

Ferðamálaáætlun 2011-2020

Staða aðgerða

Ferðamálaáætlun 2011-2020 – Staða aðgerða

Fjögur meginmarkmið – Fjórar meginstoðir

Ferðamálaáætlun 2011-2020 leysti af hólmi fyrri stefnu Alþingis í ferðamálum eftir að hún var samþykkt í júní 2011. Þá höfðu orðið miklar breytingar í ferðaþjónustunni síðan fyrri stefna var unnin. Samkvæmt þingsályktuninni er iðnaðarráðherra falið að stefna að eftirfarandi meginmarkmiðum í ferðamálum á tímabilinu 2011–2020:

1. Að auka arðsemi atvinnugreinarinnar
2. Að standa að markvissri uppbyggingu áfangastaða, öflugri vöruþróun og kynningarstarfi til að skapa tækifæri til að lengja ferðamannatímabilið um land allt, minnka árstíðasveiflu og stuðla að betri dreifingu ferðamanna um landið
3. Að auka gæði, fagmennsku, öryggi og umhverfisvitund ferðaþjónustunnar
4. Að skilgreina og viðhalda sérstöðu Íslands sem áfangastaðar ferðamanna, m.a. með öflugri greiningar- og rannsóknarstarfi

Við gerð stefnunnar er byggt á því að horft verði á hvern hluta út frá þremur þáttum: stefnumótun, fjármögnun og framkvæmd en einnig að horft verði til þess hlutverks opinberrar stefnumörkunar að móta atvinnugreininni ramma sem hvetji til vöruþróunar og sóknar í markaðsmálum um leið og kröfur eru gerðar til þeirra sem í ferðaþjónustu starfa um gæði, fagmennsku og ábyrgð.

Framgangur ferðamálaáætlunar 2011-2020

Meginefni þessarar skýrslu er að fjalla um framgang Ferðamálaáætlunar 2011-2020 en í tengslum við hana var samþykkt **aðgerðaáætlun í þrettán liðum** sem felldir voru undir formerki þeirra fjögurra meginstoða sem ferðamálaáætlun byggir á. Hér á eftir fylgja því kaflar sem taka mið af þessum fjórum meginstoðum, þ.e.:

- Innviðir og grunngerð (3 aðgerðir)
- Kannanir – rannsóknir-spár (3 aðgerðir)
- Vöruþróun – nýsköpun (2 aðgerðir)
- Markaðsmál (5 aðgerðir)

Innviðir og grunngerð -Staða aðgerða

Í Ferðamálaáætlun 2011-2020 er kveðið á um þrjár aðgerðir tengdar innviðum.

a. Framkvæmdasjóður ferðamannastaða

Aðgerðir:

- Stofnaður verði framkvæmdasjóður ferðamannastaða til að vernda og viðhalda ferðamannastöðum um allt land
- Mótuð verði stefna fyrir framkvæmdasjóðinn sem byggð verði á þarfagreiningu á viðhaldi og uppbyggingu ferðamannastaða.
- Áherslur framkvæmdasjóðs taki mið af sérstöðu svæða.

Árangursmat:

- Á árinu 2015 verði lokið framkvæmdum á fjölsóttustu ferðamannastöðum landsins.
- Upplifun ferðamanna á viðkomandi stöðum verði mæld og mælist í samræmi við væntingar

Ábyrgð á framkvæmd:

Iðnaðarráðuneyti

Aðrir þátttakendur:

Ferðamálastofa, SAF, Samband Ísl. Sveitarfélaga

Tímaáætlun: 2011-2015

Alþingi samþykkt lög um Framkvæmdasjóð ferðamannastaða (2011). Tekjur sjóðsins eru 3/5 hlutar gistináttagjalds en að auki hafa stjórnvöld veitt sjóðnum aukin fjármagn.

Atvinnuvega- og nýsköpunarráðherra skipar stjórn sjóðsins og er hann á ábyrgð hans. Formaður hans er skipaður án tilnefningar, tveir stjórnarmenn eftir tilnefningu Samtaka ferðaþjónustunnar og einn eftir tilnefningu Sambands ísl. sveitarfélaga. Sjóðurinn er í vörslu Ferðamálastofu sem annast rekstur hans, þ.m.t. framkvæmd úthlutana, uppgjör, bókhald og gerð ársreikninga. Markmið og hlutverk sjóðsins er að stuðla að uppbyggingu, viðhaldi og verndun ferðamannastaða í opinberri eigu eða umsjón um land allt. Þá skal með fjármagni úr sjóðnum leitast við að tryggja öryggi ferðamanna og vernda náttúru landsins. Einnig er sjóðnum ætlað að fjölga viðkomustöðum ferðafólks til að draga úr álagi á fjölsóttu ferðamannastaði.

Í aðdraganda að stofnun sjóðsins setti Ferðamálastofa saman forgangslista yfir þá ferðamannastaði þar sem brýnast þótti að fara í uppbyggingu, viðhald og verndun náttúrunnar fyrir ágangi ferðamanna. Listinn byggði m.a. á rauðlista Umhverfisstofnunar, tillögum Markaðsstofa landshlutanna, Samtaka ferðaþjónustunnar og Ferðamálasamtaka Íslands. Margir forgangslistaðra staða hafa þegar fengið styrki úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða. Úthlutað hefur verið fimm sinnum úr sjóðnum, samtals 204 styrkjum að heildarupphæð 895 milljónir króna¹.

