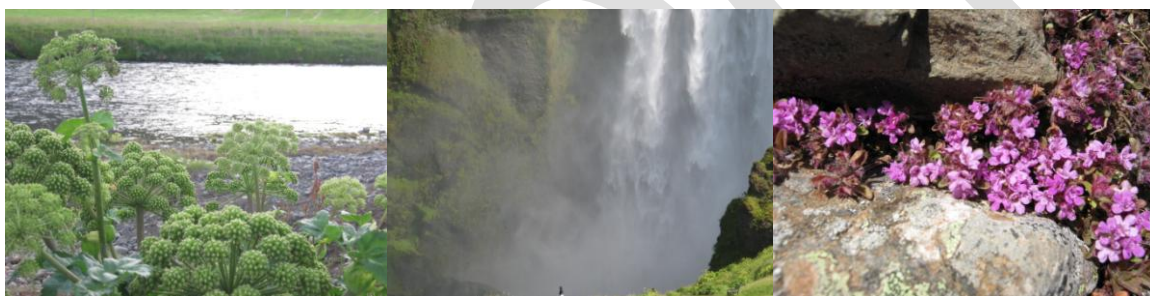


# Ferðamálaáætlun 2011 – 2020

Greiningarskýrsla – drög til umsagnar



## Stýrihópur:

Ólöf Ýrr Atladóttir, Helga Haraldsdóttir,  
Erna Hauksdóttir, Svanhildur Konráðsdóttir

**Starfsmaður hóps:** Sigríður Ólöf Kristjánsdóttir

## **Inngangur:**

Nýrri stefnu í ferðamálum er ætlað að leysa af hólmi þingsályktun um ferðamál fyrir tímabilið 2006-2015 sem samþykkt var á vordögum 2005. Síðan sú ályktun var samþykkt hafa orðið miklar breytingar í ferðaþjónustunni; ný lög um skipan ferðamála tóku gildi 1. janúar 2006 en með þeim fékk Ferðamálastofa skýrt stjórnarsýsluhlutverk, málaflokkurinn fluttist í iðnaðarráðuneytið 1. jan. 2008 og jókst þá samspil greinarinnar við stofnanir og stoðkerfi þess ráðuneytis, ferðaþjónustureikningar Hagstofunnar voru gefnir út í fyrsta sinn 10. október 2008 og Íslandsstofa tók til starfa 1. júlí 2010 sem tók við markaðshlutverki Ferðamálastofu á erlendum vettvangi.

Stýrihópur var myndaður í apríl 2010 og stefnt er að því að hann ljúki störfum í nóvember 2010. Ferðamálaráð er bakland stýrihópsins. Í stýrihópnum eru Ólöf Ýrr Atladóttir, formaður, Helga Haraldsdóttir, Erna Hauksdóttir og Svanhildur Konráðsdóttir. Starfsmaður stýrihópsins er Sigríður Ó. Kristjánsdóttir verkefnastjóri á Nýsköpunarmiðstöð Íslands.

### **Verkátun stefnumótunarvinnu er sem hér segir:**

#### **Apríl 2010**

#### **Undirbúningur og mótun verkefnis.**

Stýrihópur hittist einu sinni og farið var yfir helstu þætti verkefnisins og sett upp verkátun.

#### **Maí – September 2010 Öflun gagna og greiningarvinnna.**

Stýrihópur hefur hist mánaðarlega til að fara yfir stöðu verkefnisins. Ákveðið var að afla gagna með tvennum hætti, annars vegar með samtölum við hagsmunaaðila og stoðkerfi ferðaþjónustunnar og hins vegar með yfirferð yfir fyrirbyggjandi skýrslur og gögn. Þeirri vinnu lýkur með því að greiningarskýrsla verður kynnt fyrir Ferðamálaráði á fundi þess þann 15. September 2010. Tekin hafa verið 43 einstaklingsviðtöl við fólk í ferðaþjónustu, stoðkerfi og hjá sveitarfélögum um allt land og eru helstu niðurstöður og áherslur þeirra viðtala í meðfylgjandi yfirliti. Spurningar í viðtölunum lutu að framtíðarsýn, gildum, aðkomu stjórnvalda og stoðkerfis að greininni auk þess sem rætt var um lengingu ferðamannatímabilsins, nýsköpun, vörupróun og markaðsmál.

#### **September 2010**

#### **Helstu niðurstöður viðtala kynntar Ferðamálaráði.**

**Sept – okt 2010**

**Framtíðarsýn og stefna mótuð**

Byggt á niðurstöðum greiningarskýrslu, ábendingum Ferðamálaráðs, umsagnaraðila og rýnifundum með hagsmunaaðilum verður lokaskýrsla ferðamálastefnu 2011-2020 unnin ásamt aðgerðaráætlun.

**Nóv 2010**

**Lokaskýrslu skilað**

Viðfangsefnum ferðamálastefnu var skipt í fjóra megin hluta; innviði og grunngerð, rannsóknir, vöruþróun/nýsköpun og markaðsmál. Við gerð stefnu er gert ráð fyrir að horft verði á hvern hluta út frá þremur þáttum; stefnumótun, fjármögnun og framkvæmd.

DRÖG

## Viðtöl

Öflun gagna vegna stefnumótunar hefur verið með tvennum hætti, annars vegar með skrifborðsrannsókn á fyrirliggjandi skýrslum og tölulegum gögnum ferðapjónustunnar og hins vegar með einstaklingsviðtölum við fólk í ferðapjónustu, stoðkerfi, kjörna fulltrúa og fulltrúa stærstu hagsmunahópa fyrirtækja í ferðapjónustu. Upphafleg verkáætlun gerði ráð fyrir að haldinn yrði stór fundur í þjóðfundarstíl til að ná fram helstu áherslum ferðapjónustunnar. Staða ferðapjónustunnar í maí var þó með þeim hætti vegna eldgoss og þeirra stóru verkefna sem stór hluti lykilmáls í ferðapjónustu þurfti að inna af hendi á vordögum að mat stýrihópsins var að gagnaöflun yrði betur fyrir komið með viðtölum.

Tekin voru 43 einstaklingsviðtöl og eru helstu niðurstöður og áherslur þeirra viðtala í meðfylgjandi yfirliti. Spurningar í viðtölunum lutu að framtíðarsýn, gildum, aðkomu stjórnvalda og stoðkerfis að greininni auk þess sem rætt var um lengingu ferðamannatímabilsins, nýsköpun, vörubrúun og markaðsmál. Farin var sú leið að hafa spurningar mjög opnar og fóru viðtölin fram í samtalastíl til að gera viðmælendum kleift að koma sínum áherslum á framfæri.

### Áherslur viðmælenda

Helstu niðurstöður allra hópa viðmælenda, eru að mikilvægustu þættir í uppbyggingu og stefnu í ferðapjónustu lúta að

- fagmennsku
- gæðum
- minni árstíðasveiflu
- betri dreifingu ferðamanna um landið
- því að viðhalda þeirri sérstöðu Íslands sem felst í hreinni og óspilltri náttúru.

Hér eru fram komnar mjög skýrar áherslur sem leggja ættu grunn að stefnumótun og framkvæmd stefnu fyrir íslenska ferðapjónustu á komandi árum.

### Náttúra, menning og nýir seglar

Náttúran er að mati viðmælenda helsta aðdráttarafl Íslands og er það í samræmi við niðurstöður kannana, ímyndarskýrslu og fyrri ferðamálaáætlanir. Viðmælendur voru sammála um mikilvægi þess að byggja upp aðstöðu á stöðum sem laða til sín ferðamenn í nokkrum mæli.

