

Uppbygging afþreyingar í ferðapjónustu til framtíðar

Ferðamálaráðstefna FMR
3.-4. október 1996.

Uppbygging afþreyingar í ferðaþjónustu til framtíðar

Inngangur

Opinberir aðilar skipa stóran sess í íslenskri ferðaþjónustu og er því hlutverk þeirra mjög mikilvægt þegar um samvinnu og samhæfingu er að ræða. Þessi samvinna milli stjórnsýslustiga og stofnana ríkisins er mjög nauðsynleg enda hafa þau mismunandi tengsl við ferðaþjónustuna.

Til þess að ná sem mestum árangri í ferðaþjónustu landsins í heild, þarf að eiga sér stað samhæfing og samstarf til þess að allir aðilar greinarinnar stefni að sama marki. Af sömu ástæðu er nauðsynlegt að samvinna sé fyrir hendi milli hins opinbera og einkaaðila.

Hluti af þessari samvinnu er sú stefnumótunarvinna sem ráðherra hefur látið fara fram að undanfögnu. Þetta er vinna sem að mínu mati hefur tekist vel, enda þótt ég hafi talið að til hennar þyrfti mun lengri tíma, svo að grunnur frekari vinnu stæði sem styrkustum fótum.

Í framhaldi af stefnumótunarvinnunni á vegum Samgönguráðuneytisins hafa bæjarfélög og svæði hafið sína eigin stefnumótun en einhver þeirra höfðu þegar unnið slíka heimavinnu og athuga því nú, hvernig hún samræmist heildarstefnumótun hins opinbera.

Í þessu erindi mun ég ræða almennt um skipulag og uppbyggingu út frá nokkrum atriðum, sem fram eru sett í stefnumótun ráðherra. Ég mun hins vegar ekki fara nánar út í uppbyggingu einstakra þátta á sviði afþreyingar, nema því aðeins að það tengist áhersluatriðunum sjálfum.

Skipulagning svæða í ferðaþjónustu.

Skipulagning í ferðaþjónustu skiptir sköpum fyrir alla áfangastaði, sérstaklega í nútíma rekstrarumhverfi sem er sibreytilegt. Satt er að sum svæði hafi blómstrað án nokkurrar meðvitaðrar skipulagningar, en mörg önnur svæði hafa þurft að þola alvarlegar afleiðingar þess að hafa ekki skoðað ítarlega og skipulagt til framtíðar almennar framkvæmdir, afþreyingu og viðburði og áhrif þeirra.

Skipulagning leiðir til þess að valið er milli mismunandi leiða í framkvæmdum. Í allri skipulagningu felast rannsóknir á framtíðinni. Einnig felst í henni markmiðasetning og takmark viðkomandi áfangastaða, sem aðrar stuðningsaðgerðir byggjast á.

Framboð afþreyingar hérlendis hefur aukist verulega síðustu ár enda þótt lítið hafi borið á því að hún hafi byggst upp skipulega frá upphafi.

Þarna kemur margt til. Frumkvæði einstaklinganna hefur reynst nægilegt eða jafnvel of mikið með tilliti til stöðu ferðaþjónustunnar nú og vinnu við framtíðar-

arskipulag hennar á hverju svæði um sig.

Fyrirtæki í afþreyingu hafa í allflestum tilfellum verið mjög smá í byrjun og hefur því ekki verið um stóra skelli að ræða við brotthvarf þeirra.

Þrátt fyrir engar eða litlar frumathuganir hafa frumkvöðlarnir ekki skaðast mikið, þegar í ljós kom að uppátæki þeirra hafði ekki rekstrargrundvöll í viðkomandi umhverfi.

Afleiðingar óskipulagðrar uppbyggingar.

Hvaða afleiðingar hefur það, ef svæði bera ekki fyrir sig skipulagningu í ferðaþjónustu?

Afleiðingarnar munu ekki láta á sér standa. Efnahagur og félags- og menningarlíf mun skaðast á svæðinu, auk þess mun það missa hlut sinn á markaðnum.

Ég er að tala um svæði, ekki bæjarfélög, ekki einstök fyrirtæki eða stofnanir, enda verður í upphafi að skoða heildarskipulagið út frá einstökum þáttum.

Þess vegna tel ég t. d. mjög mikilvægt í stefnumótunarvinnu Reykjavíkurborgar, að höfuðborgarsvæðið verði skoðað sem ein heild, þrátt fyrir hlutfallslega stærð borgarinnar.

