

STEFNUMÓTUN Í FERÐAÞJÓNUSTU Í REYKJAVÍK

STEFNUMÓT



VIÐAUKI
VINNUGÖGN VINNUHÓPA

Hér á eftir er að finna niðurstöður einstakra vinnuhópa. Vakin skal athygli á því að hér er um að ræða óbreytt vinnugögn hópanna, sem stefnumótun síðan byggir á:

Starfshópur um: Framtíðarsýn

Inngangur

Hér á eftir birtast niðurstöður vinnuhóps um framtíðarsýn í ferðaþjónustu í Reykjavík. Hópur þessi hafði nokkra sérstöðu í verkefninu, þar sem hann fór ekki í gegnum hið hefðbundna vinnuferli stefnumótunar, heldur hittist nokkrum sinnum til að ræða vítt og breitt um framtíð ferðaþjónustunnar í Reykjavík og hvað beri einkum að leggja áherslu á við uppbyggingu og markaðssetningu.

Meginmarkmið

Tekjur ferðaþjónustu í Reykjavík aukist tvöfalt hraðar fram til ársins 2002 en á tímabilinu 1990 - 1995 með því að laða til borgarinnar:

1. Efnaameiri og
2. athafnasamari ferðamenn sem vilja afþreyingu og þjónustu.

Unnið verði undir kjörorðinu: "Reykjavík - heilsa og kraftur".

Tillögur um aðgerðir

Auka hefðbundna ferðaþjónustu í borginni.
Auka fjölbreytni í virkri afþreyingu.
Efla ráðstefnuaðstöðu.
Efla samstarf þjónustuaðila á þessum sviðum.
Kynna þjónustuna innanlands og erlendis.

Skírskotað verði til:

Umhverfis og útiveru, sunds, skokks, hestamennsku og sjóferða.
Akstursíþróttta, vélsleðaferða, stangveiði og skotveiði á sjó og landi.
Heilsu og heilsuþótar, leirbaða og nudds, mataræðis og náttúrulyfja.
Verslunar og markaða, matstaða og næturlífs, menningar og lista.

Hlutverk Reykjavíkurborgar er að:

Skipuleggja landnýtingu með tilliti til ofangreindra sjónarmiða.
Fá borgarstofnanir til að taka þátt í þróuninni.
Stuðla að samvinnu skyldra þjónustuaðila á þessum sviðum.
Auðvelda þjónustuaðilum að koma sér upp aðstöðu og bæta hana.
Efla sameiginlega markaðssetningu undir ofanskráðum kjörorðum.

Þróunarsvæði verði m.a.:

Heiðmörk og Hólmsheiði, m.a. útivera, göngur, skokk og hestar.
Reykjanesfölkvangur, m.a. Bláa lónið og gönguleiðin Reykjavegur.
Nesjavellir, m.a. heilsulind, leir, nudd, sund, göngur, hestar, vélsleðar.
Sandgryfjur og melar í nágrenni borgarinnar fyrir akstursíþróttir.
Miðborgin fyrir sérverslanir, kaffihús, veitingahús, menningu og listir.

Flestir ferðamenn fara um Reykjavík og byggjast sóknarfæri borgarinnar á:

Nálægð við óvenjulega og spennandi, hreina og heilsuhvetjandi náttúru.
Orðspori sem hreinnar og ómengaðrar borgar.

Starfshópur um: Kynningu, sölu og markaðssetningu

Framtíðarsýn

Á upplýsingaöld þarf Reykjavíkurborg að geta mætt kröfum markaðarins um áhugavekjandi, áreiðanlegar og aðgengilegar upplýsingar um alla þætti ferðapjónustu í borginni. Nauðsynlegt er að upplýsingar þessar styðji og styrki þá ímynd sem borgin kys sér.

Reykjavíkurborg þarf að nota áhrifaríkustu boðmiðlana hverju sinni til að ná athygli ólíkra markhópa á fyrirfram ákveðnum markaðssvæðum.

Meginmarkmið

Að meginþungi í kynningarstarfi borgarinnar lendi á fyrirfram ákveðnum og afmörkuðum markaðssvæðum.

Að meginþungi kynningarstarfs miði að því að laða til landsins ferðamenn utan háannar.

Að nýta allar leiðir, hefðbundnar sem nýjar, til að koma upplýsingum á framfæri við skilgreindan markhóp.

Að upplýsingar sem Reykjavíkurborg byggir kynningarstarf sitt á séu ávallt réttar.

Að ytri umgjörð kynningarefnis Reykjavíkurborgar verði samræmt og einsleitt og gefi rétta mynd af þeirri ímynd sem Reykjavík vill byggja á.

Að árangur af kynningarstarfi sé mældur reglulega og nái alltaf því marki að helmingur markhóps á markaðssvæði víti um möguleika Reykjavíkurborgar sem ferðamannastaðar.

Tillögur um aðgerðir

Reykjavíkurborg leggi aðaláherslu á að beina kynningu að áfangastöðum flugfélaga sem fljúga til Íslands og beiti sér jafnvel fyrir vali þeirra á áfangastöðum.

Reykjavíkurborg einblíni á 2 - 4 áfangastaði á hverju ári og sinni hverjum áfangastað að lágmarki þrjú ár.

Reykjavíkurborg tali beint til söluaðila erlendis í sínu kynningarstarfi en treysti minna á milliliði.

Reykjavíkurborg standi fyrir, hvetji til og kynni ýmsar uppákomur til að draga ferðamenn til borgarinnar, s.s. menningarhelgi, áramót, íþróttaviðburði skv. niðurstöðum annarra vinnuhópa.

Reykjavíkurborg noti þá boðmiðla á hverjum stað sem taldir eru henta best hverjum markhópi og nái þannig sem mestri athygli miðað við kostnað. Huga þarf bæði að beinni og óbeinni kynningu í því sambandi.

Reykjavíkurborg geri í upphafi hvers árs áætlun um hvernig ráðstafa skuli því fjármagni sem ætlað er til kynningarmála. Jafnframt skal liggja fyrir þriggja ára áætlun, þannig að ljóst sé tímanlega hvaða viðbótarfjármagn borgin þarf að útvega til átaksverkefna.

Reykjavíkurborg leiti leiða til að fá fjárhagslegan stuðning þeirra aðila, sem hagsmuni hafa af því að auka fjölda ferðamanna í Reykjavík, til að auka ráðstöfunarfé til kynningarmála.

Reykjavíkurborg kanni þekkingu markhópsins á hverjum stað í Reykjavík sem ferðamannastaðar í upphafi átaks og síðan árlega til að meta árangur af kynningarstarfinu. Reykjavíkurborg nýti sér þær upplýsingar til að beina kynningarstarfi sínu í rétta miðla og til að efnisleg áhersla sé rétt.

Unnð verði að því að samræma útlit á kynningarefni Reykjavíkurborgar, þannig að það gefi heilsteypa mynd af því sem helst telst draga ferðamenn til borgarinnar, þó þannig að efnið geti höfðað til mismunandi markhópa.

Reykjavíkurborg skilgreini hlutverk sit við upplýsingaöflun og setji sér markmið þar að lútandi. Upplýsingaefni borgarinnar skal yfirfarið og uppfært reglulega.

Starfshópur um: Borgarstofnanir

Framtíðarsýn

Árið 2002 verði Reykjavík þekkt sem hreinasta höfuðborg Evrópu jafnframt því að vera menningarborg með stórbrotna náttúru á næsta leiti.

Reykjavík verði þekkt sem spennandi aðdráttarafl og heilsársáfangastaður.

Markmið

Stofnanir borgarinnar taki höndum saman um að gera Reykjavík að hreinustu höfuðborg Evrópu.

Reykjavík bjóði upp á fjölbreytt söfn, náttúru og menningu, sem laði að sér ferðamenn. Áhersla verði lögð á að kynna sögu Reykjavíkur.

Reykjavík verði kynningarmiðstöð náttúrulegra orkugjafa og lýsandi dæmi fyrir þá orku sem borgin notar.

Menningarstarf og söfn í Reykjavík verði efl.

Unnið verði að því að lengja dvöl ferðamanna í borginni.

Markhópar verði skilgreindir með tilliti til heilsársferðaþjónustu.

Reykjavík verði þekkt sem ráðstefnuborg.

Innra skipulag Reykjavíkur verði aðlagð þörfum ferðamanna.

Aðgengi fatlaðra verði tryggt hjá stofnunum borgarinnar.

Unnið verði að því að auka menntun starfsfólks í ferðaþjónustu.

Komið verði á lagginnar sjálfstæðri markaðsskrifstofu ferðaþjónustunnar í Reykjavíkurborg.

Borgarstofnanir taki tillit til ferðaþjónustu við skilgreiningu á starfsemi sinni.

Unnið verði að því að tengja atvinnuvegi borgarinnar betur við ferðaþjónustu.

Reykjavík verði miðstöð skemmtiferðaskipa í Norður-Atlantshafi hvað varðar aðstöðu, afþreyingu og fróðleik.

Leiðir að markmiðum

Stofnunum borgarinnar verði kynnt þau viðmið sem þarf til að Reykjavík verði hreinasta borg Evrópu.

Stofnanir borgarinnar sameinist um að koma upp safni/kynningarmiðstöð náttúrulegra orkugjafa.

Leitað verði allra leiða innanlands sem erlendis til fjármögnunar safna.

Borgaryfirvöld hafi forgöngu um kynningu á söguþjóðinni og sögu víkinganna.

Borgarstofnanir vinni saman að því að auka fjölbreytileika í afþreyingu og hreyfingu og lengja þannig dvöl ferðamanna.

Tryggja þarf að kynningarefni um aðstöðu og afþreyingu í Reykjavík verðibæði á íslensku og a.m.k. einu erlendu tungumáli.

Aðgengi fatlaðra verði tryggt.

Skipaður verði "ferðamálafulltrúi" á hverri borgarstofnun.

Leiðir fyrir einstakar stofnanir

(hér eru nokkar stofnanir teknar sem dæmi og fyrirmynd um leiðir):

Hitaveita Reykjavíkur:

Hitaveita Reykjavíkur leggi til tæknipekkingu og fjármagn fyrir sínum hluta að kynningarmiðstöð náttúrulegra orkugjafa.

Hitaveita Reykjavíkur endurskoði aðgengi fatlaðra í húsnæði sínu.

Þær deildir Hitaveitu Reykjavíkur, sem með einhverju móti tengjast ferðaþjónustu, vinni að því að þjálfa og mennta starfsfólk. Athuga hvort ekki þyrfti að tengja þetta öllu fyrirtækinu.

Hitaveita Reykjavíkur skilgreini hlutverk sitt m.t.t. ferðaþjónustu í samvinnu við eiganda.

Hitaveita Reykjavíkur taki þátt í með öllum ráðum að gera Reykjavíkurborg að hreinustu höfuðborg Evrópu.

Hitaveita Reykjavíkur stuðli að betri tengingu milli ferðaþjónustu og atvinnulífs, t.d. með skoðunarferðum að Nesjavöllum.

Hitaveita Reykjavíkur skilgreini þjónustu sína gagnvart ferðamönnum með tilliti til heilsárs- ferðaþjónustu.

Reykjavíkurhöfn:

Reykjavíkurhöfn verði leiðandi í því að kynna Norður-Atlantshafið sem skemmtisiglingasvæði ("cruise svæði"), þ.e. Atlantshafseyjarnar Grænland, Ísland og Færeyjar.

Efla samtökin "Cruise Reykjavik", sem eiga stöðugt að vinna að því að kynna Reykjavík sem góðan viðkomustað, þar sem öll þjónusta er fyrir hendi.

Samstarf við aðrar hafnir á Íslandi er mikilvægt og einnig nágrannalöndin.

Stöðugar endurbætur á hafnarmannvirkjum til þess að geta tekið á móti stöðugt stærri skipum.

Borgarskipulag Reykjavíkur:

Borgarskipulag taki þátt í að ákveða staðsetningu og umhverfi á sögusafni.

Borgarskipulag taki þátt í gerð margvíslegra korta, s.s. álfakorta.

Borgarskipulag verði ráðgefandi um staðsetningu og fagurfræðileg atriði við uppbyggingu kynningarmiðstöðvar náttúrulegra orkugjafa.

Borgarskipulag bjóði upp á kynningu og skoðunarferðir, þar sem gerð er grein fyrir skipulags- og byggingalistasögu Reykjavíkur.

