökin smátt og smátt styrkt og vikkad út starfsemi sína og vottað stærri áfangastaði og svæði.

Ein meginkrafta Green Globe 21 er að þeir sem gerast aðilar að vottunaráætlun þeirra og leita eftir fullri vottun skoði og endurmeti hráefna- og orkunotkun sína með tilliti til sparnaðar og hafi jafnframt góða stjórn á förgun úrgangs. Raunin er því sú að þau fyrirtæki sem ganga til liðs við umhverfisvottunaráætlun þeirra hafa sparað gífurlega fjármuni, auk þess sem dregið hefur úr ágangi þeirra í sameiginlegar orkulindir þjóðanna, m.a. raforku og vatn. Green Globe 21 gerir líka kröfu til þess að fyrirtæki innan vottunaráætlunar þeirra hafi umhverfisstefnu sína sýnilega viðskiptavinunum, þannig að þeir geti gert sér grein fyrir því eftir hvaða stefnu fyrirtækin eru rekin.

Áherslur

- Auka það fjármagn sem veitt verði til náttúruverndar og sjálfbærrar uppbyggingar á ferðamannastöðum.
- Rannsaka þarf hvaða áhrif virkunarframkvæmdir hafa á ferðaþjónustuna.
- Stuðla þarf að gerð heildarskipulags ferðamennsku á hálendi landsins.
- Framkvæma þarf þolmarkarannsóknir á helstu ferðamannastöðum (sbr. skýrslu um Skaftafell).
- Aðilar í ferðaþjónustu verði hvattir til og aðstoðaðir við að sveigja rekstur sinn til umhverfisvænni vegar með markvissri fræðslu og aðgengi að vottunarkerfum.
- Gera þarf úttekt á kostum og göllum gjaldtöku í þjóðgörðum og á öðrum fjölsóttum ferðamannastöðum.
- Stuðlað skal að því að alþjóðleg umhverfisvottun verði tekin upp sem víðast í ferðaþjónustunni.
- Leggja skal áherslu á að hafa tekjur af hverjum ferðamanni frekar en auka fjölda þeirra.
- Lögð er áhersla á það að ákvarðanir sem snerta umhverfismál eða ímynd landsins séu teknar með hag ferðaþjónustunnar að leiðarljósi.
- Kynningarefni efla skilning og umhyggju ferðamanna fyrir íslenskri náttúru og sérstöðu hennar.

3

Gæða- og öryggismál

Lykilorðin eru:

- Ferðamenn njóti öryggis eins og best verður tryggt
- Skýr gæðaflokkun þjónustu
- Skýrar reglur um öryggismál í ferðaþjónustu
- Áhersla verði lögð á menntun og fræðslu innan ferðaþjónustunnar um gæða- og öryggismál
- Aukin upplýsingamiðlun

Forsendur

Mjög margir aðilar hafa það hlutverk með höndum að tryggja öryggi almennings, og þá einnig ferðamanna, bæði innlendra og erlendra.

Hið opinbera hefur með höndum öryggi í samgöngum, þ.e. flugöryggismál, sjóöryggismál, öryggi í umferð bifreiða. Einnig eldvarnaeftirlit, slökkvilið, heilbrigðiseftirlit, Veðurstofuna, lögreglu og landamæraeftirlit, Landhelgisgæslu, og síðan má nefna björgunarsveitir, heilbrigðisstofnanir og fjölmiðla.

Í meginráttum styðjast öryggismál ferðamanna við það umhverfi sem ætlað er innlendum borgurum en til viðbótar koma sérstök atriði sem eingöngu snúa að ferðamönnum, þ.e. í afþreyingarferðamennsku, s.s. hestaferðir, vélsleðaferðir og fljótasiglingar. Nefnd á vegum samgönguráðuneytisins vinnur nú að gerð tillagna að reglugerð um leyfisveitingar og öryggismál í afþreyingarferðamennsku.

Undanfarin ár hefur það aukist að ferðamenn komi til landsins á eigin vegum og skipuleggi ferðir sínar sjálfir, m.a. með hjálp netsins. Í drögum að samgönguáætlun er talið að ferðamönnum muni fjölga verulega og „allt að 80% ferðamanna muni ferðast á eigin vegum árið 2014“. Ef þessi spá gengur eftir þarf að grípa til sérstaka ráðstafana til að tryggja betur öryggi þessara ferðamanna og jafnframt að auka upplýsingagjöf með öllum tiltækum ráðum.

Öryggi ferðamanna ræðst m.a. af þeim kröfum sem ríkisvaldið gerir og þeirri þjónustu sem í boði er.

Gæði þjónustunnar sem veitt er, snýr fremur að því

hvernig ferðaþjónustan metur sitt starfsumhverfi og hvar sóknarfærin liggja. Ríkið setur lágmarksskilyrði um aðbúnað og hollustu, en ferðafyrirtækin útfæra sjálf hvernig það er gert, þ.e. hvort fjárfestar setja peninga í lúxushótel eða gistiheimili.

Ferðaþjónustufyrirtækin munu halda áfram að efla gæðamál sín og þar með gæðaeftirlit og finna leiðir til þess að nýta það forskot sem þau gefa. Það er ekki raunhæft að ætla að allir bjóði sömu þjónustu. Það starf sem þegar hefur verið unnið með flokkun gististaða mun leggja grunn að frekara starfi í gæðamálum. Þar munu samtök í ferðaþjónustu leika lykilhutverk og gæti verið ástæða til að styrkja sérstaklega það starf. Samtök í ferðaþjónustu gætu sett almennar reglur og óháðar skoðunarstofur síðan séð um eftirlit, áþekkt því sem viðhaft er við fiskveiðar og -vinnslu. Ferðaþjónustan þarf á menntuðu starfsfólki að halda, hvort sem er til að stýra fyrirtækjum eða annast ferðamenn. Tungumálakunnátta verður sífellt mikilvægari og ekki mun duga að hafa einungis eitt erlent tungumál á valdi sínu. Ennfremur verður að mennta fólk á sviði þjónustu til þess að mæta vaxandi kröfum viðskiptavina. Eftir því sem ferðaþjónustan eflist mun þessi þáttur verða sífellt mikilvægari og í raun má fullyrða að ferðaþjónustan muni ekki eflast nema menntunarpátturinn sé í lagi. Menntun er undirstaða fyrir stöðugleika þjónustunnar og á því byggja gæðin.

Úrlausnarefni

Það er sameiginlegur hagr allra í ferðaþjónustu að neytandinn sé ánægður með þá þjónustu sem hann borgar fyrir. Eitt slæmt epli getur skemmt fyrir mörgum!

Því má færa rök fyrir því að réttlætanlegt sé að leggja ákveðnar skyldur á herðar ferðaþjónustuaðila og um leið ákveðinn kostnað. Það er mikilvægt að það sé tryggt að sé þjónusta auglýst með ákveðnum hætti verði hún framkvæmd með þeim hætti.

Auknar öryggiskröfur og aukin eftirspurn eftir betri gæðum gerir það að verkum að tilkostnaður atvinnugreinarinnar hækkar og gerir nýjum aðilum erfiðara um vik að hefja rekstur, jafnframt því sem að smærri aðilar munu eiga erfiðara uppdráttar nema þá í samstarfi við aðra. Æskilegt væri að stofnað yrði til samstarfs í víðustu merkingu við samtök eins og Slysavarnafélagið Landsbjörg.

Það er augljóst að auka þarf gæði almennt í ferðaþjónustunni með það fyrir augum að lágmarka slyshættu og einnig til að standa við gefin loforð um gæði þjónustunnar, bæði við ferðamenn sem eru heilir heilsu sem og fatlaða. Nauðsynlegt er að vinna markvisst að því að bæta möguleika fatlaðra ferðamanna til jafns við aðra svo að þeim sé gert kleift að taka þátt í ferðum á vegum íslenskrar ferðaþjónustu.

Tækifæri

Í tillögu að samgönguáætlun er það gert að meginmarkmiði að „öryggi í samgöngum verði eins og það gerist best með öðrum þjóðum“.

Ekki er óvarlegt að setja fram svipuð markmið um aðra þætti öryggis. Nú þegar eru starfandi sérstakar rannsóknarnefndir sem skoða slys er varða samgöngumál og vel mætti hugsa sér samsvarandi nefndir sem skoða slys ferðamanna. Hafin er ítarlegri skráning á slysum en verið hefur með „Slysaskrá Íslands“.

Það er styrkur fyrir ferðaþjónustuna að hafa aðgang að þess háttar upplýsingum og styrkir jafnframt ímynd hennar.

Almennar athugasemdir og kvartanir ferðamanna hafa ekki haft ákveðinn farveg innan ferðaþjónustunnar nema hvað varðar 12. gr. laga um skipulag ferðamála nr. 117/1994 en þar segir að Ferðamálaráð skuli kanna réttmæti kvartana um misbrestir á þjónustu við ferðamenn. Nefndarmenn telja að þessum málum ætti að koma í enn fastari skorður.

Það mætti t.d. hugsa sérstakt umbunarkerfi til hvatninga vegna öryggis og gæða, t.d. í formi verðlauna. Ferðamálaráð Íslands gæti veitt árlega viðurkenningu til fyrirtækja sem standa sig vel í uppbyggingu innra gæða- og öryggiskerfis.

Einnig þarf að gera reglulega kannanir á gæðum íslenskrar ferðaþjónustu.

Áherslur

- Styrkja þarf starf hagsmunaaðila til að koma á frekari gæðaflokkun í ferðaþjónustu.
- Skilgreina þarf farveg fyrir kvartanir og athugasemdir við starf ferðaþjónustunnar og framkvæma reglulega gæðakannanir.
- Sett verða skýr markmið um menntun fyrir ferðaþjónustuna.
- Skoðaðir verði möguleikar á að setja á fót umbunarkerfi samfara skýrum reglum um lágmarkskröfur til öryggisþátta.
- Með auknum gæða- og öryggiskröfum aukast álögur á greinina og verður að gera henni kleift að standa undir þeim þannig að hún standist alþjóðlegan samanburð.
- Efla þarf skráningu á slysum í ferðaþjónustu og fá yfirsýn til úrbóta.
- Aukin miðlun upplýsinga er stór þáttur í gæðum þjónustunnar ásamt því að vera mikilsvægt öryggisatriði.

4 Menntun í ferðaþjónustu

- Lykilorðin eru:**
- Heildstæð menntunarstefna og samhæfing námsframboðs
 - Aukið samstarf stofnana og fyrirtækja
 - Meiri þekking, meiri fagmennska
 - Almenn grunnfræðsla um mikilvægi starfa í ferðaþjónustu
 - Auknar rannsóknir

Forsendur

Helstu skólar sem veita menntun í ferðaþjónustu á Íslandi eru Ferðamálastofnun Íslands í MK á framhaldsskólastigi og síðan Háskólinn á Akureyri, Hólaskóli og Háskóli Íslands á háskólastigi.

Mikil þörf er á menntun á þessu sviði, bæði fyrir þá sem hyggja á störf við rekstur þjónustunnar og hina sem hyggja á rannsóknir, þróunar- og skipulagsstörf í ferðaþjónustu. Það væri þó rangt að málum staðið að reyna að skilja að hinn fræðilega og hagnýta þátt námsins.

Góð grunnmenntun er undirstaða fyrir framhaldsnám í ferðamálafræðum. Í þessu sambandi skal bent á mikilvægi matreiðslu- og framreiðslunáms en það á undir högg að sækja.

Töluvert framboð er á námi í ferðaþjónustu sbr. skýrslu Jóns Torfa Jónssonar fyrir SAF. 2002. Framhaldsskólar, háskólastofnanir og einkageirinn leggja þar ýmislegt að mörkum. Þetta námsframboð er þó langt í frá heildstætt eða samfellt þannig að almenningi, þá sérstaklega væntanlegum nemendum og starfsfólki í ferðaþjónustu, sé ljóst hvernig best er að haga undirbúningi fyrir hin fjölbreyttu störf sem atvinnugreinin hefur að bjóða.

Nokkuð skortir enn á að samráð og samstarf sé haft milli menntastofnana um stefnumótun og námsframboð. Þó eru forsendur til slíks þegar fyrir hendi m.a. með þeirri ákvörðun að fela MK forystuhlutverk innan framhaldsskólastigsins, og á háskólastiginu hefur tekist ágætt samstarf með innbyrðis samningum stofnana. Þetta er önnur tveggja mikilvægra forsendna fyrir frek-

ari þróun menntunar fyrir atvinnugreinina, en hin er samstarf við fyrirtæki og stofnanir í ferðaþjónustu. Námsbrautir eru margar fámennar, sérstaklega hinar sérhæfðari starfsmenntabrautir. Fjölmennari eru þær brautir sem eru bóknámsbrautir á framhalds- og háskólastigi. Símenntun er einnig í boði af hálfu menntastofnana, fyrirtækja og félagasamtaka, en mismunandi er hvort þátttaka í símenntun er metin til aukinna réttinda, launa eða framgangs í starfi.

Til þess að stefnumótun og stjórnun ferðaþjónustu verði sem farsælust verður hún að byggja á traustum grunni þekkingar á þeim áhrifum sem ferðaþjónustan hefur á land og lýð, jafnframt þekkingu á þróun greinarinnar. Slík þekking fæst einvörðungu með stöðugu og vönduðu starfi að rannsóknnum, en þennan þátt þarf að efla mjög hérlendis.

Rannsóknir og þróunarstarf byggt á þeim er grundvöllur framfara í atvinnugreininni. Því meiri þekking, því meiri fagmennska og því traustari rekstrargrundvöllur. Atvinnugreinin þarfnast bæði grunn- og þjónusturannsóknna.