Það er einnig nauðsynlegt fyrir fyrirtæki eða einstaklinga með hugmyndir, að kanna skipulag og framtíðarsýn svæðis og ríkis til þess að gera sér grein fyrir rekstrarumhverfinu og þar með framtíð fyrirtækis síns.

Dæmi um afleiðingar óskipulags í ferðaþjónustu eru fjölmörg og oft vel skráð, sérstaklega ef þau tengjast áhrifum á umhverfið.

Með afþreyingu í huga skulum við líta á nokkur þýðingarmikil stefnuatriði sem eru í niðurstöðum stefnumótunarvinnu samgönguráðuneytisins.

1. Afþreying búi við lög og reglur líkt og gerist með aðra atvinnustarfsemi. Þess verði gætt að uppbygging afþreyingar sé í fullri sátt við náttúru Íslands og gangi ekki á umhverfisarf komandi kynslóða.

Það er einmitt þessi skortur á umgjörð og reglum sem hefur gefið frumkvöðlum í afþreyingu innan ferðaþjónustunnar lausan tauminn.

Í hugum eða samræðum manna hefur komið upp hugmynd um afþreyingu, henni síðan ýtt úr vör án lítilla eða engra athugana.

Hér þarf alþingi að koma til með setningu laga og/eða reglna um rekstrarleyfi lögaðila. Með því móti mun verða krafist og hvatt til athugana og skipulagningar, auk þess verði krafist lágmarks hæfni aðila til rekstrar og þekkingar á því sviði sem reksturinn á að vinna að.

Lagasetning af þessu tagi mun einnig auka virkt eftirlit með rekstri í afþreyingu til jafns við annan rekstur.

Slíkar aðgerðir af hálfu hins opinbera munu hafa í för með sér að haldið verður aftur af ýmsum frumkvöðlum með góðar hugmyndir. Aðgerðirnar eru engu að síður nauðsynlegar með tilliti til heildarþátta ferðaþjónustunnar eins og t.d. gæða, upplýsinga og þekkingar á viðfangsefni afþreyingarinnar.

2. Stefna ber að því að nýta sérkenni náttúru Íslands og sérþekkingu Íslendinga á ýmsum sviðum í ferðaþjónustu og auka samvinnu á milli ferðaþjónustu og vísindamanna.

Ferðir tengdar rannsóknum og námsferðum í náttúruvísindum og á íslenskri menningu eru hluti af afþreyingu.

Ferðir af þessu tagi hafa þó á síðustu árum þróast og breyst í raunverulegar rannsóknarferðir. Innlendar stofnanir hafa einbeitt sér að því að fá til erlenda vísindamenn til eigin rannsókna, erlendir vísindamenn hafa í auknum mæli sótt um rannsóknarleyfi og nú síðast vegna þess að rannsóknir erlendra vísindamanna hérlendis eru ekki lengur háðar leyfum.

Hér er um að ræða mjög áhugaverða möguleika og hugmyndir sem vinna verður að í samvinnu æðri skóla og stofnana hins opinbera og ferðaþjónustunnar.

3. Ferðamenn geti sem víðast fengið nauðsynlegar upplýsingar í aðgengilegu formi og ferðalög verði gerð öruggari með notkun nýjustu upplýsingatækni.

Hvað upplýsingaþáttinn varðar, hefur víða verið pottur brotinn til þessa.

Bæði fyrirtæki í ferðaþjónustu og hið opinbera, eins og t.d. Ferðamálaráð, hafa þó unnið ótullega að útgáfu bæklinga og annars upplýsingaefnis, nú síðast uppbyggingu þess á Internetinu.

Það sem helst hefur skort hér er, að starfsfólkið sjálft í ferðaþjónustunni hefur ekki verið nægilega upplýst og þjálfað í upphafi starfsferils síns.

Þetta er eflaust vegna þess hve hinn almenni ferðamannatími á landinu öllu hefur verið stuttur og því stór hluti starfsmanna byggst upp á íhlaupafólki yfir sumartímann.

Þetta vandamál ferðaþjónustunnar hefur komið niður á allri upplýsingagjöf og um leið gæðum þjónustunnar.

Þessi skortur á starfsþjálfun í upphafi starfs hefur ekki hvað síst verið áberandi í afþreyingu.

Með tilkomu nýrra laga og/eða reglna hvað varðar kröfur um þekkingu þeirra, er ferðaþjónustu stunda, mun þessi þáttur upplýsingagjafar nálgast þær gæðakröfur sem verður að gera til nútíma ferðaþjónustu.