Innra skipulag Reykjavíkur verði aðlagð fjölgun ferðamanna. Hér kemur skipulags- og umferðarnefnd inn í, þar sem þar eru teknar ákvarðanir um t.d. staðsetningar á þjónustustofnunum og umferðarkerfi borgarinnar.

Árbæjarsafn:

Safnið hafi frumkvæði að því er varðar kynningu á sögu Reykjavíkur.

Bæta markaðssetningu með því að ráða markaðsfulltrúa til safnsins.

Símenntun leiðsögumanna Árbæjarsafns með tilliti til ferðamanna.

Gera vandaða sýningu um sögu Reykjavíkur með ferðamenn í huga.

Bæta merkingar á sýningum á erlendum tungumálum.

Auka opnunartíma á veturna.

Standa að kynningu á byggingarlist.

Standa að kynningarferðum á söguslóðir.

Bæta aðgengi fatlaðra um sýningarsvæðið.

Kjarvalsstaðir / Safn Ásmundar Sveinssonar:

Bæta merkingar á sýningum og gæta þess að þær séu á ensku og íslensku.

Bjóða upp á leiðsögn um sýningar safnsins fyrir ferðamenn.

Bæta og auka markaðssetningu safnanna.

Aðlaga bóka- og kortaútgáfu sem og aðra framleiðslu safnsins að þörfum erlendra sem innlendra ferðamanna, svo og vöruúrval safnverslunar.

Merkja söfnin betur að utanverðu.

Aðlaga sýningar yfir ferðamannatímamann að væntingum ferðamanna, t.d. með því að gæta þess að ávallt sé hægt að sjá gott úrval af verkum Kjarvals yfir ferðamannatímamann.

Opnunartími safnanna verði lagaður að þörfum ferðamanna.

Bæta bækling safnsins.

Stuðla að því að bæði söfnin verði hluti af skoðunarferð um Reykjavík hjá sem flestum ferðaskrifstofum.

Tryggja að upplýsingar um sýningar safnsins og sú þjónusta sem það hefur upp á að bjóða komist til þeirra aðila sem miðla þeim til erlendra ferðamanna.

Strætisvagnar Reykjavíkur:

SVR aðlagi merkingar (á skipti- og biðstöðvum) að þörfum ferðamanna.
 Bæta þekkingu samstarfsaðila (t.d. hvað varðar safnarútu).
 SVR efla samvinnu við aðila í ferðaþjónustu.
 Upplýsingagjöf verði bætt.
 Þekking/tungumálakunnátta starfsfólks verði bætt.

Bílastæðasjóður:

Bílastæðasjóður noti alþjóðlega staðla við merkingar á bílastæðahúsum.
 Almenningsalerni í bílastæðahúsum verði kynnt ferðamönnum.
 Bæta upplýsingar til útgáfu- og kynningaraðila.
 Stuðlað verði að nægu framboði hentugra bílastæða.

Vatnsveita Reykjavíkur:

Vatnsveita Reykjavíkur vinni að því að mennta og þjálfa starfsfólk til að kynna stofnunina, sögu hennar, umfang og tilgang fyrir gestum.
 Vatnsveita Reykjavíkur taki þátt í því með öllum ráðum að gera Reykjavík að hreinustu höfuðborg Evrópu.
 Vatnsveita Reykjavíkur endurskoði og taki tillit til aðgengis fatlaðra á athafnasvæði sínu.
 Vatnsveita Reykjavíkur stuðli að betri tengingu milli atvinnulífs og ferðaþjónustu með skoðunarferðum um athafnasvæði Vatnsveitunnar, um Heiðmörk og Gvendarbrunna.
 Vatnsveita Reykjavíkur skilgreini þjónustu sína gagnvart ferðamönnum.

Meningarmiðstöðin Gerðuberg:

Hlutverk menningarmiðstöðvarinnar verði skoðað með tilliti til ferðaþjónustu.
 Merkingar verði bættar innanhúss og utan.
 Útgáfa kynningarefnis verði bætt, bæði á íslensku og a.m.k. einu erlendu tungumáli.
 Lögð verði áhersla á að kynna þá aðstöðu sem fyrir hendi er í Gerðubergi fyrir ráðstefnur, fundi og námskeið.
 Í kynningu verði lögð áhersla á nálægð Gerðubergs við útivistarsvæði borgarinnar.
 Unnið verði að því að bæta umhverfi hússins með tilliti til fatlaðra og með bættri tengingu við útivistarsvæðið í Elliðaárdal.
 Opnunartími verði skoðaður með tilliti til ferðamanna. Einnig verði athugað hvort einstakir menningarviðburðir á vegum hússins þurfi að vera sérstaklega lagaðir að þörfum ferðamanna.
 Tryggt verði að upplýsingar um menningarviðburði og aðra starfsemi hússins komist til þeirra aðila sem miðla þeim til erlendra ferðamanna.

Íþrótt- og tómstundaráð Reykjavíkurborgar:

Eftirfarandi markmið verði höfð að leiðarljósi:
 Gera starfsmenn hæfari varðandi móttöku og þjónustu við ferðamenn.
 Útgáfa kynningarefnis verði betur aðlöguð ferðamönnum.
 Efla kynningu og þjónustu á þeim starfsstöðum sem hvað mest sinna þjónustu við ferðamenn, s.s. tjaldstæðum, sundstöðum og Fjölskyldu- og húsdýragarði.
 Taka þátt í sameiginlegum kynningum og uppákomum með öðrum stofnunum borgarinnar, svo og félögum, samtökum og fyrirtækjum sem tengjast ferðaþjónustu.
 Efla samstarf við vinabæi og höfuðborgir á Norðurlöndunum.
 Taka þátt í og efla tengsl og samskipti ungs fólks, s.s. Eurodesk, Ungt fólk í Evrópu o.fl.
 Efla tengsl við faghópa erlendis sem starfa við frístundir og ferðamál.

Starfshópur um: Verslun og viðskipti

Inngangur

Fram til þessa hefur verslun við ferðamenn einkum verið bundin við minjagripi. Ljóst er að hægt er að auka hlut verslunar í ferðþjónustu verulega með því að leggja áherslu á almenna verslun, s.s. sérvöru (t.d. fatnað), matvöruverslun o.fl. Á vegum verskefnisstjórnar Stefnumóts 2002 var myndaður vinnuhópur um verslun og viðskipti. Vinnuhópurinn hélt sex fundi hjá Atvinnu- & ferðamálastofu Reykjavíkurborgar, frá 18. apríl til 7. júní 1996. Hópurinn naut góðs af skýrslu um stefnumótun í íslenskri ferðþjónustu sem unnin var á vegum Íslenskrar verslunar fyrir samgönguráðuneytið í febrúar 1996.

Núverandi staða

Hagstofa Evrópusambandsins hefur reiknað út að ferðamannaverslun nemi um 24% af heildartekjum í ferðamannþjónustu í Evrópu. Ferðamannaverslun hér á landi er hins vegar mun minni en víða í Evrópu, því árið 1995 námu heildartekjur af ferðamönnum hér 18,7 milljörðum króna og þar af var ferðamannaverslun 2 - 2,5 milljarðar, eða 10 - 13%. Það er því líklegt að hægt er að auka þátt ferðamannaverslunar og um leið heildartekjur af ferðamönnum ef vel er að málum staðið.

Í nágrannalöndunum er ferðamannaverslun að 2/3 í öðru en minjagripum. Á Íslandi hefur hins vegar verið lagt ofurkapp á að selja ferðamönnum ýmiss konar minjagripi og þjóðlegar vörur, en minni áhersla lögð á að kynna almenna verslun. Í Reykjavík er fjölbreytt úrval sérverslana og "merkjavara" er tiltölulega ódýr miðað við það, sem er erlendis. Lítið eða ekkert hefur verið gert í því að kynna og selja ferðamönnum listmuni og íslenska hönnun. Ímynd landsins, þ.e. hreinleiki, hefur auk þess ekki verið nægilega nýttur, t.d. í verslun með matvöru og ýmiss konar heilsuvörur.

Innri greining

Veikar hliðar:

Ímynd Reykjavíkur sem verslunarborgar er léleg.
Aðkoma í báðum flugstöðvum er léleg.
Hraðbankar tæmast um helgar.
Afgreiðslutími banka og verslana er óhagstæður ferðamönnum.
Fleiri almenningssíma og salerni vantar.
Samskipti ferðþjónustu og verslunar litil.
Skipafarþegar/áhafnir versla lítið.
Stuttur dvalartími ferðamanna í Reykjavík.
Verslun og verslunarsvæði eru illa kynnt.
Ferðamenn versla lítið í söfnum.
Bágborin aðstaða fyrir rútur í miðbænum.

Sterkar hliðar:

Fjöldi ferðamanna fer vaxandi.
Í Reykjavík eru glæsilegar verslanir.
Verslunarmenn veita góða þjónustu.
Tungumálakunnátta starfsmanna er góð.
Gott úrval þekkrar merkja- og lúxusvöru.
Ferðamenn eru reiðubúnir til innkaupa.
Innra skipulag er gott.
Húsnæði er nægilegt.
Verslun er á afmörkuðum svæðum.
Nægilegt opið rými er í borginni.
Næg og ódýr bílastæði eru til staðar.
Úrval sérverslana hefur aukist.

Skýringar:

Lítið fjallað um verslun í ferðamannabæklingum.
Verslun í flugstöð er fábreytt og illa kynnt.

Verslanir og bankar eru lokaðir á kvöldin og um helgar.

Sérstaklega hefur skort á að kynna verslun fyrir áhöfnum.

Hvorki getið í ferðabæklingum né merkt inn á bæjarkort.
Vöruúrval í söfnum er einhæft.

Skýringar:

Því þarf ekki að fara langar vegalengdir.
Tækifæri fyrir fjölbreytt götulíf.

Ytri greining

Ógnanir:

Hátt verðlag á víni og bjór.
Hár VSK (hátt verð á verðmiðum).
Komuverslun í Keflavík.
Hátt verðlag skaðar ímyndina.
Álagning á tollum og vörugjöldum er handahófskennd.
Skattaumhverfi er óhagstætt.
Ferðamenn hafa ranga mynd af verðlagi.

Tækifæri:

Vaxandi markaður.
Ýmis tækifæri eru ónýtt.

Meðalverslun er lægri en í öðrum löndum.
Auka má verslun í ýmsum vöruflokkum.
Markaðssetja má Reykjavík sem verslunarborg.
Aukin menntun verslunarfólks.
Markaðssetning á Tax Free.

Skýringar:

Dregur úr verslun í Reykjavík.

Bjór og hamborgarar eru oft notaðir til viðmiðunar á verðlagi og þetta er dýrt hér.

Skýringar:

Aukinn fjöldi ferðamanna.
Hægt er að auka verslun, í Reykjavík eru yfir 180 þús. ferðamenn.
Hvatning til þess að gera betur.
Þetta gildir m.a. um tiskuvörur og íslenska hönnun.
Þetta gildir jafnt fyrir íslenska sem erlenda ferðamenn.
Sbr. braut í Borgarholtsskóla.

Framtíðarsýn

Árið 2002 hafi Reykjavík sterka ímynd sem verslunarborg í hugum ferðamanna. Sérstaða íslenskrar vöru verði kynnt rækilega og tengd við ímynd lands og borgar. Einnig verði lögð ríkari áhersla á fjölbreytt vöruúrval, s.s. fatnað (t.d. merkjavöru), listmuni, heilsuvörur og fleira. Við kynningu verði ferðamönnum auk þess bent á að verðlag sé hagstætt vegna endurgreiðslu virðisaukaskatts. Við innri uppbyggingu verði hugað sérstaklega að þjálfun starfsfólks, einkum þeim þætti sem snýr að þjónustu og tungumálakunnáttu. Afgreiðslutími verslana verði lagaður að þörfum ferðamanna og þeir fái öruggar upplýsingar um verslun í borginni (t.d. með útgáfu "shopping map").

Meginmarkmið

Að velta í ferðamannaverslun í Reykjavík aukist úr 1,6 milljörðum króna árið 1995 í 4,4 milljarða árið 2002. Með því verður hlutur verslunar í ferðajónustu sambærilegur ferðamannaverslun í Evrópu. Að 150-200 ný störf verði til á tímabilinu vegna verslunar ferðamanna.