Í skilgreindu árangursmati af aðgerðinni er kveðið á um að á árinu 2015 verði lokið framkvæmdum á fjölsóttustu ferðamannastöðum landsins, en einnig að upplifun ferðamanna á viðkomandi stöðum mælist í samræmi við væntingar. Í tengslum við þetta má geta þess að Ferðamálastofa lét gera lauslega könnun á upplifun ferðamanna á sex vinsælum ferðamannastöðum sumarið 2012 Staðirnir sem um ræðir eru Landmannalaugar, Þingvellir, Geysir, Skógafoss, Reykjanesviti og Þjóðgarðurinn Snæfellsjökull.

¹ Upplýsingar um úthlutanir má finna á vef Ferðamálastofu:
<http://www.ferdamalastofa.is/is/umhverfis-og-gaedi/framkvaemdasjodur-ferdamannastada>

Í árslok 2013 samdi Ferðamálastofa við Háskóla Íslands um framkvæmd þolmarkarannsóknna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi. Samningunum tengjast einnig fleiri rannsóknir um áhrif ferðamennsku. Þessar rannsóknir munu bætast við þær þolmarkarannsóknir sem endurteknar verða með fulltingi viðbótarfjárveitingar úr ríkissjóði til Rannsóknarmiðstöðvar ferðamála en þær rannsóknir standa nú yfir.

b. Heildstæð skráning og yfirlit leyfa

Aðgerðir:

Settur verði upp gagnagrunnur þar sem leyfisveitendur hafa samstarf um að skrá veitt leyfi og einnig verði hægt að sækja um starfsleyfi vegna ferðaþjónustu og fylgjast með framvindu umsókna.

Markmið þessarar aðgerðar er að öll leyfi sem þarf til reksturs fyrirtækja í ferðaþjónustu verði skráð, sýnileg og aðgengileg á einum stað.

Árangursmat:

Gagnagrunnur tilbúinn og í notkun hjá öllum aðilum

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Sýslumenn, Vegagerðin, Siglingastofnun ofl.

Tímaáætlun: 2012

Tímaáætlun ferðamálaáætlunar gerði ráð fyrir að gagnagrunnur þessi yrði tilbúinn á árinu 2012 en verkið hefur ekki hafist. Ferðamálastofa skilaði í maí skýrslu til iðnaðar- og viðskiptaráðherra um einföldun starfsumhverfis og regluverks í ferðaþjónustu á Íslandi. Þar eru m.a. settar fram fimm megintillögur þar að lútandi. Ráðherra hafði, í samræmi við áherslu ríkisstjórnarinnar um einfaldara regluverk, falið Ferðamálastofu að skoða starfsumhverfi ferðaþjónustunnar með það að markmiði að auðvelda og einfalda umhverfið eins og kostur er, hvort sem það er með einföldun á leyfisferlum, skipulagi og verkferlum í kringum þau eða annarri umgjörð um starfsemi ferðaþjónustunnar. Ferðamálastofa ákvað að setja á fót stýrihóp vegna verkefnisins sem bar hitann og þungann af verkefninu.

Lögð var áhersla á að við vinnuna yrði leitað eftir samstarfi við hagsmunaaðila og þeim gefin kostur á að koma á framfæri ábendingum um möguleika á einföldun og aukinni skilvirkni².

Í skýrslunni eru settar fram eftirfarandi fimm tillögur:

1. Ein rafræn gátt
2. Einföldun regluverks
3. Aukið öryggi og bætt reglufylgni
4. Stefnumótun og aðgerðaáætlun
5. Aukið hlutverk VAKANS

² Skýrsluna má nálgast í gagnabanka um útgefið efni á vef Ferðamálastofu:

<http://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2014/mai/fms-einfol-dun-starfsumhverfis-og-regluverks-i-ferdathjonustu-mai-2014.pdf>

Gæða- og umhverfiskerfi

Aðgerðir:

- Gæða- og umhverfiskerfi innleitt með námskeiðum og handleiðslu.
- Leyfisveitingar, gæða- og umhverfiskerfi og opinbert kynningarefni ferðaþjónustu tengist og umbuni fyrirtækjum sem eru aðilar að viðurkenndu gæða- og umhverfiskerfi með marktækum hætti.

Árangursmat:

85% fyrirtækja í ferðaþjónustu hafi innleitt gæðakerfið í lok árs 2013.

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Nýsköpunarmiðstöð Íslands, markaðsstofur, atvinnuþróunarfélög, Samtök Ferðaþjónustunnar, Ferðamálasamtök Íslands

Tímaáætlun: 2011-2013

Hjá Ferðamálastofu er nú verið að leggja lokahönd á innleiðingu heilstæðra gæða- og umhverfisviðmiða fyrir íslenska ferðaþjónustu. Gæða- og umhverfisverkefnið hlaut nafnið VAKINN og er unnið í náinni samvinnu við Nýsköpunarmiðstöð Íslands, Samtök ferðaþjónustunnar og Ferðamálasamtök Íslands, enda mikilvægt að breið samstaða skapist um þennan málaflokk. Ákveðið var að byggja á kerfi því sem unnið er eftir á Nýja Sjálandi og kallast Qualmark. Meginmarkmið kerfisins er að auka og efla gæði í ferðaþjónustu á Íslandi með handleiðslu og byggja upp samfélagslega ábyrgð ferðaþjónustufyrirtækja hér á landi.samstarfi

Markmiðið með VAKANUM er að efla gæði, öryggi og umhverfisvitund í ferðaþjónustu á Íslandi með handleiðslu og stuðningi, ásamt því að byggja upp samfélagslega ábyrgð ferðaþjónustufyrirtækja.