Einnig verður að bæta samhæfingu og samvinnu opinberra stofnana, eins og t. d. samgöngu- og utanríkisráðuneytis hvað varðar upplýsingaþáttinn.

Ég geri ráð fyrir að ekki séu til staðar upplýsingar um hversu oft er leitað upplýsinga um Ísland í gegnum sendiráð erlendis eða ræðismenn.

Þar eiga að vera til staðar fullnægjandi upplýsingar, sem þó reyndist ekki vera, eins og fram kemur í skírskotun til bókarinnar „Marketing Places“, frá 1993 eftir Philip Kotler o.fl. Þeir reyndu að afla upplýsinga um Ísland hjá aðalræðismanninum í Chicago.

Í bókinni segir, undir fyrirsögninni:

„Call the Consul to learn about the Place“

ICELAND

„The consul general of Iceland offered little information about his country. He attempted to be helpful, but there were few activities to report. He spoke in a dull monotone that dissuaded any further interest in the country“.

4. Stefnt skal að því að Ísland gegni forystuhlutverki á sviði umhverfisverndar og ferðaþjónusta í anda sjálfbærrar þróunar verði eflid, þannig að hér á landi verði rekin ferðamennska í sátt við land og þjóð. Tryggður verði frjáls aðgangur ferðamanna að öllu landinu en þess jafnframt gætt að rekstur og uppbygging á ferðamannastöðum spilli ekki náttúru landsins og umhverfi og að ferðamenn dreifist um landið til að minnka álag á einstaka staði.

Tvennt af því sem staðhæft er í stefnumörkun, og það réttilega, er að Ísland á að vera öruggt ævintýraland í augum útlendinga og þungamiðja ferðaþjónustu er talin vera náttúrutengd afþreying.

Okkur er hollt að skoða þessi tvö atriði í ljósi sex stefnuyfirlýsinga í kaflanum um helstu niðurstöður.

Þær eru:

- Ísland gegni forystuhlutverki í umhverfisvernd.
- Ferðaþjónusta verði í anda sjálfbærrar þróunar.
- Ferðaþjónustan verði í sátt við land og þjóð og ferðafólkið sjálft.
- Menn skuli hafa sem frjálstast aðgengi að landinu.
- Landi verði ekki spillt með ferðaþjónustu.
- Ferðamenn eiga að dreifast um landið.

Í raun vekja þessar sex stefnuyfirlýsingar mjög yfirgripsmiklar spurningar þegar hugtökin „örugga ævintýralandið“ og „náttúrutengda afþreyingin“ eru skoðuð nánar.

Hvað er það sem vernda þarf í umhverfinu? Lítt snortin víðerni og náttúra í sinni nöktustu mynd? Það er mín fyrsta ágiskun. Og þá hlýtur að þurfa að skoða vegalagningu, virkjanaframkvæmdir, byggingar, raflínur og rask, leiðarmerkingar og aðgengi.

Þessa þætti alla þarf að skoða afar vandlega með einhverjar athuganir í huga á ólíkum væntingum fólksins sem að miklum meirihluta kemur til landsins til náttúrutengdrar afþreyingar.

Hvað á að vernda? Hverju skal ekki spilt? Reitaskipt land aðeins með fáein hundruð ferkílómetra af nothæfum spildum til náttúru-, sögu- og menningar-skoðunar hefur enga sérstöðu í Evrópu - þannig er öll Evrópa.

Mun sjálfbær þróun í sinni ýrtrustu mynd setja skorður við ferðamennsku eins og við þekkjum hana í dag?

Hvað útlönd áhrærir mun hún hugsanlega leiða til færri ferðalaga með mikilli eldsneytisnotkun, ferðatími einstaklinga á mun afmarkaðra svæði en áður mun þá lengjast og kröfur um fræðslu og náttúru-, sögu- og menningarupplifun verða miklu meiri. Höfum við í raun leitt hugann að innihaldi hugmynda um ferðamennsku í anda sjálfbærrar þróunar?

Vera má að þær gjörbreyti ferðamynstrinu hér; slíkt þurfum við að sjá fyrir nú þegar og ákveða hversu langt við treystum okkur til að ganga í þeirri þróun .

Þegar rætt er um ferðamennsku í sátt við land og þjóð er spurt um viðmið. Skoðanir eru mjög skiptar um hvað er rétt og rangt í uppbyggingu.

Til dæmis er í einn stað rætt um fáeinar stórar hálendismiðstöðvar og ferðir þaðan um víðerni landsins, en í annan stað um stórar miðstöðvar við jaðar hálendisins og aðallega dagsferðir þaðan um uppbyggða vegi.