Tillögur um aðgerðir

Útbúið verði kynningarefni um möguleika í verslun á a.m.k. fjórum tungumálum.
Gott myndband um Reykjavík verði gert (það t.d. sýnt í Kynnisferðarúttunni).
Borgaryfirvöld stuðli að því að stofna ein miðbæjarsamtök og svæðasamtök á öðrum svæðum.
Reykjavík verði kynnt sem verslunarborg í flugstöðvunum (Keflavík/Reykjavík).
Staðsetning hraðbanka og gjaldeyrisskiptistöðva verði kynnt betur.
Skipulag borgarinnar taki mið af þörfum verslunar hvað varðar bílastæði, salerni og síma.
Möguleikar á verslun í borginni fyrir áhafnir skemmtiferðaskipa verði kynntir betur.
Starfsumhverfi verslunar verði bætt, t.d. með niðurfellingu sérstakra skatta á verslun.
Áhersla verði lögð á aðra vöru en hefðbundna ferðamannavöru, sérstaklega í ljósi þess að ferðamannaverslun í nágrennalöndunum er að 2/3 í öðru en minjagripum.
Hvatningarverðlaunum fyrir framúrskarandi þjónustu við ferðamenn verði komið á.
Komið verði á samráðsfundum verslunarinnar og aðila í ferðajónustu.
Námsflokkar Reykjavíkur bjóði upp á nám fyrir starfsfólk verslana, t.d. í tungumálum.

Lokaorð

Ljóst er að ferðamannaverslun á Íslandi er hlutfallslega minni en í mörgum nágrennalöndum okkar. Ferðamenn hafa ekki þá mynd af Reykjavík að hún sé góð verslunarborg, jafnvel þótt borgin státi af fjölbreyttum og

glæsilegum verslunum sem veita góða þjónustu. Afgreiðslutími banka og verslana fer að mörgu leyti illa saman við ferðaþjónustu í Reykjavík, sem byggir talsvert á dagsferðum út frá borginni. Ýmis sóknartækifæri eru þó fyrir hendi og líklegt er að hægt sé að auka ferðamannaverslun með því að beina henni í aðra farvegi en hina hefðbundnu minjagripasölu.

Starfshópur um: Menningu / "andann"

Inngangur

Flesta ferðamenn fýsir að kynnast menningu þeirrar þjóðar sem þeir sækja heim. Hvers kyns listir eru hluti menningarinnar og því er ekki úr vegi að fjalla um þessa þætti samtímis. Í Reykjavík er auðugt menningarlíf og því eðlilegt að það skipi veglegan sess í ferðaþjónustu í borginni. Til þess að skoða þennan þátt og móta hugmyndir myndaði verkefnisstjórn Stefnumóts 2002 vinnuhóp sem nefndist "menning/andinn". Vinnuhópurinn hélt sex fundi hjá Atvinnu- & ferðamálastofu Reykjavíkurborgar, frá 29. apríl til 20. júní 1996.

Núverandi staða

Í Reykjavíkurborg er ýmis menningarstarfsemi sem ferðamenn eiga kost á að njóta. Menningarviðburðir eru margvíslegir og má sem dæmi nefna eftirfarandi:

Bókmenntahátíð	Ljóðahátíð
Hafnardaga	Myndlistarsýningar
Icelandic Experience	Óháða listahátíð
Kirkjulistahátíð	RúRek
Kvikmyndahátíð	Tónleika
Leiksýningar	Volcano Show
Light Nights	

Auk þess má nefna Listahátíð sem fram fer annað hvert ár. Vinsældir Listahátíðar hafa farið vaxandi. Árið 1994 var fjöldi gesta á Listahátíð um 19.700, en á þessu ári voru gestirnir orðnir um 27.500 (gestir á myndlistarsýningum eru ekki með í þessum tölum). Meirihluti listahátíðargesta eru Íslendingar, eða um 95%. (1)

(1) Þær tölur sem settar eru fram í þessum kafla eru áætlaðar og ber fremur að líta á sem vísbendingar en endanlegar niðurstöður.

Fjölmörg söfn eru auk þess til staðar í borginni eins og sést á eftirfarandi töflu:

Safn	Aðsókn árið 1995 (fjöldi manns)	Hlutfall erlendra safngesta
Árbæjarsafn	34.200	35%
Ásgrímssafn	2.500	40%
Ásmundarsafn	40.000	75%
Kjarvalsstaðir	90.000	45%
Listasafn ASÍ	500	5%
Listasafn Einars Jónssonar	5.300	45%
Listasafn Íslands	67.100	50%
Listasafn Sigurjóns Ólafssonar	6.100	15%
Náttúrugripasafnið	5.400	50%
Nýlistasafnið	10.000	20%
Safn Rafmagnsveitu Reykjavíkur	1.500	10%
Sjóminja- og smiðjumunasafn	2.500	40%
Þjóðminjasafn Íslands	23.000	50%

Af öðrum menningarstöðum í Reykjavík má nefna:

Árnastofnun (u.þ.b. 1.800 gestir koma yfir sumarið),
 Borgarleikhúsið,
 Gerðuberg (yfir veturinn koma 600-800 manns í húsið á dag, aðallega Íslendingar),
 Hallgrímskirkju (nokkur hundruð manns koma á dag yfir sumarmánuðina, aðallega útlendingar),
 Höfða (200-300 útlendingar skoða húsið á ári),
 Íslensku óperuna,
 Kaffileikhúsið,
 Loftkastalann,
 Norræna húsið (þar koma um 100.000 manns á ári, þar af 1/3 hlutinn útlendingar),
 Viðey (þangað komu um 18.000 manns árið 1995, þar af 1/4 hlutinn útlendingar),
 Þjóðarbókhöðuna,
 Þjóðleikhúsið.

Auk þess má nefna kvikmyndahús (6 talsins), galleri (um 16 talsins) og bókasöfn.

Heita vatnið, norðurljós og flugeldar eru einnig fyrirbæri sem vekja athygli ferðamanna.

Að lokum má nefna fjölbreyttar menningarstofnanir og menningarviðburði í nágrenni Reykjavíkur, s.s. Byggðasafn Hafnarfjarðar, Hafnarborg, Hafnarfirði, Listasafn Kópavogs, Náttúrufræðistofu Kópavogs, Póst- og símaminjasafnið, Hafnarfirði, Sjóminjasafnið í Hafnarfirði, Lækningaminjasafnið í Nesstofu, Seltjarnarnesi, og Víkingahátíð í Hafnarfirði.

Innri greining**Veikar hliðar:**

Sérstaða íslenskrar menningar hefur ekki verið mörkuð.
 List og menning er ferðamönnum ekki sýnileg.
 Listamenn vanmeta þátt sinn í ferðaþjónustu.

Vanþekking ferðaþjónustu á mikilvægi lista og menningar.
 Menningarstarfsemi í lágmarki á sumrin.
 Upplýsingastreymi er ábótavant.

Skortur er á "þolinmóðu" fjármagni og skipulagi.
 Afgreiðslutími safna er óhentugur.

Fleiri uppákomur á kaffihúsum vantar.
 Kirkjur eru almennt lokaðar
 Tónlistarhús vantar.

Sterkar hliðar:

Menning okkar er samkeppnishæf.
 Mikill metnaður og frumleiki ríkir.
 Aðstaða er fyrir hendi.
 Útilistaverk eru mörg og sýnileg.
 Aðsókn að menningarviðburðum er góð.
 Menningin er almenningseign.

Skýringar:

Þ.e.a.s. í markaðssetningu í ferðaþjónustu

Upplýsingar skortir, sérstaklega fyrir erlenda ferðamenn.
 Ekki nógu duglegir við að koma sér á framfæri.

Tengsl á milli þessara aðila eru veik.

Sumarleyfi listamanna.
 Upplýsingar berast seint og illa milli aðila í ferðaþjónustu og menningargeira.
 Viðburðir ekki skipulagðir með nógu löngum fyrirvara.
 Söfn eru lokað kvöld og morgna, kostnaður vegna öryggisgæslu.

Ferðamenn vilja gjarnan skoða kirkjur.

Skýringar:

Þ.e. á flestum sviðum.

Ytri greining

Ógnanir:

Menningin er ekki frumaðráttarafl.
Íslensk náttúra.
Tungumálið er framandi.
Dýrar ferðir, langar vegalengdir.
Neikvætt viðmót yfirvalda gagnvart götulistamönnum.

Tækifæri:

Reykjavík verður "Menningarborg 2000".
Kommur eru nýir miðlar, t.d. Internetið.
Tengja má menningarsögu okkar við alþjóðlega menningarviðburði.
Tengja má saman náttúru og menningu.
Menningarstarfsemi styður við markaðssetningu ferðaþjónustu utan háannar.
Nýta má betur krafta námsmanna og listamanna erlendis.
Vinnubúðir (workshops) fyrir erlenda listamenn.
Aukið ráðstefnuhald á menningarlegu sviði.

Skýringar:

Fólk kemur hingað of sjaldan vegna menningarinnar.
Dregur athygli ferðamanna frá menningu.

Skýringar:

Aukin innri uppbygging og nýtist vel við markaðsstarf.

T.d. Wagner, Guðrúnarkviða o.fl.

T.d. með tónleikum í Viðey, leikhúsi í Rauðhólum o.fl.
Menningarlíf er blómlegt á veturna og því þarf ekki að kosta miklu til uppbyggingar.
Þ.e. þeirra sem koma heim á sumrin.

Mikið um alls konar "workshops" á sumrin.

Framtíðarsýn

Árið 2002 verði sérstætt menningarlíf Reykjavíkur aðgengilegt ferðamönnum. Menningar-, atvinnu- og trúarbragðasagan verði mun sýnilegri en áður og margir ferðamenn sem hingað koma geri sér grein fyrir kostum hins opna, nána og litla samfélags sem hér er fyrir hendi. Menningarstarfsemi verði í nánum tengslum við ferðaþjónustuna.

Meginmarkmið

Að vekja athygli ferðamanna á sérstöðu Reykjavíkur með því að tengja markaðssetningu ferðaþjónustunnar ýmsum táknum borgarinnar, s.s. landnámsmanninum, heita vatninu, trúarbragðasögunni og fiskihöfninni. Að gera menningar-, atvinnu- og trúarbragðasöguna sýnilegri en áður með því að setja sitthvað sem minnir á söguna á flesta merkisstaði í borginni. Að gera kosti opin, náns og lítils samfélags sýnilegra ferðamönnum.

Tillögur um aðgerðir

Skoða hugmyndir um að stofnuð verði markaðsskrifstofa sem selur þjónustu (bæði til Íslendinga og útlendinga) og er ráðgefandi.
Áhættulánasjóður menningarmála verði stofnaður.
Upplýsingamiðlun verði bætt, s.s. merkingar, leiðsögn og útgáfa. Hægt væri t.d. að bjóða upp á "ferðir" þar sem gengið væri um merktar götur, söfn og handrit skoðuð.
Styrkt verði útgáfa ferðahandbókar um Reykjavík í stórum seríum, blaðamönnum verði boðið hingað frá viðkomandi forlögum.
Leiðsögumenn verði skyldaðir til þess að hafa sérstök réttindi og einnig verði starfsmönnum safna/merkisstaða boðið upp á námskeið.
Endurskoðaður verði afgreiðslutími safna og menningarstofnana, þau t.d. höfð opin á morgnana (yfir sumartímann).
Fleiri staðir og hús verði opin ferðamönnum, t.d. Alþingishúsið, Bessastaðir o.fl.
Árvisssir viðburðir verði markaðssettir með góðum fyrirvara.
Tónlistarhús verði byggt.
Bjartar sumarnætur verði notaðar til menningarviðburða.
Fólk verði hvatt til þess að setja upp leikþætti og sögulegar sýningar úti í náttúrunni (t.d. kristnitökuna á Þingvöllum) (ath.! varast yfirborðsmennsku).
Aukin áhersla verði lögð á að markaðssetja borgina fyrir vinnubúðir listamanna (workshops).

Lokaorð

Í Reykjavík fer fram metnaðarfull og fjölbreytt starfsemi innan menningargeirans, enda er aðsókn að listviðburðum almennt góð. Listin er þó ekki nægilega sýnileg ferðamönnum, upplýsingastreymi milli aðila í ferðaþjónustu og menningargeira er lítið og segja má að list sé almennt vanmetin innan ferðaþjónustunnar. Ýmis sóknartækifæri eru á hinn bóginn fyrir hendi innan menningargeirans, t.d. má tengja saman listviðburði og náttúru, opna fleiri hús og staði fyrir ferðamenn, setja á stofn "workshops" fyrir listamenn o.fl.