Íslenska menningu, í víðustu merkingu, nefndu fjölmargir sem þann þátt sem mikilvægt er að nýta til að þróa fjölbreyttar vörur til að skapa áfangastöðum og svæðum sérstöðu og samkeppnisforskot.

Margir minntust á mikilvægi þess að skapa nýja „segla“ til að draga úr álagi á stærstu staðina en einnig til að stuðla að betri dreifingu ferðamanna um landið. Á það var bent í viðtölum að

fjölförnustu staðirnir væru farnir að láta á sjá og að ástand þeirra myndi ef ekkert væri að gert hafa skaðleg áhrif á upplifun ferðamanna og ímynd hins hreina og ósnortna Íslands. Flestir minnst á arðsemi fyrirtækja og tengja litla arðsemi fyrirtækja í greininni og erfiðan rekstrargrundvöll við stutta háönn og nánast enga ferðþjónustu víða um land utan háannatíma.

Í öllum landshlutum utan höfuðborgarsvæðisins er langstærstur hluti gistinátta seldur yfir sumarmánuðina, júní, júlí og ágúst. Þannig eru gistinætur þessa mánuði allt frá 74% seldra gistinátta allt árið á Suðurlandi upp í 85% á Vesturlandi. Á höfuðborgarsvæðinu eru 42,3% allra gistinátta seldar yfir hásumarið og er því árstíðasveiflan minnst þar. Þó er nokkuð rætt um það í viðtölum hve erfiður rekstur fyrirtækja á höfuðborgarsvæðinu er í svo sveiflukennu umhverfi. Flestir eru á því að árstíðasveiflan verði alltaf til staðar en til að stuðla að lífvænlegri rekstri fyrirtækja þurfi að stuðla að þróun fjölbreyttara vöruframboðs utan háannatímans og höfða til nýrra markhópa.

### **Atvinnugreinin ferðþjónusta**

Vægi ferðþjónustu sem atvinnugreinar skiptir miklu máli við mótun stefnu til framtíðar. Fram kom í viðtölum að viðmælendur töldu að nokkur breyting hefði orðið á viðhorfum til ferðþjónustunnar eftir hrun og að vægi hennar í hugum almennings hefði aukist. Viðmælendur töldu þó að nokkuð skorti á að ferðþjónustan nyti þess í formi stuðnings og fjárframlaga hinu opinbera.

Nokkuð var rætt um svarta atvinnustarfsemi og eftirlit með leyfisskyldri starfsemi sem margir telja ekki í góðum farvegi. Óvissa og óöryggi var einnig nefnt þegar rætt var um rekstrarumhverfi ferðþjónustufyrirtækja. Stutt ferðamannatímabil var sá þáttur sem oftast var nefndur þegar rætt var um rekstrarumhverfi ferðþjónustunnar. Það hversu árstíðabundin viðskipti ferðþjónustunnar eru, skapar ójafnvægi og erfiðleika við mönnun, þjálfun starfsfólks og uppbyggingu fyrirtækja.

Lengri háönn og betri nýting á jaðartímabilum myndi að mati viðmælenda einnig stuðla að auknum gæðum ferðþjónustu og aukinni fagmennsku. Nokkuð mikið var rætt í viðtölunum um mikilvægi fagmennsku og gæða í ferðþjónustu. Margir töldu verulega vanta á þessa þætti víða í ferðþjónustunni. Fram kom að horft er til gæðavottunarkerfis sem Ferðamálastofa vinnur nú að, sem tækis til að ná árangri í að bæta gæði og fagmennsku í rekstri ferðþjónustufyrirtækja.

### **Rannsóknir, vöruþróun og nýsköpun**

Rannsóknir í ferðþjónustu voru oft nefndar í viðtölunum, bæði í samhengi við þróun nýrra vara og einnig í tengslum við markaðssetningu. Viðmælendur töldu að 0,5% hlutur ferðþjónustu í rannsóknnum atvinnuveganna væri verulega rýr miðað við aðrar atvinnugreinar.

Grunnur vöruþróunar, þróunar áfangastaða og nýsköpunar í ferðaþjónustu er víða veikur þar sem upplýsingar og þekkingu vantar. Sú skoðun kom fram að mikilvægt væri að unnið væri að þessum mikilvægu grunnþáttum ferðaþjónustunnar með samræmdum hætti í öllum landshlutum. Gerð yrði ítarleg úttekt á auðlindum og innviðum ferðaþjónustu á hverju landsvæði og þessir þættir kortlagðir í landfræðileg upplýsingakerfi. Átak á þessu sviði myndi gera ferðaþjónustunni kleift að tjá hagsmuni sína með tækjum skipulags og landnýtingar. Slíkt átak myndi enn fremur gefa öllum landssvæðum sambærilegan grunn til að vinna stefnumótun og þróa vörur og áfangastaði.

### **Markaðsmál**

Mikilvægi markaðssetningar og ímyndarsköpunar kom mjög sterkt fram í ábendingum viðmælenda. Kallað var eftir stuðningi við þau fyrirtæki sem stunda nú þegar öflugt markaðsstarf erlendis. Nokkur óvissa kom fram um framtíðarskipan þessara mála en ljóst að væntingar til nýrrar Íslandsstofu eru þó nokkrar.

### **Gildi og leiðarljós**

Í viðtölunum var spurt um þau gildi sem ferðaþjónustan ætti að hafa að leiðarljósi. Heiðarleiki, gæði og sérstaða eru þau gildi sem oftast voru nefnd. Þar á eftir koma gestrisni og mikilvægi umhverfismála. Hugtökin fagmennska, hreinleiki, traust, virðing og þjónustulund komu þar á eftir. Einlægni, metnaður og sköpunarkraftur heimamanna voru einnig nefnd af nokkrum viðmælendum. Þau gildi sem minnst var á a.m.k einu sinni voru öryggi, ábyrgð, gegnsæi, persónuleg þjónusta, samvinna, sjálfsvirðing, sköpun, trúverðugleiki og umburðarlyndi.

## Helstu áhersluatriði viðtala – samantekt

Framtíðarsýn, meginmarkmið, stoðir og leiðarljós íslenskrar ferðaþjónustu samkvæmt viðtölum og greiningu á tölulegum gögnum.

### Framtíðarsýn:

**Árið 2020 er ferðaþjónustan arðbær atvinnugrein þar sem gæði, fagmennska og umhverfisvitund eru höfð að leiðarljósi. Áhersla er lögð á markvissa uppbyggingu og viðhald áfangastaða um allt land, samstarf fyrirtækja, sveitarfélaga og ríkisvalds við vöruþróun og markaðsmál með það að markmiði að jafna álag og stuðla að fjölbreyttu framboði á vörum og þjónustu allt árið.**

### Fjögur meginmarkmið

- Að viðhalda sérstöðu Íslands með markvissri og öflugri uppbyggingu áfangastaða
- Að auka gæði, fagmennsku og umhverfisvitund ferðaþjónustunnar
- Að stuðla að aukinni arðsemi og virðingu atvinnugreinarinnar
- Að lengja ferðamannatímabilið, minnka árstíðasveiflu og stuðla að betri dreifingu ferðamanna um landið.

### Fjórar stoðir:

Grunngerð og innviðir eru forsenda allrar ferðaþjónustu og því er mikilvægt að styrkja þessa þætti sem allt annað byggir á. Aðkoma stjórnvalda að innviðum og grunngerð lýtur meðal annars að lagaramma, leyfismálum, umhverfismálum, menntamálum, gæða- og öryggismálum og ekki síst samgöngum, fjarskiptum og uppbyggingu við ferðamannastaði.