Hvor kostanna er í sátt við landið og í samræmi við markmið sem áður hefur verið minnst á?

Frelsi í aðgengi er alls ekki eins einfalt og það hljómar. Stórar landspildur eru í einkaeign og aðrar eiga að vera án mannvirkja. Hvernig ber þá að skilja markmiðið í niðurstöðunum?

Ég tel að það þurfi að skoða landið í heild og búa til eins konar aðgengisflokkun og muna þá að einmitt ferðamennirnir gera ólíkar kröfur. Bæði Kanada- og Bandaríkjamenn hafa takmarkað mjög aðgang ferðamanna að vissum hlutum þjóð- og ríkisgarða, þ.e.a.s þá hluta garðanna sem þeir kalla villta. Eins setja verndunarsjónarmið okkar sjálfra skorður á aðgengi. Dreifing ferðamanna um landið kallar á þó nokkra samhæfingu í fjárfestingum utan hefðbundnu staðanna og á sérstakt átak í fræðslu.

Hvernig leysum við þau verkefni?

Að lokum, fáein orð um sambengi í stefnumótun og úrræðum. Náttúrutengd afþreying í öruggu ævintýralandi og það á sjálfbærum nótum, hlýtur að setja okkur nokkur ljós verkefni ef grannt er skoðað, bæði á 40.000 ferkílómetra hálendi okkar og í byggð eða í nágrenni hennar.

Grunnbemað hlýtur að vera varðveisla víðernanna og meira en það; afturhvarf frá íturstu uppreitun og mannvirkjagerð, sem er ákvörðuð án sambengis við heildina - til varfærnislegrar landnýtingar, þar sem horft er bæði til framtíðar og til flókinna þarfa þeirrar heildar sem við köllum erlenda ferðamenn.

Auðvitað er nýunnin stefnumörkun í ferðaþjónustu skref í þessa átt en svörin við mörgum flóknustu spurningunum sem verkið vekur eru ekki komin fram.

Tilgangur skipulagningar ferðaþjónustu

1.

Að skilgreina hina ýmsu möguleika varðandi:

- Markaðsmál
- Þróun
- Skipulag greinarinnar
- Vitund um ferðaþjónustu
- Hina ýmsu þjónustu og afþreyingu

2.

Að vera viðbúi/n því óvænta varðandi:

- Almenn efnahagsskilyrði
- Stöðu eftirspurnar
- Lífsgildi og lífsstíl
- Aðra þætti í ytra umhverfi

3.

Að viðhalda hinu einstæða í tengslum við:

- Náttúrulegar aðstæður og auðlindir
- Staðbundna menningu og samfélagslegt mynstur
- Byggingarlist
- Minnismerki og kennileiti með sögulega þýðingu
- Staðbundna viðburði og starfsemi
- Almenningsgarða og íþróttamannvirki utanhúss
- Önnur sérkenni svæðisins

4.

Að búa til hið æskilega, t.d. varðandi:

- Sterkra vitund um kosti ferðaþjónustu
- Skýra og jákvæða ímynd svæðisins sem áfangastaðar ferðamanna
- Árangursríka skipulagningu starfsgreinarinnar
- Mikið samstarf meðal aðila í starfsgreininni
- Árangursríka markaðssetningu, vegvísa, merkingar og árangursríka upplýsingamiðlun
- Önnur markmið

5.

Að forðast hið óæskilega, t.d. varðandi:

- Spennu og óþarfa samkeppni milli einstakra aðila í ferðaþjónustu
- Fjandsamleg og óvinveitt viðhorf íbúa staðarins gagnvart ferðamönnum
- Skemmdir eða áæskilega röskun á náttúrulegu umhverfi og ásögulegum minjum
- Röskun á menningu staðarins
- Tapi á markaðshlutdeild
- Stöðvun á einstæðum, staðbundnum viðburðum og starfsemi
- Of miklu fjölmenni, átroðningi og umferðarvandamálum
- Mengun
- Lengd ferðamannatímans, of árstíðabundna viðburði
- Aðra þætti

Afleiðingar af óskipulagðri uppbyggingu

Hvað getur gerst ef ekki er tekið á skipulagningu ferðaþjónustu á tilteknum áfangastöðum?
Dæmin er mörg og oft vel skráð, sérstaklega þegar um er að ræða áhrif á umhverfið.
Í eftirfarandi lista getur verið að finna nokkur einkenni þess þegar skortur er á skipulagningu í ferðamennsku.

