

## **Páttur sveitarfélaga í ferðaþjónustu á Íslandi**

### **Ráðstefna Ferðamálasamtaka Íslands haldin á Hótel Kea á Akureyri 10.-11. nóvember 2000**

#### **Dagskrá**

##### **10. nóvember**

- kl. 12:00 Skráning og afhending gagna.
- kl. 13:00 Setning: Pétur Rafnsson, formaður Ferðamálasamtaka Íslands.
- kl. 13:05 Ávarp: [Hr. Sturla Böðvarsson](#), samgönguráðherra.
- kl. 13:10 **Norðurland - Einn markaður**  
[Sigurður J. Sigurðsson](#), forseti bæjarstjórnar á Akureyri.
- kl. 13:25 **Vesturland í alfaraleið**  
[Gunnar Sigurðsson](#), bæjarfulltrú á Akranesi.
- kl. 13:40 **Sérstaða Suðurnesja**  
[Björk Guðjónsdóttir](#), bæjarfulltrúi í Reykjanesbæ.
- kl. 13:55 **Pátttaka sveitarfélaga í ferðaþjónustu og stjórn ferðamála**  
[Pétur Rafnsson](#), formaður Ferðamálasamtaka Íslands.
- kl. 14:10 **Ferðaþjónusta á Suðurlandi á nýrri öld**  
Óli Már Aronsson, oddviti á Hellu.
- kl. 14:25 **Sérkenni Vestfjarða í ferðaþjónustu**  
Halldór Halldórsson, bæjarstjóri á Ísafirði.
- kl. 14:40 **Vægi höfuðborga í ferðaþjónustu**  
[Helgi Pétursson](#), varaforseti borgarstjórnar í Reykjavík.
- kl. 14:55 **Markaðssetning Austurlands**  
[Smári Geirsson](#), forseti bæjarstjórnar í Fjarðabyggð.
- kl. 16:00 Pallborðsumræður og fyrirspurnir.

##### **11. nóvember**

- kl. 19:30 **Markaðssetning landsvæða í ferðaþjónustu**  
Jón Karl Ólafsson, framkvæmdastjóri Flugfélags Íslands.
- kl. 09:50 **Skipulag áfangastaða**  
Arnar Már Ólafsson, lektor við Háskólann á Akureyri.
- kl. 10:10 **Ferðaþjónusta á Íslandi yfir vetrarmánuðina**  
Arngrímur Hermannsson, framkvæmdastjóri ADDÍS
- kl. 10:30 **Menntun í ferðaþjónustu**  
[Sigríður Þ. Stefánsdóttir](#), forstöðumaður Ferðamálastólans.
- kl. 10:50 **Sveitarfélög - Umhverfi - Ferðaþjónusta**  
Stefán Gíslason, verkefnastjóri Staðardagskrár 21 á Íslandi.
- kl. 11:10 Pallborðsumræður og fyrirspurnir.
- kl. 12:00 **Ráðstefnuslit**  
Pétur Rafnsson, formaður Ferðamálasamtaka Íslands.

## Ráðstefnustjórar:

Ásgeir Magnússon, formaður bæjarráðs á Akureyri.

### **Sturla Böðvarsson, samgönguráðherra.**

Ráðstefnustjóri, ágætu ráðstefnugestir!

Það fer ekki á milli mála að það ríkir kraftur og áhugi innan ferðapjónustunnar, t.d. er bara örstutt síðan ég hitti mörg ykkar á ferðamálaráðstefnu á Ísafirði þar sem ferðapjónustan og landsbyggðin var til umræðu. Sem gömlum sveitarstjórnarmanni finnst mér efni þessarar ráðstefnu áhugavert enda hef ég alltaf haft trú á ferðapjónustu sem mikilvægri atvinnugrein út um landið. Það er ekki þar með sagt að ferðapjónustan sé eitthvað einfalt fyrirbæri sem þegar í stað er hægt að reikna með miklum tekjum af. Hún krefst þolinmæði og þrautseigju sem ég veit að er til staðar innan sveitarstjórnanna en þær hafa mikilvægu hlutverki að gegna við að hlúa að fyrirtækjunum og öllu umhverfi greinarinnar. Þannig getur jákvæð afstaða sveitarstjórnar skipt sköpum þegar hugmyndi fæðast eða ábendingar koma um það sem betur má fara í móttöku ferðamannsins.

Í ráðherratið minni mun ég leggja mikla áherslu á ferðamál og hef nú þegar gert ákveðnar breytingar á innra skipulagi ráðuneytisins svo að svo megi verða. Jafnframt tel ég afar mikilvægt að unnin verði heildarstefna í samgöngumálum hér á landi. Hinir ýmsu angar samgöngukerfisins hafa ekki áður verið verið skoðaðir sem ein heild af stjórnvöldum og því hafa sveitarfélög oft ekki haft framtíðarsýnina á hreinu á þessu sviði. Í vinnu við samræmda samgönguáætlun verða þarfir ferðapjónustunnar skoðaðar í samhengi við samgöngukerfið en á því hefur hingað til verið nokkur misbrestur. Áætlunarflug innanlands hefur verið mikið til umræðu upp á síðkastið. Af minni hálfu er það alveg skýrt að það dugar ekki að beita handaflí á móti þeim breytingum sem orðið hafa á samgöngumáta landsmanna.

Sumir staðir bera sig einfaldlega ekki en hafa hins vegar þær aðstæður að landsamgöngur geta komið að nokkru leyti í stað flugsins. Þannig reikna ég ekki með því að aðstæður til flugs til að mynda Siglufjarðar eða Húsavíkur eigi eftir að breytast í náinni framtíð. Því hefur samgönguráðuneytið gert samning við Siglufjarðarbæ um skipan sérleyfismála þar. Vonandi tekst að ljúka svipuðum samningi við Húsavík innan tíðar en þar þarf sérstaklega að huga að samræmingu ferða sérleyfisbíla við flugtíma til og frá Akureyri. Á Vesturlandi er hins vegar verið að þrýsta á sérleyfishafa um að sameinast svipað og gers thefur með SBS og Austurleið. Allt þetta á að einfalda samgöngukerfið og gera það hentugra fyrir hinn almenna neytanda ekki síður en ferðamanninn.

Dagskrá þessarar ráðstefnu er ítarleg og spennandi og ég óska

Ferðamálasamtökum Íslands til hamingju með glæsilegt framtak. Sjálfur get ég því miður ekki verið með ykkur hér í dag en við hittumst svo öll síðdegis suður á

flugvelli.

Ég óska ykkur öllum góðrar ráðstefnu og ánægjulegrar dvalar hér á Akueyri.

**Sigurður J. Sigurðsson**  
**Norðurlands einn markaður.**

Undanfarinn áratug hafa orðið umtalsverðar breytingar í ferðapjónustu á Íslandi. Þær hafa orðið mestar í gistiþjónustu, ferðamáta og upplýsingagjöf. Samspil breytinganna hefur skilað Íslandi inn í ört vaxandi markað með jákvæðum merkjum, sem sjá má í fjölgun erlendra ferðamanna og auknum ferðum Íslendinga innanlands.

Markaðurinn vex hratt og því hljóta að vakna spurningar um það á hvern hátt við getum nýtt núverandi þjónustu, aukið hana, styrkt og eft. Sveitastjórnir og atvinnuþróunarfélög hafa ásamt öðrum tekið virkan þátt í því að samræma og samhæfa krafta þeirra sem að ferðapjónustunni standa, til að auka slagkraft þeirra.

Við vitum að fáir stórir ferðapjónustuaðilar ráða miklu um það á hvern hátt Ísland er markaðssett og hvert ferðamönnum er beint. Þó er það svo að stór hluti ferðamanna, sem til landsins kemur og ekki síður landsmenn, velja sér sjálfstæðan ferðamáta. Ekki veit ég hversu rétta mynd könnun, sem gerð var hér á Eyjafjarðarsvæðinu á sl. ári, gefur af ferðamönnum og þeirra hegðunarmynstri, en ég held að hún veiti þó ákveðnar vísbendingar.

Ef sú könnun er notuð til grundvallar má ætla að um hluti ferðamanna nýti sér tjaldstæði, meira en gistiheimili og (restin) hótél. Vinir og ættingjar virðast gefa mörgum hugmyndina að því að koma hingað og upplýsingar í formi bæklinga og auglýsinga auk internetsins ráða miklu um ákvörðun ferðamannsins um val viðkomustaðar.

Almennt verður að gera ráð fyrir, af fengnum upplýsingum, að fjöldi gistinátta á svæðinu á hvern einstakling séu oft úrval matsölustaða og gæði vörunnar viðunandi, þjónusta nokkuð góð, en matur dýr. Þá virðist ríkja nokkur ánægja með umgengni okkar við landið og jákvæður tónn til okkar varðandi snyrtimennsku. Og svo virðist, sem ferðamenn geti vel hugsað sér að koma hingað aftur. Stærstur hluti ferðamanna sem tók þátt í könnuninni var á aldrinum 20 til 30 ára og tæp 60% voru með menntun á háskólastigi.

Vonandi endurspeglar þessi viðhorf neyslu ferðamanna á Íslandi almennt, þó undan því megi ef til vill skilja ráðstefnugesti, sem búa í þeirri veröld að horfa á hlutina frá öðru sjónarhorni, enda meginreglan að kostnaður af ferðum þeirra sé borinn að öðrum.

Við gerum okkur grein fyrir því að flest ferðaþjónustufyrirtæki okkar eru smá með innan við 10 manns í starfi. Hluti þeirra starfar aðeins á háannatíma, þó flest séu að reyna að halda starfsemi sinni gangandi lungann úr árinu. Ársvelta margra er mjög lítil og treysta þau frekar á beina sölu fremur en umboðssölu ferðaskrifstofa.

Fjárfesting í ferðaþjónustu hefur verið mikil á undanförunum árum. Undir það má taka sem sagt hefur verið að ekki sé það allt gert af skynsemi og sterkum rökum. Ákvörðun um þátttöku byggir oft á tíðum á þeirri ímynd sem ferðaþjónustan hefur, að þar sé um áhugaverða og lifandi starfsgrein að ræða, fjölbreytt starf, sem litið er á að krefjist ekki mikillar menntunar, né gríðarlegrar fjárfestingar. Þar kemur til nýting húsnæðis á jörðum í kjölfar versnandi afkomu landbúnaðar eða nýtingu stórra íbúðarhúsa í þéttbýli, þegar hreiðrið er tómt og foreldrarnir sitja einir eftir heima, eða nýting skólahúsnæðis og heimavista. Aukabúgreinar s.s. veiðileyfi, hestaleigur og þ.h. Menn horfa gjarnan til grannans þegar hann hefur fundið sér slíkt viðfangsefni að glíma við. Þetta dregur menn til þeirrar niðurstöðu að ekki saki að reyna. Markaðskannanir og undirbúningur verður ónógur, fjárfestingar verða meiri en gert var ráð fyrir og aukin samkeppni lækkar framlegð. Þetta eru allt staðreyndir sem við þekkjum.

En ferðamennskan á líka sínar björtu hliðar, sem geri það fullkomlega þess virði að vera þátttakandi í verkefninu og hagnaðarvonin getur orðið að verulegum ábata fyrir viðkomandi og veitt fjölmörgum atvinnu. Í ferðamálum starfar fjöldi fólks sem hika ekki við að leggja á sig langan vinnudag, sýna mikla þjónustulund og veita fjölda ferðamanna ánægjulegar stundir.

Síðan koma hinir, stóru ferðaskrifstofurnar með kerfisbundna þjónustu um allt land, hótelin með tugi herbergja, oftast hlutar/hluti? af hótélkeðju, bílaleigur, hópferðabílafyrirtæki og flugfélög. Flest þeirra búa yfir mikilli þekkingu í ferðamálum, sérmenntuðu starfsfólki, markaðssetja sig af fagmennsku innanlands og utan og skapa í reynd tækifæri hinna smáu.