Starfshópur um: Veitingar, gistingu og næturlíf

Inngangur

Grundvallarþættir í ferðaþjónustu eru gisting og veitingaþjónusta. Auk þess skipar skemmtanahald mikilvægan sess og þar sem þessir þrír þættir skarast umtalsvert, ákvað verkefnisstjórn að mynda einn vinnuhóp sem fjallaði um þessi efni. Vinnuhópurinn hélt sex fundi hjá Atvinnu- & ferðamálastofu Reykjavíkurborgar á tímabilinu 16. apríl - 25. júní 1996.

Núverandi staða

Íslenskum gististöðum má skipta í nokkra flokka: Hótel, gistiheimili, gistiskála (farfuglaheimili), heimagistingu og tjaldstæði

Árið 1995 voru 33 hótel/gistiherbergi á höfuðborgarsvæðinu opin allt árið. Þessir staðir höfðu 1.401 gistiherbergi og 2.617 gistirúm. Nýting herbergja á þessum stöðum var að meðaltali 57%, en nýting rúma 44%. Fjöldi gistinátta á höfuðborgarsvæðinu þetta sama ár var 478.614, sem er tæp 38% af gistináttafjölda á landinu öllu. Flestir gestanna voru Þjóðverjar.¹⁾

Meðalverð á seldu herbergi í Reykjavík var 5.137 (án VSK + 250). Tekjur af gistiherbergjum dreifðust misjafnlega eftir ársfjórðungum. Alls 16% tekna sköpuðust á tímabilinu janúar til apríl, 60% frá maí til ágúst og 24% frá september til desember. Ef gestir eru flokkaðir eftir tilgangi ferðar, kemur í ljós að 24% voru í viðskiptaerindum, 45% voru almennir ferðamenn, 24% voru ráðstefnugestir og þeir sem áttu önnur erindi voru 7%.²⁾

Matsölustöðum Reykjavíkurborgar má einnig skipta niður í nokkra flokka: Veitingastaði, bari, kaffihús, skyndi-bitastaði og veitingasöluverslanir (sjoppur og verslanir). Þessir staðir eru ýmist með fullt vínveitingaleyfi, takmarkað leyfi eða tækifærisleyfi. Um 150 staðir eru bæði með veitingaleyfi og vínveitingaleyfi.³⁾

Árið 1994 dreifðust matargestir nokkuð jafnt yfir árið, en voru þó einna fæstir í janúar (6%) og flestir í júní (11%). Eins og gefur að skilja er stærð veitingasalanna ákaflega margbreytileg. Þeir salir sem opnir eru daglega hafa að meðaltali sæti fyrir um 140 einstaklinga, en sætafjöldinn fyrir aðra sali er mun hærrí, eða 530.⁴⁾

Skemmtistaðir eru ýmiss konar: Skemmtistaðir með fullt leyfi (t.d. Hótel Ísland), aðrir skemmtistaðir, pöbbar, kaffihús, matsölustaðir (Fógetinn, Gaukurinn) og spilavíti (með spilakössum).

1) Skv. upplýsingum frá Hagstofu Íslands.

2) Gunnar Karlsson. (1995). Hagkönnun SVG 1994. Samband veitinga- og gistihúsa.

3) Skv. upplýsingum frá lögreglustjóraembættinu.

4) Gunnar Karlsson. (1995). Hagkönnun SVG 1994. Samband veitinga- og gistihúsa.

Innri greining**Veikar hliðar:**

Há álagning á veitingum.
 Flöt prósentuálagning á veitingum.
 Vín hússins eru almennt af slökum gæðum.
 Viðskiptavinir vita ekki magn í glösum.
 Matseðlar veitingahúsa eru ekki oft úti í glugga.
 Upplýsingar um rétti dagsins skortir á veitingahúsum.
 Skortur á metnaði.
 Ófaglært starfsfólk á veitingahúsum og næturstöðum er illa þjálfað.
 Þjóðlegan mat á veitingastaði vantar.
 "Svört" atvinnustarfsemi á veitingahúsum og næturstöðum er mikil.
 Gæðaflokka skortir í gistingu.
 Eldvörnum og öryggi á gististöðum er ábótavant.
 Verðsveiflur á gistingu eftir árstíðum.
 Óljóst framboð á heimagistingu.
 Rólegan næturstað með tónlist vantar.
 Öryggiskröfur skortir á næturstöðum.

Skýringar:

Starfsfólk þarf að vera betur upplýst.

Hægt að taka upp í Reykjavík.

Sterkar hliðar:

Veitingastaðir nota úrvals hráefni.
 Á veitingastöðum eru góðir kokkar.
 Starfsfólk er almennt vel menntað.
 Hreinlæti er gott.
 Í Reykjavík er mikið úrval veitinga- og gististaða miðað við stærð.
 Þjónusta á gististöðum er góð.
 Starfsmenn gestamóttöku eru vel upplýstir.
 Mikið framboð í næturlífi.

Ytri greining**Ógnanir:**

Hærri VSK og innkaupsverð á veitingastöðum en í samkeppnislöndum.
 Fyrirsjáanlegur skortur fagfólks á veitingahúsum.
 Pressa frá ferðaskrifstofum í verði.
 Mikið er um tilbúna rétti.
 Mismunur í skattlagningu.
 Mötuneyti og samkomusalir eru í samkeppni við veitingahús.
 Borgarleikhúsið heldur stórar veislur.
 Heilbrigðisgjald.
 Áfengiseftirlitsgjald.
 Kröfur og eftirlit í gistingu skortir.
 Bílaleigur eru of dýrar.
 Dautt umhverfi í gistingu utan háannar.
 Afgreiðslutími á næturstöðum er ekki nógu langur.
 Verðlag á næturstöðum er hátt.
 Löggæslu er ábótavant á næturstöðum.
 Mannsöfnuður í miðborginni.

Skýringar:

Veitingastaðir þurfa að greiða það.

Veitingastaðir þurfa að greiða það.

Tækifæri:

GAMES-kerfið hjá veitingastöðum.
 Markaðssetning á þjóðlegum mat.
 Hráefni úr náttúrunni.
 Hlaðborð við höfnina (breytt umhverfi).
 Ómenguð/vistvæn matvæli.
 Aukin gæði á veitingastöðum.
 Baðstofuhótel.
 Gera út á íslenskt í gistingu.
 Meiri dreifing í næturlífi.
 Breytt áfengislöggjöf.

Skýringar:

Þetta er alhliða gæðaeftirlitskerfi.

Framtíðarsýn

Árið 2002 verði gæði, öryggi og umhverfi höfð að leiðarljósi.
 Kröfur í umhverfis- og gæðamálum verði háar á veitinga-, gisti- og skemmtistöðum og ferðamenn geti því gengið að fjölbreyttri gæðapjónustu allan ársins hring. Öryggi á götum úti verði tryggt og áhersla lögð á "græna" ferðamennsku, endurvinnslu og hreint umhverfi.

Meginmarkmið

Að öryggismál á veitinga-, gisti- og næturstöðum verði í fullkomnu lagi (t.d. eldvarnar- og heilbrigðiseftirlit).
 Að rekstrarskilyrði veitinga-, gisti og næturstaða verði a.m.k. jafn góð og í helstu samkeppnislöndum.
 Að gististaðir hafi á sér umhverfisvæna mynd.

Tillögur um aðgerðir

Eldvarnareftirlit verði bætt og komið á virkara eftirliti með GAMES-kerfinu.
 Sett verði upp nefnd sem gefur umsagnir um leyfisveitingar.
 Rekstrarskilyrði veitingastaða verði tryggt með lægri áfengisskatti, lægra verði á landbúnaðarvörum, lægri VSK og breytingu á eftirlitssköttum í þjónustugjald (sbr. heilbrigðisgjald).
 Borgaryfirvöld stuðli að grænni ferðamennsku með úrbótum í sorphirðu, minni notkun á einnota umbúðum og aukinni endurnýtingu (endurnýta má t.d. matarafgangna frá stórum eldhúsum).
 Öryggi í miðborginni verði tryggt með meiri löggæslu.
 Borgaryfirvöld nýti þjónustu veitingahúsa í stað mótuneyta.
 Borgaryfirvöld hvetji til umhverfisverndar og veiti þá þjónustu sem til þarf.
 Eftirlitssköttum verði breytt í þjónustugjald, sbr. heilbrigðisgjald.
 Þrýst verði á að helgidagalöggjöf nái fram að ganga.
 Mismunur verði aflögð í nætursölu veitinga.
 Komið verði á flokkunarkerfi á gististöðum og að sameiginlegt kynningarefni á þeim verði til staðar.
 Lögð verði aukin áhersla á grænmetisrétti á matseðlum veitingahúsa.

Lokaorð

Í Reykjavík eru fjölbreyttir veitinga-, gisti og næturstaðir sem bjóða ferðamönnum almennt upp á góða þjónustu og gott hráefni. Rekstrarskilyrði þessara staða gætu hins vegar verið betri, auk þess sem öryggi þeirra og eftirliti er oft á tíðum ábótavant. Ljóst er að áherslubreytingar þurfa að eiga sér stað ef ætlunin er að efla og styrkja veitinga-, gisti og næturstaði. T.d. þyrfti að leggja aukna áherslu á "græna" eða vistvæna borg og undirstrika ýmsa þjóðlega þætti.

Starfshópur um: Afþreyingu

Inngangur

Þeir sem standa að ferðaþjónustu í Reykjavík hafa haft áhyggjur af því hversu stutt ferðamenn staldra almennt við í borginni. Einkum er rætt um þá sem koma að sumarlagi, t.d. farþega á skemmtiferðaskipum. Verkefnisstjórn Stefnumóts 2002 taldi því nauðsynlegt að mynda vinnuhóp sem fjallaði sérstaklega um afþreyingu fyrir ferðamenn. Markmið hans var fyrst og fremst að leita leiða til þess að auka fjölbreytni í afþreyingu og koma upplýsingum um hana betur á framfæri. Vinnuhópurinn hélt sex fundi hjá Atvinnu- & ferðamálastofu Reykjavíkurborgar, frá 6. maí til 25. júní 1996. Starf afþreyingarhópsins einkenndist af því hve erfitt reyndist að takmarka verkefnið, enda skaraðist það við vinnu annarra hópa, s.s. menningar- og veitinga/gisti/næturlífshópsins.

Núverandi staða

Í Reykjavíkurborg hefur framboð á ýmiss konar afþreyingu aukist mjög á síðustu árum og hafa ferðamenn nú úr fjölbreyttri flóru afþreyingar að velja.

Hægt er að skipta afþreyingu fyrir ferðamenn í nokkra flokka og má í fyrsta lagi nefna skoðunarferðir eins og Viðeyjarferðir, safnarútu, útsýnisflug, bæjarferðir Kynnisferða og ferðir þeirra til Gullfoss/Geysis og Bláa lónsins. Árið 1995 fóru 17.000 manns með Kynnisferðum til Gullfoss/Geysis, 22.000 til Bláa lónsins og 12.000 í bæjarferð.

Í annan stað má nefna íþróttatengda afþreyingu. Ferðamenn eiga t.d. þess kost að leigja sér hjól og árið 1995 nýttu 90 manns sér þjónustu hjólaleigu BSÍ (80% þeirra voru útlendingar). Hestaferðir skipa einnig stóran sess og árið 1995 fóru um 30.000 manns frá Reykjavíkursvæðinu í slíkar ferðir, lengri eða skemmri (70% þeirra voru útlendingar). Siglingar og veiðiferðir falla einnig undir þennan flokk og má þess geta að árið 1995 voru farþegar hjá Árnesi (sjóstangaveiði og skemmtisiglingar) um 7.300 talsins og voru útlendingar þar um 26%. Skíðaferðir og sund eru vinsæl afþreying og árið 1995 var aðsókn hjá sundlaugum Reykjavíkurborgar um 1.367.000 manns (skólasund og sundfélög ekki meðtalin).

Þriðji flokkurinn er menning, en undir hann falla ýmis söfn, Íslenska óperan, leikhús, markaður Kolaportsins, listahátíð o.fl. Vinsældir listahátíðar hafa farið vaxandi. Árið 1994 var fjöldi gesta á listahátíð um 19.700, en á þessu ári voru gestirnir orðnir um 27.500 (gestir á myndlistarsýningum eru ekki meðtaldir). Meirihluti listahátíðargesta eru Íslendingar, eða um 95%.

Fjórdi flokkurinn er byggingar og arkitektúr sem áhugavert er að skoða, t.d. Hallgrímskirkja, Dómkirkjan, Perlan, Höfði (árið 1995 skoðuðu um 200 - 300 útlendingar Höfða), Alþingi, Háskóli Íslands, stytur borgarinnar o.fl.