Áþreifanleg áhrif

- Skemmdir eða varanleg breyting á umhverfinu.
- Skemmdir eða varanleg breyting á sögulegum og menningarlegum kennileitum og auðlindum.
- Of mikill fjöldi ferðamanna.
- Umferðarvandamál.

Mannleg áhrif

- Slæmt aðgengi heimamanna að ýmiss konar þjónustu og afþreyingu, sem veldur gremju meðal heimamanna.
- Heimamönnum er illa við ferðamenn.
- Menningareinkenni tapast.
- Skortur á menntun starfsfólks í ferðaþjónustu varðandi almenna færni í greininni og gestrisni.
- Heimamenn eru ekki nægilega meðvitaðir um kosti ferðaþjónustu.

Markaðsleg áhrif

- Vannýtt sóknarfæri í markaðsmálum.
- Markaðshlutdeild minnkar vegna framkvæmda samkeppnisaðila.
- Þekkingarskortur á helstu markhópum.
- Óskýr ímynd áfangastaðarins á mögulegum markaðssvæðum..
- Skortur á sameiginlegu auglýsingastarfi einstakra rekstraraðila.
- Vannýttir afþreyingarmöguleikar í alferðum..

Skipulagsleg áhrif

- Markaðsaðgerðir og almenn þróun í ferðaþjónustu er of tilviljunarkennd.
- Samstarf vantar meðal einstakra fyrirtækja í atvinnugreininni.
- Hagsmunir aðila í atvinnugreininni ekki nægilega vel kynntir.
- Ónægur stuðningur frá opinberum aðilum á áfangastaðnum.
- Ekki er brugðist við í mikilvægum málefnum, vandamálum og tækifærum sem fyrirtæki í ferðaþjónustu eiga sameiginleg.

Önnur áhrif

- Ófullnægjandi aðgerðir varðandi merkingar og vegvísa.
- Skortur á afþreyingu og viðburðum.
- Stuttur ferðamanna- og dvalartími.
- Slæm eða versnandi gæði aðstöðu og þjónustu.
- Upplýsingaþjónusta fyrir ferðamenn er ófullnægjandi.

Afþreying og tengsl við markaðinn

Dæmi um lífið strandsvæði í USA

			Núverandi markaður				Æskilegur markaður				Mögulegur markaður					
			Þróunarmöguleikar				Æskilegur markaður				Mögulegur markaður					
			Stöðumillinn	Svæðismillinn	Landa	Alþjóðleg	Stöðumillinn	Svæðismillinn	Landa	Alþjóðleg	Stöðumillinn	Svæðismillinn	Landa	Alþjóðleg		
Náttúrulegar auðlindir	AFÞREYINGARMÖGULEIKAR															
	Afþreyingarmöguleikar á vatni	Batsferðir	Siglingar	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
			Hraðbataferðir	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
			Seglbrettaferðir á is	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
			Kanóferðir	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
	Afþreyingarmöguleikar á landi	Fiskveiði	í ám/vötnum	✳	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
			Dorgveiði á is	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		Sundtæð þufabæð		✳	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
		Vatnaskíði		✳	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
		Köfun		✳	○	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
		Skíðaiðkun	Alpagreinar	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
			Gönguskíði	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	○	○	
		Veðar	Stórgripaveiðar	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
			Smádyraveiðar	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
			Vainafuglaveiðar	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		Útilega	í bíl	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
			í öbyggðum	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	Bakpoksaferðalag	Dagsferðir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		Langferðir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		Ferð á snjóþrúgum	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Klettaklúfur																
Hellasstöðun																
Skógarferð																
Sumarstöðvæðing																
Snjóskíðing																
Hjólfreiðar																
Hestaferð																
Afþreying á landi og vatni	Náttúruskoðun															
	Steinasöfnun o.þ.h.		✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
	Ljósmyndun máltun		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
Afþreying „í lofti“	Svífðrekafug															
	Loftbelgjaflug															
	Svíflflug															
Manngerðar og stýranlegar auðlindir	Afþreying tengd náttúru	Þjóðgarðar og útivist	Þjóðgarðar	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
			Vernudæ svæði	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		Vernudæ svæði villtra dýra	Önnur útivistarsvæði	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Sérstök veðisvæði	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	Afþreying tengd sögu	Sögulegir staðir	Þjóðbundnir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Svæðisbundnir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Staðbundnir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		Forvitnulegar fornleifar	Til staðar													
	Afþreying tengd menningu	Þéttbýli svæði	Borgir og bæir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			verndarsvæði þjóðflokka	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
		Menning	Sýningar/hátíðir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Handrit/viðburðir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	Afþreying, skemmtun og þjónusta	Gisting	Hótel, gistingu- og bústaðir	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Sumarleyfistæðir													
			Skíðasvæði													
			Sæðyrasafn	✳												
		Ferðir og tengiferðir	Ráðstefnumiðstöðvar													
			í lofti	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Jambrautir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
			Skip/bátar	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Afþreying og skemmtun		Bílfreiðar (mótorbíllar, þ. e. eiga. önskið)	✳	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
		Skíðasvæði-Alpagreinar														
		Skíðasvæði-Gönguskíði	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
		Smábátahöfn	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
Gölfvöllir	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			
Tjald- og húsbíllsvæði	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			
Báttrendur	○															