Gæðakerfi VAKANS skiptist í tvo flokka:

1. Stjórnuflokkun fyrir gististaði (frá einni og upp í fimm stjórnur) innan fimm undirflokka. Verið er að vinna þessi viðmið og verður þessi hluti VAKANS innleiddur árið 2014.
2. Ferðaþjónusta, önnur en gisting. Þessi hluti byggir á tvenns konar viðmiðum, annars vegar almennum viðmiðum sem eru um 120 talsins og hins vegar sértækum viðmiðum eftir því hvers konar þjónusta fyrirtækin eru að bjóða, sem í dag eru 24 talsins. Hér er ekki um stjórnuflokkun að ræða, heldur þurfa fyrirtækin að uppfylla tiltekið lágmark til að fá viðurkenningu VAKANS, en það er 70% af almennum viðmiðum og 100% af sértækum viðmiðum.

Víðtækt samráð hefur verið haft við aðila innan ferðaþjónustunnar við vinnslu og gerð viðmiðanna.

Umhverfishluti VAKANS er flokkunarkerfi en ekki vottunarkerfi eins og t.d. Norræni Svanurinn eða EarthCheck. Fyrirtæki sem eru með umhverfishluta VAKANS fá brons-, silfur- eða gullmerki eftir því hvaða árangri fyrirtækin hafa náð í umhverfismálum.

Mikil áhersla er lögð á handleiðslu og stuðning í VAKANUM og því hafa verið gerð hjálpar- og fræðslugögn s.s. gáttlistar, áætlanir o.fl. Þá gerði fulltrúi frá Landsbjörg ítarlegar leiðbeiningar um gerð öryggisáætlana. Viðmið VAKANS verða endurskoðuð á um fjögurra ára fresti.

Staða VAKANS í dag

Innleiðing gæða- og umhverfiskerfisins VAKANS er langt komin og gert ráð fyrir að síðasti hluti þess, stjórnuflokkun gistingar, verði kominn í notkun á árinu 2014. Ljóst er að innleiðing þess og uppbygging er umfangsmeira verkefni en ráð var fyrir gert í ferðamálaáætlun, enda kappkostað að vanda til verka. Þannig er t.d. enn er nokkuð í að það metnaðarfulla árangursmat áætlunarinnar náist að 85% fyrirtækja í ferðaþjónustu hafi innleitt gæðakerfið. VAKINN hefur engu að síður fengið afar jákvæð viðbrögð innan

ferðapjónustunnar og meðal stoðstofnana greinarinnar þannig að ekkert bendir til annars en að gæðakerfið verði þegar fram í sækir hið gagnlega verkfæri sem því er ætlað.

Rannsóknir fyrir ferðaþjónustuna

-Staða aðgerða

Þrjár aðgerðir tengdar rannsóknum og könnunum eru tilgreindar í Ferðamálaáætlun 2011-2020.

a. Samþætting og stefnumörkun í öflun tölfraðilegra upplýsinga og rannsókna í ferðaþjónustu

Markmið þessarar aðgerðar er að auka skilvirkni, hagnýtingu, gæði og aðgengi að rannsóknum og hagtölum í ferðaþjónustu.

Aðgerðir:

- Þarfagreining rannsókna fyrir ferðaþjónustu verði endurskoðuð með aðkomu allra hagsmunaaðila.
- Rannsóknafé til hagnýtra rannsókna verði aukið og úthlutað með gegnsæjum hætti af Ferðamálastofu í samræmi við niðurstöður þarfagreiningar.
- Aðgengi fræðimanna að öðru rannsóknafé verði tryggt til samræmis við aðrar fræðigreinar og sjálfstæði rannsakenda þannig tryggt á sviði fræðilegra rannsókna.
- Markviss kynning á niðurstöðum rannsókna verði eflað bæði með kynningarfundum og útgáfustarfsemi.
- Markviss þekkingaryfirfærsla og niðurstöður rannsókna tengdar vöruþróun.

Árangursmat:

- Samanburður á rannsóknarfé til ferðaþjónustu og annarra greina verði unnin árlega
- Könnun á meðal ferðaþjónustufyrirtækja sýni jákvæða afstöðu á rannsóknum í ferðaþjónustu.
- Könnun sýni að ferðaþjónustuaðilar nýti sér rannsóknir í ferðaþjónustu.

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Rannsóknarmiðstöð ferðamála,
Fræðasetur HÍ, Háskóli Íslands,
Háskólinn á Akureyri, Háskólinn á Hólum, Íslandsstofa

Tímaáætlun: 2011-2015

Á fyrri hluta ársins 2013 vann Ferðamálastofa þá þarfagreiningu rannsókna fyrir íslenska ferðaþjónustu, sem kveðið er á um í ferðamálaáætlun. Við mat á rannsóknarþörf ferðaþjónustunnar var farin sú leið að vinna út frá hugmyndum hagsmunaaðilanna sjálfra, en þær voru greindar á fjölsóttum vinnufundi, þar sem rannsóknarþörfin var rædd út frá átta efnisþáttum. Verkefnum var síðan forgangsraðað á vinnufundi með nokkrum völdum hagsmunaaðilum. Það kom síðan í hlut starfsmanns Ferðamálastofu og ráðgjafa frá KPMG að útfæra og kostnaðargreina hvert og eitt rannsóknarefni. Í skýrslu sem með niðurstöðum vinnunnar hefur verkefnum verið raðað eftir mikilvægi og þau kostnaðargreind.³

Ellefu mikilvægustu verkefni voru talin, í mikilvægisröð:

1. Stærð ferðaþjónustunnar á Íslandi og lykiltölur
2. Markhópagreining
3. Þölmörk ferðamennsku
4. Ferðamenn á landsvísi
5. Arðsemi ferðaþjónustunnar