En á hvern hátt getum við best virkjað þetta allt saman til átaks sem leiðir til fjölgun ferðamanna, lengri dvalartíma og víðtækari þjónustukaupa? Skynsamlegt er að horfa á landshluta sem einn markað og vera reiðubúin að vinna með skipulag heildarinnar að leiðarljósi. Takmarkið er ekki afkoma einstaklings eða hans fyrirtækis. Takmarkið hlýtur að vera bætt afkoma greinarinnar. Á þann hátt er öryggi einstakra fyrirtækja best tryggt.

Við skoðun á markaðssvæðum Ferðamálaráðs Íslands, er Norðurland sett sem eitt markaðssvæði. Í mínum huga er það ekki ágreiningsmál. Norðurland á að vera eitt markaðssvæði. Takmarkið hlýtur að vera að fá ferðamenn til að koma í þennan landshluta, njóta þess umhverfis, fræðast um sögu þess í fortíð og lífshætti í nútíð. Takmarkið hlýtur að vera að fá ferðamenn til að eyða fleiri

dögum í ferð sinni á þessu svæði. Hver ný gistinótt, hver viðbótar máltíð og hver ný þreying, sem greitt er fyrir, skiptir miklu máli.

En á hvern hátt getum við komið því til framkvæmdar að styrkja stöðu svæðisins? Og í reynd er uppi sama viðhorfið gagnvart öðrum landshlutum. Engin ein formúla er til í þeim efnum, markmiðið hlýtur að vera samvinna í eflingu staðbundinnar þjónustu, sem getur styrkt svæðið.

Sókn ferðaþjónustunnar verður að byggjast á framúrskarandi þjónustu, fjölbreyttu framboði á afþreyingu, lifandi tengslum menningar, sögu og umhverfis og sterkri umhverfisvitund. Sameiginlega skapa þessir þættir þá ímynd sem við viljum að ferðamenn fái af okkar landssvæði.

Til að slíkt geti orðið að veruleika þarf að sameina krafta allra þeirra sem að ferðamálum koma. Markaðssetja ferðaþjónustuna sem heild. Greina styrkleika hennar og veikleika og vinna sig til sóknar. Þó það sé ekki lengur sagt að til séu fleiri fiskar í sjónum, þá eru fleiri ferðamenn, sem hægt er að ná til.

Hjá Atvinnuþróunarfélagi Eyjafjarðar höfum við sett fram ákveðin markmið sem við viljum vinna að og snerta ferða- og kynningarmál. Nánast allt sem þar kemur fram og snertir tilgang markmiða og aðgerða opinberra aðila, eru atriði sem eru okkur öllum kunn. Atriði sem eru rædd á hverri samkomu sem fulltrúar ferðaþjónustunnar sækja. Sígid verkefni sem stöðugt þarf að vinna í svo árangur náist.

Fljótt á litið sýnist mér að þau markmið sem þar eru sett fram gætu skilað sér með sama hætti hvort sem horft er á Eyjafjörð eða Norðurland allt. En það er alveg sama hversu fagrar áætlanir stjórnvöld og sveitastjórnir setja sér. Ef ekki næst góður taktur og gott samstarf milli þeirra sem þjónustuna veita og opinberra aðila, nýtist ekki starf eða fjármunir hins opinbera. Því er svo mikilvægt að samstarf þessara aðila sé sem best. Ferðaþjónusta verður aldrei skipulögð að ofan. Þar verður að koma til virkt samstarf allra svo árangur náist.

Ferðaþjónustan er til að hafa af henni tekjur fyrir einstaklinga og fyrirtæki og þjóðarbúið. Hagnaðarvonin á að vera drifkrafturinn. Saga okkar, menning og virðing fyrir landinu eiga að vera þeir hornsteinar sem starfið byggir á.

Ég sé fyrir mér ein samtök Norðurland ferðaþjónusta - sem væri sameinað afl heimamanna í samstarfi við ferðamálaráð. Landfræðileg mörk Norðurlands eru skýr. Verkefnið er afmarkað og skýrt. Vitanlega eru staðhættir misjafnir og möguleikar ekki þeir sömu. Telja má að Akureyri t.d. sé líklegasti staðurinn þar sem hægt væri að byggja upp fjögurra stjörnu ráðstefnuhótel sem gæti tekið við ráðstefnum allt árið um kring með hundruðum gesta. Annarstaðar eru sögulegar minjar, eða náttúru-einkenni sem engin annar staður getur keppt við. Allt þetta er hægt að spila saman í eina sterka ferðasinfóníu, ef aðilar standa saman.

Ímynd svæðisins liggur til grundvallar í kynningar- og markaðsmálum ferðapjónustunnar.

Þau atriði sem ég tel að þurfi að vinna að innan landshlutans eru:  
að byggja sterka markaðs- og söluskrifstofu fyrir landshlutann  
að stofna öflugar þjónustu- upplýsinga- og samgöngumiðstöðvar  
að samræma merkingu á söguslóðum  
að efla samstarf safna og gera safnakort fyrir svæðið  
að byggja upp öflugt fræðslu- og gæðastarf ferðamála í t.d. tengslum við Háskólann á Akureyri og skólann á Hólum  
að samstillast viðburðarferðamennsku  
að vinna sterkar auglýsingar innanlands sem utan  
að styrkja fjölþætt fræðslustarf tengt rannsóknum, sem laðað gæti að ráðstefnur  
að byggja sterka vefsíðu Norðurlands og stafrænt kynningarefni  
að auka möguleika til ráðstefnu- og námskeiðahalds  
að breytingar verði á innkomu erlendra ferðamanna til landsins  
að móta afl til að hrinda nýjum hugmyndum í framkvæmd.

Slíkt samstarf hlýtur að leiða til fjölgunar ferðamanna á starfssvæðinu, betri nýtingu ferðapjónustunnar utan háannatíma og tækifæra til enn fjölþættara þjónustuframboðs en nú er.

Menn verða að skilja sinn þátt í virðis Kếðju ferðamenskunnar. Það á jafnt við stóra birgja sem minnstu þjónustustigin. Það verður ef til vill ekki hægt að ná fram sameiginlegri niðurstöðu sem hentar baklandi allra og vitna ég þá til þess sem ég hef áður sagt um ákvörðun margra um þátttöku í ferðapjónustunni, en líkur eru til þess að samstarf innan landshluta auki traust innlendra og erlendra ferðaskrifstofa á svæðinu og styrki samningsstöðu.

Ég tel að hér höfum við verk að vinna. Sú breyting sem hefur verið gerð á kjördæmaskipan í landinu leiðir til þeirra breytinga að Norðurland skiptist í tvennt og verða vestur- og austurhluti þess hluti af nýrri vídd. Slíkt kemur þó ekki í veg fyrir að ferðapjónustan horfi með öðrum augum á sín tækifæri og markaðsmöguleika. Ég tel að Ferðamálaráð og þjónstuðaðilar í ferðapjónustu eigi að taka höndum saman og vinna sig til nýs verklags, sem einkennist af nýjum viðhorfum sem gætu hnigið í þessa átt.

Að lokum ítreka ég ánægju okkar yfir því að þessi ráðstefna skuli haldin hér og óska ykkur velfarnaðar í störfum.

### **Gunnar Sigurðsson** **Vesturland í alfaraleið.**

Árið 1996 ákvað stjórn Samband sveitarfélaga á Vesturlandi að fara í stefnumótun í ferðapjónustu á Vesturlandi og varð úr því skýrsla sem ber nafnið "Byggðir á milli jökla", sem samin var af þeim Bjarnheiði Hallsdóttur og Sigríði Þrúði Stefánsdóttur ferðamálafræðingum. Skýrslan kom út 1998.

Í skýrslunni var m.a. lög áhersla á að á Vesturlandi væri ein sterk Upplýsinga og kynningamiðstöð fyrir Vesturland.

Stofnun Upplýsingar og kynningamiðstöðvar Vesturlands var 13.apríl 2000, 70% í eigu sveitarfélaga á Vesturlandi og 30% í eigu annarra.

\*STEFNUMÓTUN Í FERÐAÞJÓNUSTU Á VESTURLANDI "BYGGÐIR Á MILLI JÖKLA" Á VEGUM S.S.V. 1998

\*STOFNUN UPPLÝSINGA- OG KYNNINGAMIÐSTÖÐVAR VESTURLANDS 13.APRÍL 2000. Í EIGU SVEITARFÉLAGA Á VESTURLANDI 70% OG 30% Í EIGU ANNARRA.

\*STYRKLEIKAR VESTURLANDS Í FERÐAÞJÓNUSTU

\*VEIKLEIKAR VESTURLANDS Í FERÐAÞJÓNUSTU

### **Samtök sem koma að uppbyggingu ferða- og atvinnumála á Vesturlandi:**

Upplýsinga-og kynningamiðstöð Vesturlands,  
Ferðamálasamtök Vesturlands,  
Framfarafélag Snæfellsbæjar,  
Ferðamálafélag Dala og Reykhóla,  
Markaðsráð Borgfirðinga,  
Atvinnuþróunarnefnd Borgarfjarðarsveita,  
Félag atvinnulífsins í Grundarfirði,  
Átak Akraness,  
Efling Stykkishólmi,  
Atvinnuráðgjöf Vesturlands,  
Ferðamálasamtök Snæfellsness,  
Ferðamálasamtök Mýra-og Borgarfjarðar.

Á Vesturlandi eru reknar upplýsingamiðstöðvar á Akranesi, Borgarnesi, Reykholti, Snæfellsbæ, Stykkishólmi og Búðardal.

### **Tölur frá Vesturlandi:**

Hótel: 7 heilsárshótel + 4 sumarhótel

Gistiheimili: 10 heilsársheimili + 3 sumarheimili

Heimagingingar: 4

Bændagistingar/sumarhús 28 heilsárs + 3 sumarhús

Félagsheimili: 6

Tjaldstæði: 31

Hestaleigur a.m.k. 24

Sundlaugar 16

Golfvellir 7

Ár og vötn sem hægt er að veiða í eru 91 á skrá hjá U.K.V. en þau eru til miklu fleiri.

## **STYRKLEIKAR VESTURLANDS Í FERÐAÞJÓNUSTU:**

1. Stóraukin umferð um Vesturland. Á árinu 1999 fóru 1.030.000 bílar inn á Vesturland í gegnum Hvalfjarðargöng, og fyrstu 10 mánuði þessa árs hafa farið 983.000 bílar.
2. Mikil uppbygging á ferða-og menningastöðum.
3. Vaxandi uppbygging á hverskonar afþreyingu.
4. Möguleiki á skemmtiferðaskipum í Grundartangahöfn og Grundarfirði.

## **VEIKLEIKAR VESTURLANDS Í FERÐAÞJÓNUSTU:**

1. Með Akraborg komu 50 þúsund gangandi farþegar á ári hverju, þar af stór hluti ferðamenn, sem skila sér ekki í dag til Akraness.
2. Vöntun á faglærðu fólki í ferðaiðnaðinn.
3. Kynning á Vesturlandi sem vænlegum ferða og afþreyingarstað.
4. Alltof margir sem koma að ákvörðunartöku um framgang ferðaiðnaðarins.
5. Ferðir sérleyfisbifreiða.

Gunnar Sigurðsson, bæjarfulltrúi á Akranesi og form. stjórnar Upplýsinga- og kynningarmiðstöðvar Vesturlands.