Úrlausnarefni

Stærsta vandamál menntunar á ferðaþjónustan sameiginlegt með annarri starfsmenntun á Íslandi, þann virðingarmun sem lengi hefur ríkt í íslensku menntakerfi og þjóðlífi milli þess sem kalla ná hagnýta menntun og fræðilegrar eða „akademiskrar“ menntunar. Sú ímynd að hagnýtt nám sé ekki jafn virðingarvert, ekki jafn líklegt til að skila nemandanum frama í þjóðfélaginu, hefur verið lífseig. Þar af leiðir að nemendur sækja fremur á námsbrautir sem hafa á sér hið fræðilega yfirbragð.

Með þessu myndast „gat“ í þekkingargrunn greinarinnar þar sem ætti að vera kunnáttan í að veita þjónustuna. Það er gat þar sem fræði og framkvæmd eiga að mætast. Byggðastofnun telur að ein af rótum vanda landsbyggðahótelanna sé skortur á rekstrarmentun sem takmarkar vísýni stjórnenda.

Þetta kemur fram í aðgerðum menntamálayfirvalda en kostnaður við starfsnám er mun meiri en við bóknám og hafa ekki fengist nægjanlegar fjárveitingar þrátt fyrir ít-reakaðar tilraunir. Ef heldur fram sem horfir mun verkelegt nám leggjast af með alvarlegum afleiðingum fyrir ferðaþjónustuna. Annað dæmi um þátt sem líður fyrir þetta er afþreyingarferðaþjónusta. Þar er þörf á sértæku námsframboði sem tryggir að starfsfólk hafi næga þekkingu á viðkomandi sviði til þess að veita ferðafólki þjónustu, tryggja öryggi þess og gæði þeirrar upplifunar sem í boði er. Til dæmis er nauðsynlegt að starfsfólk í ferðaþjónustu sem tengist hestum hafi sérþekkingu á hestamennsku, hópstjórn, þjónustu og öryggismálum.

Þetta vandamál tekur til allra skólastiga, en ágerist þó á háskólastiginu vegna þeirrar íhaldssemi sem lengi ríkti gagnvart hagnýtum námsgreinum sem háskólagreinum. Með breyttu viðhorfi til eðlis menntunar og starfa, með auknum rannsóknum og fræðimennsku á sviði starfsgreina hefur þetta viðhorf mjög látið undan síga. Við það hafa skapast tækifæri til þróunar starfsmenntunar á háskólastiginu og þar með aðstæður til rannsókna og þróunarstarfs sem er lífsnauðsyn farsællar nýsköpunar í atvinnugreininni.

Rannsóknir og þróunarstarf þarf að haldast í hendur, þ.e. fræðin verða ekki með góðu móti aðskilin frá framkvæmdinni. Greinin er í eðli sínu starfsgrein en byggir þó á fræðilegri þekkingu og hugmyndafræði. Þetta þarf að endurspegla í námi á öllum skólastigum, gott nám í ferðaþjónustu byggir á samspili fræða og framkvæmdar.

Tækifæri

Starfsemi Ferðamáladeildar Hólaskóla er gott dæmi um fylgni við þessi tækifæri sem eru að skapast, en brautin veitir þjónustu jafnt háskólanemum sem grunnskólanemum auk starfsfólks í ferðaþjónustu um allt land. Starf deildarinnar byggir á fræðilegum grunni kenninga um sjálfbæra þróun ferðaþjónustu og reynsluþekkingar ferðaþjónustu í dreifbýli. Úr þeim efniviði er unnið að því að þjóna nokkrum markhópum:

1. Fólk sem starfar eða hyggst starfa við ferðaþjónustu í dreifbýli og þarf að hafa möguleika á frekara námi á því sviði, fyrir það hefur verið þróuð eins árs grunntmenntun á háskólastigi.
2. Starfsfólk sem starfar tímabundið við ferðaþjónustu, fyrir þann hóp eru boðin stutt námskeið tengd starfi í samráði við fyrirtæki og stofnanir.
3. Framhaldsskólanemar, fyrir þennan markhóp þarf að bjóða nám sem undirbýr frekara nám á þessu sviði og þar er litið til kjarnaskólans MK um þróunarstarf en einnig þarf að huga að þeirri staðreynd að framhaldsskólanemar eru mikilvægur hluti sumarstarfsfólks í ferðaþjónustu.
4. Grunnskólanemar; fræðsla um ferðaþjónustu er hluti af menntun almennings og vitund um sitt samfélag. Mikilvægt er að strax í grunnskóla fái nemendur innsýn í þessa atvinnugrein og áhrif hennar á íslenskt samfélag, jafnframt er þar kjörið tækifæri til að kenna grunnpætti góðrar þjónustu, áttahagafræði, öryggismál og samskipti og framkomu.

Forsendur tillagna á þessu sviði eru að hugsa fyrst og fremst um hag nemandans og að uppfylla þarfir hans fyrir hagnýtt nám er byggi á fræðilegum grunni. Nám í ferðaþjónustu á öllum skólastigum verði þannig skilgreint sem fræðilegt og hagnýtt í senn.

Ferðamálafræðibraut Háskólans á Akureyri staðsett við rekstrar- og viðskiptadeild háskólans. Brautin menntar einstaklinga til stjórnunarstarfa í greininni þar sem m.a. er lögð áhersla á beitingu faglegra vinnubragða við rekstur, stefnumörkun, ákvarðanatöku og stjórnun. Virkt samstarf er við Ferðamálaásetur Íslands, Ferðamálaráð Íslands, Háskóla Íslands og Hólaskóla um kennslu og rannsóknir.

Í dag er boðið upp á nám í ferðamálum í eftirtöldum skólum:

- **Leiðsöguskóla Íslands**
- **Menntaskólanum í Kópavogi**
- **Hólaskóla**
- **Háskólanum á Akureyri**
- **Háskóla Íslands**

Áherslur

- Leitað verði leiða til að bjóða grunnnámskeið á þessu sviði innan grunnskólans og þá í samráði við námskrárdeild menntamálaráðuneytis.
- Aukið tillit verði tekið til kostnaðar í tengslum við starfsnám.
- Áfram verði haldið þróunar- og samræmingarstarfi í námskrá framhaldsskólans og möguleikar nýttir í samvinnu skóla til að þjóna þeim nemendum sem ekki stunda nám við stærstu námsbrautir á þessu sviði.
- Námsbrautir framhaldsskóla og sérskóla tengist svo sem kostur er þannig að ekki myndist blindgötur eða óþörf skörun námsbrauta og skólastiga fyrir nemandann.
- Háskólanám byggir í vaxandi mæli á þeim grunni sem lagður er á framhaldsskólastigi, þannig að við inntöku nemenda verði tekið tillit til menntunar og/eða reynslu á sviði ferðaþjónustu.
- Hlúð verði að hvers kyns grunn- og hagnýtum rannsóknnum í ferðamálafræði.

Rannsóknir á sviði ferðaþjónustu eru afmarkað svið innan háskólasamfélagsins, þó að aðferðafræði og skilgreining viðfangsefna skarist við ýmsar greinar bæði hug-, félags- og náttúruvísinda. Mikilvægt er að Ísland, með sína sterku sérstöðu í náttúrufari og menningu verði þátttakandi í þessu rannsóknasamfélagi. Jafnframt er ferðaþjónustan vettvangur þar sem fram koma ýmis vandamál og viðfangsefni, sem eru áhugaverð frá sjónarhóli annarra fræðigreina. Þjóna þarf bæði nemendum sem eru í rannsóknanámi með leiðsögn og öðrum fræðimönnum með samstarfsverkefnum. Erlent samstarf skiptir hér miklu máli.

Ferðamálaasetur Íslands er miðstöð rannsókana og fræðslu á sviði ferðamála. Setrið er starfrækt sameiginlega af Háskólanum á Akureyri og Háskóla Íslands. Efling Ferðamálaasetursins er vísir á traustari grundvöll framfara og upplýstrar ákvörðanatöku í greininni.

5 Samgöngur

- Lykilorðin eru:**
- **Að samgöngukerfið auki arðsemi í ferðaþjónustu**
 - **Samkeppnisstaða svæða batni með öflugum samgöngukerfi**
 - **Þróun samgöngukerfisins hvetji til nýsköpunar og uppbyggingar**
 - **Samgöngukerfið tryggi þægindi og öryggi í umferð ferðamanna um og við landið**
 - **Tryggt verði að óhefðbundin umferð um ósnortin víðerni verði áfram möguleg**
 - **Fjölbreyttar og öruggar samgöngur til og frá landinu**

Forsendur

Þessi kafli byggir meðal annars á „Samgönguáætlun 2003-2014“ sem kom út á vegum stýrihóps á vegum samgönguráðuneytis í ársbyrjun 2002. Eftirfarandi staðreyndir varðandi ferðaþjónustu koma þar fram: Ferðaþjónustan er nú næststærsti atvinnuvegurinn ef miðað er við gjaldeyristekjur. Þar er m.a. áætlað að erlendir ferðamenn verði á bilinu 700 þúsund til milljón árið 2014.

Gistinætur skiptast þannig að 60% þeirra eru á höfuðborgarsvæðinu og 40% utan þess. Dvalartími ferðamanna hefur styst undanfarin ár og mun sú þróun halda áfram. Gert er ráð fyrir að allt að 80% ferðamanna ferðist á eigin vegum árið 2014, því verður mikil aukning í notkun bílaleigubíla á næstu árum. Í landinu eru nú 13 flugvöllir fyrir áætlanaflyg, 12 fyrir leigu- og sjúkraflug og 55 fyrir einkaflug auk leigu- og sjúkraflugs. Þessum flugvöllum mun fækka. Farþegum í innanlandsflugi hefur fjölgað um 3,8% að meðaltali á ári á árunum 1971-2000. Framtíðarspár Flugfélags Íslands gera ráð fyrir um 1,5-2% aukningu á ári í framtíðinni, þannig að gera verður ráð fyrir a.m.k. um 500-600 þúsund farþegum á ári í innanlandsflugi um Reykjavíkurflygvöll.

Þjóðvegir á Íslandi eru nú um 13 þúsund km langir. Grunnnet landsins byggir á um 5200 km sem eru um 40% af vegakerfinu. Gert er ráð fyrir um 23% aukningu umferðar um vegi landsins frá 1998 til 2014.