Mikilvægt er að rannsóknir, vöruþróun, nýsköpun og markaðsmál byggi á heildstæðri sýn, að verkefni á hverju sviði fyrir sig styðji hvort annað og hafi samlegðaráhrif. Mikilvægt er að efla þessar stoðir ferðaþjónustu og tryggja að unnið sé eftir heildstæðri áætlun til framtíðar.



### **Fjögur leiðarljós:**

Umræða um aukin gæði og fagmennska í ferðaþjónustu var sem rauður þráður í viðtölunum og fjallað hefur verið um þessa þætti í öllum skýrslum sem komið hafa út um íslenska ferðaþjónustu á síðustu árum. Mikilvægi samvinnu við uppbyggingu áfangastaða, markaðssetningu svæða og alls landsins var mikið rætt. Hér er ekki aðeins um að ræða samvinnu fyrirtækja heldur víðtæka og fjölbreytta samvinnu á milli ríkisvalds, sveitarfélaga og fyrirtækja. Umhverfisvitund, umhverfismál, umhverfisstefna og ábyrg ferðaþjónusta eru hugtök sem komu fram í flestum viðtölum og telja viðmælendur mikilvægt að hafa umhverfisvitund að leiðarljósi við alla uppbyggingu og þróun í ferðaþjónustu.

- ✓ **Gæði**
- ✓ **Fagmennska**
- ✓ **Samvinna**
- ✓ **Umhverfisvitund**

DRÖG

## 1. Innviðir og grunngerð:

Íslensk náttúra er auðlind ferðaþjónustunnar. Uppbygging innviða ferðaþjónustunnar verður að miða að því að vernda náttúru Íslands og stefnumörkun í ferðaþjónustu þarf að miða að því að innleiða hugarfar sjálfbærni og ábyrgðar á náttúru og menningu landsins. Aðkoma stjórnvalda að innviðum og grunngerð lýtur meðal annars að: umbótum á ferðamannastöðum, regluverks, leyfismálum, umhverfismálum, gæða- og öryggismálum.

### Áhersluatriði:

#### Fjármögnun á umbótum á ferðamannastöðum:

Ferðamálastofa hefur úthlutað styrkum til úrbóta á ferðamannastöðum og úthlutaði á árinu 2009 56,5 milljónum til slíkra verkefna en sótt var um til verkefna að upphæð 477 milljónir.

#### Lagaumhverfi ferðamála

- Endurskoða verkefni Ferðamálastofu og hlutverk Ferðamálaráðs í ljósi breyttra aðstæðna og áherslna.

#### Leyfismál

Leyfismál ferðaskrifstofa falla undir lög um skipan ferðamála nr. 73/2005. Ákvæði í þessum lögum varðandi leyfisveitingar til ferðaþjónustufyrirtækja þarf að taka til gagn Gerrar endurskoðunar þannig að tilgangur leyfisins sé skýr.

Tilgangur leyfa:

- a) Að hægt sé að koma fólki heim komi til greiðslustöðvunar og gjaldprots.
  - b) Að hægt sé að stöðva starfsemi ef hún uppfyllir ekki kröfur.
- Mikilvægt er að skýrt sé kveðið á um hvaða fyrirtæki þurfa að leggja fram tryggingar og að tilgangur með tryggingum sé algerlega skýr.
  - Einnig þarf að vera skýrt hverjir þurfa að uppfylla sérstök ákvæði varðandi öryggismál og skilgreina þau ákvæði í samvinnu við ferðaþjónustuaðila.

#### Gæða- og öryggismál

Náttúran er takmörkuð auðlind og þeir sem vinna í ferðaþjónustu þurfa að vera meðvitaðir um, og þátttakendur í, að viðhalda auðlindinni. Hluti af því er þátttaka í gæðakerfi.

- Ferðamálastofa innleiði gæðakerfi á árinu 2011, en vinna að slíku kerfi hófst árið 2009 í samvinnu við Nýsköpunarmiðstöð eftir fjárveitingu af Byggyááætlun 2006-2009.
- Kerfið henti því sem næst allri starfsemi í ferðaþjónustu
- Ferðamálastofa ber ábyrgð á gæðakerfinu, innleiðingu þess og rekstri

- Þeir aðilar sem ekki eru aðilar að gæðakerfi árið 2015 fá ekki aðgang að opinberum aðgerðum sem snúa að markaðssetningu ferðaþjónustunnar

## Umhverfismál

Ekki er deilt um þá staðreynd að íslensk ferðaþjónusta byggir á íslenskri náttúru sem er helsta aðdráttarafllandsins. Víða hefur landið látið á sjá vegna umferðar ferðafólks. Þetta ástand kallar á viðhald á fjölsóttum ferðamannastöðum auk þess sem byggja þarf upp aðstöðu á stöðum sem hingað til hafa verið utan alfararleiðar. Verði náttúran fyrir meira hnjaski en orðið er sjáum við fram á að upplifun ferðamannsins verði ekki í samræmi við þær væntingar sem byggðar eru upp í markaðsefni og að ímynd landsins skaðist. Mikilvægt er að framkvæmdaáætlun í umhverfismálum sé ekki aðeins viðbragðsáætlun til að bregðast við orðnum hlut heldur þarf að taka mið af spám um framtíðarþróun á mismunandi svæðum.

Þegar rætt er um umhverfismál ferðaþjónustu er mikilvægt að það sé gert í víðara samhengi en aðeins í samhengi við umgengni á ferðamannastöðum. Þörf er á stefnumarkandi vinnu í hönnun og gerð bílastæða, þjónustuhúsa/snyrtinga, göngustíga, útsýnispalla, fræðsluefnis og skilta.

- Stórauka þarf fjármagn til umhverfis- og aðgengismála og huga að gjaldtöku í þeim tilgangi að byggja upp og halda við umhverfi ferðamannastaða til að koma í veg fyrir náttúruspjöll.
- Uppbygging í umhverfismálum þarf að taka mið af þeirri nýsköpun og vöruþróun sem á sér stað út um landið og styðja þannig við uppbyggingu áfangastaða.
- Lögð verði áhersla á gæði í hönnun og framkvæmdum.

## 2. Kannanir – rannsóknir - spár

Ferðapjónustan er þriðja stærsta gjaldeyrisskapandi atvinnugreinin á Íslandi og því er það í raun ótrúlegt að aðeins **0,5%** af rannsóknarfé atvinnuveganna er varið til rannsókna á sviði ferðapjónustu.

Framlag til rannsókna í nokkrum atvinnuvegum – svar við fyrirspurn á Alþingi vorið 2010.				
	2005		2007	
	millj. kr.	%	millj. kr.	%
Fiskveiðar og landbúnaður	4.153.726	36,4	4.453.352	34,9
Iðnaður	6.372.535	55,9	6.979.414	54,6
Orkuframleiðsla og dreifing	832.975	7,3	1.269.883	9,9
Ferðapjónusta	43.986	0,4	69.721	0,5
Samtals	11.403.222	100	12.772.370	100

**Heimild: Ferðamálastofa 1**

Ferðapjónustan kallar eftir að aukinn kraftur verði settur í rannsóknir og benda á að án rannsókna séu forsendur vöruþróunar, nýsköpunar og markaðssetningar mjög veikar.