### **Björk Guðjónsdóttir Sérstaða Suðurnesja í ferðaþjónustu**

Saga ferðaþjónustunnar á Suðurnesjum er ekki löng miðað við í mörgum öðrum landshlutum. Og Suðurnes er ekki fyrsti staðurinn sem kemur upp í hugann þegar landsmenn skipuleggja ferðalagið innanlands. Í hugum flestra landsmanna tengjast Suðurnes og ferðaþjónustan þar, ferðum fólks út fyrir landssteinanna, millilandaflugvelli landsmanna og Flugstöð Leifs Eiríkssonar á Miðnesheiðinni.

Það má rekja fyrsta stóra skrefið í ferðaþjónustu á Suðurnesjum við flutning millilandsflugs Loftleiða til Keflavíkurflugvallar árið 1965 og síðan millilandsflug Flugfélags Íslands tveimur árum síðar eða árið 1967. Með tilliti til þeirra breytinga segjum við oft um okkur sjálf að Suðurnesin hafi verið lengi í ferðaþjónustu en ferðaþjónusta hefur ekki verið lengi á Suðurnesjum.

Á níunda áratugnum voru miklar hræringar og umræður um gildi ferðaþjónustu í tengslum við uppbygginguna við Bláa Lónið, sem leiddi til stofnunar Ferðamálasamtaka Suðurnesja árið 1984. Ferðamálasamtök Suðurnesja eru með elstu ferðamálasamtökum í landinu. Með stofnun þeirra hófst mikið og gott samstarf sveitarfélaga á Suðurnesjum og aðila í ferðaþjónustu um uppbyggingu ferðamála sem atvinnugreinar á svæðinu, en Samband sveitarfélaga á Suðurnesjum hefur átt mann í stjórn ferðamála-samtakanna frá upphafi.



En segja má að raunveruleg uppbygging ferðaþjónustu á Suðurnesjum utan Keflavíkurflugvallar hefjist ekki fyrr en um og upp úr 1980. Þá hófu athafnarmenn byggingu og rekstur gistiheimila, hótela og veitingastaða á svæðinu og fjölgun varð í rekstri langferðabifreiða. Þá fyrst fóru að sjást á Suðurnesjum ferðamenn í auknum mæli og má segja að leiðin hafi legið uppá við æ síðan, sem sést m.a. á stöðugri aukningu í fjölgun gistinátta á svæðinu.

Þegar atvinnumál á Suðurnesjum hafa komið upp í umræðunni þá beinast sjónir manna til varnarstöðvarinnar og þeirra atvinnumöguleika sem Suðurnesjamenn hafa notið þar. Á síðasta áratug hefur þar orðið veruleg breyting á. Gífurleg fækkun hefur orðið í störfum hjá Varnarliðinu á þessum árum. Þá muna menn væntanlega vel bágborið atvinnuástand á Suðurnesjum í kringum 1993-1998, gífurlegur samdráttur varð á flestum sviðum atvinnulífsins. Ferðaþjónustan var þar engin undantekning.

En vörn var snúið í sókn með markvissri markaðssetningu. Og á þeim tíma sem liðinn er hefur mikið breytst í atvinnumálum á Suðurnesjum. Öflug fyrirtæki hafa flutst til Suðurnesja og þau sem fyrir voru styrkt stöðir sínar.

Reykjanesbær setti á stofn Markaðs- og atvinnumálaskrifstofu í upphafi árs 1995, þar sem ferðamálafulltrúi fyrir Suðurnesin er staðsettur og hefur ferðaþjónustan á Reykjanesi stór eflst í kjölfarið, þrátt fyrir nálægðina við höfuðborgina, en sú nálægð hefur alla jafnan verið talinn meiri ókostur en kostur fyrir Suðurnesin.

Ein af mörgum ástæðum fyrir eflingu ferðaþjónustu á Reykjaneskaganum er hin mikla sérstaða sem rekja má til samspils manns og náttúru. Þeirra gífurlegu afla er leynast í jörðu á Reykjanesi og Evróasíu- og ameríkuflekanna er skipta skaganum á svo áhrifaríkann hátt. Hinn stórbrotna saga jarðelda og afls sem við búum við. Sú saga er nú sögð í Gjánni, skemmtilegu fræðasetri í Eldborg, húsi Hitaveitu Suðurnesja í Svartsengi og hefur þegar skapað sér þá sérstöðu sem setrið á skilið.

Sérkenni Reykjanes liggja víða, m.a. eru á Reykjanesi margar minjar um sjósókn og útræði fyrr á öldum auk þess sem saga verslunar er sterkur þáttur í uppbyggingu menningartengdrar ferðaþjónustu á Reykjanesi. Sveitarstjórnir og aðilar í ferðaþjónustu eru í æ ríkari mæli að gera sér grein fyrir gildi menningar í uppbyggingu ferðaþjónustu á Reykjanesi. Í því sambandi má nefna að aðalfundur Sambands sveitarfélaga á Suðurnesjum haldinn í okt. sl. samþykkti tillögu um samstarf sveitarfélaganna um menningatengda ferðaþjónustu og sérhæfingu í safnamálum á svæðinu. Auk þess sem bæjarstjórn Reykjanesbæjar stendur nú fyrir endurbyggingu á svokölluðum Duushúsum í Keflavík, en þau hús tengjast verslunarsögu staðarins.

Í Grindavík hefur menningafulltrúi verið starfandi um nokkurt skeið í en Reykjanesbær hefur nýverið ráðið menningarfulltrúa í fullt starf sem undirstrikar enn frekar áhuga sveitarstjórnarmanna á að tengja menningu svæðisins og ferðaþjónustuna enn betur saman í framtíðinni.

"Ljósanótt" var yfirskrift Menningahátíðar í Reykjanesbæ nú á haustdögum, sem tókst afar vel. Hápunktur hátíðarinnar var þegar ljós voru kveikt á Berginu í fyrsta sinn, nú er Bergið nátturulegt listaverk ef hægt er að segja svo, sem tekur breytingum eftir veðri og vindáttum, og mun lýsa upp skammdegið. Það er varla hægt að lýsa með orðum þeirri breytingu sem lýsingin hefur í för með sér. Það fer best á því að sýna það með glæru.

Í Sandgerði hefur Fræðasetrið sem reist var í tengslum við Rannsóknarstöð um botndýrarannsóknir á Íslandsmiðum, vakið verðskuldaða athygli og dregið til sín ferða- og fræðimenn víða að úr heiminum. Sjávardýrasafnið í Höfnum er mjög vinsæll áfangastaður ferðamanna og grunnskólar í nágrenninu og á höfuðborgarsvæðinu, nýta sér safnið í æ ríkara mæli við kennslu nemanda sinna í líffræði. Hvalaskoðun er ung atvinnugrein á Reykjanesi sem hefur þróast hraðar en bjartsýnustu menn þorðu að vona. 1200 þús. manni nýttu sér þessa þjónustu á Reykjanesi á þessu ári. Fuglaskoðun á svæðinu er einn þáttur ferðaþjónustunnar sem er þess virði að athuga vel með hvaða hætti við getum nýtt okkur betur. Hið mikla fuglalíf á Reykjanesi er stórkostlegt og má þar meðal annars nefna stærstu súlubyggð í Evrópu sem er í Eldey, kríuvarp á Reykjanesi og frábærann fuglaskoðunarstað í Hafnarbergi.

En eflaust mun vöxtur ferðaþjónustunnar á Reykjanesi samt verða mestur á sviði heilsutengdrar ferðaþjónustu. Skipulagning og uppbygging hennar hefur átt sér stað um margra ára skeið við Bláa Lónið og hugmyndir manna eru eins og kunnugt er bygging ráðstefnu- og heilsuhótels. En við Reyknesingar viljum þó ekki gleyma því að "Fast þeir sóttu sjóinn og sækja hann enn" eins og segir í textanum og á komandi árum mun sú arfleifð í auknu mæli tengjast uppbyggingu ferðaþjónustu á Reykjanesi sem eitt af aðal sérkennum svæðisins.

Ekki er hægt að undanskilja þá möguleika sem eru á svæðinu til funda- og ráðstefnuhalds. Aðstaða til slíks hefur stórbatnað m.a. með tilkomu Eldborgar í Svartsengi. Aðilar í ferðaþjónustu í Reykjanesbæ hafa unnið mikið verk til að bæta stöðu Reykjanesbæjar á því sviði og er sú vinna þegar farin að skila umtalsverðum árangri.

En ein er sú sérstaða Reykjaness í ferðaþjónustunni sem hefur mikil áhrif á ferðamanninn þó sérstaklega erlenda ferðamenn sem hingað koma. En það er hin mikla samgöngumiðstöð sem við fóstrum fyrir landsmenn alla, það er flugstöð Leifs Eiríkssonar.

Nú standa yfir miklar framkvæmdir við flugstöðina til að taka við aukum skuldbindingum og þeirri miklu aukningu ferðamanna til og frá landinu sem spáð er. Það er því mikilvægt nú að skoða allar hliðar málsins og nýta tækifærið til endurskipulagningar eins og hægt er. Þróun Keflavíkurflugvallar hefur ekki bara áhrif á uppbyggingu ferðaþjónustu á Reykjanesi, það hefur áhrif á ferðaþjónustu um land allt.

Undanfarið hefur verið mikið rætt um kosti og galla þess að flytja innanlandsflugið til Keflavíkur og sitt sýnist hverjum. Eins og málum er nú háttað er tengingin á milli þessara tveggja flugþátt þ.e.a.s. millilandaflugsins annars vegar og innanlandsflugsins hins vegar á engann hátt fullnægjandi. Með tvöföldun Reykjanesbrautarinnar sem gert er ráð fyrir að geti hafist árið 2002 og henni lokið árið 2006, má ætla að neikvæð ímynd þessarar miklu samgönguæðar muni breytast og aðgengi íbúa höfuðborgarsvæðisins og landsmanna allra að Leifsstöð verður mun auðveldari og öruggari og fyrir marga íbúa

stór-Reykjavíkursvæðisins mun ferðatíminn verða styttri að Leifsstöð en að núverandi þjónustumiðstöð innanlandsflugsins í Skerjafirði.

Með tvöfölduninni er sá möguleiki orðinn raunhæfur að flugstöð Leifs Eiríkssonar verði samgöngumiðstöð landsins sem veiti beint aðgengi um landið með samtengingu innanlandsflugs og millilandaflugs á sama flugvelli til hagsbóta fyrir landið allt.

Þessi hugmynd að enduruppbyggingu samgangna í Leifsstöð er stór þáttur í að efla ferðaþjónustu um allt Ísland og gæti ef rétt er að málum staðið eftir enn frekar innanlandsflugið í landinu.

Já, eins og ég sagði í upphafi er saga ferðaþjónustunnar á Reykjanesi ekki ýkja löng, en hún eflist og hún styrkist með hverju árinu sem líður. Og þegar við sjáum árangur af því uppbyggingarstarfi sem sveitarstjórnir og einkaaðilar hafa verið að vinna, munu bæði erlendir og ekki síður innlendir ferðamenn sjá að Reykjanes eru mun meira en það svæði sem fóstrar Bláa Lónið og Flugstöð Leifs Eiríkssonar fyrir landsmenn. Reykjanesið er þegar allt kemur til alls mjög áhugaverður og skemmtilegur staður til skoðunar, staður með mikla sögu, miklar náttúrufegurð og athyglisverðar gönguleiðir.

## **Pétur Rafnsson**

### **Þáttur sveitarfélaga í ferðaþjónustu**

Ráðstefnustjóri, góðir ráðstefnugestir !

### **Skipulag ferðamála**

Það kemur fram í máli manna, þegar talað er um skipulag ferðaþjónustunnar á Íslandi, að kerfið sé flókið. Sumir segja að skipulagið sé óskýrt og fæstir viti, hvað sé hvað, hverjir tilheyri hvaða samtökum og hverjir eigi aðild að hvaða ráðum.