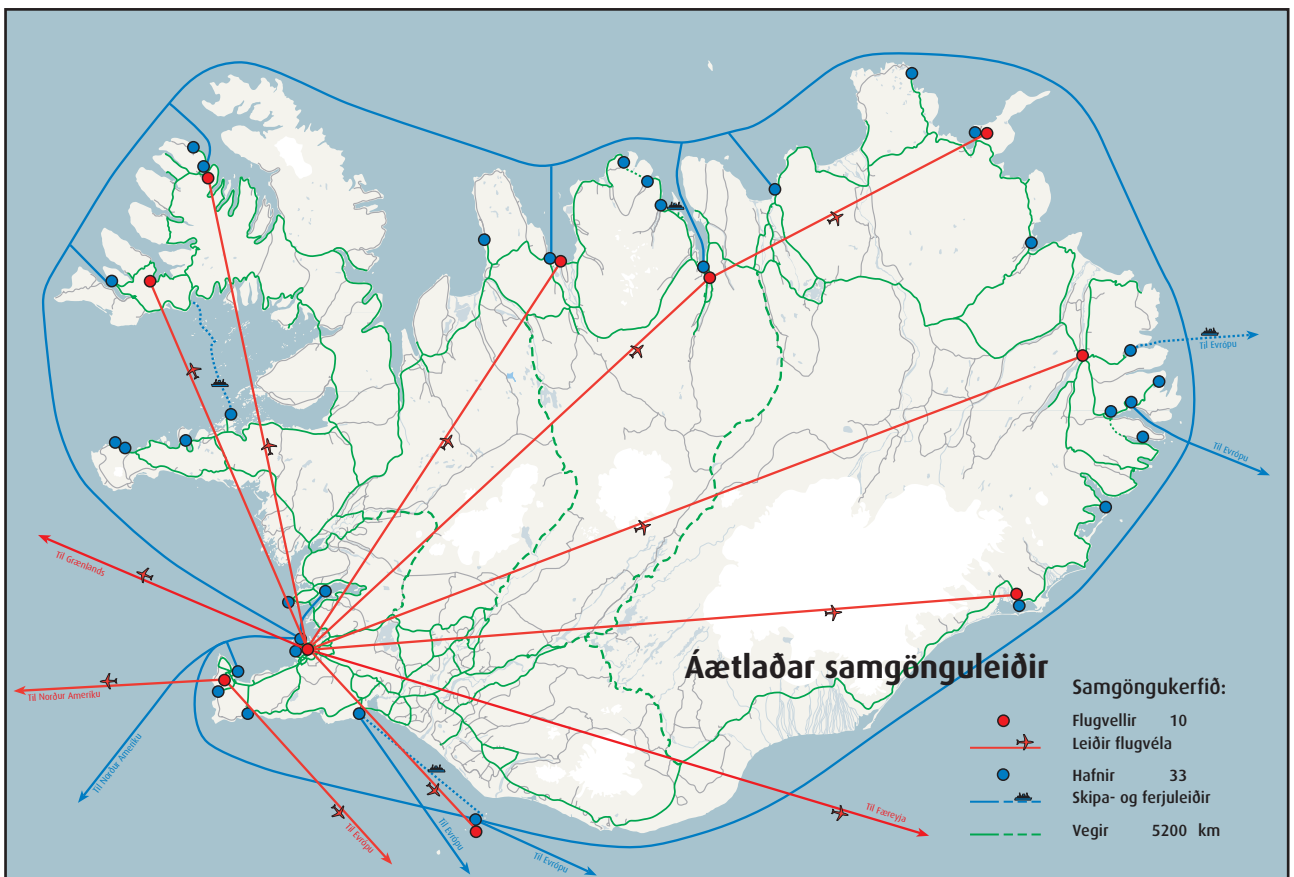
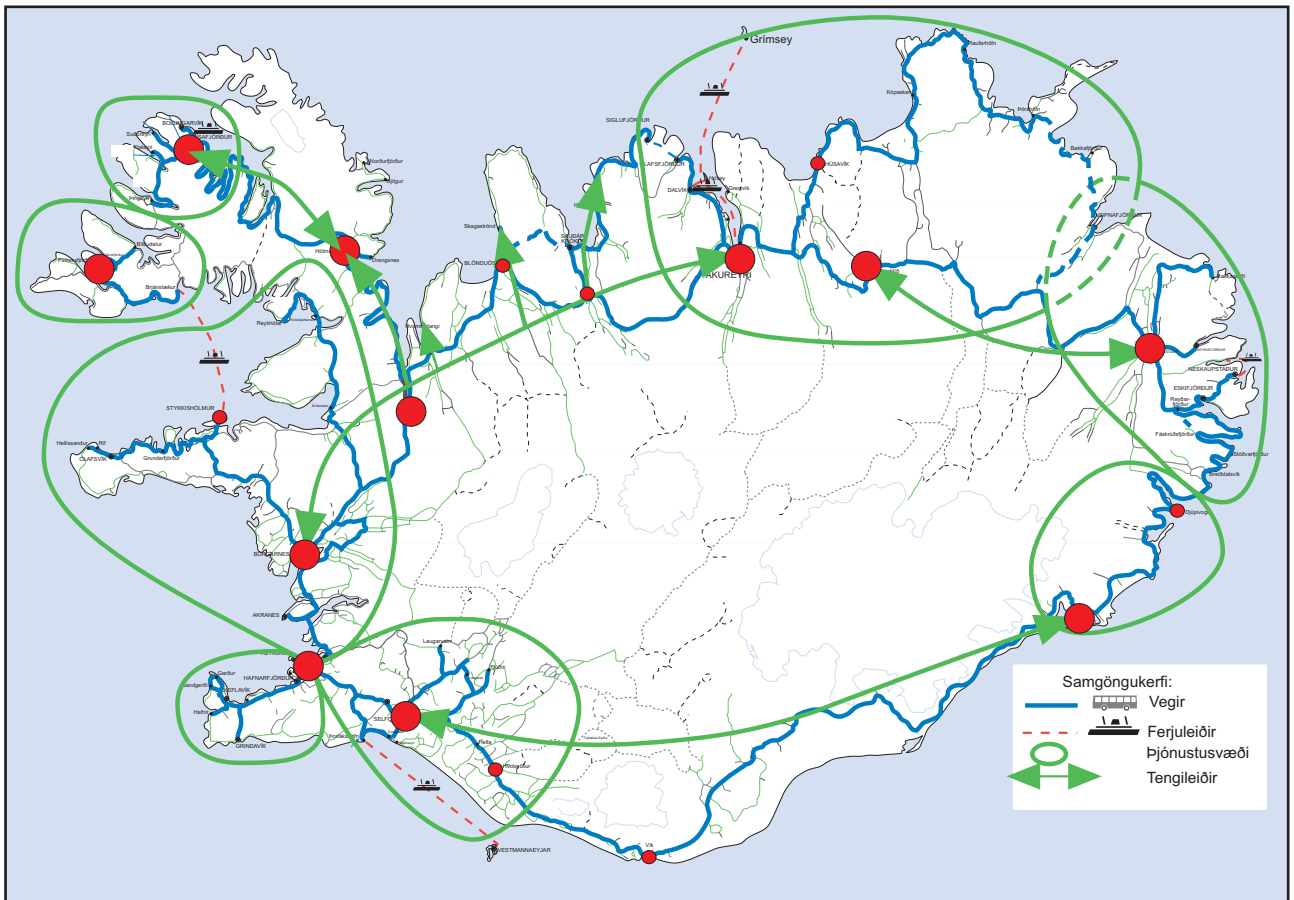
Í inngangi áætlunarinnar segir að „á Íslandi eru samgöngur þríþættar, þ.e. flug, siglingar og landsamgöngur. Þessir samgöngumátar hafa ólíku hlutverki að gegna og þjóna fólki og atvinnulífi á ólíkan hátt“.

Einnig segir að „skipulag á að miðast við að fólk komist örugglega og á þægilegan hátt ferða sinna“. Síðar segir að „skilyrði fyrir vexti og viðgangi ferðaþjónustu eru góðar samgöngur til og frá landinu sem og um land allt“ og að „gott aðgengi að helstu ferðamannastöðum ásamt góðri aðstöðu og merkingum þarf að vera fyrir hendi ef ferðaþjónusta á að vaxa og dafna“.

Meginmarkmið samgönguáætlunarinnar lúta að því að tryggja hreyfanleika í samgöngukerfinu (aðgengi og afkastageta), hagkvæmni (grunnnetið sem forgangsmál), umhverfislega sjálfbærar samgöngur og loks að tryggja öryggi í samgöngum með tilvísun í umferðaröryggisáætlun ríkisstjórnarinnar.

Aukning ferðaþjónustunnar á síðustu árum hefur kallað á betra samgöngukerfi enda eru ferðaþjónusta og samgöngur samofin verkefni. Vegir, brýr og flugvöllir eru þeir hlutar samgöngukerfisins sem verður fyrst og fremst fjallað um hér.

Til viðbótar mætti nefna almenningsamgöngur, ferjusiglingaleiðir, reiðleiðir, göngustíga, reiðhjóla-leiðir, akstur ökutækja utan vega um ósnortin víðerni, ferðir um ár og vötn auk hugsanlegra járnbrautar-samgangna sem hluta af samgöngumálum sem tengjast ferðaþjónustunni.



Úrlausnarefni

Ljóst er að flugið er beinlínis grundvöllur ferðaþjónustunnar á Íslandi, því skiptir það hana mjög miklu máli að millilandaflugið hafi yfir að ráða fullkomnum búnaði og aðstöðu til að þjóna þeim ferðamönnum sem koma til landsins.

Innanlandsflugið hefur einnig mikla þýðingu, en hafa ber í huga að það er í samkeppni við landsamgöngur. Siglingar snerta ferðaþjónustuna vegna þjónustu við þau farþegaskip sem koma til landsins á sumrin með stuttri en þýðingarmikilli viðkomu á nokkrum stórum höfnum. Það sama má segja um áætlanasiglingar Norrænu til landsins yfir sumarmánuðina og áætlanasiglingar ferja milli staða innanlands s.s. Baldurs á Breiðafirði, Herjólfss til Vestmannaeyja og áætlunarferja til Hríseyjar og Grímseyjar.

Tækifæri

Í umfjöllun samgönguáætlunar 2003 til 2014 koma fram eftirfarandi áherslur og verkefni um samgöngumál sem tengjast ferðaþjónustunni:

Góðar samgöngur til og frá landinu skipta ferðaþjónustuna mestu máli hér eftir sem hingað til.

Ljúka þarf vegabótum bæði á hringveginum og öðrum helstu leiðum á grunnnetinu.

Útrýma þarf einbreiðum brúm, það er eitt stærsta öryggismálið í umferðinni nú.

Taka þarf sérstakt tillit til fjölfarinna ferðamannaleiða við ákvarðanir um framkvæmdir.

Betri vetrarþjónusta á vegum skapar betri aðstæður fyrir ferðaþjónustu á landsbyggðinni.

Nauðsynlegt er að bæta samgöngur við helstu náttúruperlur landsins.

Það er flókið mál hvernig standa skal að samgöngubótum á hálendinu vegna áhuga ferðamanna á því sem oft hefur verið kallað ósnortin víðerni.

Það er í anda ferðaþjónustunnar að áfram verði til torfærir vegir, slóðar og hefðbundnir malarvegir enda mikill áhugi fyrir ævintýraferðum og rallkeppnum sem beinlínis byggja á slíku ástandi vega.

Almennur akstur á malarvegum skapar hættur, því er nauðsynlegt að koma á framfæri upplýsingum til ferðamanna um hættur sem eru samfara akstri á slíkum vegum.

Lögd er áhersla á mikilvægi Reykjavíkflugvallar sem innanlandsflugvallar, varavallar fyrir Keflavík og milli-landaflugvallar fyrir Grænlands- og Færeyjaflug.

Meðal helstu áhrifa í sambandi við úreldingu Reykjavíkflugvallar eru ma. töpuð störf og aukinn ferðakostnaður.

Með flutningi flugvallarins til Keflavíkur skapast lengsta fjarlægð í þjónustu innanlandsflugs frá höfuðborgarsvæði sem þekkist í Evrópu. Það má telja eina af skildum höfuðborgarsvæðis að þar sé miðstöð innanlandsflugs staðsett. Róttækar aðgerðir hafa í för með sér breytingu á þróun ferðamennsku í tengslum við höfuðborgarsvæðið og draga úr notkun á innanlandsflugi.

Gert verði ráð fyrir hafnarbótum þar sem öll uppbygging er með nútímalegum hætti til að þjónusta ferðamenn og skapa viðskiptamöguleika sem miðast við að taka á móti skemmtiferðaskipum.

Ísland verði aðlaðandi valkostur sem endastöð fyrir farþega skemmtiferðaskipa.

Tryggja þarf góða aðstöðu fyrir skemmtibáta og hvalaskoðunarbáta.

Stefnt skal að því að byggja upp fjóra hálendisvegi: Fjallabaksleið nyrðri, Sprengisandsleið, Kjalveg og Kaldaldalsleið. Nefndin telur að þær áætlanir þurfi að fá nánari umfjöllun því hér sé um að ræða ákvörðun sem hefur áhrif á einstaka þætti ferðaþjónustunnar og ímynd landsins.

Bæta þarf aðkomu skipa og báta að áhugaverðum áfangastöðum frá sjó.

Meginverkefnið er að treysta ferðaþjónustuna í landinu með traustum, hagkvæmum, umhverfisvænum og öruggum samgöngum og öflugri þjónustu. Gott samgöngukerfi á landi, sjó og í lofti eflir ferðaþjónustu. Víða hefur verið sýnt fram á beint samhengi milli bættra samgangna og aukningar í hagvexti þjóða. Traustar samgöngur við önnur lönd eru ein af grunnforsendum öflugrar ferðaþjónustu.

Við ákvarðanir um uppbyggingu samgöngumannvirkja verði tekið mið af umferðarmagni, öryggi notenda, hagkvæmni, styttingu ferðatíma, hagsmunum atvinnuvega, þ.m.t. ferðaþjónustunnar og landshluta svo og þróun í samgöngutækni.

Áherslur

Nefndin vísar í tillögur og áherslur sem koma fram í Samgönguáætlun 2003-2014 en þar segir m.a.:

- Í fyrirliggjandi langtímaáætlun í vegagerð sem nú hefur verið samþykkt í fyrsta sinn er meðal annars gert ráð fyrir því að ljúka lagningu bundins slitlags á hringveginn í síðasta lagi 2006, leggja bundið slitlag á alla vegi milli hringvegjar og þéttbýlisstaða, leggja bundið slitlag á helstu ferðamannaleiðir og breikka vegi og brýr þar sem umferð er svo mikil að flutningsgeta og umferðaröryggi eru vandamál. Einnig á að endurbýggja brýr á helstu flutningaleiðum þannig að þær standist kröfur um áspunga sem leyfður er á evrópska efnahagssvæðinu. Þannig verður íslensku atvinnulífi tryggð eðlileg samkeppnisstaða á þessu sviði og skilyrði meðal annars sköpuð fyrir bættri þjónustu við ferðamenn.
- Verja þarf auknu fé til umferðaröryggismála og til bættrar umferðarmenningar. Leggja skal áherslu á breikkun einbreiðra brúa, gerð mislægra gatnamóta og varnir gegn skriðuföllum og snjóflóðum. Fylgt verði eftir þeirri stefnu sem samþykkt var á Alþingi vorið 1996 um aukið umferðaröryggi. Þessi áætlun verði sífellt í endurskoðun.
- Brýnt er að gætt sé réttlætis, jafnræðis og höfs í skattlagningu á farartæki og að einnig sé tekið mið af umhverfisþáttum. Aukið hlutfall þessarar skattheimtu renni til samgöngumála. Skattkerfið verði einfaldað og álögur lækkaðar. Sérstakt tillit verði tekið til þjónustu við erlenda ferðamenn og það gert hagkvæmara að endurnýja rútur og bílaleigubíla.
- Hvatt er til þess að verulegar endurbætur verði gerðar á öllum aðalleiðum sem liggja frá Reykjavík, þ.e. til Reykjaness, Suðurlands og Vesturlands.
- Könnuð verði bygging nýrrar flugstöðvar á Reykjavíkurflugvelli sem tengist almenningsamgöngum höfuðborgarinnar og fólksflutningum. Sérstaklega verði hugað að því að nýta kosti einkaframkvæmdar og einkareksturs við uppbyggingu flugstöðvarinnar og reksturs hennar svo og flugvallarins í heild í samræmi við þá þróun sem er að verða við rekstur slíkra samgöngumannvirkja í Evrópu.