Til að vinna markvisst að, og auka árangur vöruþróunar og nýsköpunar er mikilvægt að vinna með samræmdum hætti í öllum landshlutum að ítarlegri úttekt á auðlindum og innviðum ferðapjónustu. Úttektin snýr að náttúru- og menningargæðum í þágu ferðapjónustu, innviða, samgangna og mannauðs svæða. Þessir þættir yrðu kortlagðir í landfræðilegt upplýsingakerfi, sem gerir ferðapjónustu kleift að tjá með skipulögðum hætti hagsmuni sína með tækjum skipulags og landnýtingar hér á landi. Slíkt átak myndi gefa öllum landssvæðum sambærilegan grunn til að vinna stefnumótun og þróa vörur og áfangastaði. Slík úttekt hefur þegar verið unnin í Þingeyjarsýslum undir forystu Rannsóknarmiðstöðvar ferðamála sem hefur lagt til að slík úttekt verði gerð um allt land.

Kannanir, rannsóknir og spár eru mikilvægur þáttur í þróun ferðapjónustu til framtíðar. Því þarf að huga vel að því að þeir fjármunir sem varið er til þessara þátta nýtist sem best.

Rannsóknir og kannanir tengdar ferðapjónustu eru víða stundaðar og nokkuð er birt af niðurstöðum rannsókna á vef Ferðamálastofu. Hvorki þar eða á Rannsóknarmiðstöð ferðamála er þó hægt að segja að fyrir liggi heildstætt yfirlit yfir rannsóknir í ferðapjónustu. Þörf er á að samræma þær kannanir sem unnar eru fyrir opinbert fé þannig að samanburðarhæfar niðurstöður fái t.d. milli landshluta og milli ára.

### Áhersluatriði:

- Ábyrgð á rannsóknum, könnunum og spám í ferðapjónustu sé skýr og liggi hjá Ferðamálastofu.
- Ferðamálastofa geri samninga við rannsóknarstofnanir innan og utan háskólanna jafnframt því að framkvæma sjálf ýmsar grunnkannanir.

- Ferðamálastofa þarf að skilgreina hvaða kannanir eru nauðsynlegar og hvaða kannanir ætti að styrkja þegar frumkvæðið kemur utan frá
- Mikilvægt er einnig að tryggja sjálfstæðar rannsóknir í ferðaþjónustu.
- Ferðamálastofa þarf að sjá til þess að nauðsynlegar kannanir séu framkvæmdar og geri samning við Hagstofu Íslands um TSA (Tourism Satellite Accounts)
- Mikilvægt er að koma á reglubundnu uppgjöri á ferðaþjónustu hjá Hagstofunni og stuðla að því að hægt verði að kanna með reglubundnum hætti útgjöld og ferðavenjur bæði innlendra og erlendra ferðamanna
- Gerðar verði samræmdar svæðisbundnar stefnumótanir fyrir hvern landshluta sem byggi á landfræðilegum upplýsingakerfum (sbr. verkefni Þingeyjarsýslum)
- Mikilvægt er að innan þriggja ára liggi fyrir samræmd stefnumótun í ferðamálum fyrir hvern landshluta

**Mælikvarðar:**

- Hlutfall af rannsóknarfé atvinnuveganna sem varið er til rannsókna í ferðaþjónustu

### 3. Vöruþróun – nýsköpun

Í vinnu sinni við stefnumótun í ferðaþjónustu hefur starfshópurinn ítrekað rekið sig á að í umhverfi ferðaþjónustunnar er mikil skörun á verkefnum og þörf er á að skýra verksvið. Mikilvægt er að öflugar einingar séu til staðar um allt land sem sinna verkefnum svo sem markaðsmálum svæða, stuðningi við fyrirtæki, klasasamstarfi, aðstoð við útgáfu og samræmingu bæklinga svo eitthvað sé nefnt.

Rekstur markaðsstofa, upplýsingamiðstöðva og ferðamálasamtaka eru meðal samstarfsverkefna ríkisvalds, sveitarfélaga og fyrirtækja. Skilgreina þarf betur verkefni þessara aðila og gera skýra samstarfssamninga við þá þar sem samræmingar er gætt og jafnframt hugað að mögulegum samlegðaráhrifum.

Stuðningur hins opinbera við vöruþróun og nýsköpun í ferðaþjónustu er í raun þríþættur og felst í fyrsta lagi í handleiðslu, ráðgjöf og sérfræðiþjónustu sem veitt er af starfsmönnum Nýsköpunarmiðstöðvar, Atvinnuþróunarfélaganna og Ferðamálastofu út um landið. Í öðru lagi er stuðningur veittur í formi fræðslu og námskeiða til ferðaþjónustufyrirtækja jafnt og fyrirtækja í öðrum greinum á vegum Nýsköpunarmiðstöðvar og Íslandsstofu og í þriðja lagi er beinn fjárhagslegur stuðningur veittur til verkefna.

#### Ráðgjöf og stoðkerfi

Stoðkerfi atvinnulífsins um allt land kemur að stuðningi við vöruþróun og nýsköpun í ferðaþjónustu. Atvinnuþróunarfélög eru starfandi í öllum landshlutum. Flest atvinnuþróunarfélög hafa á sínum snærum ráðgjafa sem ætlað er að sinna verkefnum sem tengjast ferðaþjónustunni, rekstur samstarfsverkefna og fleira. Í einhverjum landshlutum reka samtök sveitarfélaga einnig verkefni sem tengjast ferðaþjónustunni. Nýsköpunarmiðstöð Íslands rekur átta starfsstöðvar um allt land og Ferðamálastofa er með skrifstofur í Reykjavík og á Akureyri.

Nýsköpunarmiðstöð og Ferðamálastofa hafa frá árinu 2008 unnið saman að vöruþróunarverkefnum á sviði menningartengdrar ferðaþjónustu og á sviði matartengdrar ferðaþjónustu. Á sviði menningartengdrar ferðaþjónustu er um að ræða verkefni sem hlotið hefur nafnið Gáttir og hefur verið unnið að verkefnum á þessu sviði í þremur klösum á Vesturlandi, Snæfellsnesi og í Skagafirði. Verkefnið Krásir – matur úr héraði hefur stutt við vöruþróun og sinnt fræðslu til þeirra sem eru að stíga sín fyrstu skref í þróun matvæla.

Auk þessara verkefna hefur Nýsköpunarmiðstöð sinnt verkefnum tengdum faglegri uppbyggingu klasasamstarfs í ferðaþjónustu víða um land auk annarra þróunarverkefna sem studd hafa verið með styrkjum til vöruþróunar, frumkvöðlastuðningi og ráðgjafastyrkjum.

## Handleiðsla, ráðgjöf og fræðsla

- Ferðamálastofa
- Markaðsstofur
- Upplýsingamiðstöðvar
- Nýsköpunarmiðstöð
- Íslandstofa
- Atvinnuþróunarfélög
- Byggðastofnun (Norræn verkefni, NPP, Nora ofl)

## Markaðsstofurnar - fjármögnun og hlutverk

Í hverjum landshluta er markaðstofa sem ætlað er að sinna kynningu og markaðssetningu svæðisins. Markaðsstofur eru samstarfsverkefni ríkis (Ferðamálastofu) og sveitarfélaga, auk þess sem ferðabjónustuaðila koma víða að rekstri, með mismunandi hætti þó.

Rekstrargrundvöllur þeirra er mjög mismunandi og þær því misvel í stakk búnar til að takast á við þau verkefni sem þeim eru ætluð.

Fjármunum ríkisins (Ferðamálastofu), samtals um 90 milljónum er nú varið til þrens konar samninga við sveitarfélög og ferðamálasamtök; vegna markaðstofa, upplýsingamiðstöðva og ferðamálasamtaka landshlutanna. Lagt er til að í framtíðinni verði gerður einn samningur um rekstur markaðstofa sem annast munu rekstur upplýsingamiðstöðva og önnur verkefni skv. meðfylgjandi skilgreiningu.