Þróunarmöguleikar

- Mikill þróunarmöguleikar, núverandi og/eda mögulegir
- ✳ Hóflægir þróunarmöguleikar, núverandi og/eda mögulegir
- Takmarkaðir þróunarmöguleikar, núverandi og/eda mögulegir
- Engir þróunarmöguleikar.

Núverandi markaður

- Mikill notkun/eftirspurn
- Takmarkað notkun/eftirspurn
- Engin notkun/eftirspurn

Æskilegur markaður

- Mikill vilji til þróunar
- Takmarkaður vilji til þróunar
- Enginn vilji til þróunar

Mögulegur markaður

- Mikill markaðsmöguleikar
- Lítill markaðsmöguleikar
- Engin markaðsmöguleikar

Höfundar: Morrison og Mill, The Tourism System, 1992

Mat á eiginleikum „ferðamannavænna“ áfangastaða

Ekki er fyrir hendi nein viðurkennd leið til að mæla hve ferðamannavænir áfangastaðir eru. Hér eru hins vegar 10 spurningar sem geta gefið ákveðnar vísbendingar. 10 stig fást fyrir hvert jákvætt svar og 60 stig þarf til að ná prófinu. Allt þar fyrir neðan er ávísun á vandræði.

1. Eru upplýsingamiðstöðvar á helstu leiðum til sveitarfélags þíns eða áfangastaðar (eftir vegi, á sjó, í lofti) eða eru fyrir hendi upplýsingar um hvernig best megi nálgast upplýsingar um staðinn þinn.
2. Ef helsta leiðin til staðarins er í gegnum flugstöð, eru þá helstu upplýsingar um bæjarfélagið fánlegar þar (t.d. gistimöguleikar, upplýsingabás fyrir ferðamenn, myndræn skilaboð um helstu staði, listi yfir viðburði og hvað er hægt að gera, sérhæfðar upplýsingar fyrir eldri borgara, útlendinga, fjölskyldur o.s.frv.)?
3. Fá þjónustuaðilar við ferðafólk einhverja þjálfun (leigu- og rútbílstjórar, starfsfólk flugfélaga, upplýsingamiðstöðva, starfsfólk á ferðaskrifstofum)? Er fyrir hendi einhverskonar gæðakerfi sem fylgist með þjónustu fyrrnefndra aðila?
4. Ef hótél og gistihús staðarins eru sjónvarpskerfi í húsnæðinu, veitir það þá upplýsingar um viðburði, áhugaverða staði, veitingastaði o.þ.h.
5. Er ákveðinn aðili eða samtök ábyrg fyrir viðskiptum við ferðamenn og eru opinberir sjóðir notaðir í þágu þessa?
6. Hafa þessir aðilar og/eða samtök gert markaðskönnun um gestkomandi og er hún notuð í markaðsaðgerðum þeirra?
7. Sjá aðilar í ferðaþjónustu ferðamönnum fyrir helstu þörfum þeirra (tungumálakunnátta, leiðbeiningar, sérstök áhugamál, það sem má og ekki má o.s.frv.)?
8. Eru gistimöguleikar fyrir hendi sem mæta helstu væntingum og þörfum ferðamanna (verð, stærð, aðstaða, aðgangur að helstu áhugaverðum stöðum o.s.frv.)?
9. Er auðvelt að nálgast áhugaverða staði og viðburði og er það á „eðlilegu“ verði?
10. Tekur staðurinn vel á móti gestum og fá þeir góða þjónustu (opnunartími verslana, greiðslukortaviðskipti, tungumálakunnátta, skýrar merkingar og vegvísar, umferðarmenning, bílastæði, almenn opinber þjónusta)?