6 Byggðamál

- Lykilorðin eru:**
- Vöxtur og sérstaða svæða
 - Fjöldi ferðamanna
 - Jafnvægi atvinnugreina
 - Hátt þjónustustig
 - Ferðþjónusta er undirstöðuatvinnugrein

Forsendur

Til þess að geta metið möguleika ferðþjónustunnar á Íslandi í hverjum landshluta fyrir sig til framtíðar er nauðsynlegt að gera úttekt á öllum svæðum. Í nýútkominni skýrslu, *Auðlindin Ísland*, er sett fram skilgreining á breytilegum markaðssvæðum með möguleika ferðþjónustunnar í huga.

Þar eru teknar saman fyrirbyggjandi upplýsingar og aflað nýrra eftir þörfum, m.a. með viðræðum við fulltrúa sveitarfélaga, fyrirtækji í greininni og fulltrúa samtaka í landshlutunum sem koma að ferðþjónustu á einhvern hátt.

Með skýrslunni *Auðlindin Ísland* er hægt að draga saman sérstöðu hvers svæðis og helstu möguleika þess og gera að lokum tillögur um skilgreind verkefni til að byggja upp ferðþjónustu innan hvers svæðis.

Miklar væntingar eru bundnar við ferðþjónustu í byggðalegu tilliti. En til þess að þær væntingar verði uppfylltar þarf að gera ráð fyrir ferðþjónustunni meðal undirstöðuatvinnugreina landsins. Takast verður á við erfiðleika greinarinnar vegna lélegrar afkomu, m.a. vegna stutts ferðamannatímabils sem einkum bitnar á arðsemi fyrirtækja á landsbyggðinni.

Í þingsályktun um stefnu í byggðamálum fyrir árin 2002-2005 segir orðrétt í kafla 1:

„1. Nýting sóknarfæra í atvinnulífi:

Ferðþjónusta. Þjónusta við ferðamenn er vaxandi atvinnugrein. Hún hefur byggst á tveimur meginstöðum,

íslenski náttúru og menningu, svo og mikilli þekkingu atvinnurekenda og starfsfólks í ferðþjónustu. Bylting í vegasamgöngum, bætt gisti- og veitingaþjónusta, fjölgun sumarhúsa (sem mörg eru nýtt allt árið) og aukið framboð á hvers kyns afþreyingu og menningarstarfsemi eru þættir sem hafa stutt þessa þróun, auk bættra lífskjara í Evrópu og Norður Ameríku, þaðan sem flestir erlendir ferðamenn koma. Uppbygging greinarinnar á landsbyggðinni hefur takmarkast nokkuð af því hversu árstíðabundin hún er og rekstrarerfiðleikar hafa hrjád sum fyrirtæki í greininni.

Þrátt fyrir þetta eru miklir vaxtarmöguleikar í ferðþjónustu sem sem nýta þarf sem best. Búið er við verulegri aukningu erlendra ferðamanna hingað til lands á næstu árum, auk þess sem ferðir Íslendinga innanlands aukast stöðugt. Lykillinn að velgengni í ferðþjónustu er aukin menntun og stöðug þjálfun þeirra sem starfa í greininni. Við stefnumótun í ferðþjónustu þarf að leggja áherslu á sérkenni hvers landshluta og skipuleggja vaxtarsvæði.“ Síðar í kafla um tillögur er gerð grein fyrir hugmynd um uppbyggingu ferðþjónustu í dreifbýli.

Úrlausnarefni

Með breytingum á hefðbundnum atvinnuháttum einstakra staða getur skapast tómarúm í atvinnulífinu.

Einhæfni og samdráttur á einstaka stöðum dregur úr frumkvæði og fjárhagslegu áræði til að takast á við ný verkefni í ferðþjónustu. Á landsbyggðinni hættir mönnum til að gera óraunhæfar væntingar til ferðþjónustunnar og að hún geti bjargað öllu á stuttum tíma.

Fyrirtæki í ferðabjónustu á landsbyggðinni eru mörg illa stödd fjárhagslega til að takast á við uppbyggingarstarf, endurbætur og þróun þjónustu.

Þjónusta og afþreying sem í boði er á landsbyggðinni er mjög árstíðabundin.

Víða eru margar, smáar þjónustueiningar að keppa á litlum markaði.

Einstök svæði eru misjafnlega langt komin í úttekt á sérstöðu og ávinningi byggðarlagsins með tilliti til mótöku ferðamanna.

Sveitarfélög eru misjafnlega í stakk búin til þess að skapa frjóan jarðveg fyrir uppbyggingu ferðabjónustu og aðstöðu með menntuðu starfsfólki.

Lítill samstaða hefur lengst af einkennt skipulag ferðabjónustunnar á landsbyggðinni. Sveitarfélög og svæðisbundin fyrirtæki í ferðabjónustu eru nú í vaxandi mæli að horfa til endurskipulagningar og víðara samstarfs til að auka hagkvæmni og arðsemi.

Takmarkaðar samgöngur draga úr vaxtarmöguleikum einstakra byggðarlaga til að veita þjónustu sem hægt er að nálgast með auðveldari og arðsamari hætti annars staðar. Má þar nefna fækkun áfangastaða og flugtíðni innanlands og eru Vestmannaeyjar gott dæmi þar um.

Frumkvæði er ekki í höndum heimafólks. Ferðabjónustufyrirtæki sem staðsett er annars staðar stýrir fjölda þeirra ferðamanna sem heimsækir einstök svæði. Leysa þarf vanda landsbyggðarhótela sem fyrst þar sem málið er alvarlegt.

Lykill að fjölbreyttri ferðabjónustu á landsbyggðinni er blómlegt mannlíf allt í kringum landið sem getur haldið uppi háu þjónustustigi í ferðabjónustu.

Tækifæri

Margt af því sem er áhugaverðast við ferðalög um Ísland er að finna í byggðunum víðsvegar um landið. Því er mikilvægt að einstök byggðarlög og svæði skilgreini styrkleika sinn, á hvaða sviði þau geti gert sig eftir-sóknarverðust.

Vaxandi fjöldi þéttbýlisbúa sækir inn á sífellt stærra svæði í dreifðari byggðum landsins. Þetta eru að stórum hluta óvirkir viðskiptavinir sem nýta sér að litlu leyti þá þjónustu og afþreyingu sem í boði er á svæðinu. Þennan hóp þarf að nálgast skipulega og virkja betur.

Tenging og samstarf hefðbundins atvinnulífs, staðarmenningar og ferðabjónustu getur skapað marvísleg tækifæri sem hægt er að byggja á.

Svæði með mikla sérstöðu og aðdráttarafl draga að sér hópa í þeim mæli að marvísleg önnur þjónusta á svæðinu nýtur góðs af.

Áherslur

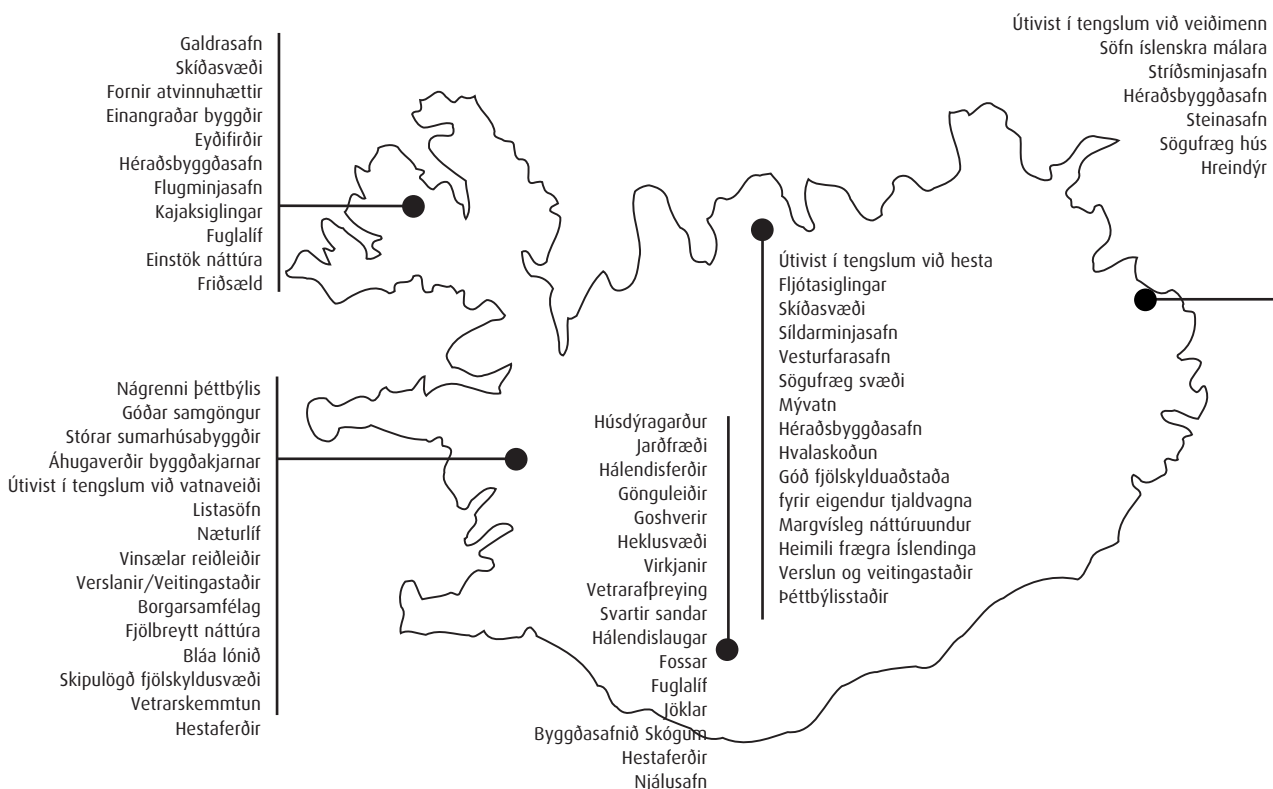
- Auka þarf samstarf ferðabjónustufyrirtækja í smærri byggðarlögum til að ná fram hagkvæmni, bættri þjónustu og meiri arðsemi.
- Stuðningur við nýsköpun og uppbyggingu á ferðabjónustu þarf að tengjast hugmyndum um sterka sérstöðu og víðtækan áhuga fólks utan svæðisins til þess að skoða og njóta. Nú þegar eru nokkur góð dæmi um starfsemi þar sem vel hefur tekist til í ýmsum landshlutum.
- Vanda landsbyggðarhótela þarf að leysa og grípa strax til videigandi aðgerða.
- Auka þarf samvinnu ferðabjónustu við sveitarstjórnir og atvinnulíf á svæðinu.
- Gera þarf heildræna úttekt á styrkleika og veikleika einstakra svæða.
- Varðveita þarf mikilvæga menningarþætti og sérstöðu í atvinnulífi staða sem ekki verða bættir með tímabundnum uppákomum eða sviðsetningum.
- Skoða ber hvaða hugmyndir og þjónustu má þróa á fleiri en einum stað með tilliti til eðlilegrar dreifingar á ferðamönnum um landið.
- Auka þarf hæfni þjónustunnar sem hægt er að bjóða yfir lengri tímabil ársins án tillits til árstíða.
- Skilgreina þarf markaðssvæði landsins með möguleika ferðabjónustu í huga. Skilgreina helstu djásn ferðabjónustunnar til framtíðar.
- Vinna þarf að sérstöku átaki í kynningarmálum og markaðssetningu á landsbyggðinni.

Í hvaða landshluta gistu erlendir gestir ?

	Reykjavík	Vesturland	Vestfirðir	Norðurland	Austurland	Suðurland	Hálendið	Fjöldi
Sumar 1999	90,3	30,6	11,0	48,1	35,7	54,6	23,0	2447
Sumar 2000	89,5	28,7	9,7	43,1	31,1	51,7	19,8	2664
Sumar 2001	72,7	24,9	11,1	42,3	30,8	47,4	19,7	2915
Sumar 2002	93,8	32,1	13,3	49,2	34,5	52,2	14,5	1933

	Reykjavík	Vesturland	Vestfirðir	Norðurland	Austurland	Suðurland	Hálendið	Fjöldi
Vetur "98 - "99	94,6	5,5	0,9	6,4	2,2	12,4	1,4	3043
Vetur "99 - "00	95,5	3,6	1,0	4,9	1,8	9,8	1,7	2697
Vetur "00 - "01	83,6	4,3	1,2	7,4	3,1	11,2	1,7	2348
Vetur "01 - "02	97,0	5,6	1,4	7,4	3,8	10,8	1,8	2080

Söfn, náttúrufar og afþreying sem lýsa sérstöðu í hverjum landshluta



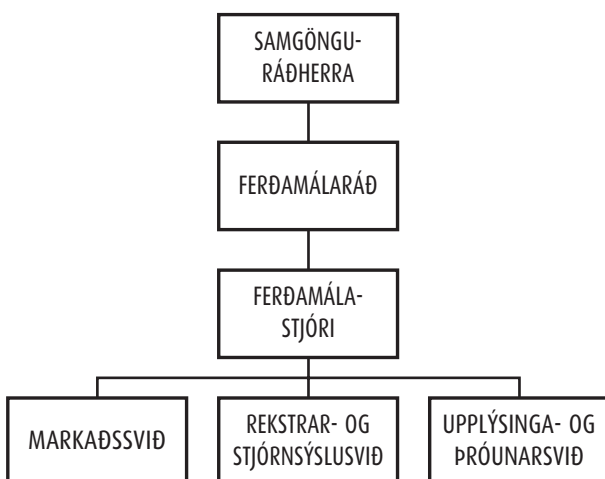
7 Skipulag ferðamála

- Lykilorðin eru :**
- Að auka sveigjanleika og viðbragðsflýti
 - Að styrkja hagsmunasamtök atvinnugreinarinnar
 - Aðgreining stjórnsýslulegra aðgerða í markaðsstarfi
 - Að auka þátt atvinnugreinarinnar í eigin markaðssetningu
 - Að tryggja varanleg fjárframlög ríkisins til almennrar landkynningar

Forsendur

Opinberir aðilar leggja sitt af mörkum með aðgerðum sem skapa gott starfsumhverfi en rekstraraðilar eiga þó síðasta orðið með áherslu á þróun, gæði og bættu arðsemi í greininni. Hlutur ferðaþjónustunnar í þjóðarbúskapnum fer ört vaxandi og það kallar á viðbrögð stjórnvalda með stefnumótun og stuðningi við sjálfbæra þróun í greininni. Ferðaþjónustan gegnir ekki einungis mikilvægu hlutverki í íslensku atvinnulífi heldur hefur hún viðtæk félagsleg áhrif. Það er því íslensku samfélagi mikilvægt að vel takist til um þróun greinarinnar og skylda stjórnvalda og ferðaþjónustufyrirtækja að marka stefnu byggða á heildrænni grundvallarsýn á sjálfbæra þróun greinarinnar í sátt við aðra starfsemi og búsetu í landinu.