Þegar grannt er skoðað kemur þó í ljós að heildarskipulag ferðaþjónustunnar er einfallt í samanburði við hvernig skipulag annarra atvinnugreina á Íslandi hefur þróast í gegn um tíðina. Ferðaþjónustan hefur þróast með sjálfri sér, frjáls og óháð, eins og sagt er.

Ráðherra ferðamála skipar Ferðamálaráð Íslands til fjögurra ára í senn. Í Ferðamálaráði sitja sjö fulltrúar, tveir skipaðir af ráðherra án tilnefningar, tveir tilnefndir af fyrirtækjum í ferðaþjónustu, tveir tilnefndir af Sambandi Ísl.

sveitarfélaga og einn af Ferðamálasamtökum Íslands.

Ferðamálaráð vinnur samkvæmt landslögum, þar sem fram kemur verksvið þess, mjög nákvæmlega tíundað í lögum nr. 117. frá 1994 með síðari breytingum.

Frjálsu samtökin í greininni eru aftur á móti SAF, samtök fyrirtækjanna í ferðaþjónustu og Ferðamálasamtök Íslands, regnhlífarsamtök ferðamálasamtakanna í landshlutunnum.

Samningur um markaðsráð ferðaþjónustunnar var síðan undirritaður 17. mars 1999 milli ráðherra ferðamála, SAF og Reykjavíkurborgar en það er skipað sjö fulltrúum.

### **Þáttur SAF**

Þegar unnið var að stofnun samtaka fyrirtækja í ferðaþjónustu SAF árið 1998 kom fljótt í ljós, að aðstandendur þeirra samtaka töldu það af og frá að sveitarfélögin gætu orðið aðilar að SAF, m.a. vegna þess, að í fjölmörgum tilfellum væru sveitarfélögin viðsemjendur þeirra og sætu því hinu megin við borðið.

Þetta þóttu traust rök.

Þróunin næstu árin hlýtur því að verða sú, að fleiri og fleiri fyrirtæki af öllum stærðum og gerðum, hvar sem er af landinu munu ganga í SAF. Það verður að teljast eðlileg þróun og því hægt að hvetja fyrirtæki til inngöngu í samtökin, þeim sjálfum og SAF til styrktar.

### **Þáttur FSÍ**

Upp úr 1980 stofnuðu sveitarfélögin eða samtök þeirra á hverju svæði ferðamálasamtökin í landshlutunum en þau skyldu vera heildarsamtök ferðamála á hverju svæði. Skipulag þeirra er að hluta það sama og landshlutasamtaka sveitarfélaganna um allt land. Þau eru einnig átta talsins og hafa með sér sameiginlegan umræðuvettvang, sem eru Ferðamálasamtök Íslands, rétt eins og Samband íslenskra sveitarfélaga er.

Ferðamálasamtök Íslands voru síðan stofnuð 1986 til þess að vera þessi umræðuvettvangur landshlutasamtakanna

### **Mikilvægi þáttar sveitarfélaganna**

Þáttur sveitarfélaganna í ferðaþjónustunni hefur bæði stækkað og þróast undanfarin ár.

Sveitarstjórnarmenn hafa ákveðið, að sveitarfélög hafi hlutverki að gegna í ferðaþjónustunni og leggja meiri áherslu á þátttöku í henni.

Dæmi um slíkt í menningar- og afþreyingarþættinum er:

Listahátíð Reykjavíkur, Töðugjöld á Hellu,  
Sýningar í Kópavogi, Neistaflug á Neskaupssatð

Síldarævintýri á Siglufirði, Humarhátíð á Höfn,

Halló Akureyri, svo eitthvað sé nefnt.

En hverjir hagnast á ferðaþjónustunni ?

Fyrirtækin verða að hagnast til að eðlileg þróun geti átt sér stað en til þess þarf rekstrarumhverfið að vera fyrirtækjavænt. Það er og ríkinu mikilvægt, að sem mestur virðisauki af ferðaþjónustu renni í okkar eigin ríkiskassa.

Þess vegna er ríkinu í mun, að sem flestir ferðamenn, hvort heldur eru erlendir eða innlendir ferðist um landið án þess þó að valda spjöllum á náttúru eða mannvirkjum og að öll innri uppbygging til móttöku ferðamanna sé nægilega fullkomin. Því er eðlilegt að ríkið taki þátt í íslenskri ferðaþjónustu með þeim hætti sem það gerir.

1. Ríkið er m.a. aðili að Markaðsráði ferðaþjónustunnar sem markaðssetur landið í samkeppni við önnur lönd.
2. Ríkið fjármagnar að hluta landafundanefnd, ríkið fjármagnaði kristnitökuhátíð og ríkið tekur þátt í rekstri upplýsingamiðstöðva á lykilstöðum á landinu.

### **Sveitarfélögin**

Sveitarfélögin hafa sömu hagsmuna að gæta.

1. Því betri sem ferðaþjónustan er í sveitarfélögunum, þeim mun meiri tekjur hefur sveitarfélagið af henni.

Fullkomin ferðaþjónusta hvetur og til aukinna möguleika til annars reksturs í sveitarfélaginu.

Þess vegna hafa sveitarfélögin lagt sig fram við að skapa rétt umhverfi fyrir ferðaþjónustufyrirtæki og hafa stutt við bakið á þeim aðilum, sem á einhvern hátt hafa snúið sér að ferðaþjónustu og auðveldað þeim leiðina að markmiðum þeirra.

2. Sveitarfélögin hafa víða komið upp tjaldstæðum með góðri aðstöðu og þjónustu, hvort sem þau reka þau sjálf eða ekki.

3. Sveitarfélögin reka ein eða í samstarfi við aðra upplýsingamiðstöðvar ferðamála, sem orðið hafa stærri og stærri þáttur í markaðssetningu ferðaþjónustunnar á landinu.
4. Sveitarfélögin taka sameiginlega á svæðum þátt í markaðs- og kynningarskrifstofum svæðanna eins og á Austur- Vestur- og Suðurlandi.
5. Sveitarfélögin gefa út bæklinga, sem kynna eiga sveitarfélagið, sundlaugar, söfn, gönguleiðir o.s.frv.
6. Sveitarfélögin bjóða uppá aðstöðu fyrir sýningar, ráðstefnur og alls kyns hátíðir.
7. Sveitarfélögin halda sum árlegar samkomur af ýmsum stærðargráðum sem togar til ferðamanninn.
8. Sveitarfélögin taka beinan rekstrarþátt í einstaka ferðaþjónustufyrirtækjum eins og t.d. Víkingahátíðin í Hafnarfirði.

Allt er þetta ferðaþjónusta !

Þó finnst mér stundum sem sveitarstjórnarmenn geri sér ekki fyllilega grein fyrir eðli og umfangi ferðaþjónustunnar, sem þó er á þeirra vegum.

Einnig finnst mér á stundum vinna að ferðamálapætti sveitarfélaga heldur handahófskennd og ef skoðaðir eru reikningar sveitarfélaga er nær ómögulegt að

komast að nákvæmri niðurstöðu um heildarframlög til ferðamála í sveitarfélaginu.

Mér sýnist að sveitarstjórnir stærri sveitarfélaga verði hiklaust að ráða ferðamálafulltrúa eða markaðsfulltrúa til sveitarfélaga sinna og veita þeim meira svigrúm til athafna. Markaðs- eða ferðamálafulltrúar ættu að hafa umsjón með markaðssetningu bæjarins, móttöku á vegum bæjarins, samstarfi ferðaþjónustufyrirtækja í bænum, útgáfu allra bæklinga bæjarins og upplýsingagjöf um ferðaþjóstuna í bænum og svæðisins auk umsjónar með árlegum ferðatengdum uppákomum sveitarfélagsins.

Þó bein þátttaka sveitarfélaga í ferðaþjónustu skili oft afrakstri sínum fljótt til baka, verða sveitarstjórnarmenn stundum að gefa nýjum hugmyndum um markaðssetningu sveitarfélagsins sinn tíma eins og í annarri markaðssetningu.

Það var oft sagt við mig, þegar ég var í ferðamálanefnd Hafnarfjarðar, að við í nefndinni værum bara alls ekki í lagi.

Þetta var á þeim tíma, sem okkur datt í hug "Vinir Hafnarfjarðar" og gerð "Álfakortsins" og hugmyndin um Víkingahátíðina kom upp

o. fl. Einnig var sagt, að Hafnafjörður væri **allt of** nálægt Reykjavík, til þess að takast mætti að byggja þar upp einhverja ferðapjónustu.

En reynslan segir annað !

Sveitarstjórnir margra sveitarfélaga hafa þó á undanförunum árum bætt öll sín vinnubrögð, hvað ferðamál varðar. Sem dæmi um það er ráðning fleiri sérmenntaðra í störf, er lúta að ferðamálum og ýmis samstarfsverkefni þeirra eins og stefnumótun í ferðamálum og markaðssetning heilla landssvæða. Markaðssetning svæða eins og t.d. Norðurlands krefst þess að sveitarfélögin, ferðamálasamtök svæðisins og fyrirtækin í greininni á viðkomandi svæði vinni saman sem ein heild.

En samvinnuna í landshlutunum hefur yfirleitt vantað.

Þess vegna hef ég hvatt forystumenn ferðamálasamtakanna til að fá sveitarstjórnarmenn í lið með sér ásamt rekstraraðilum til þess að taka faglega á markaðsmálum viðkomandi svæðis.

Svæðin eru allt of lítil eining til þess að einstaka aðilar vinni einir og sér. Íslands er örsní á eining í ferðasamkeppni heimsins og Norðurland í heild er aðeins smá hluti þess. Það verður að ná aðilunum saman undir einu merki.

Austfirðingar vinna t.d. að þessu undir merkjum Markaðsskrifstofu Austurlands. Til þess að takmarkið náist verða ferðamálasamtökin og sveitarfélögin að fylgja málum vel eftir, vinna faglega að takmarkinu og koma innri byggingu svæðisins í lag hvað ferðapjónustu snertir

Samkeppnin í ferðapjónustu í heiminum er hörð og fer harðnandi og víst er að Íslendingar halda ekki sínum hlut nema faglegum vinnubrögðum verði beytt.

### **Tillögur að frekara samstarfi FSÍ og sveitarfélaga.**

Eins og áður segir, voru það landshlutasamtök sveitarfélaganna, sem stofnuðu flest ferðamálasamtök landshlutanna, hvert á sínu svæði.

Það eru því sveitarfélögin sem bera svona "móralaska" ábyrgð á ferðamálasamtökum landshlutanna. Sum þessara landshlutasamtaka hafa styrkt samband sitt til muna við sveitarfélögin en önnur minna.

Ég hef lagt á það áherslu innan FSÍ að styrkja beri þetta samband og samvinnu við sveitarfélögin, jafnvel með einhverjum breytingum á stjórnskipulagi Ferðamálasamtaka Íslands.

Ég hef átt fund með formanni Sambands ísl. sveitarfélaga um þessu mál en hans mat er, að það sé mjög eðlileg þróun að samvinna FSÍ og Sambands ísl. sveitarfélaga sé aukin.

Fyrsta skrefið í minum huga varðandi aukið samstarf er, að þeir tveir fulltrúar Sambands ísl. sveitarfélaga, sem sambandið tilnefnir í Ferðamálaráð Íslands, séu einnig tilnefndir í stjórn FSÍ með full réttindi.

Þannig mundi fjölga í stjórn FSÍ úr níu í ellefu fulltrúa. Átta yrðu tilnefndir af ferðamálasamtökum landshlutanna, tveir af Sambandi ísl. sveitarfélaga og formaður kosinn sérstaklega á aðalfundi.