³ Skýrsluna má nálgast á vef Ferðamálastofu í gagnabanka um útgefið efni:

<http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefid-efni/menntun-og-rannsoknir-thorfin-fyrir-rannsoknir-i-islenskri-ferdathjonustu>

6. Ferðamenn eftir landssvæðum
7. Virðisikeðja ferðapjónustunnar
8. Sérstaða svæða
9. Ferðapjónusta framtíðarinnar
10. Samfélagsleg áhrif ferðapjónustunnar
11. Þjónustugæði

Hér má benda á að frá útkomu skýrslunnar hefur m.a. verið samið um gerð ferðapjónustureikninga, rannsóknir á þolmörkum og Ferðamálastofa hefur frá 2011 markað sér stefnu um að standa fyrir reglubundnum könnunum á væntingum og upplifun ferðamanna allt árið um kring, en slík könnun hefur nú t.a.m. staðið yfir sl. vetur. Auk þessa má vísa í fyrri umfjöllun um stuðning stofnunarinnar við þolmarkarannsóknir á ýmsum sviðum, en í haust er fyrirhugað að standa að rannsókn sem varðar samfélagsleg þolmörk ferðapjónustunnar, sem mjög hafa verið í deiglu að undanfögnu. Ferðamálastofa stendur ár hvert fyrir Ferðamálaþingi þar sem fjallað er um þau mál sem helst brenna á ferðapjónustunni hverju sinni, auk þess að standa að málþingum og fræðslufundum af ýmsu tagi, Þá er gagnabanki Ferðamálastofu útgefið efni tengt ferðapjónustu stöðugt uppfærður og eru þar nú aðgengilegar um 360 skýrslur og rannsóknir.

Hvað aðra þætti tengda aðgerðinni má segja að þeir séu háðir því að fé fái til að ráðast í framkvæmd þeirra.

b. Gerð ferðapjónustureikninga (Tourism Satellite Accounts)

Markmið þessarar aðgerðar er að fáanlegar séu upplýsingar um stöðu og þróun ferðapjónustunnar.

Aðgerðir:

- Ferðapjónustureikningar verði unnir árlega sem hluti þjóðhagsreikninga.
- Samanburður milli landa verði aukinn, en mikilvægt er fyrir atvinnugreinina ferðapjónustu að hægt sé að bera þróun þar saman við þróun í öðrum löndum til að greina megi liðið og spá fyrir um þróun til framtíðar.

Árangursmat:

- Birting ferðapjónustureikninga árlega

Ábyrgð á framkvæmd:

Hagstofa Íslands

Aðrir þátttakendur:

Iðnaðarráðuneyti, Ferðamálastofa

Tímaáætlun: 2011-2015

Á vormánuðum 2014 gerðu iðnaðar- og viðskiptaráðherra og Hagstofa Íslands með sér samning um gerð ferðapjónustureikninga. Markmiðið með samningnum er að tryggja að hægt verði að meta efnahagsleg áhrif ferðapjónustu fyrir íslenskt efnahagslíf þannig að samanburður fái á vægi hennar milli landa. Ferðapjónustureikningar (Tourism Satellite Accounts) eru unnir skv. aðferðafræði TSA og taka þeir til neyslu og framleiðslu í ferðapjónustu, framleiðsluvirði, fjárfestingu, samneyslu og fleiri þátta sem viðkoma reikningunum. Hagstofan hefur tvívegis unnið ferðapjónustureikninga, þ.e. árin 2010 og 2011.

Samningurinn er til þriggja ára og tekur til árána 2013, 2014 og 2015. Undirbúningur er hafinn og unnið að því að fyrstu upplýsingar úr þeirri vinnu verði gefnar út í byrjun árs 2015.

c. Samræmd úttekt og kortlagning á öllum landshlutum

Markmið þessarar aðgerðar er að til verði ítarlegar úttektir á auðlindum og innviðum ferðaþjónustu á hverju landsvæði sem kortlagðar verði í landfræðileg upplýsingakerfi (GIS).

Aðgerðir:

- Tryggt verði fjármagn til að allir landshlutar geti sótt um fé til að vinna úttekt á auðlindum og innviðum ferðaþjónustu sem kortlögð verði í samræmt landfræðilegt upplýsingakerfi. Landshlutar sameinist um gerð úttekta og svæði miðist t.d. við svæði markaðsstofa.
- Tryggt verði að fjármagni fylgi ráðgjöf til landshlutanna um framkvæmd úttektarinnar.

Árangursmat:

- Framkvæmdaáætlun um úttekt í öllum landshlutum
- Úttektum verði lokið um allt landi í lok árs 2012

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Rannsóknarmiðstöð ferðamála, markaðsstofur, atvinnuþróunarfélög, Samtök sveitarfélaga, Náttúrustofur, Fræðasetur HÍ, Nýsköpunarmiðstöð Íslands ofl.

Tímaáætlun: 2011-2012

Verkefnið er nú langt komið en Ferðamálastofa samdi við Rannsóknamiðstöð ferðamála um vinnslu fyrsta áfanga þess sem unninn var á árinu 2012. Byrjað var á fimm sveitarfélögum á Suðurlandi; Rangárþingi ytra, Rangárþingi eystra, Mýrdalshreppi, Skaftárhreppi og Ásahreppi. Þá voru Landmælingar Íslands fengnar til samstarfs um ýmsa faglega þætti er lúta að kortlagningu sem þessari.

Reynslan af þeirri vinnu var nýtt til að útfæra verkefnið fyrir landið allt og bauð Ferðamálastofa verkið út vorið 2014 í samvinnu við Ríkiskaup. Verkskil eru 1. nóvember 2014. Verkefnið er umfangsmikið en það verður unnið í samvinnu við heimafólk á hverjum stað sem kallað verður saman til ráðgefandi verkefnavinnu.