Skipurit Ferðamálaráðs frá 1. febrúar 2003



Ríkið hefur ákveðið hlutverk og ábyrgð gagnvart ferðaþjónustunni og verður að leggja til fjármuni sem mæta þeirri ábyrgð. Verkefni ríkisins eru fyrst og fremst stefnumótun, eftirlit með áhrifum laga og reglugerða á afkomu ferðaþjónustunnar, stuðningur við menntun og símenntun, uppbygging á stöðkerfi greinarinnar til rannsókna og þróunarverkefna, ákvörðun þolmarka og samgöngubætur. Framlag ríkisins ræðst af því hvaða markmið eru sett fyrir íslenska ferðaþjónustu og hve miklum fjármunum skuli varið til að mæta þessum markmiðum. Samstaða þarf að vera um þau markmið og verkefni sem stjórnvöld styðja í þeim tilgangi að auka arðsemi greinarinnar. Jafnframt þarf að meta hvaða árangri þessi verkefni skila.

Sveitarfélög bera ábyrgð á að gæta hagsmuna ferðaþjónustunnar í skipulags-, umhverfis- og atvinnumálum. Ferðamálafulltrúar gegna þar mikilvægu hlutverki sem ráðgefandi stuðningsaðili við fyrirtæki á sínu starfssvæði. Sífellt þarf að huga að stjórnskipulagi ferðaþjónustunnar, svo hið opinbera geti sem best þjónað hagsmunum atvinnugreinarinnar og hagsmunum almennings. Eftir því sem aðilum í ferðaþjónustu fjölga og kröfur um gæði og eftirlit aukast mun reyna meira á skipulag þessara mála og nauðsynlegt verður að gera stjórnunarþáttum ferðamála hærra undir höfði.

Innan nefndarinnar hefur mikið verið rætt um ímynd Íslands og markaðssetningu þess. Hafa komið fram mismunandi sjónarmið, m.a. um hlutverk ríkisins og miðstýringu eða ekki á skipulagi markaðsmála. Nú sinna stærstu fyrirtækin markaðsmálum erlendis og minni fyrirtækin treysta á þau stærri auk þess sem hið

opinbera kemur að þessum málum með ýmsum hætti. Brýnt er að skipa þessum málum í ákveðinn farveg þannig að öllum aðilum verði ljóst hvert hlutverk hvers og eins er.

Hlutur ríkisins hvað varðar beina markaðssetningu og áhrif á markaðstarf erlendis hefur fengið nokkra umfjöllun í ræðu og riti um stefnumörkun í ferðamálum. Aðgerðir til markaðsöflunar sem eru á ábyrgð ríkisins þurfa að skoðast í því ljósi að þar sé á ferðinni almenn landkynning eða sértækur stuðningur sem nýtist greininni almennt. Rök gegn opinberum aðgerðum í markaðssetningu snúast annars vegar um skipulag kynningar á ímynd lands og þjóðar, og hins vegar hvort fjárframlög nýtist einstökum ákveðnum aðilum á kostnað annarra sem starfa í ferðaþjónustu.

Stjórnsýslan á að hafa eftirlit með almennri landkynningu sem felst í heildarímynd Íslands og að varðveita vörumerkið Ísland allsstaðar þar sem það er kynnt. Þetta er mikilvægt í ljósi þess að fjölmargir erlendis skipuleggja markaðsstarf og sýnileika vörumerkisins erlendis án aðildar eða ákvörðunartöku heimamarkaðarins. Í þessu er fólgin áhætta ef umfjöllun eða kynning er ótrúverðug eða léttvæg. Það skaðar ekki einungis ímyndina og þar með vörumerkið heldur getur það skaðað auðlindina Ísland, bæði menningu og náttúru landsins.

Almennt séð ber hvert fyrirtæki ábyrgð á rekstri og þróun á sínum eigin verkefnum. Það er þó eitt af einkennum íslenskrar ferðaþjónustu að í greininni eru fá stórfyrirtæki, miðað við veltu og starfsmannafjölda hyggja á samstarf og einstök fyrirtæki hafa ekki bolmagn eða nægileg fjárráð til að standa straum af þróunarverkefnum. Í þeim tilfellum þegar fyrirtæki eða atvinnugreinar með sameiginlega hagsmuni þá er sjálf-sagt að samtök innan atvinnuvegarins komi að skipulagningu og aðstoði fyrirtækin við útgjöld sem varða þróun greinarinnar samkvæmt framtíðarstefnumótun viðkomandi samtaka og stjórnvalda.

Eftir að samningur um Markaðsráð ferðaþjónustunnar rann út hefur Reykjavíkurborg stofnsett eigin markaðs-, upplýsinga- og viðburðaskrifstofu, Höfuðborgarstofu, sem mun sinna markaðsmálum tengdum ferðaþjónustu auk viðburða á vegum borgarinnar. Hin almenna landkynning sem Markaðsráðið hafði með höndum heyrir nú undir Skrifstofu Ferðamálaráðs, eins og fyrir daga Markaðsráðsins. Skipulagsbreytingarnar tóku gildi í upphafi árs 2003.

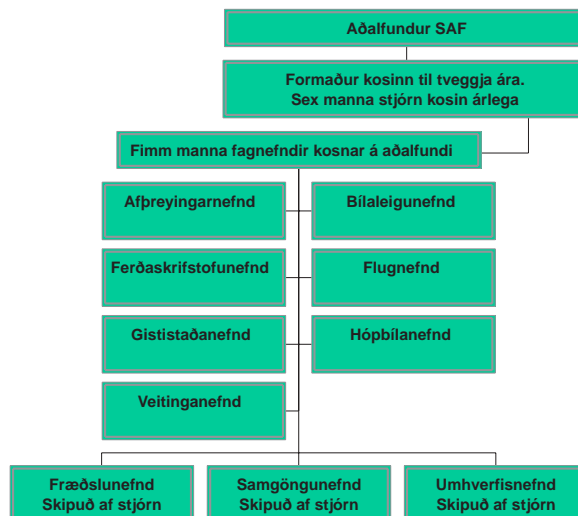
Hagsmunasamtök

Samtök atvinnuveganna hafa í mörg ár unnið með ferðaþjónustunni og staðið að langtímaáætlunum á þróunarverkefnum. Mikil og góð samskipti stjórnvalda og stofnana sem málið varða hafa haft góð áhrif á ferðaþjónustuna. Þegar kemur að því að fylgja eftir framtíðarstefnumörkun inn í framkvæmdaferlin mun það krefjast umtalsverðra fjárhagslegra skuldbindinga bæði af hálfu einkaaðila og stjórnvalda.

Samtök ferðaþjónustunnar, SAF, eru ung að árum og að mörgu leyti enn í mótun. SAF voru stofnuð árið 1998 á grunni Sambands veitinga- og gistihúsaæigendna sem hafði sinnt hagsmunagæslu þeirrar greinar til margra ára. Með stofnun SAF eignuðust aðilar ferðaþjónustunnar málsvara út á við, en ljóst er að erfitt getur reynst að sameina þá ólíku hagsmuna aðila sem þar eru innanborðs. Þannig eiga til að mynda rekstraraðili hópferðabíla og hóteleigandi ekki allskostar samleið, svo dæmi sé tekið.

Í dag eru um 275 fyrirtæki í SAF og þau stærstu innan ferðaþjónustunnar eru þar á meðal. Það eru flugfélög, ferðaskrifstofur, gististaðir, veitingahús, bílaleigur, hópferðafyrirtæki, afþreyingarfyrirtæki o.fl. SAF starfar með öðrum hagsmunasamtökum og eru ein sjö aðildarsamtaka Samtaka atvinnulífsins sem stofnuð voru 1999 með samruna Vinnuveitendasambands Íslands og Vinnumálasambandsins.

Skipurit Samtaka ferðaþjónustunnar

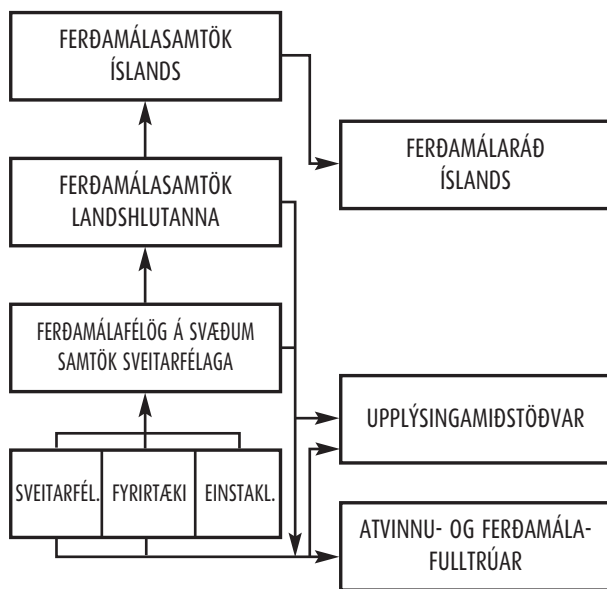


Ferðamálasamtök Íslands

FSÍ voru stofnuð 1986 sem regnhlífarsamtök átta landshlutasamtaka sem áður höfðu verið stofnuð af fyrirtækjum í ferðaþjónustu, en einnig komu að þessari stofnun sveitarfélög og samtök þeirra. Fyrstu landshlutasamtökin voru stofnuð á Vesturlandi 1982.

Meginhlutverk landshlutasamtakanna er að vera í forsvari fyrir sameiginlega ferðamálastefnu landshlutans fyrir fyrirtæki í greininni í samvinnu við sveitarfélögin. Auk þess er hlutverk þeirra að vinna að hagsmunum aðila í ferðaþjónustu innan landshlutans að samræma starfsemina almennt á svæðinu.

Uppbygging og aðkoma landshlutasamtakanna og Ferðamálasamtaka Íslands



Auk ofangreindra samtaka eru fleiri hagsmuna- og fag-samtök mikilvæg fyrir þróun ferðaþjónustunnar, þá sérstaklega fagfélög og stéttarfélög hinna ýmsu starfs-greina. Öflugt faglegt starf og samráð milli þessara að-ila er mjög mikilvægur þáttur í þróun ferðaþjónustunnar sem atvinnuvegar.

Úrlausnarefni

Skýr verkaskipting þarf að vera á milli markaðsstarfs og stjórnsýslu. Á þetta sérstaklega við um framkvæmd almennrar landkynningar og markaðssetningu einstakra þátta.

Margir litlir ferðaþjónustuaðilar hafa ekki efni á markaðssetningu og treysta því á stærri fyrirtækin.

Bæta þarf samvinnu aðila sem vinna að hagsmunamál-um Íslands erlendis.

Hvetja þarf til samstarfs ferðaþjónustugreina og fyrirtækja sem hafa óbeinan hag af ferðaþjónustu.

Tækifæri

Að auka sveigjanleika og skýra betur verkaskiptingu milli hins opinbera og fyrirtækja í greininni.

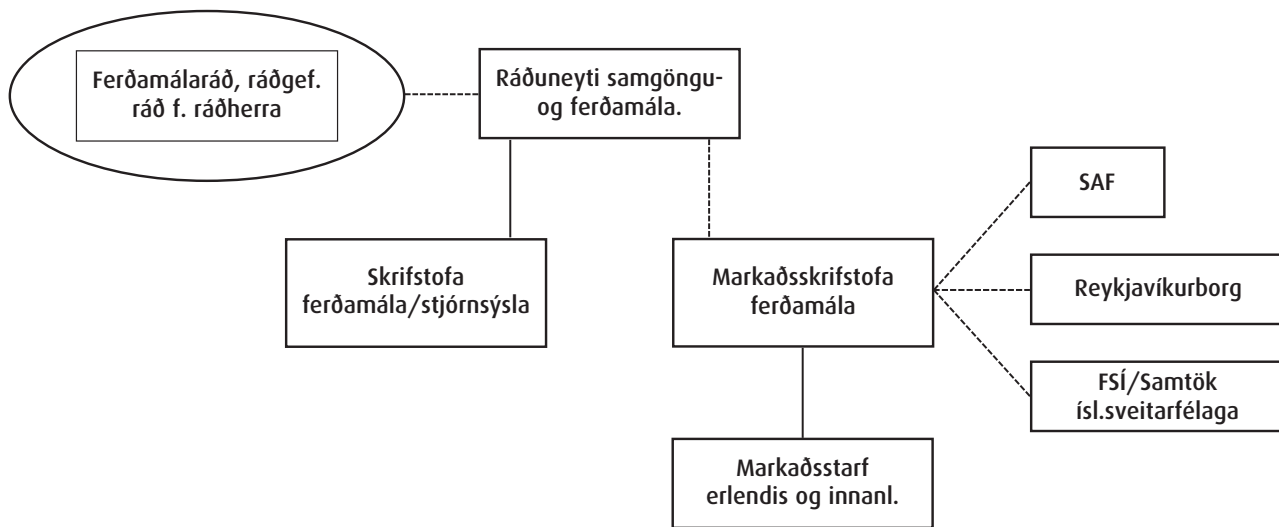
Sérstök deild innan ráðuneytis fjalli um málefni ferðaþjónustunnar.