Með þessu móti kæmist á enn frekari tengsl milli þessara aðila, sem ég tel svo

áriðandi.

Það er ekki síst áriðandi vegna þeirra breytinga, sem átt hafa sér stað á skipulagi ferðaþjónustunnar undanfarið m.a. með tilkomu SAF og Markaðsráðs ferðaþjónustunnar.

Sveitarfélögin eru beinir þátttakendur í ferðaþjónustunni og þau verða einnig að vera beinir þátttakendur á umræðuvettvangi, þar sem hagsmunir þeirra eru ræddir og á lofti haldið innan ferðaþjónustunnar.

## **Helgi Pétursson**

Ágætu ráðstefnugestir.

Ég þakka fyrir að fá tækifæri til þess að sækja þessa ráðstefnu

Ferðamálasamtaka Íslands og vil byrja á að taka fram, að ég er hér sem fulltrúi höfuðborgarinnar, ekki sem fulltrúi Reykjavíkur. Á því er mikill munur.

Samkvæmt yfirskrift er mér ætlað að fjalla um efnið: Vægi höfuðborga í ferðaþjónustu og hef til þess fimmtán mínútur. Ég þarf nú ekki allan þann tíma, því ég hlýt að komast að þeirri niðurstöðu, að það sé mikið.

Þar með er það afgreitt.

Ég kys heldur að fjalla nánar um efnið: Vægi höfuðborgarinnar í ferðaþjónustu og nægir þá varla þessar fimmtán mínútur, en við skulum þá einhenda okkur í verkið:

Við skulum fyrst af öllu gera okkur grein fyrir við hvaða aðstæður við erum að fjalla um þátt sveitarfélaga í ferðaþjónustu á Íslandi:

Í þessum mánuði er búist við, að þrjúhundruð-þúsundasti erlendi ferðamaður á þessu ári, komi hingað til lands. Ferðamálastjóri Magnús Oddsson sendir mánaðarlega frá sér fréttatilkynningar, sem hefjast á orðunum: "Auking í fjölda erlendra ferðamanna til Íslands, miðað við sama tíma í fyrra"... fjöldi gistinátta er 35% yfir markmiðum sem sett voru fyrir árið 2000, fjöldi erlendra gesta 51% yfir, gjaldeyristekjur eru 55% yfir markmiðum og menn höfðu sett sér að fjölgun starfa yfir 1100 á þessu ári, en þeim telst hafa fjölgað um 1400 í ferðaþjónustu á árinu.

Reykjavíkurborg mun verja um ellefu hundruð milljónum á næsta ári til málaflokka, sem teljast mega tengdir ferðaþjónustu og markaðssetningu í ferðaþjónustu með einum eða öðrum hætti. Þarna eru menningarmálin talin með, enda er menningartengd ferðaþjónusta sá þáttur greinarinnar, sem á sér hvað mesta vaxtarmöguleika og er að mínu viti grunnurinn að velgengni Reykjavíkur í markaðssetningu. Menning er í þessum skilningi " ens mode at være på " - eins og Danskurinn segir og á það höfum við lagt áherslu, - á sundmenningu, matarmenningu, næturlífsmenningu, tónlistarmenningu, listamenningu og heilsumenningu, menningarnótt, svo eitthvað sé nefnt.



Og uppskorið samkvæmt því. Í nýjast hefti Time var lýsing á borginni, sem ég hafði ekki séð áður: Reykjavík er það sem kallað er: Cool Capital, - við erum á góðu máli "in".

Reykjavíkurborg hefur tekið þátt í starfi Ferðamálaráðs, er hluthafi í Upplýsingamiðstöð ferðamála og Ráðstefnuskrifstofu Íslands og greiðir 15 milljónir árlega til Markaðsráðs ferðaþjónustunnar, allt í samstarfi við ríkið. Í þessu sambandi má ekki gleyma því, að höfuðborgarbúar eru hluti af ríkinu og hafa greitt sína skatta, - en svo greiðum við aukalega þessi framlög. Við stóðum að Menningarborgarverkefninu, Landafundaátaki og Kristnihátíð, auk móttöku fjölda blaða, - og fréttamanna. Ísland allt - þar með talin Reykjavíkurborg, - hefur fengið gríðarlega umfjöllun í erlendum fjölmiðlum, auk markvissra auglýsingaherferða, sem gerðar hafa verið. Það má því segja, að við Íslendingar höfum sent út boðskort til tuga milljóna manna um allan heim og það er ekkert sem bendir til annars, en að mjög margir, - hundruð þúsunda, - ætli sér að sækja Ísland heim á næstu árum.

Við getum því ekki gert annað en að búast við aukningu á fjölda ferðamanna að öllu óbreyttu.

Ein spurning sem tengist beint því umræðuefni, sem ég á að fjalla um:

### **Ef þetta gengur allt svona vel í Reykjavík, - hvað kemur höfuðborgarbum þá við staðan í þróun ferðamála á landsbyggðinni?**

Ég þarf ekki að rekja misskiptingu þessarar þróunar allrar hér milli höfuðborgar og landsbyggðar, - við gerum okkur öll grein fyrir henni og um leiðir til þess að draga úr þeirri misskiptingu vil ég fjalla síðar, en ég vil vekja athygli ykkar á áleitnum spurningum, sem eru sameiginlegt vandamál okkar allra.

Eru að verða flöskuhálsar í samgöngum til og frá landinu?

Er skortur á fjárfestingu farinn að hamla vexti alls staðar, - líka á höfuðborgarsvæðinu?

Er fyrirsjáanlegur skortur á vinnuafli við ferðaþjónustu á næstu árum? Munum við verða háðari innfluttu vinnuafli?

Er þegar orðinn skortur á fagfólki í greininni?

Verða umhverfisleg áhrif vaxandi og takmarkandi?

Höfum við stundað markaðslega einhæfni?

Hvers vegna tekst okkur ekki að efla heimamarkað í ferðaþjónustu?

Í fyrsta lagi er ljóst, miðað við þær spurningar, sem ég setti fram hér að ofan, að við erum að horfa framan í sameiginlegt úrlausnarefni:

Fyrir mér er ekki til neitt sem heitir "vandi landsbyggðarinnar", svo tekinn sé til margþvældur frasi. Ef vandinn er fyrir hendi, - þá er hann sameiginlegur með allri þjóðinni.

Hvergi kemur hann skýrar fram en í tilfærslu á búsetu á landinu, en það er ekki úrlausnarefni landsbyggðarinnar einnar, - það er þróun sem snýr beint að höfuðborgarsvæðinu, með öllum sínum kostum og göllum. Fjölbreytni í atvinnulífi og það að efla atvinnugrein eins og ferðaþjónustuna, - sem hefur það beinlínis í för með sér, að gestir, - innlendir sem erlendir, - sækja heim byggðir og héruð, - af verðskulduðum áhuga, er því sameiginlegt verkefni, sem ætti að geta dregið úr þeirri miklu tilfærslu á búsetu, sem við horfum upp á og mun halda áfram, ef ekkert verður að gert.

Í öðru lagi, eins og ég hef haldið fram í ræðu og riti áður: **Það eru gríðarlegir, sameiginlegir hagsmunir fyrir höfuðborgarbúa og landsbyggðarmenn að efla ferðaþjónustu á landsbyggðinni.**

Af hverju? Af því að annars skemmum við vöruna, sem við erum að selja á erlendum mörkuðum. Við erum að selja Ísland í heild, við erum að selja dvöl á fjarlægri eyju með fjölbreyttu mannlífi, menningu og siðum, kyrrð, stórbrotinni náttúru og sérstæðum atvinnuháttum. Reykjavík fylgir með í pakkanum, en Reykjavík ein og sér, - getur ekki orðið aðdráttarafli til allrar framtíðar, án tengingarinnar við landsbyggðina og þar liggja sóknarfærin, - í því samspili.

Í þriðja lagi erum við höfuðborg landsins alls og það er sameiginlegt verkefni höfuðborgarinnar og landsbyggðarinnar, þjóðarinnar allrar, að skapa sér samkeppnisstöðu um fólk í keppninni við útlönd í sí-smækkandi heimi.

Ég á mér uppáhaldsfrasa í politík: Hver er vandinn og hvað kostar hann?

Fyrst af öllu: Hver er talsmaður landsbyggðarinnar í ferðamálum?

Er Ferðamálaráð talsmaður landsbyggðarinnar? Markaðsráð ferðaþjónustunnar? Upplýsingamiðstöð ferðamála? Ferðamálasamtök Íslands?

Í mínum huga og í framhaldi af því sem ég hef hér áður sagt: Já! Að öllum þessum þáttum koma ríki, borg og einkaaðilar í ferðaþjónustu. Það er svo spurningin, hvort við erum á réttri leið.

Við þurfum að skerpa línur. Hingað til höfum við verið að vinna að alhliða markaðssetningu, sent ráðherra, forseta, borgarstjóra, poppstjörnur, leikara, kvikmyndir, tónlist og myndlist út um allan heim, með tilheyrandi lambakjöti og fiski, auglýst fyrir örfáar krónur á miðað við það sem gengur og gerist erlendis, en náð athygli heimspressunnar og hins almenna ferðamanns meðvitað og ómeðvitað og stundum af hreinni tilviljun og fengið í staðinn almennan mikinn áhuga og góðvild. Og þrjú hundruð þúsund heimsóknir á þessu ári. Og höfuðborg, sem dregur til sín gesti, - af því að hún er "cool capital"...

En hvað svo? Hvað erum við að selja á landsbyggðinni? Hvað er landsbyggð í þessu tilliti? Er ekki Reykjavík landsbyggð í augum New York - búans. Hún er

kannski smábær en það er ekki það sama og vera birtingarmynd þeirra þátta sem menn tengja við dreifbýlið. Þrátt fyrir smæð sína, hefur Reykjavík tekist að draga upp af sér nokkuð skýra mynd í hugum hins erlenda ferðamanns, en það sama verður ekki sagt um ferðapjónustu á landsbyggðinni.

Og hvað erum við að gera í þessu?

Í Markaðsráðinu erum við að vinna með Norðurland eystra. Þar hafa farið fram athuganir á möguleikum, á samræmingu krafta, - á því að draga fram sérkenni og við erum að undirbúa sölu á ferðapjónustu á svæðinu beint...Svo höldum við áfram landshluta úr landshluta.

Ferðamálasamtök Íslands hafa verið hvetjandi á öllum sviðum og unnið að samræmingu og vöruþróun.

Það liggur stórvirki í því að tekist hefur að koma á gæðastöðlun gististaða á vegum Ferðamálaráðs. Rétt er að minna á, að Ferðapjónusta bænda hefur unnið eftir gæðastaðli í meira en áratug.

Verulega hefur verið bætt úr stöðu upplýsingamiðstöðva ferðamála, en þar held ég að liggja enn eitt sóknarfærið, - sérstaklega með tilliti til heimamarkaðarins. Ég tel einsýnt að við endurskipuleggjum starf upplýsingamiðstöðvanna og eflum.

Hvað getum við þá haldið áfram að gera sameiginlega?

Við eigum að selja menningarmál. Við eigum að selja kyrrð og frið. Hundruð þúsunda manna á okkar markaðssvæðum eru í leit að sálaró og friði, - ósnortnu umhverfi og frábrugðnum lífsháttum. Fólk er að leita að upplifun, þátttöku í daglegum lífi fólks, bæði í borg, bæjum og dreifbýli. Þar sem við, gestgjafarnir, eigum að vera eins og við erum, - ekki breyta okkur í eitthvað, sem við höldum að fólk vilji sjá...Þetta er markhópur sem dreifist um allt land.