Í fimmta flokk afþreyingar falla útivistarsvæði og græn svæði. Öskjuhlíð, Hljómskálagarður, Tjörnin og Laugar-
dalur falla t.d. í þann flokk. Vinsælt er orðið að heimsækja Húsdýra- og fjölskyldugarðinn í Laugardalnum og árið 1995 voru gestir þar um 165.000 (þar af eru Íslendingar 97 - 98%).

Síðast má nefna kvöldskemmtanir eins og tónleika, leikhús, Fjörukrána í Hafnarfirði (um 20.000 gestir heimsóttu hann árið 1995, þar af voru útlendingar 80%), Light Nights, Volcano Show, rokktonleika og næturlíf.

Ath.

Þær tölur sem settar eru fram í þessum kafla eru áætlaðar og ber fremur að líta á sem vísendingar en endanlegar niðurstöður.

Innri greining**Veikar hliðar:**

Erfitt að koma bæklingum inn á herbergi.
Bæjarferð.
Áreiðanleiki.
Bæjarferðir eru dýrar.
Einhæft framboð á ferðum innan Reykjavíkur.
Skortur á samkeppni.
Merkingar á stöðum innan svæða vantar.
Betri kort vantar.
Skortur á hlutlausum upplýsingum.
Öryggismál og tryggingar.

Upplýsingamiðstöð er ekki aðgengileg.
Þjónusta er illa kynnt fyrir fjölskyldufólki.
Vantar samnefnara fyrir afþreyingu.

Sterkar hliðar:

Þjónusta er almennt góð.
Tungumálakunnátta er góð.
Borgin er hrein.
Græn svæði.
Aðlaðandi miðborg.

Ytri greining**Ógnanir:**

Gjaldtaka á ferðamannastöðum.
"Þolinmótt" fjármagn vantar.
Veðráttu.
Erlend samkeppni - borgarferðir.
Innlend samkeppni.
Skattar, gjöld - VSK-kerfið.
Skortur á eftirliti.

Tækifæri:

Hestaferðir innan Reykjavíkur.
Nýting á Víðidal.
Folkloric: Árbæjarsafn.
Afþreying fyrir áhafnir skemmtiferðaskipa.
Náttúra í borg: Elliðaárdalur, Öskjuhlíð.
Reykjavegur.
Nýta betur Nesjavelli.
Morgun- og miðnæturteig.
Tenging við Heiðmörk.
Tækifæri fyrir fjölskyldufólk.
Heilsuþöð.

Framtíðarsýn

Árið 2002 verði lögð áhersla á þrjú þætti sérstöðu Reykjavíkur við uppbyggingu afþreyingar fyrir ferðamenn: Sögu, hreinleika og hafnarsvæði.

Saga borgarinnar verði gerð sýnilegri frá landnámi til vorra daga, athygli ferðamanna verði vakin á fjölbreyttri náttúru innan borgarlandsins og virkri náttúrutengdri afþreyingu. Lífæð þjóðarinnar, sjávarútvegurinn, verði dreginn fram á lifandi hátt við stærstu höfn landsins.

Skýringar:

Tímasetningar standast ekki.

T.d. þemakort.
Heildarmynd vantar af því hvað best er að gera.
Huga þarf betur að þessum þáttum í ljósi laga um alferðir.

Þ.e. fyrir aðra en fótgangandi.
Þ.e. söluskrifstofu.

Skýringar:

Þ.e. varðandi öryggi.

Skýringar:

Til sýninga og sölu á hestum.
Meira um þjóðlegar "uppákomur".

Gönguleið frá Hengilssvæði vestur um Reykjanes.
T.d. í siglingar, hesta- og gönguferðir.

Virk söfn, sædýrasafn, sagnasafn.

Meginmarkmið

Að gera sögu borgarinnar sýnilegri með því að leggja áherslu á landnám Ingólfs, atvinnu- og byggingarsögu, hernámsárin og sögu hita- og vatnsveitu.

Að ýta undir virka náttúrutengda afþreyingu, s.s. hestaferðir, hellaskoðun, álfaskoðun o.fl. Aðstaða í Víðidal verði nýtt til kynningar á íslenska hestinum og útivistarsvæði borgarinnar nýtt til alhliða náttúruskoðunar. Sérstaklega verði dregin fram sérstaða borgarinnar varðandi hina hreinu orku.

Að draga fram sjávarútveginn í tengslum við Reykjavíkurhöfn með því að hafa fiskmarkaði og sýningar á helstu fisktegundum, fiskvinnslu, veiðarfærum og löndun. Einnig verði aukin fjölbreytni afþreyingar, sem tengist bátsferðum, stangveiði, fugla- og hvalaskoðun o.fl. út frá Reykjavíkurhöfn.

Tillögur um aðgerðir

Árbæjarsafn verði eftt og gert meira lifandi. Auk þess þarf að opna það yfir vetrartímann. Braggahverfi hernámsárin.

Lengja þarf afgreiðslutína safna almennt yfir veturinn.

Borgaryfirvöld komi upp lifandi safni í miðborginni (við höfnina) sem sýnir landnám og atvinnu. Boðið verði upp á siglíngar, uppboð á fiskmarkaði, sædýrasafn, fiskvinnslu, verbúðir, grásleppuverkun o.s.frv.

Borgaryfirvöld leiti eftir fjárfestingu til að byggja upp heilsuhótel á Nesjavöllum. Á hótelinu verði aðstaða fyrir ráðstefnuhald og séð verði fyrir áhugaverðri afþreyingu.

Reiðhöllin og aðstaða í Víðidal verði nýtt betur, t.d. með hestasýningum, uppboðum, reiðtúrum o.fl.

Úttekt verði gerð á bæjarferð og settar fram tillögur að úrbótum.

Leitað verði eftir öðrum svæðum fyrir tjaldsvæði innan borgarmarkanna (t.d. fyrir íslenskar fjölskyldur).

Stórsýning/skemmtun fyrir erlenda gesti verði haldin yfir vetrartímann (1 - 2 kvöld í viku).

Merkingar á styttingum og byggingum verði bættar.

Hjóla- og göngustígar verði kynntir.

Lokaorð

Í Reykjavík er boðið upp á afþreyingu af margvíslegum toga fyrir ferðamenn.

Sá galli er þó á gjöf Njarðar að upplýsingum til ferðamanna er ábótavant, þjónusta er illa kynnt, merkingar og kort ekki nógu góð. Borgin er á hinn bóginn hrein og aðlaðandi og sá möguleiki er fyrir hendi að ýta undir ýmsa náttúrutengda afþreyingu og efla og nýta betur staði eins og Árbæjarsafn, Nesjavelli og Víðidal. Einnig þyrfti að gera sjávarútveginn og sögu borgarinnar sýnilegri.

Starfshópur um: Samgöngur

Inngangur

Góðar samgöngur til og frá borginni sem og innan hennar er undirstaða þess að öflug ferðaþjónusta geti dafnað. Þess vegna er mikilvægt að hugað sé að þeim þætti þegar unnið er að stefnumótun í ferðaþjónustu sem og við gerð skipulagsáætlana. Á vegum verkefnisstjórnar Stefnumóts 2002 var því ákveðið að einn af vinnuhópum verkefnisins skoðaði sérstaklega þennan málaflokk. Við val á þátttakendum í hópinn var það haft að leiðarljósi að fulltrúar sem flestra samgöngupáttka kæmu að verkinu.

Innri greining

Sterkar hliðar:

Tíðni ferða.

Mikið framboð.

Stuttar vegalengdir.

Vel menntað starfsfólk.

Þekking starfsmanna á staðháttum.

Takmörkun fjölda leigubíla.

(viðurkenndir bílstjórar, þjónusta).

Sterkar hliðar frh.

Strangar kröfur til bifreiðastjóra.
Strangt eftirlit með tækjum (tryggt viðhald).
Neytendavernd.
Staðsetning flugvalla.

Veikar hliðar:

Gatnakerfi.
Merkingum ábótavant.
Smæð markaðar.
Fáar SVR-ferðir.
Merkingar á erlendum tungumálum hjá SVR vantar.
Merkingar á erlendum tungumálum á götuskiltum og stofnunum.
Hátt verðlag á leigubílum.
Flugstöðvar á Reykjavíkurflogvelli.
Skortur á tölulegum upplýsingum.
Aðstöðuleysi hópferða og leigubíla í miðborginni og á ferðamannastöðum.

Ytri greining**Ógnanir:**

Skattlagning bílaleigubíla.
Hugmyndir um að leggja niður Reykjavíkurflogvöll.
Skattlagning ferðaþjónustu.
Afnám takmarkana rekstraraðila samgöngutækja.
Skortur á kröfum til rekstraraðila bílaleiga, hópferðabifreiða.

Tækifæri:

Stígar og brýr v/ reiðhjóla- og göngumanna.
Bætt aðstaða á Reykjavíkurflogvelli.
Sameining flugs/BSÍ/leigubílamíðstöðvar.
Bætt aðgengi fatlaðra.

Framtíðarsýn

Við uppbyggingu ferðaþjónustu í Reykjavík er grundvallaratriði að samgöngukerfið sé einfalt og samræmt og að ferðir til og frá borginni sem og innan hennar séu tíðar.

Tryggt verði að Reykjavíkurflogvöllur verði byggður upp sem öflug miðstöð farþegaflutninga innanlands. Þar verði einnig miðstöð rútubíla, strætisvagna og leigubíla, auk annarrar þjónustu við ferðamenn.

Mjög brýnt er að auka merkingar í borginni á íslensku og einu erlendu tungumáli og skal unnið markvisst að því á næstu árum.

Bæta þarf aðgengi hópferðabifreiða og leigubifreiða að helstu "ferðamannastöðum", s.s. söfnum, sundstöðum og höfnum (einkum í tengslum við komu skemmtiferðaskipa).

Til þess að hægt sé að kynna Reykjavík sem hreinustu borg Norðursins þarf fyrst og fremst að huga að samgöngutækjunum. Þess vegna verði hugað að því við endurnýjun þeirra að tekin verði í notkun umhverfisvæn tæki, s.s. strætisvagnar, flugvélar og bifreiðar og uppbygging stígakerfis borgarinnar haldi áfram. Þá þarf að vinna að því að opinberar álögur hamli ekki vexti og endurnýjun samgöngutækja.

Unnið verði að því að stofnæðar verði gerðar greiðfærari (umferðarljósum fækkað).

Síðast en ekki sist skal stöðugt hugað að öryggi neytenda og gæðum þjónustunnar.

Meginmarkmið

Byggð verði upp öflug samgöngumiðstöð.

Byggð verði upp samræmt og einfalt samgöngukerfi og upplýsingar um það gerðar aðgengilegar.

Flutningsgeta stofnæða verði aukin.

Skýringar frh.

Hópferða- og leigubilstjóra.

Sem gerir kröfur til rekstraraðila.

Skýringar:

Flutningsgeta stofnæða, umferðarljós.

Bæði í gatnakerfi og á byggingum.

Aðkoma, aðgengi og útlit.

Skýringar:

Þ.e. innanlandsflug.

Skýringar:

Stór og vannýttur markaður.

Tillögur um aðgerðir

Samgöngumiðstöð sem tengir flesta samgöngubætti borgarinnar verði komið upp sem fyrst. Þar verði aðstaða fyrir farþegaflug, nútur, SVR, leigubifreiðar, bílaleigur, auk annarrar þjónustu við ferðamenn, s.s. upplýsingamiðstöð. Stefna og aðgerðaáætlun í merkingum verði fastmótuð.

Merkingar verði aðgengilegri fyrir ferðamenn.

Komið verði upp jaðarstöðvum fyrir samgöngutæki þar sem hagkvæmt er.

Reykjavíkurborg gangist fyrir samstarfi aðila í samgöngum innan höfuðborgarsvæðisins.

Fækkað verði aðreinum að stofnæðum til að auka flutningsgetu þeirra.

Unnið verði að úrbótum fyrir fatlaða og þær kynntar hagsmunaaðilum.

Lokaorð

Vinnuhópurinn um samgöngur hélt samtals fimm fundi. Megináherslu þarf að leggja á uppbyggingu samgöngumiðstöðvar, þar sem alla bætti samgönguþjónustu er að finna. Bæta þarf stórlega úr merkingum fyrir innlenda og erlenda gesti borgarinnar sem og aðgengi flutningsaðila að ferðamannastöðum í borginni.

Þá þarf einnig að huga sérstaklega að úrbótum fyrir fatlaða.