Sterkt markaðsráð er forsenda fyrir virku skipulagi markaðsmála.

Til hliðar við stjórnsýsluleg verkefni verði starfandi hópur sem veiti ráðherra ráðgjöf (Ferðamálaráð) um þróun og framtíðarhorfur í ferðaþjónustu.

Atvinnugreinin hafi aukið hlutverk og frumkvæði í gæðastýringu og markaðsstarfi.

Skipulag ferðamála þarf að vera sívirkt og geta aðlagð sig breytingum á hverjum tíma. Hér er ein tillaga af skipulagshugmyndunum að framtíðarfyrirkomulagi sem fram komu í umræðu nefndarinnar



Áherslur

- Mikilvægt er að hið opinbera komi myndarlega að almennri landkynningu, ekki síst varðandi Ísland sem áfangastað ferðafólks. Markaðsstarf hins opinbera verði þó skilið frá stjórnsýsluáðgerðum.
- Markaðsráð eða markaðsskrifstofa starfi sjálfstætt með þátttöku ráðuneytis, sveitarfélaga og fyrirtækja.
- Ferðamálaráð verði faglegur ráðgjafahópur um stefnumörkun og þróunarstarf í ferðamálum. Jafnframt sinni skrifstofa ferðamála stjórnsýslulegum ákvörðunum, erlendu samstarfi, eftirlitshlutverki og samstarfi ráðuneyta.
- Íslensk ferðaþjónusta þarf að starfa eftir þeim reglum sem í gildi eru á vinnumarkaði, taka ábyrgð afstöðu til umhverfismála, öryggis og gæða þjónustu og standast eðlilega samkeppni.
- Íslensk ferðaþjónusta byggir á gæðum, trausti og áhugaverðri sérstöðu, frekar en lágu verði. Aðaláhersla í framtíðinni verði á hátt verð fyrir góða þjónustu, í stað lágs verðs sem byggir á miklum fjölda ferðafólks.
- Framlög stjórnvalda til málefna íslenskrar ferðaþjónustu miðist að uppbyggingu grunngerðar greinarinnar og stoðkerfis, auk markaðssetningar Íslands á erlendum vettvangi.
- Allir aðilar, einkaaðilar sem hið opinbera, þurfa að auka og örva samvinnu milli stjórnvalda, atvinnuvega, landshluta og sveitarfélaga.
- Íslenska ríkið ber ábyrgð á grunni samgöngu- og flutningakerfis, á stjórnun markaðsaðgerða Íslands á erlendum mörkuðum, menntun, rannsóknum og þróun, þróun upplýsinga- og samgöngukerfa, öflun tölfræðigagna, stefnumörkun um samvinnu á alþjóðavettvangi og því að skapa vörumerkinu Íslandi ímynd heima og erlendis.

8

Rekstrarumhverfi

- Lykilorðin eru:**
- **Arðsemi aukist**
 - **Samkeppnisaðstaða verði sambærileg við samkeppnislöndin**
 - **Umhverfi sem hvetur til nýsköpunar og uppbyggingar**

Forsendur

Ferðþjónusta hefur vaxið hratt undanfarna tvo áratugi og hefur allt rekstrarumhverfi hennar markast nokkuð af því. Hún hefur á fáum árum orðið ein helsta undirstaðan í atvinnulífi þjóðarinnar. Fram undir síðustu aldamót hafði verið stöðug aukning ferðamanna allan síðasta áratug en undanfarin tvö ár hafa verið nokkrar blikur á lofti og fjöldi gesta haldist stöðugur eða fækkað lítillega. Afkoma fyrirtækja í greininni er afar mismunandi. Stuttur annatími víða nægir ekki til að greiða afborganir og vexti af lánum sem hafa farið til órrar uppbyggingar greinarinnar. Í þeim greinum ferðþjónustunnar þar sem fjárfesting er hvað mest fara á milli 7 – 8% heild-artekna til greiðslu vaxta. Þá eru ferðþjónustufyrirtæki misjöfn að stærð og endurnýjunarhæfni þeirra og samkeppnisaðstaða víða takmörkuð. Sveiflur í eftirspurn og mikill munur á milli landsbyg-

gðar og höfuðborg-arsvæðis er eitt af því sem ein-kennir helst rekstur ferðþjónustufyrirtækja.

Miklar árstíðasveiflur gera það að verkum að sífellt er þörf á sveigjanlegu vinnuafli til að bregðast við breyttum aðstæðum. Upplýsingamiðstöðvar gegna sífellt mikilvægara hlutverki á leiðum ferðamanna þar sem vaxandi fjöldi þeirra ferðast á eigin vegum og kemur til landsins með takmarkaðar upplýsingar um hvað hér er í boði.

Þá búa fyrirtæki sem jafnvel eiga í samkeppni innbyrðis við ólíkt skattaumhverfi. Óskráðir og skráðir aðilar í rekstri keppa á sama markaði. Því er nokkuð um svarta starfsemi innan greinarinnar. Upplýsingagjöf til ferðamanna hefur farið batnandi á allra síðustu árum en vegna sérstöðu sem bundin er árstíðum er stöðugt upplýsingaflæði nauðsynlegt. Það hefur valdið nokkrum misskilningi að ef einstökum fyrirtækjum gengur vel

Erlendir ferðamenn til Íslands eftir mánuðum 1997-2000

	1997		1998		1999		2000	
Janúar	6.060	3,0	6.369	2,7	9.142	3,5	9.229	3,0
Febrúar	7.939	3,9	8.874	3,8	11.659	4,4	13.120	4,3
Mars	11.329	5,6	12.836	5,5	14.737	5,6	19.667	6,5
Apríl	12.053	6,0	15.581	6,7	16.880	6,4	19.976	6,6
Maí	16.303	8,1	18.852	8,1	20.351	7,7	23.502	7,8
Júní	28.506	14,1%	29.924	12,9%	33.237	12,7%	41.661	13,8%
Júlí	41.666	20,7%	48.488	20,9%	50.929	19,4%	59.634	19,7%
Ágúst	32.585	16,2%	37.350	16,1%	41.751	15,9%	47.150	15,6%
September	16.548	8,2	19.166	8,3	21.457	8,2	23.246	7,7
Október	11.374	5,6	13.116	5,6	16.358	6,2	18.238	6,0
Nóvember	9.816	4,9	12.376	5,3	13.811	5,3	15.918	5,3
Desember	7.477	3,7	9.287	4,0	12.293	4,7	11.572	3,8
Samtals	201.656	100,0%	232.219	100,0%	262.605	100,0%	302.913	100,0%

Heimild: Útlendingaeftirlitið

eigi það við um þau flest. Þetta gerir það að verkum að margir smærri aðilar hyggja gott til glóðarinnar en lenda í þrengingum vegna offramboðs á þjónustu, undirboða og vanskila á auðfengnum skammtímalánum. Góðar samgöngur til og frá landinu eru ein af frumforsendum þess að afla greininni viðskipta en auk þess hefur innanlandsmarkaður aukið hlut sinn og ferðafólk úr röðum Íslendinga fjölgað ferðum sínum um landið á undanförunum árum.

Úrlausnarefni

Framlegð fyrirtækja í ferðaþjónustu er alltof lítil og nægir ekki til að eðlileg endurnýjun og/eða uppbygging eigi sér stað. Ástæður þess eru raktar í skýrslu um rekstarumhverfið.

Það einkennir greinina að skortur er á þolinmóðu fjármagni og há skattlagning er á einstökum þjónustuliðum. Fyrirtækjaeiningar eru mjög litlar, það er skortur á lögum og reglugerðum, lítið samræmi er í markaðs-

og upplýsingastarfsemi, svört starfsemi er of mikil, gæðakröfur eru ekki samræmdar, skortur er á nýsköpun/vörubrúun og þjónustutími of stuttur.

Á nokkrum sviðum innan ferðaþjónustunnar er fákeppni. Einnig er talsvert um ójafna samkeppni þar sem niðurgreidd starfsemi keppir við einkarekstur. Víða er ferðaþjónustan aukabúgrein og er það ekki óeðlilegt sökum þess hve ungu hún er og árstíðabundin. Verðmyndun er oft ekki eðlileg og í tengslum við raunverulegan kostnað, sölukeðjan er oft býsna löng (milliliðir).

Lánsfé hefur verið nokkuð aðgengilegt til uppbyggingar á landsbyggðinni en einungis ef fjárfestingin er í húseignum (hótelum) og virðist þá jafnvel ekki hafa verið horft til þess hvort starfsemin gæti staðið undir greiðslum af lánum. Mjög erfitt er að fá lánsfé til uppbyggingar afþreyingarfyrirtækja sem byggja á þekkingu og búnaði sem ekki eru „veðhæf“. Fjármagn til vörubrúunar er mjög erfitt að fá.

Eiginfjárlutfall í greininni er víðast mjög lítið.

Tækifæri

Að finna leiðir til að fá þolinmótt fjármagn til nýsköpunar í ferðaþjónustu.

Að skattlagning verði endurskoðuð. Álögur og virðisaukaskattur af tækjabúnaði verði sérstaklega skoðað.

Koma í veg fyrir að niðurgreidd starfsemi og sérstaklega styrkt starfsemi sé ekki í samkeppni við almennan einkarekstur.

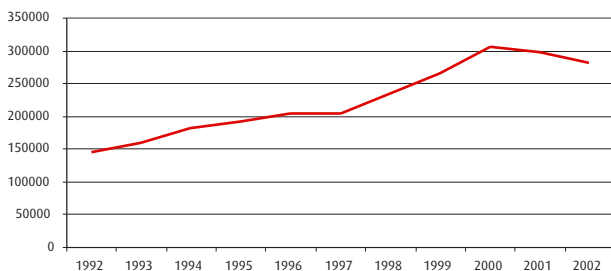
Að verðlagning á aðföngum verði í samræmi við það sem gerist í samkeppnislöndum okkar.

Að hvetja til aukins samstarfs, ekki hvað síst innan svæða, með myndun einhvers konar „samlaga“ eða „cluster“, sem gætu orðið til að styrkja stöðu einstakra svæða. Hvert svæði finni sína sérstöðu og byggi á henni.

Að hvetja til nýsköpunar og lengja þjónustutíma, og á það ekki hvað snýst við um afþreyingu utan höfuðborgarsvæðisins. Til þess að raunhæft sé að búast við ferðamönnum til ákveðinna svæða þarf að vera fullnægjandi þjónusta fyrir hendi og ekki eingöngu boðið uppá gistingu og fæði.

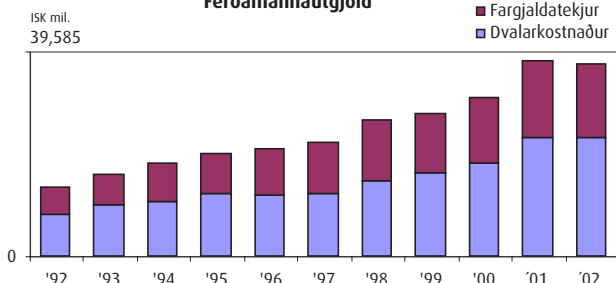
Eitt það mikilvægasta fyrir reksturinn er að sjálfsögðu að efla markaðsstarf fyrir Íslandi sem ferðamannalandi.

Fjöldi ferðamanna til Íslands 1992-2002



Heimild: Útlendingaeftirlitið; komur erlendra farþega með flugvélum og skipum. Ferðamálaráð Íslands; brottfarir erlendra farþega með flugi

Ferðamannaútgjöld



Heimild: Seðlabanki Íslands

Að taka upp vetrarfrí í skólum, sem dreift væri á 4-6 vikur eftir skólahverfum/sveitarfélögum.

Að efla samstarf bæði fyrirtækja og opinberra aðila. Hagsmunir ferðaþjónustu og annarra atvinnugreina í landinu fara mjög oft saman; hvetja þarf til aukins samstarfs og aukinna samvinnuverkefna „cluster“. Dæmi um slík verkefni eru Iceland Naturally, Food and Fun, Menningarborgarárið o.fl. Í þessum verkefnum hafa opinberir aðilar og fyrirtæki tekið höndum saman með góðum árangri. Fjöldmörg góð samstarfsverkefni hafa einnig verið í einstökum bæjarfélögum og dregið til sín ferðamenn t.d. Síldarævintýrið, Danskir dagar, Humarhátíð og fl.

Hverjir verða áhrifavaldar næsta áratugar? Hvað er að breytast?