Nýsköpun og vörubröun innan ferðapjónustunnar

-Staða aðgerða

Tvær aðgerðir tengdar nýsköpun og vörubröun eru tilgreindar í Ferðamálaáætlun 2011-2020.

a. Fjármögnun klasaverkefna

Markmið:

Að fjölga vörum og áfangastöðum í ferðapjónustu. Til að ná markmiðum ferðamálaáætlunar um aukna áherslu á vörubröun og nýsköpun, lengingu ferðamannatímabils og aukna dreifingu ferðamanna þarf aukna samvinnu milli aðila í ferðapjónustu, rannsóknaraðila og annarra greina. Vörubröunarsjóði klasaverkefna í ferðapjónustu væri ætlað að hvetja til samstarfs ferðapjónustuaðila á fjölbreyttum sviðum og stuðla þannig að mikilvægri þekkingar og tækniyfifærslu.

Meginhugmynd:

- Skilgreindur verði átakssjóður fyrir klasaverkefni í ferðapjónustu.
- Sjóðurinn hafi 100 millj. kr. til úthlutunar á ári.
- Verkefni hefðu að markmiði samstarf ferðapjónustu og annarra atvinnugreina.
- Markmið styrkja væri að stuðla að yfifærslu þekkingar á fjölbreyttum sviðum.
- Styrkjum fylgi faglegur og fjárhagslegur stuðningur við klasasamstarf.
- Styrkt verði 6–8 stærri vörubröunarverkefni árlega um allt land.
- Leiðbeinandi umgjörð verði sett fyrir klasasamstarf og staða í upphafi verkefnis verði skráð, markmið verkefnis og væntanlegur árangur.

Árangursmat:

- Árleg könnun verði gerð meðal klasaverkefna um framgang verkefnis og árangur

Ábyrgð á framkvæmd:

Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Aðrir þátttakendur:

Ferðamálastofa,
atvinnubröunarfélög,
markaðsstofur, Íslandsstofa,
sveitarfélög, háskólar

Tímaáætlun: 2011-2015

Klasasjóður í ferðapjónustu hefur ekki verið stofnaður. Landsbankinn og atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið stofnuðu hins vegar Þróunarsjóð í ferðapjónustu haustið 2011. Úr þeim sjóði hefur verið úthlutað þrisvar sinnum alls rúmunum 103 milljónum til úrvinnslu á árunum 2012 og 2013.

Árangursmat vegna verkefna hefur ekki verið sent út þar sem þau eru að stærstum hluta enn í vinnslu en könnun verður gerð meðal styrkþega væntanlega á árinu 2015.

b. Markvisst og öflugt samstarf stofnana við vöruþróun og markaðssetningu

Markmið:

Að ferðaþjónustan hafi ávallt aðgang að bestu fánlegu ráðgjöf opinberra aðila. Nokkrar stofnanir annast nú faglegan stuðning við fyrirtæki í ferðaþjónustu og taka þátt í stefnumótandi verkefnum á því sviði út um landið. Vöruþróun og markaðsmál í ferðaþjónustu eru nátengd og til að hægt sé að þróa vöru þarf upplýsingar og greiningar á mörkuðum og markhópum.

Aðgerðir:

- Gerð verði á árinu 2011 könnun á meðal fyrirtækja í ferðaþjónustu til að kanna meðal

annars:

- hvaða stofnanir kerfisins eiga fyrirtæki í samskiptum við til að fá upplýsingar um stofnun, rekstur, nýsköpun, vöruþróun, markaðsmál og leyfi í ferðaþjónustu,
- hvaða væntingar menn hafa til ráðgjafar og þjónustu varðandi stofnun, rekstur, nýsköpun, vöruþróun og markaðsmál í ferðaþjónustu og hvernig stofnanir mæta þessum væntingum,
- hvað megi betur fara,
- hugmyndir fyrirtækja um ráðgjöf varðandi nýsköpun og markaðsmál.

- Stofnanir skipti með sér verkum og/eða auki samstarf sitt í ljósi niðurstaðna könnunarinnar.
- Mikilvægt er að til staðar sé formlegur samstarfsvettvangur stofnana stoðkerfisins.
- Á árinu 2011 liggi fyrir hlutverk hvernar stofnunar gagnvart ferðaþjónustu.
- Formlegur samstarfsvettvangur allra stofnana sé orðinn til á árinu 2011 og upplýsingum um framvindu þróunarverkefna, nýsköpun, vöruþróun og markaðsmál sé miðlað með markvissum hætti.

Árangursmat:

- Kannanir á meðal fyrirtækja í ferðaþjónustu mæli aukna ánægju með stoðkerfi greinarinnar.
- Reglubundnar árangurskannanir þróunarverkefna

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Nýsköpunarmiðstöð Íslands, atvinnuþróunarfélög, Íslandsstofa, markaðsstofur og Byggðastofnun,

Tímaáætlun: 2011-2015

Afar jákvæð þróun hefur átt sér stað með samvinnu stofnana hins opinbera í þágu ferðaþjónustunnar á undanförunum árum, þrátt fyrir að ekki hafi verið unnið með formlegum hætti að slíkri samþættingu. Þó má nefna að teymi á vegum iðnaðarráðuneytisins og undirstofnana þess vann að kortlagningu á þjónustu sinni, gagnert með það að markmiði að veita betri þjónustu og auka samþættingu verkefna. Ekki hefur verið staðið fyrir reglubundnum könnunum, en Íslandsstofa hefur kannað ánægju ferðaþjónustufyrirtækja með almenna þjónustu sína, auk þess að ánægja þátttakenda í verkefninu „Ísland allt árið“ hefur sérstaklega verið könnuð.