Við eigum að selja heilsubót. Ég vona, að sem flestir hér hafi kynnt sér efni nefndar samgönguráðherra um heilsubót ferðapjónustu, þar sem réttilega er bent á, að auðlindir og styrkleikar varðandi heilsubót ferðapjónustu eru einkum hreint loft, óspillt náttúra, nægilegt gott vatn og heita vatnið, sem Ísland býr yfir. Ég hef heyrt erlendan lækni ræða um möguleika okkar á því að bjóða hingað meðferðar-ferðir fyrir hundruð þúsunda manna, sem eiga við að etja margskonar sjúkdóma í öndunarfærum. Þetta er markhópur, sem dreifist um allt land.

Við eigum að afmarka hópana betur. Skotveiðimenn. Íþróttahópa, - síðar í þessum mánuði fer fram hér á Akureyri og í Reykjavík, keppni amerískra háskólaliða í íshokki og í listhlaupi, - vetraríþrótt, sem dreifst getur um allt land, með verulegum vaxtarmöguleikum. Siglingaíþróttin er nánast óþægður akur. Við sáum vísi að möguleikum á því sviði í sumar með siglingu franskra og íslenskra siglingamanna hingað til lands og til baka til Pampoil á Normandí. Siglingaævintýrið "Iceland Round" er verkefni, sem dreifist um allt land, þegar

að því kemur.

Umhverfissinnar og íhugunaráhugamenn. Þetta eru allt afmarkaðir hópar, sem tiltölulega auðvelt er að komast að og munu ekki ætla að sitja á Apotekinu í Reykjavík og sötra rauðvín á sunnudögum.

Að lokum vil ég svo nefna heimamarkaðinn og er farinn að hljóma eins og Kato gamli hvað varðar þetta mál, a.m.k. á vettvangi borgarmála í Reykjavík:

Við verðum að koma á skipulögðum og svæðisbundnum vetrarfríum í grunnskólum og framhaldsskólum landsins í samvinnu við fræðsluyfirvöld og aðila vinnumarkaðarins. Allir hér inni, sem hafa tengsl við atvinnulíf, verkalýðshreyfingu, sveitarstjórnir og fræðsluyfirvöld, eiga að suða í þessu máli, þar til það fæst fram. Með vetrarfrí hreyfum við þúsundir manna á daufasta tíma á heimamarkaði, - nýtum fjárfestingu og afþreyingu um allt land, - þó auðvitað megi búast við að einhverjir fari erlendis. Það er þá líka styrkur fyrir flutningsaðila til og frá landinu. Ágætu ráðstefnugestir.

Ég tók til nokkrar lykilspurningar hér í upphafi, sem velgengni okkar í þróun ferðamála mun þvinga okkur til að taka afstöðu til. Sameiginlega.

Ég spyr: Er staðan í dag að segja okkur, að við ráðum ekki við meira en þrjú hundruð þúsund gesti?

Ef svo er, sé ég enga ástæðu til þess að dengja fjárfestingu upp á níu komma sjö milljarða í ráðstefnu- og tónlistarhúsi með fimm stjórnun hóteli, niður í miðborg Reykjavíkur.

Eða í frekari uppbyggingu í ferðaþjónustu á eyjunni yfirleitt.

En við ráðum við það verkefni að þjóna miklu fleiri gestum. Til þess að geta það verðum við hins vegar að finna svör við þeim spurningum, sem ég setti fram hér að ofan og grípa til ráðstafana, meðal annars í anda þeirra tillagna, sem ég hef sett hér fram. Það tel ég vera nýja nálgun.

Staðan knýr okkur til þess að leita allra leiða til þess að dreifa gestunum, - þessum þrjú hundruð þúsund og öllum þeim, sem við erum búin að senda boðskort og munu koma á næstu árum og þeim innlendu gestum sem vilja ferðast um landið í vetrarfríum skólanna - dreifa þeim bæði á árstíma, landshluta, áhugasvæði og eftir þjónustugerð, - menningarneyslu, heilsurækt, ráðstefnuhaldi, eða kyrrð og ró.

Þetta gerum við bara sameiginlega.

## **Smári Geirsson** **MARKAÐSSETNING AUSTURLANDS**

Ágætu ráðstefnugestir.

Ég mun í stuttu máli gera grein fyrir markaðssetningu Austurlands á sviði ferðamála og ætla ég að skipta þessu stutta erindi mínu í þrjá meginþætti. Í

fyrsta lagi ætla ég að gera grein fyrir nýju skipulagi ferða-og kynningarþjónustunnar í landshlutanum. Í öðru lagi ætla ég að gera grein fyrir sérstöku kynningarátaki sem unnið er að á Austurlandi og í þriðja lagi ætla ég að fjalla um það hvort uppbygging ferðapjónustu og áform um virkjun og orkufrekan iðnað geti farið saman og eins mun ég geta um fyrirhugaða þjóðgarðsstofnun í því sambandi.

Á árunum 1997 og 1998 fjölluðu Ferðamálasamtök Austurlands mikið um stöðu ferðamála í fjórðungnum og leituðu eftir samstarfi við Þróunarstofu Austurlands og Samband sveitarfélaga í Austurlandskjördæmi um að efna til átaks um endurskipulagningu samstarfs á þessu sviði en einkum var átaks þörf í þeim efnum á mið- og norðursvæði fjórðungsins. Fljótlega varð ljóst að hér var þarft verk að vinna og var vel og skipulega gengið til verks. Stefnan var tekin á að efla mjög samkennd innan ferðapjónustunnar á svæðinu og endurskipuleggja hana í grundvallaratriðum. Unnið var að eftirtöldum markmiðum:

1. Að stokka upp félagskerfi ferðapjónustunnar þannig að Ferðamálasamtök Austurlands yrðu regnhlífarsamtök tveggja samtaka eða markaðsstofa.
2. Að stofna tvenn samtök eða markaðsstofur. Aðra fyrir Suðausturland frá Skaftafelli að Streitishvarfi við Berufjörð og hina fyrir norðurhlutann frá Streitishvarfi til Bakkafjarðar.
3. Að koma á fót sameiginlegri upplýsingamiðstöð fyrir norðurhluta fjórðungsins.
4. Að auka skipulegt markaðsstarf og stefna með þeim hætti að bættari afkomu fyrirtækja í ferðapjónustu á Austurlandi.

Eðlilegt þótti að skipta Austurlandi upp í tvö samstarfssvæði eða markaðsstofur vegna þess að í raun er þarna um að ræða tvö aðskilin ferðamannahólf t.d. ef tekið er tillit til áningarstaða. Í þessari vinnu var tekið mið af niðurstöðum fjölda rannsókna í ferðamálafræðum þar sem skýrt kom fram að heildstæð svæðisbundin kynning væri árangursríkust til að fjölga ferðamönnum með tiltölulega litlum tilkostnaði fyrir hvern aðila í ferðapjónustu.

Í reyndinni var þarna um að ræða djarfa hugmynd; í stað þess að hver ferðapjónustuaðili og hvert sveitarfélag ynni í sínu horni fól tillagan í sér myndun heildstæðs samfélags að baki ferðapjónustunni þar sem byggðarlög og ferðapjónustufyrirtæki á markaðssvæðunum tveimur tækju höndum saman og ynnu í sameiningu að því að snúa vörn í sókn.

Ferðamálasamtök Austurlands kynntu hugmynd sína vandlega og tók formaður samtakanna að sér að kynna málið fyrir ferðapjónustufyrirtækjum og sveitarstjórnnum. Almennt hlaut hugmynd Ferðamálasamtakanna góðar undirtektir og voru menn sammála um að hér væri á ferðinni framfaramál. Í stuttu máli má segja að öll markmið Ferðamálasamtaka Austurlands í þessum efnum hafi gengið eftir og á árinu 1999 var hinu nýja samstarfskerfi komið á. Stofnaðar voru tvær markaðsstofur; annars vegar Markaðsráð Suðausturlands og hins vegar Markaðsstofa Austurlands sem náði yfir mið- og norðursvæði

fjórðungsins.

Við skulum hyggja að því hvert meginhlutverk markaðsstofanna tveggja á að vera:

1. Að byggja upp öflugan gagnabanka um hvaðeina sem lýtur að þjónustu við ferðamenn. Í því felst að safna upplýsingum um opinbera þjónustu, upplýsingum um viðskiptafyrirtæki og upplýsingum um menningaratburði, skemmtanir og afþreyingu sem ástæða er til að kynna ferðamönnum og reyndar einnig íbúum landshlutans sjálfs.
2. Að starfrækja vandaða og skilvirka upplýsingaþjónustu þ.á.m. sérstakar upplýsingamiðstöðvar yfir sumartímann..
3. Að vinna að samræmingu á sviði ferðaþjónustu og heildstæðri markaðssetningu fyrir viðkomandi svæði.

Markaðsstofurnar eru sjálfseignarstofnanir í eigu ferðaþjónustufyrirtækja og sveitarfélaga. Ef við tökum Markaðsstofu Austurlands sem dæmi þá skipa stjórn hennar sex fulltrúar frá ferðaþjónustuaðilum og einn frá sveitarfélögunum en ábyrgð á daglegum rekstri er á höndum þriggja manna framkvæmdastjórnar og framkvæmdastjóra sem starfar í fullu starfi við stofuna. Sveitarfélög greiða árlegt framlag til markaðsstofanna í samræmi við íbúafjölda þó þannig að þau sveitarfélög sem upplýsingamiðstöðvarnar eru staðsettar í greiða hlutfallslega mest en sveitarfélög sem fjarst þeim eru minna.

Gerður var tveggja ára samningur um starfsemi markaðsstofanna til að byrja með en jafnframt var lögð áhersla á að það væri langtímaverkefni að ná verulegum árangri á sviði markaðsmála í ferðaþjónustu.

Almennt má segja að reynslan af starfsemi markaðsstofanna sé góð. Þær hafa tekið að sér verkefni sem áður var lítt sinnt og leitt til samstarfs um verkefni sem einstökum aðilum var um megn að sinna. Dæmi um þetta er gerð kynningarbæklinga um landshlutann og skipuleg dreifing þeirra, útgáfa upplýsingamöppu um Austurland sem liggur frammi á helstu upplýsingamiðstöðvum í landinu, ráðstefnuhald og námskeiðahald fyrir aðila í ferðaþjónustu svo og gerð ferðavefsins east.is sem formlega var opnaður í ágústmánuði 1999. Þetta eru einungis dæmi um verkefni sem unnt hefur verið að leysa með tilkomu markaðsstofanna. Rekstur upplýsingamiðstöðvanna hefur gengið vel og hafa þær kappkostað að veita haldgóðar upplýsingar um allt viðkomandi starfssvæði. Auðvitað kann að vera einhver meiningarmunur varðandi það hvernig upplýsingamiðstöðvarnar nýtast hverju einstöku sveitarfélagi en hafa ber í huga að þau sveitarfélög sem miðstöðvarnar eru staðsettar í greiða mest til samstarfsins.

Að mínu mati var tekið skynsamlegt skref við stofnun markaðsstofanna á Austurlandi og hefur tilkoma þeirra leyst ýmis vandamál sem uppi voru í skipulagi ferðaþjónustu og kynningarmála. Tilkoma markaðsstofanna kemur hins vegar ekki í veg fyrir að sveitarfélögin þurfi að hyggja að ferðaþjónustumálum hvert fyrir sig. Þau þurfa til hliðar og í samstarfi við

markaðsstofurnar að kynna það sem þau hafa sérstaklega upp á að bjóða og í reynd að móta stefnu fyrir sig á sviði ferðamála þar sem þó er tekið fullt tillit til starfsemi markaðsstofanna. Nokkur austfirsk sveitarfélög hafa þegar lokið þessari sértæku stefnumótunarvinnu og önnur hafa hafið hana.