Starfshópur um: Íþróttir, hollustu og heilsu

Inngangur

Íþróttaiðkun hefur vaxið mjög undanfarin ár, bæði hérlendis og erlendis. Mikill fjöldi íþróttamóta er haldinn ár hvert og ljóst að fjöldi fólks ferðast innanlands og landa á milli vegna íþróttamóta/-iðkunar.

Hreinleiki landsins fellur vel að heilbrigði og hollustu og í ljósi þess ákvað verkefnisstjórn Stefnumóts 2002 að einn hópur myndi fjalla sérstaklega um íþróttir, hollustu og heilsu.

Innri greining

Veikar hliðar:

Uppbygging íþróttamannvirkja ómarkkviss.

Lélegir sölumenn.

Fjarlægðir til Íslands (tími, peningar).

Opinberir aðilar svifaseinir.

Skýringar:

Vantar aðstoð við að selja íþróttaviðburði/ráðstefnur/fundi.

Sterkar hliðar:

Sérstæð náttúra, hreinleiki, birta.

Nútímalegt stjórnkerfi.

Menntun.

Sundlaugar (íþróttamannvirki).

Lega Íslands - sérstaða.

Reykjavíkurmaraþon.

Áhugi erlendis á að koma til Íslands.

Skýringar:

Innan íþróttahreyfingarinnar.

Hreint loft.

Dæmi um velheppnaðan alþjóðlegan viðburð.

Ytri greining

Ógnanir:

Stuttur dagur.

Vanþekking erlendis á landinu.

Ásetin mannvirki.

Veðurfar.

Tækifæri:

Nesjavellir og Hengilssvæðið.

Fjölnota hús.
 Ævintýraferðir, bjartar sumarnætur.
 Ráðstefnur og fundir, alþjóðleg mót.
 Barna- og unglíngamót.
 Miðnæturgolf.
 Öldungamót.
 Hestamennska.
 Hjólréiðar.
 Telemark - skíðamennska.
 Aukið samstarf innan íþróttahreyfingarinnar.

Skýringar:

Fyrir margvíslega íþróttaviðburði allt árið

Framtíðarsýn

Við uppbyggingu ferðaþjónustu í Reykjavík verði hvers konar íþróttaviðburðir notaðir og skipulagðir sem aðdráttarafl fyrir ferðamenn, jafnt innlenda sem erlenda. Markvisst verði unnið að því að stuðningur við sölumennsku og skipulagningu á árlegum íþróttaviðburðum og fundum verði aukinn. Ævintýraferðir í borginni og nágrenni hennar með þátttöku gestsins verði kynntar sérstaklega. Veðurfar á landinu og birta, sumar sem vetur, verði nýtt sem styrkleiki. Sundstaðir og margvísleg önnur íþróttastaða sem fyrir er í borginni eru spennandi kostir, sem leggja þarf áherslu á að kynna sérstaklega og gera aðgengilega ferðamönnum. Náttúrulegar auðlindir, sögustaðir og útivistarsvæði eru mikilvægir þættir í að laða ferðamenn til borgarinnar. Heilbrigði, hollusta og hreyfing verði hluti af ímynd Reykjavíkur.

Meginmarkmið

Að a.m.k. 10 alþjóðlegir árlegir, íþróttaviðburðir verði haldnir í Reykjavík árið 2002. Ævintýraferðir (vélsleðar, hestar, göngur, veiðar o.fl.) verði gerðar áberandi við kynningu á Reykjavík. Heilsukostur verði á boðstólum á veitingastöðum í Reykjavík. Fjölnota íþrótt- og sýningahús verði byggt í Reykjavík fyrir árið 2002.

Tillögur um aðgerðir

Árlegum, alþjóðlegum íþróttamótum unglínga meðal innlendra og erlendra þátttakenda verði komið á í samráði við íþróttahreyfinguna. Söguskoðun og útivist verði tengd og nýtt sem aðdráttarafl. Sundlaugar verði t.d. kynntar sem "Thermo swimming pools" í tengslum við nýja ímynd. Nesjavalla- og Hengilssvæði verði nýtt sem heilsu- og útivistarsvæði og skipulagt sem slíkt frá upphafi. Reykjavíkurborg hvetji veitingahús til að kynna heilsukost. Göngu- og skokkbrautir verði upplýstar.

Lokaorð

Vinnuhópurinn hélt alls fimm fundi. Umræður snerust mikið um þann fjölda íþróttaviðburða sem haldinn er um allan heim ár hvert, en Íslendingar hafa ekki komið sér nægilega á framfæri í þeim efnum. Innan íþróttahreyfingarinnar er einnig mikið af vannýttum tækifærum í tengslum við fundi og ráðstefnur. Það er því full ástæða til að efla þennan þátt ferðaþjónustunnar.

Starfshópur um: Umhverfismál

Inngangur

Umhverfismál hafa hlotið stöðugt vaxandi athygli á undanförunum árum. Erlendis hefur þróunin orðið sú að þær borgir sem sýnt hafa góða frammistöðu í umhverfismálum hafa átt auðveldara með að laða til sín ferðamenn. Verkefnisstjórn Stefnumóts 2002 ákvað að einn hópur skyldi taka sérstaklega á umhverfismálum.

Innri greining

Veikar hliðar:

Innviðir - flokkun sorps o.fl. ábótavant.
 Áburðarverksmiðjan.
 Vantar vörumerki fyrir Ísland.
 Skortur á umhverfisvitund.
 Reykingar á veitingastöðum.
 Skortur á þekkingu ferðaþjónustuaðila.
 Rusl á götum.
 Bílar í miðborginni.
 Flugvöllur - hávaði/mengun.
 Vantar tengingar SVR við græn svæði.
 Lítil umræða um umhverfismál.
 Skortur á rústustæðum í miðborginni.
 Óaðlaðandi aðkoma að borginni.

Skýringar:

Mengunarvaldur - slæm ímynd.
 Fjölga þarf reyklausum borðum.
 Í ferðaþjónustu.
 Mengunarvaldur.

Sterkar hliðar:

Lega landsins - fámenni.
 Auðvelt að ná til almennings.
 Reykjavík er ekki stóriðnaðarborg.
 Græn svæði fjölbreytt og mörg.
 Flugvöllur.
 Gönguleiðir, sbr. Elliðaárdalur, Fossvogsdalur,
 Grafarvogur.
 Vantar kynningu á umhverfistengdri afþreyingu
 fyrir fjölskyldur.
 Reiðleiðir.
 Matur / veitingar.
 Fjölbreytt úrval umhverfistengdrar afþreyingar,
 s.s. sjóstangaveiði,
 stangveiði, hestaferðir o.s.frv.
 Góð staða vegna fólksfæðar.

Skýringar:

Til að auka umhverfisvitund.
 Lítið um mikið mengandi iðnað.
 Nálægð við samgönguæð.
 Perlur innan borgarlandsins.
 Sérstakt fyrir höfuðborg.
 Ferskt, hreint og gott hráefni.
 Mikið landrymi til útivistar.

Ytri greining

Ógnanir:

Mörg lönd vinna í anda grænnar ferðamennsku.
 Verðlag / fjarlægðir.
 Iðnaðaruppbygging.
 Bilanotkun Íslendinga.
 Áburðarverksmiðjan.
 Erlendir staðlar.

Skýringar:

Sérstaklega hugmyndir um byggingu stóriðnaðar.
 Ekki tekið tillit til sérstöðu Íslands.

Tækifæri:

Nýta betur græn svæði, kynna, gera aðgengilegri,
 sbr. Nesjavelli, Heiðmörk.
 Fá meira af fjölskyldufólki.
 Kynna betur umhverfistengda afþreyingu.

Skýringar:

Bæði innlendu og erlendu.

Tækifæri frh.

Byggja upp fræðslutengda afþreyingu.
Þjóðsögur, álfar, huldúfolk o.fl.
Vottunarkerfi fyrir borgir, "ECO-City".
Álaborgarsamþykkt.
Höfnin - sædýrasafn, vísindi.
Hafnarhúsið virkjað; veitingar, menning.
Menningarborg Evrópu árið 2000.

Skýringar frh.

Sem aðráttarafl.
Ber að stefna að.

Verkefni Reykjavíkur verður "Nature and Culture".

Atvinnustarfsemi taki mið af vistvænni ferðamennsku.

Framtíðarsýn

"Reykjavík - vistvæn höfuðborg Norðursins".

Við uppbyggingu ferðaþjónustu í Reykjavík verði haft að leiðarljósi að hægt verði að kynna borgina sem hina vistvænu og vistlegu höfuðborg Norðursins. Til þess að svo megi verða er nauðsynlegt að auka vitund borgarbúa og borgaryfirvalda á umhverfismálum.

Stefna ber að vistrænum úrlausnum í samgöngu- og sorpmálum og að endurvinnsla sé sjálfsagður hluti af daglegu lífi í borginni.

Við uppbyggingu atvinnustarfsemi sé tekið tillit til ofangreindra þátta og hagsmunir ferðaþjónustunnar hafðir að leiðarljósi.

Nýta ber náttúrukosti við uppbyggingu afþreyingar fyrir ferðamenn og unnið að því að borgin og nágrenni hennar verði vettvangur fræðslu í umhverfismálum.

Meginmarkmið

Kerfisbundinni flokkun sorps á upphafsstað verði komið á strax og eigi síðar en árið 2002.

Markvisst verði unnið að kynningu Reykjavíkur sem hinnar "vistvænu höfuðborgar Norðursins". Vitund borgarbúa í umhverfismálum verði styrkt með fræðslu og kynningu.

Kynntir verði kostir vistvænna samgangna innan borgarinnar.

Tillögur um aðgerðir

Borgaryfirvöld samhæfi aðgerðir sínar, atvinnulífs og almennings í því skyni að ná markmiði um flokkun sorps. Lífrænn úrgangur verði flokkaður og afurðin nýtt m.a. til áburðar og ræktunarstarfs innan borgarinnar. Allar stofnanir borgarinnar tileinki sér hugarfarið "vistvæn höfuðborg Norðursins" og vinni að kynningu þess út á við.

Í kynningarefni frá Reykjavíkurborg verði undirslagorðið "vistvæn höfuðborg Norðursins" notað. Bættar verði aðstæður fyrir gangandi og hjólandi vegfarendur, m.a. til að auðvelda aðgengi að útivistarsvæðum. Kynning og fræðsla í umhverfismálum verði ekki síst byggð á sýnilegum árangri, sbr. Heiðmörk, varðandi uppgræðslu.

Finna slagorð fyrir íbúa borgarinnar (sbr. "Hrein borg - fögur torg").

Ýta undir notkun lífrænna afurða á veitingahúsum.

Lokaorð

Reykjavík á mikla möguleika á því að skapa sér nafn á sviði umhverfismála. Hrein ímynd landsins styrkir það. Höfuðáherslu þarf að leggja á að borgaryfirvöld sýni fordæmi í umhverfismálum. Þannig verði með markvissum hætti mótað hugarfar borgarbúa og sköpuð ímyndin um Reykjavík sem hina vistvænu höfuðborg Norðursins. Reykjavík á að taka forystu á sviði umhverfismála á alþjóðlega vísu og skapa sér þannig ímynd og nafn á forsendu hollustu, hreinleika og gæða.

Starfshópur um: Skóla, námskeið og ráðstefnur

Inngangur

Á undanförunum árum hefur vaxið mjög ýmiss konar fræðslustarf fyrir börn og fullorðna, innan sem utan hins formlega skólakerfis í höfuðborginni. Fram til þessa hefur þetta fræðslustarf ekki verið nýtt markvisst til að laða nýja ferðamenn til borgarinnar. Ráðstefnur hafa hins vegar gegnt vaxandi hlutverki í ferðaþjónustu í borginni. Á vegum verkefnisstjórnar Stefnumóts 2002 var ákveðið að mynda vinnuhóp um þennan málaflokk, enda er ljóst að mikið framboð af fræðslu og góð aðstaða getur eflaust laðað ferðamenn til borgarinnar allt árið um kring.

Innri greining

Veikar hliðar:

Of lítið samstarf/samræmi er milli þeirra er bjóða fræðslu. Einnig vantar tengsl milli þeirra og ferðaþjónustu/landkynningar.
Þróunarstyrki og áhættufé vantar.
Metnað um fræðsluþátt vantar hjá ferðaþjónustu (t.d. í skoðunarferðum).
Önnur verkefni hafa forgang.
Þjónusta við ferðamenn er ekki skilgreint hlutverk mennta- og vísindastofnana.
Aðstöðu fyrir stórar ráðstefnur vantar.
Ekki er gert ráð fyrir fjölskyldum ráðstefnugesta.
Inn í nám sérfræðinga vantar þjálfun í að koma þekkingu á framfæri.
Vantrú á eigin getu/þekkingu.