Á árinu 2013 gerði Ríkisendurskoðun stjórnsluúttekt á Ferðamálastofu sem fólst m.e. í að gerð var könnun meðal 208 viðskiptavina stofnunarinnar. Að mati Ríkisendurskoðunar gefur könnunin skýra vísbendingu um að Ferðamálastofa sinni verkefnum sínum með árangursríkum hætti.

Reglubundnar kannanir á árangri af þróunarverkefnum innan ferðaþjónustunnar, eða árangri af styrkveitingum hins opinbera almennt, hafa ekki verið framkvæmdar. Þó væri afar þarft fjármagna og ráðast í gerð slíkra kannana.

Markaðsmál

-Staða aðgerða

Í Ferðamálaáætlun 2011-2020 eru tilgreindar fimm aðgerðir í markaðsmálum, en þess ber að geta að tvær þeirra eru svo til samhljóða og fjallað um þær sem eina í þeim texta sem hér fer á eftir.

a. Fjármögnun kynningarmála erlendis

Markmið:

Að tryggð sé öflug kynning á landinu á hverjum tíma. Til að ná fram markmiðum ferðamálaáætlunar um að lengja ferðamannatímabilið og minnka árstíðasveiflu þurfa stjórnvöld að tryggja samfellu í framlögum til kynningarstarfs.

Aðgerðir:

Alþingi tryggi fé á hverju ári enda verði lagt til grundvallar:

- Gerð verði á árinu 2011 kynningaráætlun/rammaáætlun Íslands til ársins 2015.
- Skilgreind verði sérstök kynningarverkefni sem fyrirtæki í ferðaþjónustu koma að fjármögnun á og fengin staðfesting á þátttöku þeirra í þeim.
- Áætlunin verði endurskoðuð árlega í ljósi árangurs og nauðsynjar á breyttum áherslum.
- Dreginn verði lærdómur af áhrifum eldgossins í Eyjafjallajökli 2010 og sett fram viðbragðsáætlun í kynningarmálum fyrir árslok 2011.

Árangursmat:

- Á árinu 2015 hafi náðst að fjölga ferðamönnum utan háannar um 40%.
- Að gistináttatölur sýni að allir landshlutar hafi náð x% meðalnýtingu á ársgrundvelli.
- Að kannanir á væntingum vs. upplifun sýni yfir 90% samsvörun.

Ábyrgð á framkvæmd:

Iðnaðarráðuneyti

Aðrir þátttakendur:

Íslandsstofa, Ferðamálastofa, SAF

Tímaáætlun: 2011-2015

Þegar Íslandsstofa tók við markaðsmálum ferðaþjónustunnar var sett fram markmiðsáætlun til ársins 2015. Öllum markmiðum í þeirri áætlun hefur nú verið náð og verið að vinna að nýjum markmiðum og skoða þá mælikvarða sem settir hafa verið og endurskoða þá. Á þessum tíma hefur einnig verið sett upp leiðarljós í markaðssetningunni sem er ávallt í gagngerrni endurskoðun. Á hverju ári er síðan sett upp verkefnisáætlun fyrir markaðsmálin sem fylgt er eftir ásamt því að verkefni Ísland – allt árið og Iceland Naturally eru einnig með sína eigin markaðs- og verkáætlun.

Samningur um Ísland – allt árið var undirritaður á árinu 2011 þar sem að stjórnvöld, Reykjavíkurborg, Icelandair, Landsbankinn, Samtök ferðaþjónustunnar, Samtök verslunar og þjónustu með um 80 fyrirtæki í tóku þátt. Sá samningur rennur út núna á árinu 2014 og er verið að vinna að endurnýjun á samningi til árana 2015-2017.

Verk- og markaðsáætlanir Íslandsstofu eru í stöðugri skoðun og þær sendar árlega til iðnaðarráðuneytisins ásamt því að árlega er gerð framvinduskýrsla sem send er til iðnaðarráðuneytisins samkvæmt samningi.

Viðbragðsteymi hefur ekki verið formgert en fyrir liggur að ákveðið viðbragðsteymi er kallað saman er varðar upplýsingamiðlun út á við. Viðbragðsteymið sem kallað er saman af utanríkisráðuneytinu eru m.a. eftirfarandi aðilar: Almannavarnir, Lögreglan, Ferðamálastofa, Samgöngustofa, Veðurstofan og Íslandsstofa. Síðan er stærri hópur kallaðar saman t.d. með stærstu hagsmunaaðilum í ferðaþjónustu eins og við á.

Ferðamálastofa gaf í árslok 2013 út skýrsluna Viðbrögð ferðaþjónustunnar við stóraföllum - Orðspor og öryggi. Um var að ræða mat á stöðu mála og eftirfylgni við skýrsluna Eldgos á Suðurlandi sem kom út árið 2010, í kjölfar eldgossins í Eyjafallajökli. Þar voru metin hugsanleg áhrif náttúruhamfaranna á ferðaþjónustu og útbúin voru gróf drög að viðbragðsáætlun fyrir ferðaþjónustuna til að mæta hugsanlegum áföllum og/eða tækifærum af völdum hamfaranna. Í nýju skýrslunni var fyrirkomulag ferðamála á hættu- og neyðartímum rýnt enn frekar og samráð haft við fjölmarga aðila sem gegna mikilvægu hlutverki í viðbrögðum á neyðartímum. Skýrslan skiptist í 6 kafla en sá viðamesti snýr að tillögum að verkefnum til að bæta viðbrögð við áföllum.