Á þessu ári hófst samstarfsverkefni Sambands sveitarfélaga í Austurlandskjördæmi og Þróunarstofu Austurlands um kynningu á kostum fjórðungsins. Verkefni þetta er unnið í samvinnu við Markaðsstofu Austurlands og Markaðsráð Suðausturlands og mynda fulltrúar þessara fjögurra aðila verkefnisstjórn. Það er Samband sveitarfélaga í Austurlandskjördæmi sem hafði frumkvæði að þessu kynningarverkefni og tókst að útvega fjárframlag frá iðnaðar- og viðskiptaráðuneytinu sem skapar fjárhagslegan grunn fyrir verkefnið.

Átak þetta felur í sér aðgerðir til að vekja athygli á jákvæðum þáttum í mannlífi og atvinnulífi á Austurlandi og verður aðgerðunum beint að landsmönnum öllum þ.á.m. lögð áhersla á að efla meðvitund Austfirðinga sjálfra á kostum landshlutans. Tilgangurinn með verkefninu er að móta sterka og jákvæða ímynd af Austurlandi í hugum landsmanna og byggja með þeim hætti upp aukið aðdráttarafl fyrir nýja íbúa, ferðamenn og fjárfesta í atvinnulífi.

Kappkostað er að samræma starfið í tengslum við þetta kynningarverkefni öðru kynningarstarfi sem austfirsku markaðsstofurnar standa m.a. fyrir. Annars er lögð mikil áhersla á samvinnu við sveitarfélög og fyrirtæki. T.d. er það stefna að í auglýsingaherferðum greiði verkefnissjóðurinn helming kostnaðar en sveitarfélög eða fyrirtæki greiði hinn helminginn. Fyrirkomulagið er þannig að ef einhver þáttur í tilteknu sveitarfélagi í landshlutanum er auglýstur sérstaklega þá greiði hlutaðeigandi sveitarfélag helming kostnaðar. Það er mikil vinna að skipuleggja og framkvæma verkefni sem þetta og því nauðsynlegt að ráða verkefnisstjóra tímabundið þegar starfstarnir standa yfir. Fyrsta törnin var framkvæmd sl. sumar og gekk ágætlega. Með vorinu er áformað að efna til næstu tarnar þar sem áhersla verður lögð á að kynna góð búsetuskilyrði í landshlutanum. Og þriðja törnin verður síðan næsta sumar þar sem áhersla verður lögð á kynningu á náttúru landshlutans, menningu, afþreyingarmöguleikum o.fl. sem tengist ferðapjónustu beint.

Einmitt nú er unnið að mótun heildstæðrar stefnu í menningarmálum fyrir Austurland og slík stefna mun á efa verða mikilvæg varðandi möguleika á uppbyggingu á menningartengdri ferðapjónustu.

Ýmsir sem tengjast ferðapjónustunni í landinu hafa að undanfögnu spurt austfirska sveitarstjórnarmenn hvernig þeir telji markaðssetningu ferðapjónustu í landshlutanum geta farið saman við þau virkjunar- og stóriðjuáform sem uppi eru eystra. Stundum verður málflutningur þessara fyrirspyrjenda ofstopafullur og þeir halda því jafnvel fram að Austfirðingar standi frammi fyrir einföldu vali; annaðhvort leggi þeir áherslu á ferðapjónustu eða orkufrekan iðnað, óhugsandi sé að leggja áherslu á hvoru tveggja. Umræður um Vatnajökulspjóðgarð og hugsanlegan þjóðgarð norðan Vatnajökuls hafa stundum á sér líkt svipmót. Stíllt er upp andstæðum valkostum; annaðhvort þjóðgarð eða virkjun og orkufrekan

iðnað, alls ekki hvoru tveggja.

Austfirskir sveitarstjórnarmenn telja að ferðapjónusta og orkufrekur iðnaður geti vel átt samleið og eins sé ágætlega mögulegt að útfæra hugmyndir um þjóðgarð samhliða virkjun fallvatna. Staðreyndin er meira að segja sú að virkjanaframkvæmdir hafa auðvelað fólki mjög að njóta íslenskrar náttúru því framkvæmdirnar kalla á tryggar samgöngur við virkjanasvæðin og vegafframkvæmdir gera því sífellt ný svæði aðgengileg. Þá er það alþekkt að mannvirki veki áhuga og laði að sér ferðamenn í ríkum mæli. Fyrirtæki eins og Landsvirkjun hafa verið að átta sig á þessu og hafa leitað eftir samstarfi við ferðapjónustuaðila og lagt áherslu á að bjóða upp á eitthvað áhugavert fyrir ferðamenn í stöðvarhúsum virkjananna. Frá bæjardyrum austfirskra sveitarstjórnarmanna fer því fjarri að hugmyndir um þjóðgarð eða þjóðgarða þurfi að útiloka virkjun. Fjölmörg dæmi eru um það erlendis frá að ýmiss konar starfsemi sé stunduð í þjóðgöörðum eða á vernduðum svæðum. Og fátt fer betur saman en ferðamennska á íslenska hálendinu og lón til raforkuframleiðslu úr hreinum, endurnýjanlegum orkulindum landsins.

Ég vil vara við ofstopafullri umræðu sem tengir saman ferðapjónustu og umhverfismál. Umræða um slíka þætti þarf að vera yfirveguð og taka tillit til þeirrar stöðu sem landshluti eins og Austurland er í. Störfum í frumframleiðslugreinum hefur fækkað mikið og mun halda áfram að fækka á Austurlandi. Til að sporna gegn íbúafækkun þurfa að koma til nýjar atvinnugreinar og í því sambandi horfa austfirskir sveitarstjórnarmenn bæði til orkufreks iðnaðar og aukinnar ferðapjónustu. Því miður er það svo að mikið þarf að breytast á sviði ferðapjónustunnar í landshlutanum til að sá atvinnuvegur fari að vega þungt. Ferðamannatíminn er eins og kunnugt er allt of stuttur og afkoma í ferðapjónustu ber þess merki. En Austfirðingar vilja efla þennan merka atvinnuveg og þeir hafa þegar hafið þá vinnu eins og ég lýsti hér fyrr í þessu erindi. Og höfum hugfast að markaðssetning er þolinmæðisverk.

Að lokum vil ég þakka fyrir að fá tækifæri til að taka þátt í þessari ráðstefnu.

### **Sigríður Þrúður Stefánsdóttir** **Menntun í ferðapjónustu**

Fundarstjóri, kæru ráðstefnugestir,

Árið 1989 fór ég, sem hér stend af stað út í heim til að nálgast það sem kallað er menntun í ferðapjónustu. Þegar ég fór spurðu marg og hvað ertu eiginlega að fara að læra. Þegar ég kom heim, nokkrum árum seinna, var enn spurt, og hvað ertu búin að vera að læra. Þótt hér séu ekki mjög mörg ár síðan þá var á þessum tíma ekki ljóst í hugum margra um hvað nám í ferðamálum snerist. Nú í dag, 10 árum síðar hafa orðið geysimiklar breytingar á öllu framboði náms á þessu sviði. Ekki bara erlendis heldur líka hér á Íslandi. En hvað er það sem er boðið upp á, hvers konar menntun er það sem við þurfum hér á landi og hvað er þessi menntun í ferðapjónustu?



## **Hvað er menntun í ferðapjónustu?**

Menntun í ferðapjónustu má skoða má útfrá mörgum sjónarhornum. Menntun í ferðapjónustu er þverfagleg og tengist öðrum greinum s.s. félagsfræði, hagfræði, sálfræði, stjórn málafræði, vistfræði, markaðsfræði, lögfræði og hótél- og veitingastjórnun svo einhver dæmi séu tekin.

## **Hvað er í boði á Íslandi:**

Án þess að fara að rekja þróun menntunar í ferðapjónustu hér á Íslandi í smáatriðum þá má segja að fram til ca. 1985 hafi menntunarframboðið einkennst af stuttum námskeiðum eða fyrirlestrum um ferðapjónustu, fagnámi í hótél- og veitingagreinum, fagnámi á sviði flugþjónustu og skipulögðu námi fyrir leiðsögumenn.

Upp úr 1985 fór að bera meira á skipulögðu námi á öðrum sviðum og 1987 var kominn vísir að sérstakri ferðamálabraut í framhaldsskóla. Það var í Menntaskólanum í Kópavogi en fleiri skólar fylgdu í kjölfarið.

Framtíðarsýnin fyrir ferðamálanám í framhaldsskólum er reyndar nú að breytast. Síðastliðið ár, 1999 var samþykkt og gefin út af Menntamálaráðuneytinu ný námskrá þar sem ferðamálabrautir til stúdentsprófs eru í raun og veru lagðar af. En meira um það hér rétt á eftir.

Eftir 1987 og fram til 1990 þróaðist í Menntaskólanum í Kópavogi, nám sem ætlað var nemendum eldri en tvítugum. Það nám hefur tekið stakkaskiptum nú sl. 5 ár, það fer fram í sérstakri einingu, sem heitir Ferðamálastólurinn í Kópavogi, inntökuskilyrði eru stúdentspróf, sambærileg menntun eða starfsreynsla og skólinn starfar sem sérstakur fagskóli á sínu sviði.

Nú síðustu ár hafa einnig orðið veigamiklar breytingar á framboði náms á háskólastigi þar sem bæði Háskóli Íslands og Háskólinn á Akureyri hafa þróað nám á sviði ferðapjónustu. Áherslurnar í skólunum tveimur eru nokkuð ólíkar og við getum í því sambandi haft í huga myndina sem við skoðuðum áðan. Það er svo einnig boðið upp á gott ferðamálanám í Bændaskólanum á Hólum þar sem áhersla er lögð á þarfir ferðapjónustu í dreifbýli. Einnig starfa tveir einkaskólar á sviði ferðamála.

## **Hverjir sækja námið og hvað verður svo um nemendur?**

Þeir sem komið hafa að menntámálum í ferðapjónustu undanfarið ár eru a.m.k. sammála um eitt og það er að námið er gífurlega vinsælt. Svo við tókum dæmi af síðasta hausti þá sóttu um 190 manns um skólavist í Ferðamálastólurinn í Kópavogi og í Leiðsöguskólanum. Af þessum 190 eru nú 115 í skólanu. Og svona hefur þetta verið sl. ár, á hverri önn sækir tugir manna um, en það ánægjulegasta við þetta allt saman er að svo virðist að þeir sem ljúka námi fari flestir beint í vinnu eða jafnvel í áframhaldandi nám. En ekki er allt gull sem glóir, það virðist líka vera að margir nemendur sem fara í starf tolla ekki lengi og hver er ástæðan - jú það eru lág laun.

Nemendafjöldi í háskólunum tveimur og í Hólaskóla skipta einnig tugum.

Af ofangreindum tölum má ætla að starfsfólk í íslenskri ferðaþjónustu í dag sé mjög vel menntað. Fjöldi starfa í ferðaþjónustu er um 7000 en hversu margir af einstaklingunum hafa sérstaka menntun er ekki vitað. Auðvitað eru mjög margir með annarskonar menntun sem nýtist vel auk þess sem við eigum margt gott fólk sem kalla mætti sjálfmenntaða frumkvöðla ferðaþjónustunnar. Þeir sem falla í þann hóp eru þeir sem tilheyra fyrstu og annarri kynslóð ferðaþjónustu á Íslandi. Atvinnugreinin er mjög ung en þriðja kynslóðin og sú fjórða eru smám saman að taka við og það eru þær kynslóðir sem sækja sér sérhæfða menntun.