Sterkar hliðar:

Mikið um hugmyndir.
Aðstaða/húsnæði til staðar.
Þekking/reynsla til staðar.
Sambönd fræðimanna/tengslanet út.
Ytri greining

Ógnanir:

Vantar farveg fyrir sérhæfða farandnemendur, sbr. vinnubrögð erlendra rannsóknna-/fræðslustofnana.
Stofnanir eiga erfitt með að bregðast við beiðnum sambærilegra, erlendra stofnana við að skipuleggja ferðir til landsins.
Betri þjónusta í fræðslu/skipulagningu af erlendum aðilum.
Dýr þjónusta innanlands/verðlag.
Vantar lágmarksþjónustuflokka.

Tækifæri:

Nýta skóla og rannsóknastofnanir á háskólastigi.
Stuðla að auknum nemendaskiptum.
Nýta betur barnavænt umhverfi, s.s. námskeið ÍTR, félagasamtaka, barnaheimili og náttúru í umhverfi borgarinnar.

Tækifæri frh.

Hliðarverkefni fyrir fylgifiska ráðstefnugesta; vettvangsferðir og fyrirlestrar.
 Nýta betur sérþekkingu, t.d. í jarðfræði, fiskveiðum, orku-menningu, sem efnivið í þemaferðir.
 Tengja saman sérfræðinám og leiðsögn.
 Nýta aukinn áhuga á fræðsluferðum.
 Þjóða ferðir/fræðslu í tengslum við ráðstefnur.
 Styrkjakerfi ESB.
 Þjóða ferðir/fræðsluþjónustu þeim sem koma á eigin vegum.
 Aukið samstarf við aðila um allt land og erlendis sem starfa á þessu sviði.

Framtíðarsýn

Við mótun framtíðarstefnu í ferðaþjónustu í Reykjavíkurborg verði lögð áhersla á þátt fræðslu og upplifunar. Hvers konar fræðsla verði notuð sem frum-aðráttarafl ferðamanna.
 Mennta- og vísindastofnanir verði hvattar til að leita leiða við að "selja" þjónustu sína innlendum og erlendum ferðamönnum. Þessar stofnanir gegni svokölluðu gestgjafahlutverki við að koma þekkingu og þjónustu sinni á framfæri. Þá verði fræðsla (t.d. náttúruvísindi, íslenska, menningararfleifð) hluti af ferðalagi og upplifun almennra ferðamanna í borginni.
 Nýttir verði möguleikar á þjónustu við börn ferðamanna.
 Komið verði á samstarfi ýmiss konar mennta- og vísindastofnana við ferðaþjónustu við að kynna þessa starfsemi.

Meginmarkmið

Að móta og markaðssetja ímynd íslenskra kennimanna.
 Að vísinda- og menntastofnanir verði markvisst hvattar til að koma sérþekkingu sinni á framfæri (í aðgengilegu formi).
 Að skapa aðstæður og móta aðráttarafl fyrir maka og börn ráðstefnugesta og farandnemenda.
 Að aukin verði skipulögð fræðsla fyrir almenna ferðamenn.

Tillögur um aðgerðir

Íslenskir kennimenn fái stuðning stofnana sinna og ferðaþjónustu við að koma íslenskri sérþekkingu á framfæri. Stofnanir verði hvattar til að skipuleggja móttöku fyrir ferðamenn - möguleikar á sértekjum.
 Aðstaða og búnaður verði nýtt betur til móttöku skólahópa.
 Skipuleggjendur fræðslu og afþreyingar fyrir börn geri ráð fyrir börnum ferðamanna.
 Stutt verði við kynningu og fræðslu um reykvísk málefni.
 Tekið verði föstum tökum og veitt fjármagn í þróunarstarf innan ferðaþjónustu með nánari tengsl við ESB í huga á sviði fræðslu og þekkingarmiðlunar.

Lokaorð

Af samantekt hópsins er ljóst að mikið framboð er af alls kyns fræðslu, bæði innan skólakerfisins og á vegum einkaaðila. Einnig er ljóst að aðstaða til að taka á móti ferðamönnum sem koma í þeim erindagjörðum að fræðast er mjög góð. Lítil tengsl hafa verið á milli þeirra sem bjóða fræðsluna og þeirra sem kynna og selja ferðir til Íslands og þeirra sem vinna að því að laða innlenda ferðamenn til borgarinnar. Með því að tengja þessa tvo "geira" saman má örugglega fjölga ferðamönnum í Reykjavík og auka möguleika stofnana til að afla sértekna.

Starfshópur um: Samfélagsþjónustu

Inngangur

Öryggi og gott aðgengi allra er ein meginforsenda þess að ferðamönnum líði vel á dvalarstað sínum og eitt besta orðspor sem staður getur fengið. Öryggi ferðamanna snýr að mörgum atriðum, jafnt smáum sem stórum. Með þetta í huga ákvað verkefnisstjórn Stefnumóts 2002 að mynda vinnuhóp, en eitt meginverkefni hans var að fara yfir stöðu þessara mála og koma með tillögur um úrbætur.

Innri greining

Veikar hliðar:

Skortur á samhæfingu í þjónustu sjúkrahúsa/ heilsugæslu varðandi ferðamenn.
Aðgengi fatlaðra að þjónustu ábótavant.
Merkingar ekki samræmdar.
Þekking/færni í umgengni við fatlaða.
Skortur á upplýsingum um apótek.
Tannlæknaþjónusta ekki aðgengileg.
Vantar kynningu á þjónustu hjálparveita.
Skortur á öryggisþáttum í afþreyingu.
Dreifing á grunnupplýsingum um veður má bæta.
Merkingar skortir í nágrenni þjónustu.
Vantar sérþjónustu við ferðamenn hjá lögreglu.
Lögregla ekki sýnileg.
Farangursgeymsla ekki miðsvæðis.
Slæm salernisaðstaða.
Útlit biðstöðva SVR ekki samræmt/merkingar.
Upplýsingar fyrir fatlaða ekki til.
Skortur á símasjálfsölum.
Vantar vatnshana fyrir ferðamenn.

Sterkar hliðar:

Góð gæði þjónustu sjúkrahúsa/heilsugæslu.
Mikill fjöldi apóteka / góð þjónusta.
Hjálparveitir til staðar, góð þjónusta.
Tilkynningaþjónusta hjálparveita.
Hægt að hringja í veðurstofu og fá upplýsingar.
Hjálpsöm lögregla.
Samræmd þjónustunúmer / símakerfi / GSM.
Leiga á sínum til ferðamanna.

Ytri greining

Ógnanir:

Ferðamenn óöruggir.
Óraunsæ kynning.
Drykkjusiðir Íslendinga.

Tækifæri:

Koma á barnagæslu/nýta sér núverandi aðstöðu.
Koma betur á framfæri góðri þjónustu.
Fá að kynnast fjölskyldulífi.
Koma upp farangursgeymslum.
Gestakort fyrir innlenda ferðamenn.
Vatnshana fyrir ferðamenn.
Upplýsingabæklingar fyrir fatlaða ferðamenn.
Kennslu- og fræðslurit (í tengslum við fatlaða) fyrir starfsfólk ferðaþjónustu.
Úttekt á aðgengi fyrir fatlaða að ferðamannastöðum.

Skýringar:

Götu- og stofnanamerkingar / merkingar fyrir fatlaða.

Fyrir ferðamenn.

Óljósar öryggiskröfur til rekstraraðila afþreyingar.
Bæta þarf upplýsingar bæði innanlands og erlendis.

Bæði fyrir fatlaða og ófatlaða ferðamenn.
Leiðamerkingar á erlendum tungumálum vantar.

Skýringar:

Þarf að kynna betur.

Skýringar:

Á sérstaklega við um fatlaða ferðamenn.

Skýringar:

Einkum það sem snýr að samfélagsþjónustu.

Þarf að kynna betur.

Tækifæri frh.

"Low flow" strætisvagnar.

Stór markaður fatlaðra ferðamanna

Framtíðarsýn

Við uppbyggingu ferðapjónustu í Reykjavík verði unnið að því að borgin verði þekkt sem öruggur áfangastaður fyrir alla ferðamenn, þ.m.t. fatlaða, aldraða og fjölskyldufólk.

Mikilvægur þáttur í því að gera borgina aðgengilega og að tryggja velliðan ferðamanna er að upplýsingar og merkingar verði bættar og þarf þá að hafa bæði innlenda og erlenda ferðamenn í huga.

Ávallt skal þess gætt að erlendir ferðamenn hafi aðgang að því sem er íslenskt og þarf að brýna það fyrir þeim sem vinna að uppbyggingu ferðapjónustu í borginni.

Meginmarkmið

Upplýsingar um samfélagsþjónustu í Reykjavík verði aðgengilegar.

Fatlaðir og aldraðir geti notið þjónustu og lystisemda borgarinnar til jafns við aðra ferðamenn.

Grunnhörfum íbúa og ferðamanna verði mætt við skipulag og uppbyggingu ferðapjónustunnar.

Opinberir og áhugaverðir staðir verði merktir.

Markvisst verði fylgst með álitum ferðamanna á dvöl þeirra í Reykjavík.

Tillögur um aðgerðir

Einn aðili taki á móti og haldi utan um upplýsingar um samfélagsþjónustu í Reykjavík.

Útbúið verði kennsluefni og námskeið fyrir starfsfólk í þjónustugreinum um þarfir fatlaðra.

Árið 2002 verði aðgengi fatlaðra og aldraðra tryggt að byggingum og ferðamannastöðum í borginni.

Ferilnefnd verði falið að taka út og votta aðgengi fyrir fatlaða með sérstökum merkingum.

Gefnar út upplýsingar um aðgengi fatlaðra að ferðamannastöðum.

Almenningssalernum verði fjölgað.

Vatnhönum verði komið upp á helstu ferðamannastöðum.

Lögum um reykingabann á ferðamannastöðum verði framfylgt.

Eftir verði til hreinlætis-/umgengnisátaks, t.d. í samvinnu við félagasamtök o.fl.

Merkingar SVR verði bættar (samræmdar, litir, biðstöðvar).

Komið verði upp samræmdu kerfi skiltamerkinga og korta innan Reykjavíkur.

Einn aðili verði ábyrgur fyrir framkvæmd og úrvinnslu þjónustu og fyrir ábendingum og aðfinnslum.

Ferðamenn geti komið börnum sínum að á leikskólum, gæsluvöllum og í tómstundastarfi Reykjavíkur.

Lokaorð

Skortur á kynningu á þeirri samfélagsþjónustu sem í boði er hamlar því að ferðamenn geti notið hennar sem skyldi. Aðgengi fatlaðra er víða ábótavant. Brýnt er að vinna markvisst að úrbótum á aðgengi fatlaðra á ferðamannastöðum. Þá þarf að stórbæta leiðamerkingar.

Starfshópur um: Atvinnulíf

Ágrip fundar í Ráðhúsi Reykjavíkur 19. nóvember 1996:

Í máli fundarmanna kom í ljós að "áreiti" ferðamanna er talsvert mikið og er þar bæði um að ræða almenna ferðamannahópa sem og erlenda viðskiptavinum. Við þessu áreiti þarf að bregðast með einhverjum hætti, enda mikilvægt að tengja ferðamenn við atvinnulíf.

Ljóst að nánast er ógjörningur að taka á móti almennum ferðamönnum beint inn í fyrirtækin, m.a. af heilbrigðis-ástæðum, vegna framleiðsluleyndarmála og starfsfólk er ekki ánægt með að vera til sýnis. Ímynd landsins, þar með taldir atvinnuvegir og einkum útflutningsvörur þeirra, skipta höfuðmáli og ekki er víst að það þjóni ímyndinni að skoða framleiðsluna á gólfinu. Til þess að efla þessa ímynd er sá möguleiki að skapa sérstaka aðstöðu til móttöku talinn álitlegur. Einkum virðast vera möguleikar í þeim efnum í tengslum við matvælaframleiðslu. T.d. er skortur á einhvers konar Gestamiðstöð ("Visitor Center"), þar sem allt ferlið frá fiskveiðum til fiskvinnslu og neyslu er kynnt. Ljóst er að af því má fá einhverjar tekjur, en einnig er þetta spurning um ímynd lands/borgar/fyrirtækis.