Sé litið til þess árangursmælikvarða að á árinu 2015 hafi náðst að fjölga ferðamönnum utan háannar um 40% þá sýna talningar Ferðamálastofu að ferðamenn sem fóru um Flugstöð Leifs Eiríkssonar utan sumarmánaðanna þriggja voru 275.620 árið 2011 en 435.804 árið 2013, sem gerir fjölgun um rúmlega 160 þúsund ferðamenn, eða 58,1%.

Það markmið að gistináttatölur sýni að allir landshlutar hafi náð 40% meðalnýtingu á ársgrundvelli er einnig í góðum farvegi, líkt og neðangreind tafla fyrir heilsárshótel og gistiheimili sýnir. Árið 2011 var 46% meðalnýting á gistirými fyrir allt landið en aðeins tveir landshlutar, höfuðborgarsvæðið og Suðurnes) sem náðu yfir 40% meðalnýtingu. Árið 2013 hækkaði nýting herbergja á hótelum og gistiheimilum upp í 54,3% fyrir allt landið árið og voru þá þrjú landshlutar með yfir 40% nýtingu (höfuðborgarsvæðið, Reykjanes og Austurland). Hinir landshlutarnir eru samt ekki langt frá markmiðum en Vesturland og Vestfirði vantar aðeins 1,9% upp á. Gera má fastlega ráð fyrir því að Vesturland sé með yfir 40% nýtingu en ekki er hægt að sjá aðgreiningu á Vesturlandi og Vestfjörðum um nýtingu á gistirými á vef Hagstofu Ísland. Nýting herbergja og rúma á heilsárshótelum og gistiheimilum 2011 og 2013 skiptist eftir landshlutum með eftirfarandi hætti:

Tafla: Nýting herbergja og rúma á heilsárshótelum og gistiheimilum 2011 og 2013

	2011	2013
Alls	46,0%	54,3%
Höfuðborgarsvæði	61,6%	72,9%
Reykjanes	48,2%	53,9%
Vesturland, Vestfirðir	33,2%	38,1%
Norðurland	33,7%	39,3%
Austurland	33,3%	42,8%
Suðurland	33,5%	39,1%

Hvað varðar mælikvarða á væntingum ferðamanna þá sýna kannanir Ferðamálastofu að Íslandsferðin stóðst væntingar 96% sumargesta (2011) og 95% vetrargesta (2011/2012).

b. Markaðssetning íslenskrar ferðaþjónustu á innanlandsmarkaði

Markmið: Að vekja og viðhalda áhuga Íslendinga á að ferðast innan lands allan ársins hring.

Meginhugmynd:

- 30 millj. kr. verði varið árlega til þess að vekja athygli á ferðamöguleikum innan lands utan háannar með sérstökum átaksverkefnum í samvinnu við markaðsstofur, fyrirtæki og sveitarfélög.
- Hvatt verði til ferðalaga innan lands með almennri kynningu á því sem íslensk ferðaþjónusta hefur upp á að bjóða.
- Stofnað verði til samstarfs við markaðsstofur í hverjum landshluta vegna sérstakra kynningarverkefna á hverjum landshluta fyrir sig, þessum aðgerðum verði fléttað inn í samningssgerð Ferðamálastofu við markaðsstofurnar.

Árangursmat: Gögn um ferðahegðun Íslendinga.

Ábyrgð á framkvæmd:
Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:
Markaðsstofur landshlutanna

Tími: 2011-2015

Stjórnvöld hafa ekki veitt sérstökum fjármunum til þessarar aðgerðar, en á árinu 2012 hófu Ferðamálastofa, markaðsstofur landshlutanna og Ferðaþjónusta bænda ásamt fleiri aðilum þriggja ára átak þar sem markmiðið er að hvetja landsmenn til ferðalaga innanlands allt árið og einnig utan hefðbundins ferðamannatíma. Verkefnið hlaut nafnið Ísland er með'etta.

Eigendur og ábyrgðaraðilar verkefnisins voru frá upphafi markaðsstofurnar og Ferðaþjónusta bænda, en sérstakir kostunaraðilar voru Íslandsbanki og Flugfélag Íslands. Ferðamálastofa veitti í verkefnið hluta af þeirri upphæð sem ætluð var til innanlandsmarkaðssetningar hvort ár í verkefnið árið 2012 og 2013. Að auki lagði stofnunin fram vinnuframlag í stýrihóp verkefnisins.

Verkefnið Ísland er með'etta náði ekki því flugi sem því var ætlað á verkefnatímanum 2012 – 2103 og var ákveðið árið 2014 að taka það til endurskoðunar. Niðurstaðan var að breyta um áherslur fyrir ferðatímabilið og stendur sú endurskoðun yfir en fyrir liggur að verkefninu sem slíku verður ekki fram haldið.

c. Samstarf um kynningarmál

Markmið: Að tryggð sé öflug kynning á landinu á hverjum tíma. Til að ná fram markmiðum ferðamálaáætlunar um að lengja ferðamannatímabilið og minnka árstíðasveiflu þurfa stjórnvöld að tryggja samfellu í framlögum til kynningarstarfs.

Aðgerðir:

- Á árinu 2011 liggi fyrir kortlagning á möguleikum heilsársferðþjónustu á Íslandi.
- Gerð verði á árinu 2011 kynningaráætlun/rammaáætlun um kynningarmál Íslands til ársins 2015.
- Skilgreind verði sérstök kynningarverkefni sem fyrirtæki í ferðþjónustu koma að fjármögnun á og fengin staðfesting á þátttöku þeirra í þeim.
- Áætlunin verði endurskoðuð árlega í ljósi árangurs og nauðsynjar á breyttum áherslum.
- Dreginn verði lærdómur af áhrifum eldgossins í Eyjafjallajökli 2010 og sett fram viðbragðsáætlun í kynningarmálum fyrir árslok 2011.