Markaðsstofur verði skýrt skilgreindar sem hluti af stoðkerfi ferðabjónustunnar og þeirra hlutverk, faglegt starf, yfirstjórn verði skýrð.

Á myndinni hér fyrir neðan er reynt að gera skil svæðisbundnum verkefnum á sviði ferðabjónustu sem markaðsstofur, upplýsingamiðstöðvar, ferðamálasamtök hafa komið að.



## Fjármögnun vöruþróunar og nýsköpunar:

Fjármagn til vöruþróunar og nýsköpunar kemur úr nokkuð mörgum sjóðum eins og sjá má á meðfylgjandi yfirliti fyrir árin 2005-2009. Viðmælendur á landsbyggðinni nefndu margir mikilvægi svæðisbundinna vaxtarsamninga sem leið til að fjármagna staðbundin þróunarverkefni. Á árinu 2009 var rétt tæplega 40 milljónum króna varið úr vaxtarsamningum í beina styrki til samstarfsverkefna á sviði ferðaþjónustu. Öðrum verkefnum til vöruþróunar og nýsköpunar eru gerð skil í töflu hér fyrir neðan.

## Eftirtaldar stofnanir styrkja verkefni á sviði vöruþróunar og nýsköpunar í ferðaþjónustu:

- Nýsköpunarmiðstöð Íslands (stærstur hluti styrkja af byggðaáætlun)
- Ferðamálastofa (umhverfismál ferðaþjónustunnar og umsýsla með styrkjum á vegum iðnaðarráðuneytis)
- Vaxtarsamningar (samstarfsverkefni í héraði)
- Menningarsamningar
- Byggðastofnun í gegnum norræn verkefna, lán ofl.
- Framleiðnisjóður landbúnaðarins (fjármögnun breytinga á lögbýlum)

Framlag til þróunarverkefna í ferðaþjónustu 2005-2009 (þús. Kr)	
a) Norðurslóðaáætlun Evrópusambandsins (NPP) verkefnishluti Íslands um 2.287.419 € (gengi 160)	365.000
b) Norræna Atlantssamstarfið (NORA) verkefnishluti Íslands um 1.2856.500 dkk (gengi 23)	29.600
c) Nýsköpunarstyrkir úr byggðaáætlun	100.000
e) Styrkir til uppbyggingar í ferðaþjónustu á landsbyggðinni úr byggðaáætlun	10.500
f) Tækniþróunarsjóður Rannsóknamiðstöðvar	38.000
<b>Samtals</b>	<b>543.100</b>

Heimild: Ferðamálastofa 1

**Aðgerðir:**

- Setja þarf stoðkerfi ferðaþjónustunnar skýrar reglur svo verksvið hvers þáttar sé vel skilgreint og afmarkað.
- Ferðaþjónustuverkefni styrkt með opinberu fé þurfi að hafa einn eða fleiri þætti af neðangreindu að leiðarljósi:
  - Að unnið sé að lengja ferðamannatímamann
  - Að verkefnið sé samstarfsverkefni
  - Að verkefnið höfði til nýrra markhópa
- Stoðkerfið verði einfaldað og tryggt að öflugar einingar séu til staðar út um allt land sem hafa burði til að styðja við þróun áfangastaða, vöruþróun/nýsköpun og markaðssetningu.

**Mælikvarðar:**

- Fjöldi og upphæðir styrkja til nýsköpunar- og þróunarverkefna
- Reglubundnar árangurskannanir þróunarverkefna.

## 4. Markaðsmál

Tímamót hafa orðið í markaðssetningu á íslenskri ferðaþjónustu með stofnun Íslandsstofu sumarið 2010. Íslandsstofa tekur þar með yfir það verkefni Ferðamálastofu að annast markaðssetningu íslenskrar ferðaþjónustu á erlendri grundu. Hlutverk Íslandsstofu skv. lögum nr. 38 6. maí 2010 er eftirfarandi:

- a) að vera samstarfsvettvangur fyrirtækja, hagsmunasamtaka, stofnana og stjórnvalda um stefnu og aðgerðir til þess að efla ímynd og orðspor Íslands,
- b) að veita alhliða þjónustu og ráðgjöf í því skyni að greiða fyrir útflutningi á vöru og þjónustu,
- c) **að laða til landsins erlenda ferðamenn með samræmdu kynningar- og markaðsstarfi,**
- d) að laða erlenda fjárfestingu til Íslands, upplýsa erlenda fjárfesta um kosti Íslands og vera stjórnvöldum til ráðuneytis um fjárfestingarmál,
- e) að styðja við kynningu á íslenskri menningu erlendis.

Á árinu 2011 mun samstarf ferðamálayfirvalda við Íslandsstofu mótast.

Við mótun samstarfs ferðamálayfirvalda við Íslandsstofu er mikilvægt að sett séu mælanleg markmið og mælikvarðar á árangur (vörður). Stefnt skal að aukningu í ferðaútgjöldum innanlands skv. ferðaþjónustureikningum, aukningu í gjaldeyrstekjum af erlendum ferðamönnum, betri dreifingu gistinátta yfir árstíðir og landssvæði og fjölgun ársverka í ferðaþjónustu.

Fjöldi ferðamanna er sá mælikvarði sem lengst af hefur verið nýttur til að mæla árangur í ferðaþjónustu. Fjöldi ferðamanna er hins vegar ekki mælikvarði á arðsemi greinarinnar, dreifingu ferðamanna um landið eða tekjur ríkisins af ferðaþjónustu.

Lagt er til að hætt verið að nota fjölda ferðamanna sem mælikvarða á árangur í ferðaþjónustu og meiri áhersla verið lögð á að mæla árangur í ferðaþjónustu eftir þeim alþjóðlegum mælikvörðum sem settir eru fram í ferðaþjónustureikningum (Tourism Satellite Accounts).

### **Markaðsstarf ferðaþjónustu þarf að taka mið af markmiðum ferðamálastefnu og:**

- Miði að lengingu ferðamannatímans og aukna dreifingu ferðamanna um landið
- Nýjum áfangastöðum og vörum í ferðaþjónustu
- Markaðssetning taki tillit til þolmarka landsins

### **Mælikvarðar á árangur í markaðsstarfi:**

- Ferðaútgjöld innanlands skv. ferðaþjónustureikningum
- Gjaldyrstekjur af erlendum ferðamönnum
- Fjöldi ársverka í ferðaþjónustu
- Mælikvarði á lengingu ferðamannatímans og aukna dreifingu verði gistináttatalning Hagstofu. Sjá má yfirlit í viðauka yfir árstíðasveiflu í hverjum landshluta og yfir landið

### Töluleg viðmið:

Gjaldeyrstekjur af erlendum ferðamönnum (skv. Hagstofunni - án fargjaldatekna)

- 2009: 73 milljarðar
- 2005: 39 milljarðar

Fjöldi starfa í ferðaþjónustu

- 2007: 8400
- 2004: 7552

Ferðaútgjöld innanlands skv. ferðaþjónustureikningum (TSA)