Vaxandi áhrifaþættir:

1. Internetið
2. Fólk akandi á eigin vegum.
3. Minni undirbúningur og styttri ferðir.
4. Meiri væntingar og kröfur um gæði.
5. Sjálfbær ferðamennska/Sérstæðir staðir/Óspillt náttúra.
6. Ísland er í tísku og nýtur vaxandi umfjöllunar og áhuga nýrra markhópa.
7. Láta sér líða vel. Heilsa og hollusta (Wellness/spa).
8. Öryggi á ferðalögum.
9. Bættar samgöngur. Bundið slitlag á vegum.
10. Lággjaldflugfélög

Dvínandi áhrifaþættir:

1. Hópfarabílar.
2. Ferðamenn í stórum hópum.
3. Kunnuglegt umhverfi.
4. Ferðaskrifstofur sem helstu upplýsingaveitur.
6. Óvönduð þjónusta.
7. Lélegir gististaðir.
8. Ósveigjanleiki. Langur aðdragandi ferðar.
9. Stórir ferðabæklingar.
10. Vanhugsaðar stjórnvaldsaðgerðir.

Áherslur

- Skattlagning verði endurskoðuð, jafnvel tímabundnum ívilnunum komið á meðan ferðaþjónusta er að styrkjast.
- Nýsköpunarsjóður verði þróaður þannig að auðveldara verði fyrir ferðaþjónustu að fá þar fyrirgreiðslu bæði í formi styrkja og lána.
- Unnið verði að því að aðföng og búnaður til ferðaþjónustu verði á sambærilegu verði og í samkeppnislöndum okkar.
- Könnuð verði áhrifin sem staða Íslands innan eða utan Evrópusambandsins hefði á ferðaþjónustuna.
- Áhrif EVRU og breytingar sem upptaka hennar mundi hafa fyrir ferðaþjónustuna verði kortlagðar.
- Fé til sameiginlegrar markaðssetningar verði tryggt til lengri tíma.
- Skorin verði upp herð gegn „svartri starfsemi“. Starfshópur verði myndaður sem komi með tillögur að aðgerðum til að draga úr slíkrar starfsemi.
- Opinberir aðilar standi ekki í samkeppni við einkarekin ferðaþjónustufyrirtæki.

9

Markaðssetning

Lykilorðin eru:

- Fjármunir til markaðssetningar í samræmi við mikilvægi greinarinnar hér og aðstöðu samkeppnissvæða annars staðar
- Forgangsröðun þátta sem draga að sér athygli ferðamanna og viðhalda áhuga
- Óspillt náttúra, sérstæðar upplifanir og öryggi á ferðalögum verður sífellt verðmætari söluvara
- Stöðugt markaðsstarf

Forsendur

Heilsárskönnun Ferðamálaráðs meðal erlendra ferðamanna stóð yfir í tæp fjögur ár (1996-2000). Markmiðið með könnuninni var að fylgjast með breytingum á ferðamörkuðum og að safna upp-lýsingum um atvinnugreinina og ferðamanninn. Könnunin var liður í gagnasöfnun Ferðamálaráðs um ferðamenn á Íslandi. Hún fór að stærstum hluta fram í Leifsstöð, en þar var spurningalisti lagður fyrir ferðamenn við brottför úr landinu. Í úrvinnslunni var úrtakið vegið út frá daglegum brottfarartölum Útlendingaeftirlitsins til að leiðrétta frávik milli úrtaks og raunverulegrar samsetningar þjóðerna. Um 5.200 svar- endur tóku þátt í könnuninni fyrsta starfsárið (1996-97) og um 6.300 annað (1997-98) sem er um 2,5-3% þeirra erlendu ferðamanna sem fóru frá landinu á könnunar- tímabilunum.

Við framkvæmd og úrvinnslu könnunarinnar var „ferðaárinu“ skipt í fjögur tímabil fyrsta starfsár könnunarinnar, en annað starfsárið í þrjú: haust - vetur (sept.-des. '97), vetur - vor (janúar - maí '98) og sumar (júní - ágúst '98). Niðurstöðurnar voru gefnar út í skýrsluformi fyrir hverja árstíð og er hver skýrsla um 150 bls. Svör við einstökum spurningum voru unnin eftir þjóðerni, markaðssvæðum, þjóðfélagsstöðu, tegund ferðar, tilgangi og gistimáta.

Helstu efnisþættir könnunarinnar voru;

1. Þjóðfélagsstaða og samsetning ferðamanna (kyn, aldur, menntun, starfsstétt og tekur)
2. Ákvörðunarferlið (hvenær verður hugmynd að Íslandsferð til, hvenær er ákvörðun tekin og hvenær er ferð bókuð/ keypt, hvaðan kemur hugmyndin að Íslandsferðinni, hvaða þættir hafa áhrif á ákvörðun um Íslandsferð, hvaðan koma upplýsingar um Ísland, hvers konar ferðir eru keyptar og hvar)

3. Ferðahegðun á Íslandi (tilgangur ferðar, með hverjum er ferðast, dvalarlengd, hvar á landinu er gist, hvaða gistimáti er nýttur, hvaða ferðamáti er nýttur og hvaða afþreying)
4. Útgjöld og efnisþættir (verð Íslandsferðar, útgjöld á Íslandi og dreifing útgjalda)
5. Huglægt mat (álit á einstökum þáttum ferðabjónustunnar, mat á verðlagsþáttum).

Kannanir Ferðamálaráðs gagnast ferðabjónustufyrirtækjum, hagsmunasamtökum, ráðgjöfum, stofnunum og öðrum sem þurfa á upplýsingum að halda um síbreytilegan markað ferðamanna.

Þau atriði sem markaðssetning mun byggja á eru: Óspillt náttúra, sérstæðar upplifanir og öryggi á ferðalögum sem verður sífellt verðmætari söluvara.

Óspillt náttúra

Víðernið, einskismannslandið, tæra loftið, vatnshverirnir, eldfjöllin, sérkennilegt náttúrufar, jöklarnir, birtan, fossarnir, fuglar og sjávarspendýr.

Sérstæð upplifun

Allt sem tengist upplifun og útivist í sérstæðri náttúru landsins. Mannlífið, maturinn, ævintýraferðir, hestaferðir, veiðar og margvísleg menning sem tengist þessu að fornu og nýju. Tónlist, myndlist, bókmenntir og kvikmyndir. Áhugaverðir staðir, bæir, hús og önnur verk Íslendinga. Smáþjóðamenningin.

Öryggi á ferðalögum

Vingjarnlegt fólk, auðveld samskipti, lág glæpatíðni, góður gistikostur, gott aðgengi að heilbrigðisþjónustu.

Ágætar samgöngur og fjölskylduvænt ferðamannaland. Stutt í aðstoð ef alvarleg atvik henda ferðafólk og gesti landsins. Öruggt umhverfi fyrir ferðamanninn.

Háönn og lágönn

Jöfnun árstíðasveiflunnar er meginvandamál íslenskrar ferðaþjónustu sem þarf að leysa. Þá þarf í kynningu að auka áherslu á afþreyingarmöguleika fyrir utan háanna-tíma.

Viðskiptaferðamenn eru hér á landi langverðmætustu viðskiptavinirnir Ráðstefnur og fundir af ýmsu tagi eru mjög mikilvæg tekjulind auk þess sem slíkar heimsóknir hafa áhrif vítt um lönd.

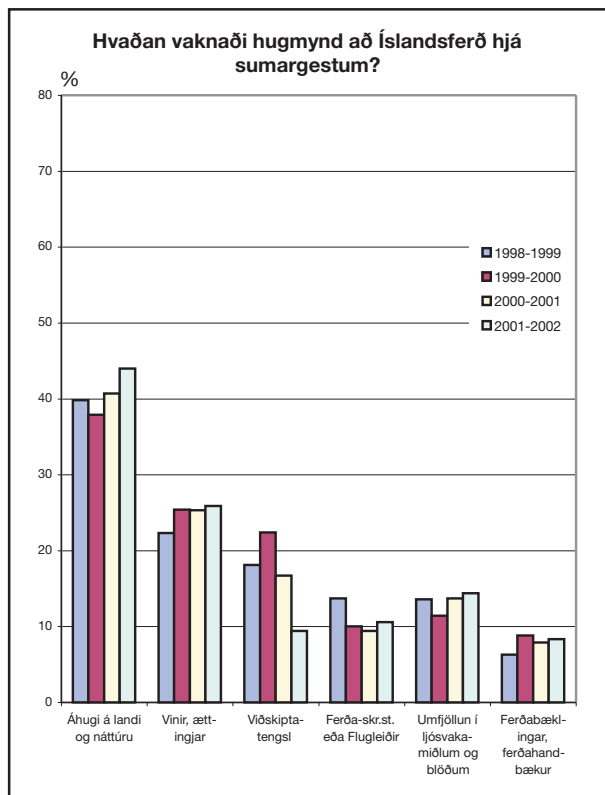
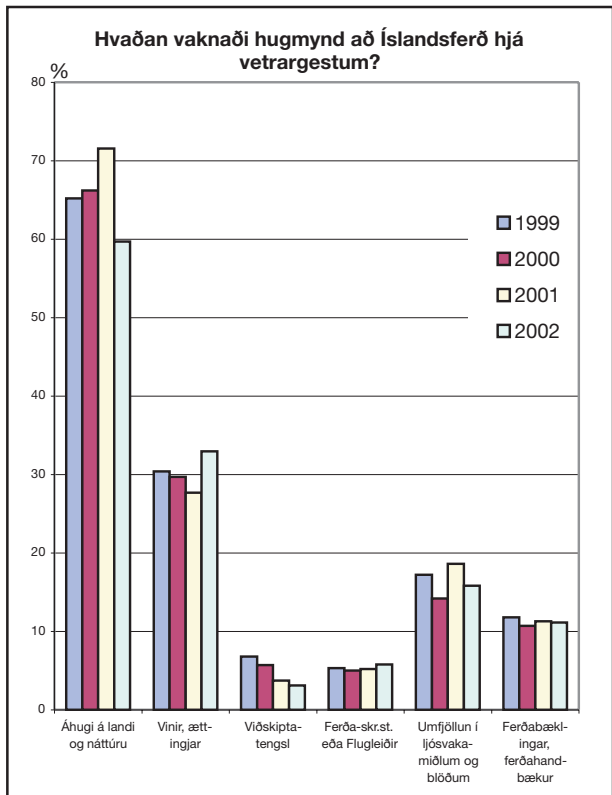
Samstarf stjórnvalda og fyrirtækja á alþjóðavettvangi er mjög mikilvægt fyrir ferðaþjónustuna og má alls ekki gleymast þegar rætt er um markaðsmálin.

Þá ber líka að taka með í reikninginn að þessi gestir eru okkur mjög mikilvægir í ljósi þess að stærsti hluti þeirra kemur á lágönn eða yfir vetrartímann.

Sérstæð upplifun fyrir ferðamanninn og einstök náttúra er ávallt innan seilingar. Landið er vel í sveit sett fyrir íbúa frá stórborgum Vestur-Evrópu og austurströnd Bandaríkjanna, sem sækja í vaxandi mæli eftir útivist í óspilltri náttúru.

Ferðamaðurinn elur með sér löngun í ákveðinn tíma áður en hann tekur ákvörðun um hvaða heimshluti verður fyrir valinu. Almenn þekking á því sem hér er hægt að gera kveikir áhuga og færir landið ofar í huga þeirra sem ferðast. Ferlið getur tekið í mörg ár, allt frá því að áhuginn kviknar og þar til ákvörðun er tekin um ferðalag. Þess vegna þarf stöðugt að fylgjast með því á öllum sviðum hvað gerir Ísland áhugaverðan ferðakost á hverjum tíma.

Sem dæmi um vel heppnaðar upptökur sem skipulagðar eru fyrir utan háannatíma má nefna Airwaves tónleikana og Food & Fun sælkerakeppnina.



Úrlausnarefni

Verðlag er hátt og verður svo vafalaust áfram þótt það muni að einhverju leyti færast nær verðlagi í nágrannalöndum okkar sem búa við sambærileg lífskjör. Ísland er því dýrt ferðamannaland og því þarf að tryggja að gæðin séu í hámarki á öllum sviðum sem í boði eru.

Samvinna í greininni ekki nægilega skilvirk í markaðsmálum.

Samgönguleiðir til landsins eru einhæfar vegna landfræðilegra þátta.