Árangursmat:

- Á árinu 2015 hafi náðst að fjölga ferðamönnum utan háannar um 40%.
- Að gistináttatölur sýni að allir landshlutar hafi náð 40% meðalnýtingu á ársgrundvelli.
- Að kannanir á væntingum vs. upplifun sýni yfir 90% samsvörun.

Ábyrgð á framkvæmd:

Iðnaðarráðuneyti

Aðrir þátttakendur:

Ferðamálastofa, SAF, Íslandsstofa

Tímaáætlun: 2011-2015

Hvað varðar kortlagningu á möguleikum heilsársferðþjónustu þá það hefur ekki verið gert en Íslandsstofa hefur náði samstarf er við bæði fyrirtæki og markaðsstofur landshlutanna um hvað eigi að leggja áherslu á í markaðssetningu. Veturinn 2013-2014 voru m.a. haldnir vinnufundir með ferðþjónustunni um allt land þar sem rætt var um áherslur í markaðssetningu og eru þær upplýsingar notaðar til þess að setja upp áætlanir fyrir næstu ár s.s. vegna Ísland – allt árið og hvaða markmið eigi að setja fram fyrir ferðþjónustuna.

Allar áætlanir sem Íslandsstofa setur fram eru endurskoðaðar árlega í samstarfi við fagráð og stjórn Ísland – allt árið og Iceland Naturally eins og við á.

d. Samningar um markaðsstofur og upplýsingamiðstöðvar

Markmið:

Að efla kynningu og markaðssetningu svæða.

Mikilvægt er að þeir fjármunir sem Ferðamálastofa hefur úr að spila nýtist svæðunum sem best og einnig að öflugt samstarf sé milli Ferðamálastofu og sveitarfélaga um miðlun upplýsinga og markaðssetningu innan lands. Þannig sé tryggt að á hverju svæði séu reknar öflugar einingar sem sinni þeim grunnþáttum sem nýtast ferðaþjónustunni sem heild til kynningar- og markaðsmála.

Aðgerðir:

Gerður verði einn samningur á hverju svæði milli Ferðamálastofu, sveitarfélaga og ferðamálasamtaka landshluta um rekstur markaðsstofu, upplýsingamiðstöðva.

Árangursmat:

- Samningar komnir á öllum svæðum

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Sveitarfélög, markaðsstofur, ferðamálasamtök, upplýsingamiðstöðvar, fyrirtæki í ferðaþjónustu

Tímaáætlun: Lokið 2011

Ferðamálastofa gerir þrenns konar samninga ár hvert við sjö skilgreind landssvæði skv. gömlu kjördæmaskipaninni. Þetta eru samningar við markaðsstofur landshlutanna, samningar vegna reksturs skilgreindra upplýsingamiðstöðva og styrktarsamningar við ferðamálasamtök landshlutanna. Ljóst er að þetta fyrirkomulag þarf að endurskoða. Á undanförunum árum hafa tilraunir verið gerðar í einstökum landssvæðum til að sameina og samþætta stoðkerfi landshlutans og hefur Ferðamálastofa fylgst grannt með þeirri þróun. Ferðamálastjóri hefur á yfirstandandi ári rætt við atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið um að ráðast í vinnu að samþættingu þessara þriggja samninga í góðu samráði við hagsmunaaðila og mun sú vinna hefjast í haust með vilyrði ráðuneytisins.

e. Skilgreining á sérstöðu Íslands

Markmið: Að skilgreina sérstöðu Íslands sem áfangastaðar fyrir ferðamenn.

Meginhugmynd:

Sérstaða Íslands sem áfangastaðar fyrir ferðamenn kemur oft upp sem mikilvægt atriði í þróun á vöru, markaðssetningu og sölu á Íslandi sem áfangastað ferðamanna og í ímyndarskýrslu frá árinu 2008 eru settar fram skilgreiningar á sérstöðu Íslands í heild.

Í viðtölum vegna stefnumótunar töldu margir að vernda þyrfti sérstöðu Íslands. Ekki er hægt að finna að sérstaða Íslands sem áfangastaðar fyrir ferðamenn hafi verið skilgreind. Verndun sérstöðu sem ekki hefur verið skilgreind er vandmeðfarin. Því telst mikilvægt að skilgreina sérstöðu Íslands sem áfangastaðar fyrir ferðamenn.

Árangursmat:

- Skilgreining á sérstöðu Íslands sem áfangastaðar fyrir ferðamenn sett fram og samþykkt.

Ábyrgð á framkvæmd:

Ferðamálastofa

Aðrir þátttakendur:

Íslandsstofa og SAF

Tímaáætlun: 2012

Ferðamálastofa, Íslandsstofa og Nýsköpunarmiðstöð hafa átt ýmsar óformlegar samræður um möguleika á því að ráðast í markhópagreiningu sem rúmast innan fjárráða stofnananna, en engin niðurstaða hefur fengist úr þeim samræðum enn. Vísu má til verkefnisins Ísland allt árið en í tengslum við það hefur verið unnin talsvert að því að skilgreina aðdráttarafl Íslands fyrir ferðamenn. Velta má upp þeirri spurningu hvort verkefni sem þetta ætti ekki í raun að vera á forsvari Íslandsstofu, með þátttöku annarra stöðstofnana og hagsmunasamtaka.