- 2009: 155 milljarðar (áætlað)
- 2005: 120 milljarðar

Tekjur sem hlutfall af útfluttum vörum og þjónustu

- 2009: 13,3%
- 2005: 12,4%

Hlutdeild í heildarútflutningstekjum

- 2008: 16,9%
- 2004: 18,1%

Bein framlög ríkisins til ferðaþjónustu 2009 og 2010

Úr fjárlögum 2009 og 2010

<b>11-501</b>	<b>Ferðamálastofa</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
	Almennur rekstur:		
	1.01- Ferðamálastofa	103,4	219,5
	1.05- Landkynningarskrifstofur erlendis	202,8	
	1.11- Ferðamálasamtök Íslands	62	
	1.13- Markaðs- og kynningarmál erlendis		233,2
	1.15- Samstarfssamningar við Grænland og Færeyjar	20,1	
	1.21- Fjölsóttir ferðamannastaðir	72,8	
	<b>Almennur rekstur samtals:</b>	<b>461,1</b>	<b>452,7</b>
	Gjöld samtals		
	Sértekjur	-17	
	<b>Gjöld umfram tekjur:</b>	<b>444,1</b>	<b>452,7</b>
<b>11-599</b>	<b>Ýmis ferðamál</b>		
	Almennur rekstur		
	1.44- Markaðssókn í íslenskri ferðaþjónustu	105	85
	1.47- Markaðssetning Íslands í Norður-Ameríku	63,7	82
	1.53- Ferðaþjónusta á svæðum sem verða fyrir aflsamdrætti	80	
	1.90- Ýmis ferðamál	65,9	44,6
	1.98- Ýmis ferðamál Iðnaðarráðuneytis	92,2	35,1
	Almennur rekstur samtals	406,8	246,7
	<b>Gjöld samtals</b>	<b>406,8</b>	<b>246,7</b>
	<b>Samtals framlög Iðnaðarráðuneytis til ferðaþjónustu</b>	<b>850,9</b>	<b>699,4</b>

## Dreifing ferðamanna eftir árstíðum og landshlutum 2009

Á kortinu hér fyrir neðan sést glögglega hve árstíðasveiflan er gríðarleg. Í flestum landshlutum er um og yfir 80% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina júní, júlí og ágúst. Hlutfall seldra gistinátta yfir veturinn nær ekki 10% í neinum landshluta utan höfuðborgarsvæðisins og Suðurnesja.

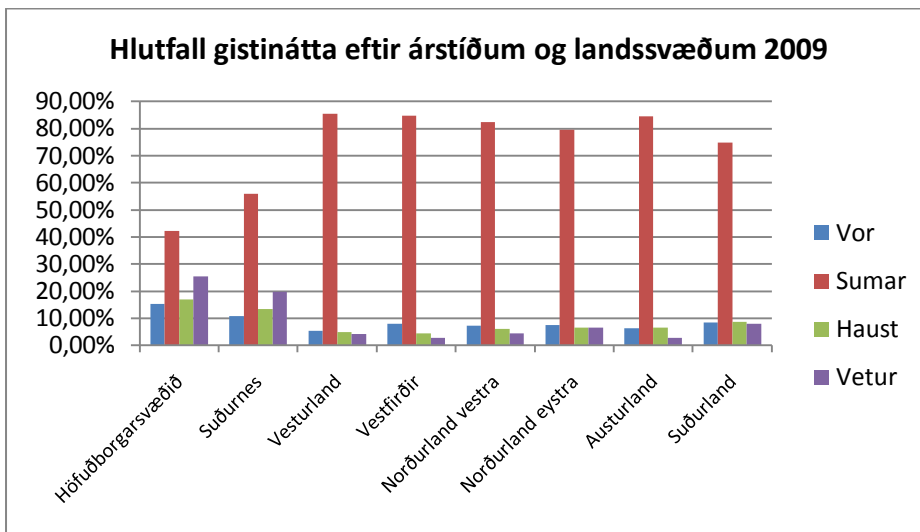
Á þessu korti eru árstíðir skilgreindar með eftirfarandi hætti:

**Vor:** apríl og maí

**Sumar:** júní, júlí og ágúst

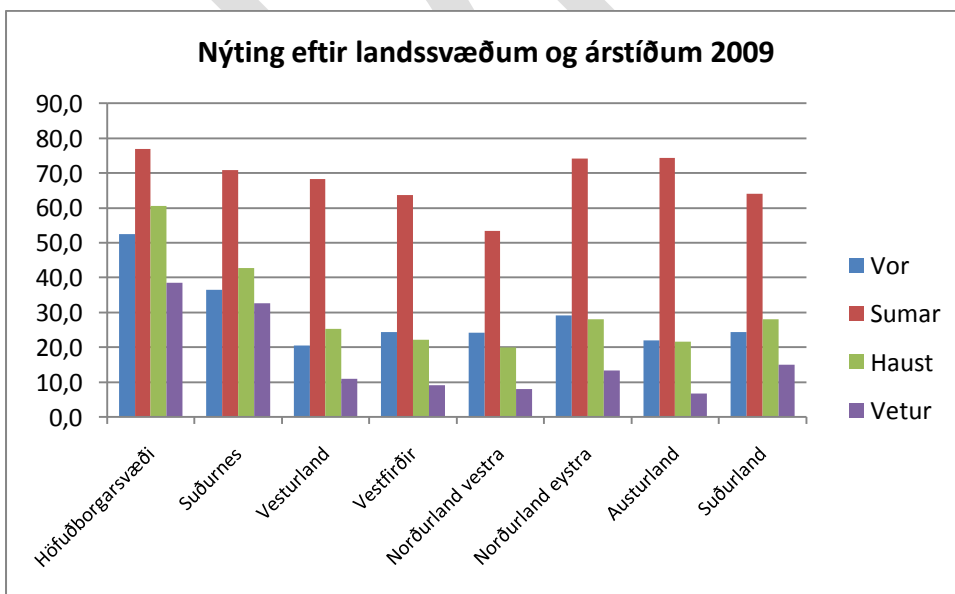
**Haust:** september og október

**Vetur:** nóvember, desember, janúar, febrúar og mars.



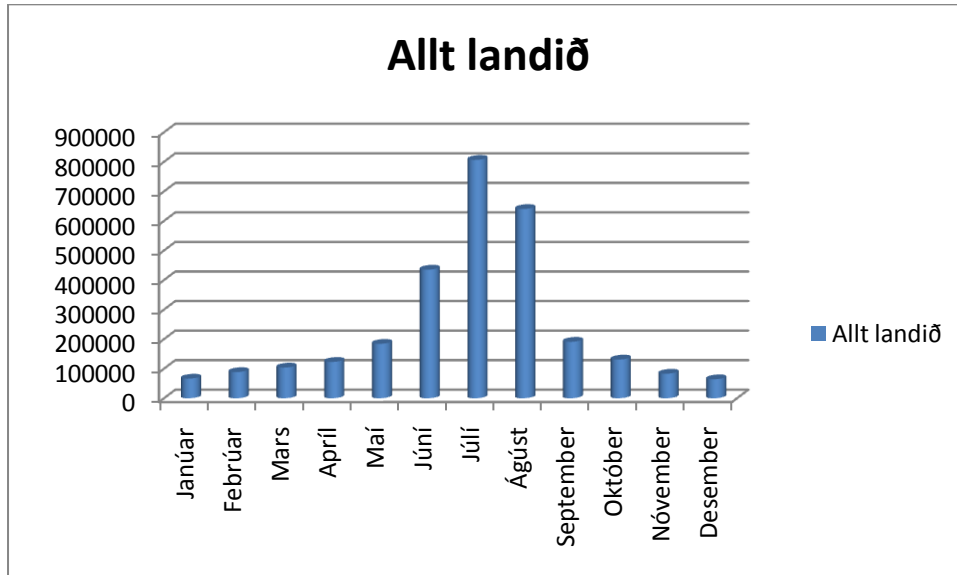
Heimild:—Hagstofan

Framboð á gistirými minnkar verulega yfir veturinn og nýting á gistirými er betri en hlutfall seldra gistinátta gefur til kynna. Árstíðasveiflan er þó enn mjög veruleg. Nýtingartölur eru eingöngu fyrir hótél og gistiheimili.