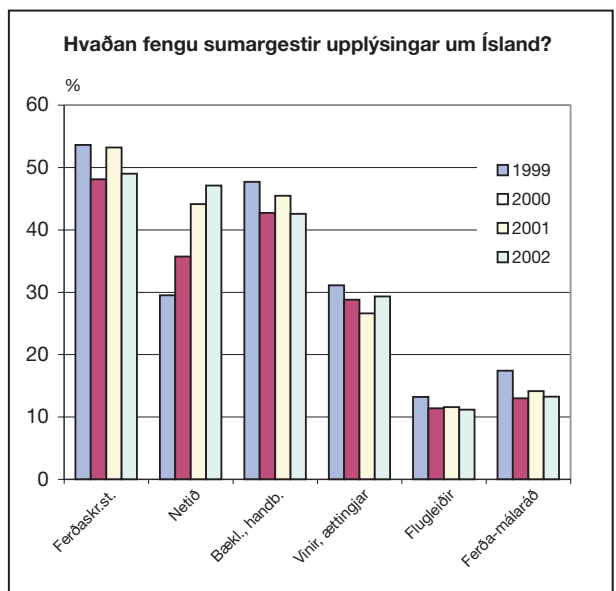
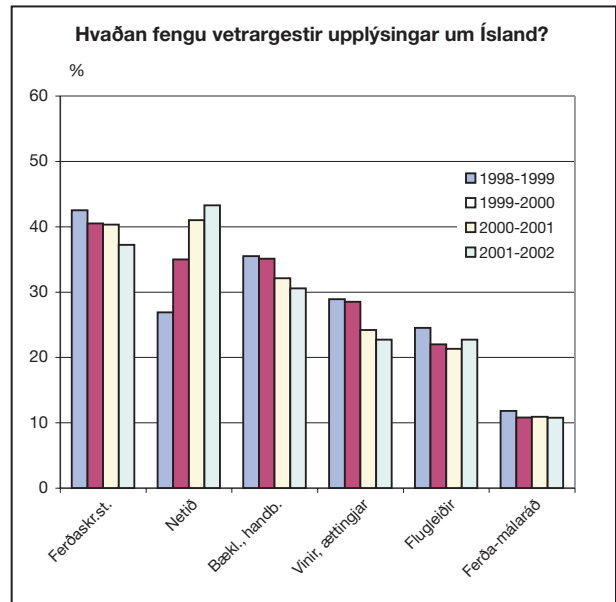
Samkeppni frá stöðum sem bjóða að hluta til svipaða upplifun og Ísland mun aukast í framtíðinni vegna bættra samgangna.

Taka þarf tillit til gangandi og hjólandi ferðamanna á þjóðvegum.

Upplýsingum um hættur sem erlendum ferðamönnum er oft ókunnugt um þarf að dreifa til þeirra. Má þar nefna skepnur meðfram aðalþjóðvegum, óbrúaðar ár og hvikult veðurfar.

Þjónusta er misjöfn. Fagleg menntun þeirra sem starfa í greininni er lítil, sem dregur úr hæfni til þess að veita fjölbreytta þjónustu.

Tölur segja að hver Íslendingur eyði talsvert meiru á ferðalögum sínum erlendis en erlendir gestir gera hver um sig á ferðalagi hér. Hvers virði er innlend ferðaþjónusta og heimsóknir Íslendinga á milli landshluta? Gleyma ekki þætti ferðalaga innanlands. Ísland er einnig í samkeppni við aðra ferðamannastaði um fjármuni Íslendinga.



Fjöldi ferðamanna til landsins eftir þjóðerni 1997-2000

	1997		1998		1999		2000	
	Fjöldi	%	Fjöldi	%	Fjöldi	%	Fjöldi	%
Norðurlönd	60.379	29,9%	68.933	29,7%	83.031	31,6%	91.583	30,2%
Bandaríkin, Kanada	34.902	17,3%	43.558	18,8%	47.638	18,1%	57.306	18,9%
Þýskaland	29.782	14,8%	32.076	13,8%	31.684	12,1%	32.664	10,8%
Bretland, Írland	25.607	12,7%	29.897	12,9%	33.822	12,9%	47.450	15,7%
Benelux- löndin	11.248	5,6%	13.000	5,6%	12.554	4,8%	13.157	4,3%
Frakkland	9.320	4,6%	10.562	4,5%	13.533	5,2%	14.955	4,9%
Sviss, Austurríki	8.205	4,1%	8.768	3,8%	8.611	3,3%	9.368	3,1%
Ítalía	5.230	2,6%	6.725	2,9%	7.698	2,9%	8.147	2,7%
Spánn, Portúgal	2.528	1,3%	3.153	1,4%	4.905	1,9%	4.816	1,6%
Annað	14.453	7,2%	15.547	6,7%	19.129	7,3%	23.467	7,7%
Samtals	201.654	100,0%	232.219	100,0%	262.605	100,0%	302.913	100,0%

Heimild: Útlendingaeftirlitið

Tækifæri

Í íslenskrum samtímameningu má finna fjölda nýrra tækifæra til að markaðssetja landið. Kanna þarf áhrif þeirra þátta og togkraft, ekki síður en hefðbundinnar menningar eða íslenskrar fornmenningar sem hingað til hafa verið fyrirferðarmeiri. Skoða þarf smáþjóðameninguna í heild. Nálægðin við íbúana og líf þeirra í dag á að þykja jafn áhugaverð og sagan eða náttúran.

Um fjöllun um Ísland í dag og hvað þar býðst getur haft áhrif á markaðinn um langan tíma. Þróun atvinnulífs og stjórnvaldsákvæðanir hafa hér einnig áhrif.

Íslenskir listamenn og afreksfólk í íþróttum, fréttæmir atburðir og vörumerki (framleiðsluvörur) sem þekkt eru utan landsins hjálpa til við að gera myndina fjölbreyttari og áhugaverðari. Kvikmyndir með íslensku landslagi eða þekktum stjörnum og auglýsingar fyrir fræg erlend vörumerki sem unnar eru hér á landi, hafa mikil áhrif þegar þær birtast fyrir sjónum milljóna manna um hinn vestræna heim. Áhrif þeirra geta verið neistinn sem kveikir í fólki að heimsækja landið á næstu árum.

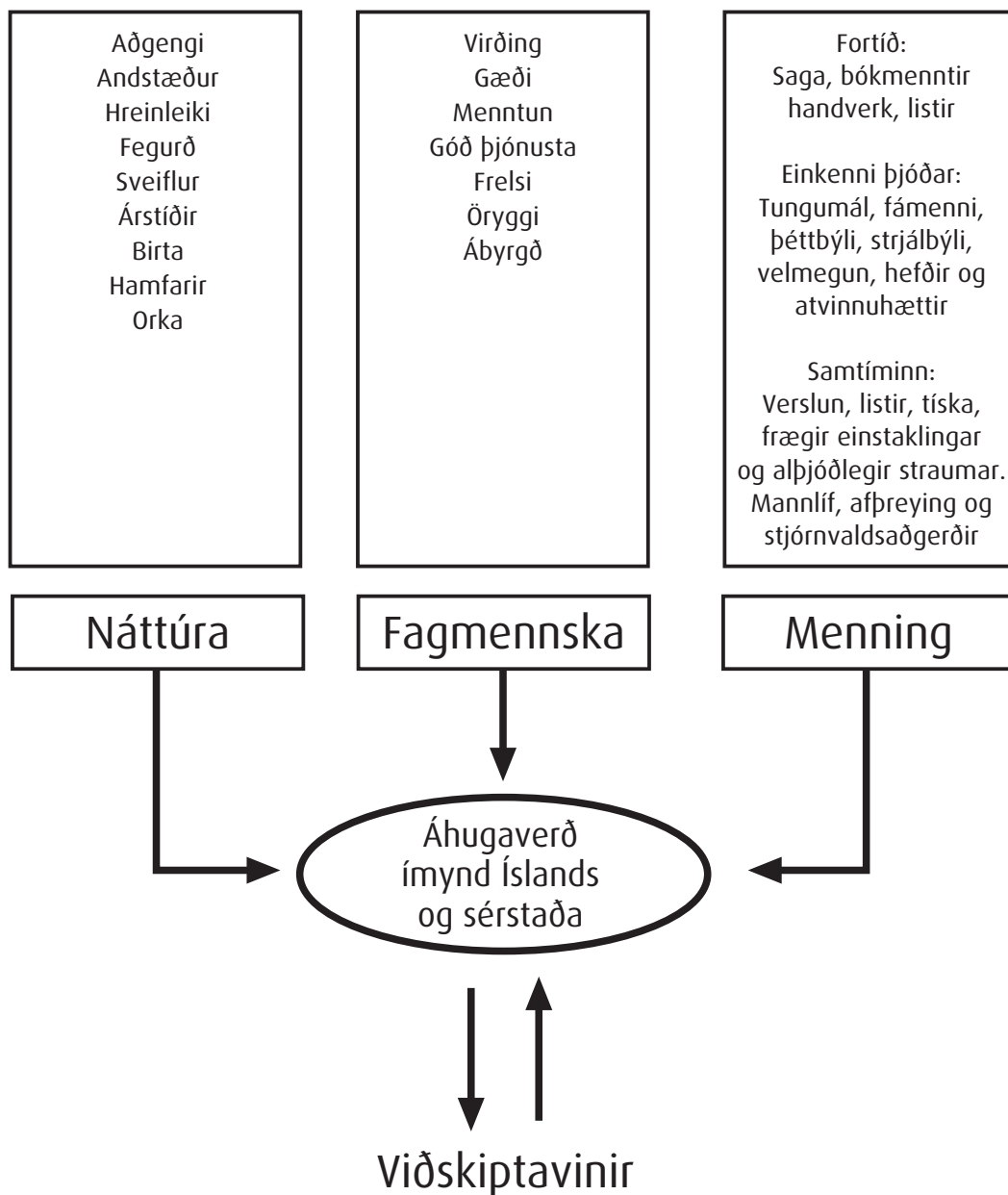
Stór hópur erlendra ferðamanna kaupir árlega listmuni hannaða af íslensku fólki í galleríum og handverkshúsum, sem það hefur síðan með sér heim. Hefðbundnir minjagripir („Kitch“) sem jafnvel eru framleiddir annars staðar en hér minnka í álit eftir því sem kaupgeta og menntunarstig ferðamannanna eykst.

Jákvæð mynd er afstæð. Á meðan einn hópur fyllist fögnuði og er á sérstökum áskrifendalista ef og þegar kemur til eldgosa, fyllist annar hópur ógn af sömu ástæðu og afpantar ferðina hingað. Það segir okkur að því fleiri áhugaverð atriði sem umheimurinn veit um Ísland, því minni líkur eru á að eitt ákveðið atriði ráði ákvarðanatöku um ferð.

Áherslur

- Fjármunum sem varið er til markaðssetningar verða að vera í samræmi við aðgerðir samkeppnissvæða annars staðar.
- Gera þarf reglulegar verðkannanir í samburði við helstu samkeppnisslönd sem nota má til ákvörðunar í markaðssetningu.
- Markaðsaðgerðir miði að því að auka vitund og viðhalda áhuga á Íslandi sem áhugaverðum áfangastað.
- Náttúran er takmörkuð auðlind sem verður að ganga vel um ef áhugaverð sérstaða á að haldast í framtíðinni.
- Stöðugt kynningarstarf tryggir betri árangur.
- Ná þarf til fleiri gesta sem eru reiðubúnir að greiða hærra verð fyrir þjónustuna, heldur en að stefna aðeins á fjölda gesta.
- Menntun heima fyrir þarf að tryggja að þjónustan standist væntingar gestanna. Bæði land og þjóð þarf að vekja áhuga.
- Áhugasvið og ferðatilhögun er breytileg á milli kynslóða og hópa.
- Fjölbreyttur hópur ferðafólks, með margvíslegar kröfur og áhugasvið sem rúmast innan marka Íslands, skilar mestum árangri þegar horft er til langs tíma.
- Þekking á óskum markhópsins þarf að vera fyrir hendi hverju sinni.
- Markaðssetning Íslands á að vera í höndum fagfólks sem hefur markaðslega þekkingu og yfirsýn yfir hvar markaðsaðgerðir nýtast best á hverjum tíma.

Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar ferðafólks Efnið sem mótar ímyndina



Heimildir

Kannanir Ferðamálaráðs Íslands 1998-2002

Samgönguáætlun Samgönguráðuneytisins 2002

Velferð til framtíðar – Skýrsla um stefnumörkun í sjálfbærri þróun 2002

Auðlindin Ísland – Úttekt Ferðamálaráðs Íslands á sérkennum og möguleikum einstakra landshluta í ferðaþjónustu 2002

Menningartengd ferðaþjónusta – Skýrsla samgönguráðuneytisins 2001

Heilsutengd ferðaþjónusta – Skýrsla samgönguráðuneytisins 2001

SAF – Ársrit 2000-2001

Ferðamálasamtök Íslands

Hólaskóli

Ferðamálastofnun MK

Háskólinn á Akureyri – Ferðamálastofnun Íslands

Þingsályktun um stefnu í byggðamálum 2002-2005

Lög um skipan ferðamála nr.117 frá 16.sept.1994

Vefsíður stjórnarráðsins - starfssvið einstakra Ráðuneyta

Skýrsla sænsku ferðamálastofnanna 2001

Hvaða áhrif hafa slys á ferðamönnum á íslenska markaði erlendis?
Benedikt Jóhannesson Talnakönnun hf.
Erindi flutt á ráðstefnu um öryggismál í ferðaþjónustu 19.3. 1999 á Hótel Loftleiðum.

Yfirlit yfir þróun og umfang ferðaþjónustunnar, Þjóðahagsstofnun Október 2000

Ferðatímaritið Blue, grein Top 6 terror-free travel destinations

Quality in tourism: a conceptual framework, grein frá WTO

Vinnugögn um stefnumótun í ferðaþjónustu á Nýja Sjálandi

Óútgefið nefndarálit um rekstrarumhverfi

Viðmælandur

Arnar Már Ólafsson, lektor við Háskólann á Akureyri

Elín Berglind Víktorsdóttir, umhverfisfræðingur Hólum

Erna Hauksdóttir - framkvæmdarstjóri SAF

Guðrún Bergmann – Green Globe 21

Guðrúnar Helgadóttir, deildarstjóri við háskólann á Hólum

Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, deildarstjóri við háskólann á Hólum

Hildur Jónsdóttir, deildarstjóri við Ferðamálastofnun MK

Oddný Óladóttir, verkefnisstjóri hjá Ferðamálaráði Íslands

Ómar Benediktsson, fv. formaður Markaðsráðs ferðaþjónustunnar

Samgönguráðuneytið
2003