Í lauslegri könnun framkvæmdri af Samgönguráðuneyti 1997 kom í ljós hversu stór hluti starfsmanna í ferðaþjónustu hafði lokið einhverskonar námi. Niðurstöðurnar voru eftirfarandi:

### **Þjónustugeiri:**

Gisting og veitingar:

**Strjálbýli - Framhaldsskóli:** 50% - **Háskóli/Sérskóli:** 10%

**Þéttbýli - Framhaldsskóli:** 90% - **Háskóli/Sérskóli:** 20%

Afbreyting: **Framhaldsskóli:** 70% - **Háskóli/Sérskóli:** 20%

Ferðaskrifstofur: **Framhaldsskóli:** 90% - **Háskóli/Sérskóli:** 70%

Flugfélög: **Framhaldsskóli:** 90% - **Háskóli/Sérskóli:** 70%

### **Stefnumótun í ferðaþjónustu (1997)**

Í fjölmörgum öðrum skýrslum og niðurstöðum nefnda má sjá að menntun og þjálfun starfsfólks þykir ekki nógu mikil í ferðaþjónustu. Ég undirrituð hef m.a. ásamt fleirum unnið að stefnumótunarverkefnum í 4 sveitarfélögum á Íslandi. Í allri slíkri vinnu hefur heimafólk og þátttakendur í stefnumótununum verið sammála um að mikið skorti á fagmennsku í ferðaþjónustu og að menntun og starfsþjálfun sé mjög ábótavant.

Án þess að hafa haldbærar niðurstöður kannanna eða rannsókna enda hafa þær ekki verið gerðar má ætla að flestir þeir sem sækja nám starfi á höfuðborgarsvæðinu, nemendur úr Hólaskóla eru þó á landsbyggðinni og það sama gildir a.m.k. um hluta nemenda úr Háskólanum á Akureyri. Vera má að þessir nemendur fari beint í stjórnunarstörf en ekki í almenn störf í greininni en það er **þar** sem fæstir eru með sérmenntun. Á höfuðborgarsvæðinu fara flestir til almennra starfa á ferðaskrifstofum og hjá flugfélögum. En það er líka í þeim störfum sem nokkuð brottfall er úr og oftast er það vegna lágra launa.

Það er okkar reynsla í Ferðamálaskólanum í Kópavogi að langflestir þeirra sem koma í skólann eru einstaklingar sem **hyggja** á starf í greininni. Þeir sem **nú þegar** eru starfandi virðast ekki hafa þörf fyrir að sækja sér aukna menntun! Ef eitthvað er að marka ofangreindar niðurstöður Samgönguráðuneytisins og þá aðra vinnu sem vitnað var í eru það þó einmitt **þar** sem skórin kreppir. Starfsfólk og stjórnendur fyrirtækjanna í dag telja sig ekki þurfa að sækja nám en samt þykir fagmennska lítil og gæðin ónóg í þjónustunni. Það hversu lítil mörg fyrirtæki í ferðaþjónustu eru getur verið ein orsök þessa. Oft eru fyrirtækin rekin af fjölskyldum eða sjálfmenntuðum frumkvöðlum sem hafa mikla þekkingu á því sem þeir bjóða upp á s.s. fljótasiglingum niður ár, gönguferðum um ákveðin svæði, skipulagningu hestaferða eða akstri á snjó og jöklum. En ekki þó endilega þekkingu á markaðssetningu, þörfum viðskiptavinanna, þróun eftirspurnar á alþjóðavísu, sölu- og dreifileiðum í ferðaþjónustu, samskiptum við ferðamenn, rekstrarþekkingu, skipulagi landssvæða, stjórnskipulagi ferðaþjónustu, neytendavernd og alþjóðalögum og halda mætti áfram að telja.

### **Erum við með "rétt" námsframboð?**

Ef þetta er staðreynd málsins að enn í dag séum við með tiltölulega ómenntaða atvinnugrein og þá sérstaklega úti á landi þá má spyrja er námsframboðið rétt. Nemendur skila sér greinilega inn í fyrirtækin í Reykjavík en eitthvað minna úti á land.

Ferðamálaskólinn í Kópavogi hefur gert a.m.k. tvennt til að reyna að svara þessari spurningu. Í fyrsta lagi þá var námsskipulagi skólans breytt um síðustu áramót í þá veru að auka til muna allt samstarf við atvinnugreinina og einnig til að auka framboð náms sem hentar almennum störfum í atvinnugreininni. Sett var upp **starfstengt** nám þar sem nemendur í ferðafræðinámi og í hótél- og gestamóttökunámi fara á samning hjá fyrirtæki í ferðaþjónustu og starfa þar í 3-6 mánuði. Með þessu móti þótti sýnt að bæði væri hægt að færa inn þekkingu í fyrirtækin og einnig að gefa fyrirtækjunum tækifæri til að hafa áhrif á námið. Með svo löngu starfsnámi sem þessu sáum við einnig möguleika á að nemendur færu í starfsnámið út á land.

Það annað sem skólinn gerði til að svara betur mögulegum þörfum atvinnugreinarinnar í menntun var að taka upp fjarnám. Hér á ég ekki við fjarnám þar sem sent er út í gegnum fjarfundabúnað heldur hið eiginlega fjarnám sem sinnt er í gegnum tölvu. Nemendur geta verið staðsettir hvar sem er í heiminum, setið heima hjá sér og sinnt náminu hvenær sem þeim hentar. Nú í dag erum við með um 30 manns í fjarnámi.

Það er nokkur aukning á milli anna hvað fleiri af landsbyggðinni sækja fjarnámið og við höfum einnig fengið bæði fleiri fyrirspurnir og einstaklinga í skólann sem nú þegar hafa reynslu og starfa jafnvel í ferðaþjónustu og þeir geta komið inn og fengið starfsreynslu sína metna inn í starfsnámið.

Næstu skref í þróun náms í skólanum verður að lengja starfsnáms tímabilið í alþjóðlega ferðaskrifstofunáminu og einnig eru fyrirhugaðar miklar breytingar á Leiðsögunáminu þar sem fjarnám verður væntanlega kostur. Ég minntist hér áðan á nýja námskrá Menntamálaráðuneytisins. Ákveðið hefur verið að einungis verði boðið upp á 3 brautir til stúdentsprófs í framhaldsskólum. Ferðamálabraut er ekki ein af þeim brautum.

### **ÖNNUR SETNING:**

Í stað þess var ákveðið að bjóða upp á 3 ára **starfsnámsbraut** í ferðapjónustu. Nemendur sitja 2 ár á einhverjum þeim 3 stúdentsprófsbrautum sem í boði er en býðst eftir það að taka 1 ár þar sem eingöngu verða kenndar greinar tengdar ferðapjónustu. Ef nemandi vill taka stúdentspróf þarf hann að snúa aftur inn á þá námsbraut sem hann sat áður.

Og hvaða þýðingu hefur þetta fyrir ferðapjónustuna. Vera má að færri sækja í námið þar sem ekki er lengur hægt að fá stúdentspróf beint af ferðamálabraut. Það má einnig vera að fleiri sækji í námið þar sem að nemandi lýkur prófi úr framhaldsskóla með áherslu á ferðamál eftir 3 ár.

Nú í dag eru í boði ferðabrautir í nokkrum framhaldsskólum úti á landi en þeir skólar munu væntanlega endurskoða það framboð í ljósi hinnar nýju námskrár. Við vonum að þessi breyting á námskrá eigi ekki eftir að draga úr framboði náms á framhaldsskólastigi en ef vel á að vera þá kallar breytingin á enn aukioð samstarf við atvinnugreinina.

### **Hvað er framundan?**

En hvað er framundan? Það eru margar hugmyndir um áframhaldandi uppbyggingu náms á sviði ferðamála.

Háskólarnir tveir sem ég minntist á áðan eru á fullri ferð að þróa sínar námsbrautir. Þar eru væntanlega lagðar mestar áherslur á akademískt rannsóknarnám enda er það eðlilegt starfssvið háskóla.

Við sem störfum í Ferðamálastólunum í Kópavogi leggjum hinsvegar megináherslu á hagnýtt, starfstengt nám, enda starfar skólinn sem fagskóli þar sem tvinnuð er saman námi og starfsþjálfun. Við viljum mjög gjarnan ná betur til einstaklinga úti á landsbyggðinni og vonum að slíkt takist með áframhaldandi þróun fjarnámsins.

Mikilla breytinga má nú vænta í Leiðsöguskóla Íslands þar sem unnið er að nýju námsskipulagi. Bæði verður boðið upp á meiri sérhæfingu leiðsögumanna og einnig betri tengingu á milli svæðaleiðsögu, almenna leiðsögunámsins og mögulegrar sérhæfingar.

Það hefur einnig staðið undirbúningur nú í heilt ár undir nám á sviði flugþjónustu. Hér er átt við menntun flugfreyja og flugþjóna. Flugþjónustunámið

er unnið í samstarfi við íslensku flugfélögin og allt síðasta ár hefur starfað undirbúningsnefnd sem í sitja fulltrúar skólans og flugfélaganna.

Ferðamálaskólinn starfar í nánú samstarfi við Hótel- og matvælasólann og þar innanhúss eru hugmyndir um þróun náms á sviði hótelstjórnunar en nú þegar hefur hafist kennsla í gestamóttökunámi.

Fyrirtækin í ferðaþjónustu, sem við störfum mikið með koma svo einnig til okkar með hugmyndir um nýjar námsleiðir og biðja okkur hreinlega um að setja þær á fót. Það má nefna einungis 2 dæmi, sem eru nám fyrir fararstjóra erlendis og nám fyrir verðandi landverði.

Það er því nóg, eins og þið sjáið af verkefnunum í framtíðinni. En hvernig mun okkur til takast?

Menntun í ferðaþjónustu er auðvitað ekki einkamál einstakra skóla eða einungis ríkisins. Það er atvinnugreinarinnar og einnig sveitarfélaganna að hafa áhrif á og móta stefnu með skólunum um það hvernig menntunin eigi að vera. Skólarnir þurfa á aðstoð þeirra að halda. Það er einnig atvinnugreinarinnar og annarra hagsmunaaðila að sjá til þess að starfsskilyrði batni t.d. að laun hækki.

Til þess að það takist verða þeir sem nú þegar starfa í greininni að viðurkenna nauðsyn náms og taka sjálfir þátt í símenntuninni og starfsþjálfuninni. Það eru mörg vandamálín sem skóli eins og okkar stendur frammi fyrir. Til að mynda er mikill skortur á íslensku námsefni um ferðamál og það er einnig skortur á kennurum eða leiðbeinendum sem hafa reynslu og þekkingu af ferðaþjónustu.

Endurmenntun og símenntun eru mjög viðurkennd hugtök í íslensku atvinnulífi í dag og við þurfum öll að tryggja það að ferðaþjónustan taki þátt í þeirri uppsveiflu. Skólarnir verða einnig að vinna saman og sérstaklega þarf að tryggja eðlilegt flæði og tengingu á milli mismunandi skólastiga. Ríkið og sveitarfélögin þurfa einnig að axla sína ábyrgð til að ná því sameiginlega markmiði að auka menntunina í greininni. Ef ferðaþjónusta á að dafna er nauðsynlegt að við séum samkeppnisfær og við erum það oft ekki hvað snertir þjónustu við ferðamenn.

Þrátt fyrir vandamálín, sem ég minntist á hér áðan er ég mjög bjartsýn á framtíðina og tel að á næsta áratug og svo áfram verði bylting í menntamálum ferðaþjónustunnar og að okkur muni takast að tryggja gæði og góða þjónustu í greininni. Eftir 10 ár héðan í frá mun vonandi enginn spurja, **hvað er menntun í ferðaþjónustu?**

Sigríður Þrúður Stefánsdóttir  
11. nóvember 2000