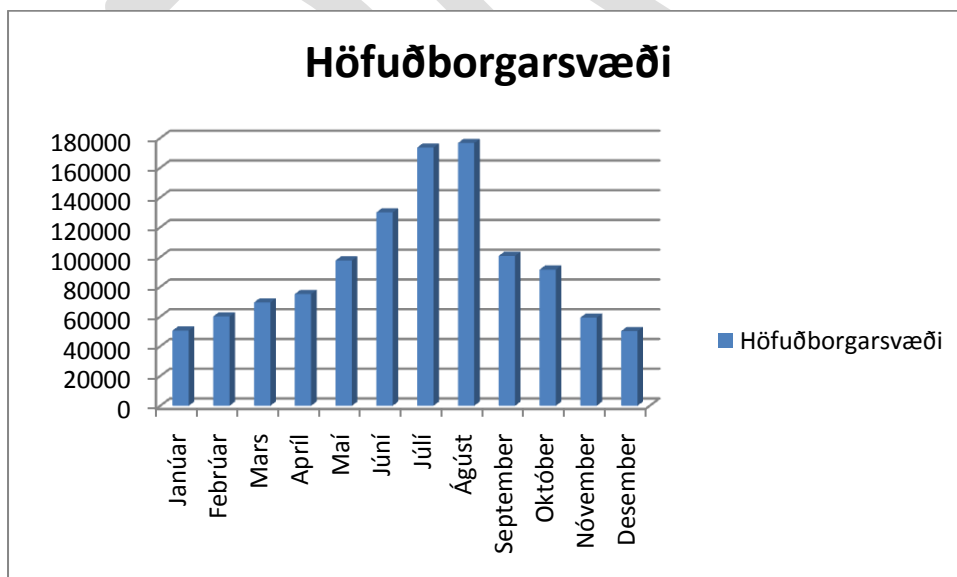
## Gistinætur eftir landshlutum

Á landsvísu eru flestar gistinætur seldar í júlí, 806 þúsund. Á háannatímanum júní, júlí og ágúst eru 64,52% allra gistinátta á Íslandi seldar. 10,55% gistinátta eru seldar í apríl og maí og 11,05% í september og október. Yfir veturinn, nóvember til mars eru tæplega 14% allra gistinátta seldar.



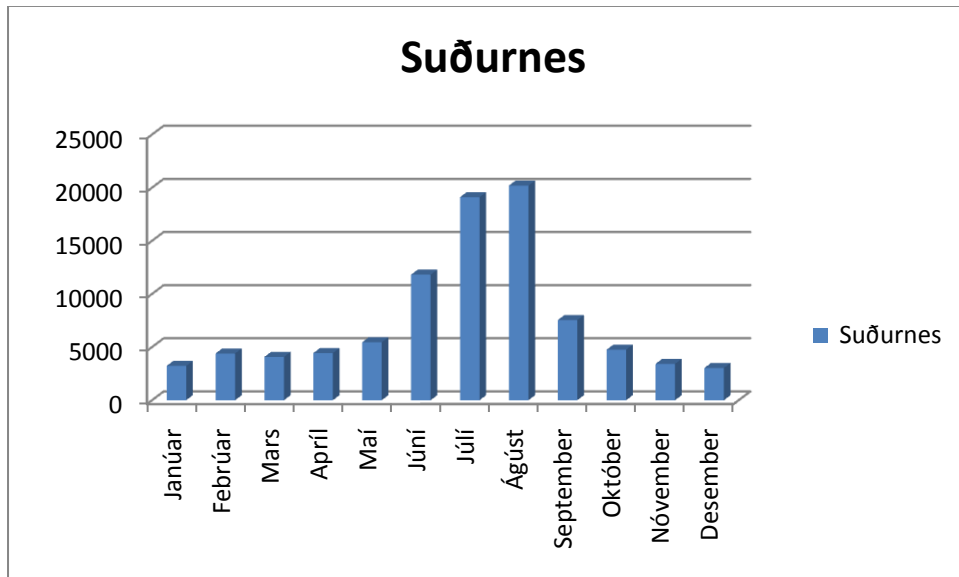
## Höfuðborgarsvæðið

Árstíðasveiflan er ekki alveg eins skörp á höfuðborgarsvæðinu og þegar landið allt er tekið. Þar eru 42,32% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina 3, 15,2% í apríl og maí og 16,9% í september og október. Yfir háveturinn eru 25,5% gistinátta á höfuðborgarsvæðinu seldar.



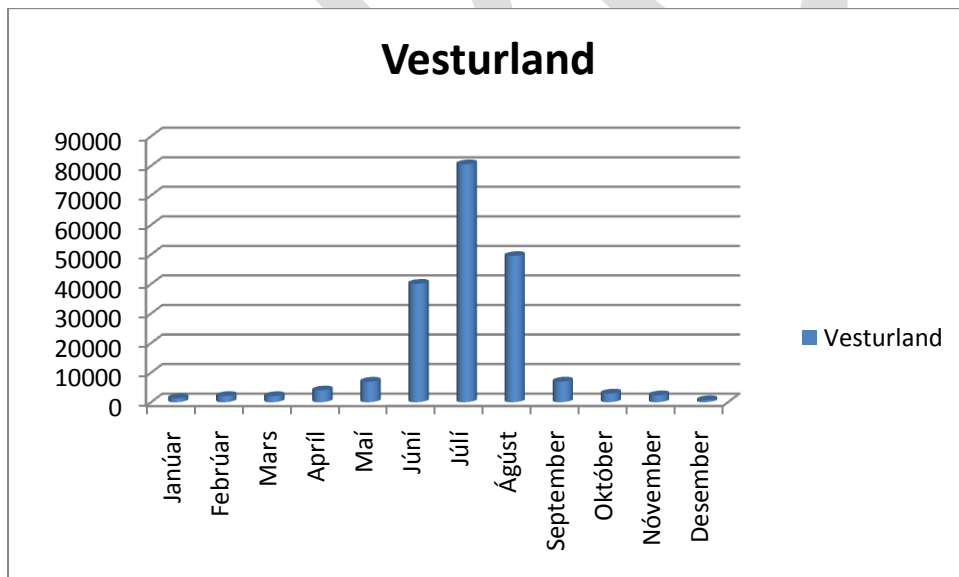
## Suðurnes

Á Suðurnesjum eru 55,9% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina, 10,8% í apríl og maí og 13,4% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 19,8% gistinátta á Suðurnesjum.



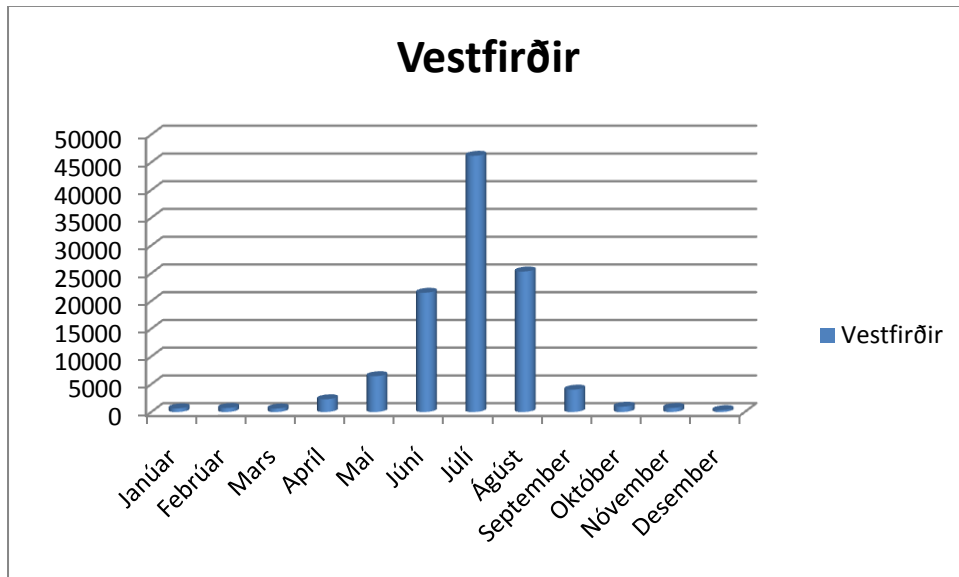
## Vesturland

Á Vesturlandi eru 85,3% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina, 5,5% í apríl og maí og 4,9% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 4,2% gistinátta á Vesturlandi.



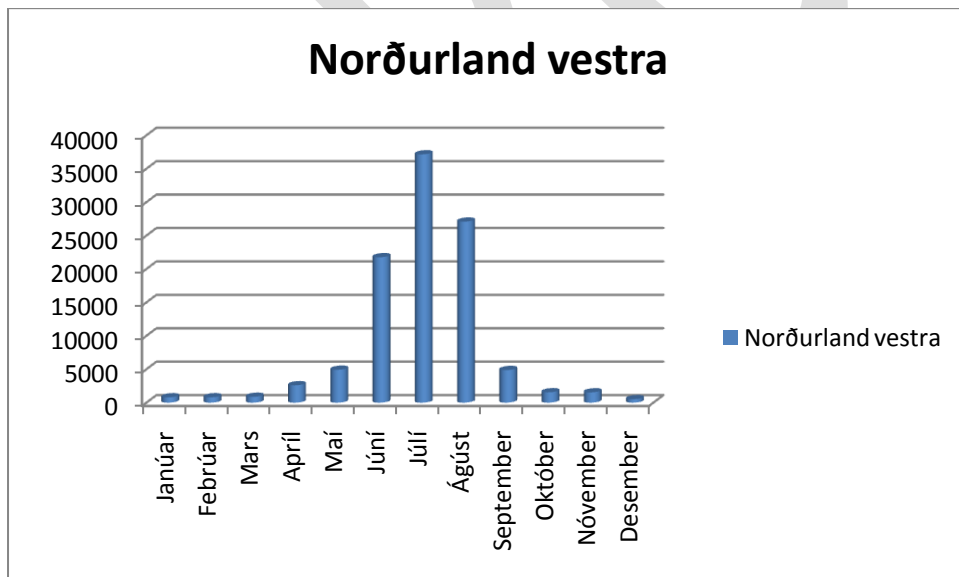
## Vestfirðir

Á Vestfirðum eru 84,7% gistinguáttar seldar yfir sumarmánuðina, 8% í apríl og maí og 4,5% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 2,8% gistinguáttar á Vestfirðum.



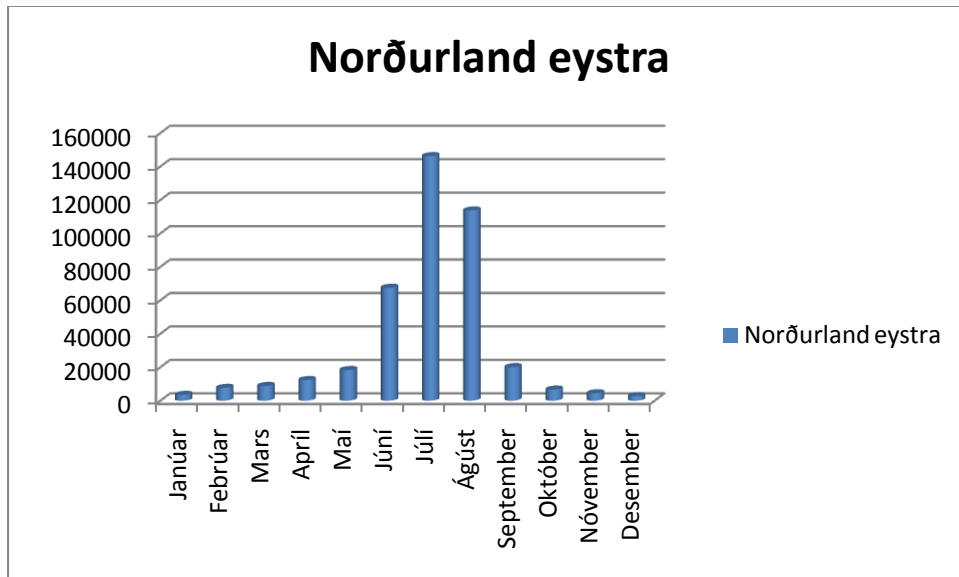
## Norðurland vestra

Á Norðurlandi vestra eru 82,3% gistinguáttar seldar yfir sumarmánuðina, 7,2% í apríl og maí og 6,2% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 4,3% gistinguáttar á Norðurlandi vestra.



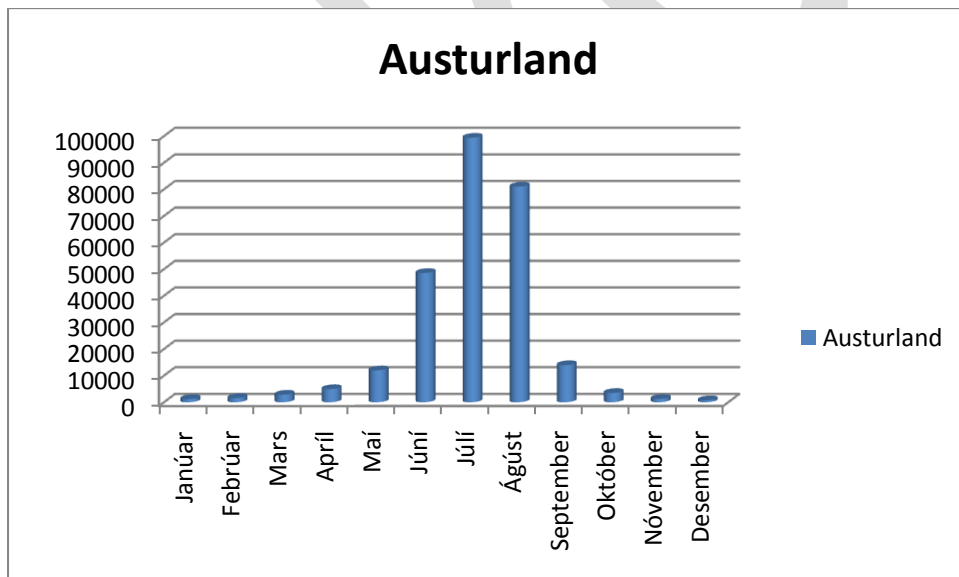
## Norðurland eystra

Á Norðurlandi Eystra eru 79,5% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina, 7,4% í apríl og maí og 6,5% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 6,6% gistinátta á Norðurlandi eystra.



## Austurland

Á Austurlandi eru 84,5% gistinátta seldar yfir sumarmánuðina, 6,3% í apríl og maí og 6,4% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 2,8% gistinátta á Austurlandi.



## Suðurland

Á Suðurlandi eru 74,9% gistinguáttar seldar yfir sumarmánuðina, 8,4% í apríl og maí og 8,7% í september og október. Yfir vetrarmánuðina seljast 8,0% gistinguáttar á Suðurlandi.