Önnur atriði sem fram komu eru m.a.:

Vel má verðleggja heimsóknir sem hluta af "pakka" sem seldur er og þannig greiða fyrirtækinu fyrir að standa fyrir heimsókninni.

Tekjur af öðru en beinlínis heimsókninni gætu verið töluverðar, s.s. í minjagripasölu, matsölu sem er óbeint tengd heimsókninni og skoðuninni.

Sérstakar og umfangsmiklar framkvæmdir draga oft að sér innlenda ferðamenn, einkum ef um nýjungar er að ræða.

Ef til vill er einhver möguleiki í því að bjóða "vinnuferðir til Íslands", t.d. að salta sild eins og þegar selt er í göngur og réttir á haustin.

Sérhæfð þjónusta við sérstakan hóp ferðamanna, eins og þá sem eru að leita eftir stoðtækjum, þarf að skoðast í tengslum við heilbrigðiskerfið.

Ef til vill má huga meira að því þegar fyrirtæki eru byggð, hvort ekki þar vera líka aðstaða til móttöku/skoðana, einkum fyrir sérstaka hópa sem tengjast starfseminni meira en almennir ferðamenn.

Fram kom einnig að skortur sé á góðum "ferða" möguleikum á höfuðborgarsvæðinu til að sýna (væntanlegum) viðskiptavinum fyrirtækjanna sem eru í heimsókn.

Þegar rætt er um tengsl atvinnulífs og ferðaþjónustu er ekki einungis átt við að gefa ferðamönnum kost á að skoða stórfyrirtæki. Hin smáu eru ekki síður mikilvæg, t.d. þar sem hægt er að kynnast íslenskri hönnun. Þá er einnig áhugavert að kynna hina hreinu orku í borginni og hvernig við nýtum hana til framleiðslu (sbr. ylrækt).

Niðurstaða:

Ferðamenn á Íslandi eru mikilvægur markhópur. Kanna þarf hvort markaður sé fyrir aukin tengsl atvinnulífs og ferðaþjónustu. Hugsanlega mikilvægur þáttur í ímynd landsins.

Starfshöpur um: Nýsköpun**Hugmyndir að nýjum söfnum:**

Safn sem sýnir eldvirkni og áhrif hennar í sem víðastri mynd.
 Hvalveiðisafn (hlutir, myndbönd, fyrirlestrar o.fl.).
 Náttúru- og sædýrasafn.
 Hönnunarsafn (design museum).

Hugmyndir að hátíðum (festivals):

Tónlistarhátíð (tónlist og náttúra, t.d. á Korpúlfsstöðum, Heiðmörk).
 Kvikmyndahátíð.
 Heiðni-hátíð.
 Tiskuhátíð (fashion festival).
 Hátíðir minnihlutahópa (t.d. samkynhneigðra).
 Hvalahátíð.
 "Cold festival".

Ýmis konar afþreying:

Veiðiferðir.
 Fuglaskoðunarferðir (t.d. í Vatnsmýrinni, við Tjörnina o.fl.).
 Opna skotsvæði (skjóta leirdúfur).
 Skipulagðar ferðir um næturlífið.
 Smábátahöfnin (gefa ferðamönnum kost á siglingum).
 Taka þátt í torfæruakstri.
 Skautaleiga við Tjörnina.
 Sögunámskeið (fyrirlestrar + vettvangsferðir).
 Safariferðir (Reykjavík = "safari park", íbúar = dýrin).

Ýmislegt:

Kveða niður drauginn um dýrtíðina á Íslandi.
 Benda á kirkjugarðinn við Suðurgötu í bæklungum.
 Nota nálægð borgarinnar við hafið og villta náttúru innan borgarmarkanna.

STEFNUMÓTUN Í FERÐAÞJÓNUSTU Í REYKJAVÍK

STEFNUMÓT



HUGTÖK
OG SKILGREININGAR

Nauðsynlegt er að hér á landi séu skilgreiningar á hugtökum ferðaþjónustunnar þær sömu og í samkeppnislöndum okkar. Þetta er mikilvægt, sérstaklega með tilliti til þess að sömu mælikvarðar verði notaðir við að meta árangur og að samanburðarhæfni sé tryggð. Lagt er til að flokkun á ferðalögum í millilandaferðum verði í samræmi við lokatillögur EUROSTAT, en þá flokkun er verið að taka upp víða í Evrópu. Höfð var samvinna við Íslenska málstöð um þýðingar og skilgreiningar á orðalista.

Flokkun ferðalanga í millilandaferðum

Ferðamenn

Gestir semdvelja a.m.k. eina nótt í landinu, en skemur en eitt ár.

Almennir dagsferðamenn

Gestir sem koma og fara sama daginn. Tilgangur ferðar er orlof, heimsóknir til vina og ættingja, viðskipti/vinna, heilsu meðferð, trúarlegar ástæður/pílagrímaferð eða annað tengt ferðamennsku.

Farþegar skemmtiferðaskipa

Gestir sem koma til landsins með skemmtiferðaskipum (skv. skilgreiningu "The International Maritime Organization") og gista um borð í skipunum.

Áhafnir skipa og flugvéla (búseta erlendis)

Áhafnir erlendra skipa og flugvéla sem gista a.m.k. eina nótt í landinu.

Áhafnir skipa og flugvéla

Áhafnir erlendra skipa og flugvéla sem hafa dagsviðdvöl í landinu.

Innflytjendur (tímab. dvöl), innflytjendur, flakkarar

Skv. skilgreiningu Sameinuðu þjóðanna (Recommendation on Statistics of International).

Áningarfarþegar

Ferðalangar sem yfirgefa ekki "transitsvæði" hafna eða flugvalla.

Flóttamenn

Skv. skilgreiningu Sameinuðu þjóðanna "High Commissioner for Refugees".

Starfsmenn varnarliðsins, starfsmenn konsúlata, ríkiserindrekar/diplómatar

Á við um ferðalög frá heimalandi til vinnustaðar og til baka.

Ferðaþjónusta (Tourism Industry)

Atvinnugrein sem tekur til allra fyrirtækja og einstaklinga sem vinna störf tengd ferðalögum, s.s. ferðaheildsala, ferðasmásala, ferðaskipuleggjenda, fólksflutningafyrirtækja (að hluta), gististaða, leiðsögumanna (sjá nánar mat Þjóðhagsstofnunar á ársverkum í ferðaþjónustu).

(ATH: Skv. þessari skilgreiningu myndi starfsemi Flugleiða hf. og annarra flug- og skipafélaga, sem halda uppi samgöngum til og frá landinu, ekki að fullu teljast til ferðaþjónustu, heldur einnig til "Travel Industry").

Ferðamennska (Tourism)

Athafnir einstaklinga sem ferðast til staða utan hversdagsumhverfis og dvelja þar í nánar skilgreindum tilgangi. Ferðin stendur skemur en í tólf mánuði samfleytt.

Hversdagsumhverfi (Usual Environment)

Heimili einstaklings (þar sem hann hefur fasta búsetu), vinnustaður, skólaflokkur og aðrir staðir sem hann kemur reglulega á.

Ferðamennska innanlands (Domestic Tourism)

Ferðamennska fólks innan búsetulands.

Innferðamennska (Inbound Tourism)

Nær yfir ferðir íbúa annarra landa (til Íslands), einnig íslenskra ríkisborgara sem búsettir eru erlendis og koma til skemmri dvalar en 12 mánaða.

Utanferðamennska (Outbound Tourism)

Nær yfir ferðir íbúa (Íslands) til annarra landa sem standa skemur en 12 mánuði.

Ferðalangur (*Traveller*)

Einstaklingur á ferðalagi á milli staða eða á milli staða innan búsetulands, óháð tilgangi ferðalagsins. Greint er á milli innanlandsferðalanga og millilandaferðalanga.

Innanlandsferðalangur

Einstaklingur á ferðalagi milli staða innan búsetulands, óháð tilgangi ferðalagsins.

Millilandaferðalangur

Einstaklingur á ferðalagi milli tveggja eða fleiri landa, óháð tilgangi ferðalagsins.

Búsetuland (*Country of Residence*)

Land, þar sem hlutaðeigandi hefur haldið til (búið) s.l. 12 mánuði, eða landið þar sem hann hefur búið í styttri tíma en hyggst halda þangað aftur innan 12 mánaða.

Gestur (*Visitor*)

(Grunnhugtak/eining í tölfræði ferðaþjónustunnar)

Einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en tólf mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til.

Ferðamaður (*Tourist*)

Gestur sem dvelur a.m.k. eina nótt á staðnum sem hann kemur á.

Dagsferðamaður (*Same-day Visitor*)

Gestur sem er ekki nætursakir á staðnum sem hann kemur á.

Innanlandsferðamaður

Einstaklingur á ferðalagi innan búsetulands en utan hversdagsumhverfis í nánar skilgreindum tilgangi.

Ferð (*Trip*)

Ferðalag sem tekur a.m.k. eina nótt og minna en eitt ár og nær út fyrir hversdagsumhverfi einstaklings.

Dagsferð (*Excursion, Day Excursion*)

Ferðalag sem tekur í mesta lagi einn heilan dag og nær út fyrir hversdagsumhverfi einstaklings.

Skammferð (*Brief Holiday*)

Ferð sem tekur eina til þrjár nætur.

Langferð (*Long Holiday*)

Ferð sem tekur fjórar nætur eða meira.

Ferðamannastaður (*Tourist Attraction*)

Staður (annað hvort náttúrulegur eða manngerður) sem laðar að sér ferðamenn.

Dvalartími (*Duration of Stay*)

Sá tími sem gestir dvelja á staðnum sem þeir heimsækja (án ferðadaga).

Lengd ferðar (*Duration of Trip*)

Sá tími sem ferðin tekur að ferðadögum meðtöldum.

Megintilgangur ferðar (*Main Purpose of Visit*)

Hugtak sem notast við upplýsingaöflun um ferðamennsku. Megintilgangur ferðar er það atriði sem ákvarðar hvaða ferðalög (travel) teljast til ferðamennsku (tourism). Megintilgangur ferðar getur verið orlof, heimsókn til vina og ættingja, viðskipti, vinna, heilsurækt, trúarbragðaiðkun eða annað.

Gistinótt (*Bed Night*)

Gisting ferðamanns (svo framarlega sem greitt er fyrir gistinguna). Gisti tveir einstaklingar í sama herbergi teljast það tvær gistinætur.

Ferðaframleiðandi (*Tour Producer*)

Sá sem skipuleggur stuttar eða langar ferðir og selur þær ferðaheildsala/ferðasmásala, oft sem einn hluta alferðar.

Ferðaheildsali (*Tour Operator*)

Sá sem setur saman alferð og býður hana til sölu, hvort heldur beint eða með milligöngu ferðasmásala.

Ferðasmásali (*Travel Agency*)

Sá sem býður til sölu alferð sem ferðaheildsali hefur sett saman.

Hópfarð (*Group Travel*)

Ferð þar sem tiltekinn fjöldi einstaklinga ferðast saman í hóp.

Einstaklingsferð (*Individual Travel*)

Ferð einstaklings, oftast á eigin vegum. Skipulagning ferðarinnar getur verið í höndum ferðamannsins sjálfs eða ferðaskrifstofu/ferðaskipuleggjanda/ferðaheildsala.

Erlundur gestur á eigin vegum (*Foreign Individual Traveller, FIT*)**Alferð** (*Inclusive Tour (IT)*)

Ferð sem sett er saman úr a.m.k. tveimur þjónustueiningum, t.d. flugi og gistingu.

Fastar ferðir (*Regular Tours*)

Ferðir sem eru skipulagðar af ferðaskrifstofu/ferðaskipuleggjanda/ferðaheildsala og hafa fyrirfram fastákveðnar brottfarir.

Sérferðir (*Special Tours/Tailor made Tours*)

Ferðir sem eru skipulagðar fyrir ákveðinn hóp, oft "klæðskerasaumaðar". Þær eru í flestum tilfellum aðeins farnar einu sinni, þ.e. þegar hópnun (eða forsvarsmanni hans) hentar.

Hvataferð (*Incentive Tour*)

Oftast sérstök starfsmannaferð meðalstórra og stórra fyrirtækja. Ferðin er alljafna endapunktur á löngu hvataferli, sem á að hvetja starfsmenn viðkomandi fyrirtækis til dáða (oft er söluaukning markmiðið) og þeir starfsmenn sem hafa staðið sig best fá ferð í verðlaun.

Sérsviðsferðir (*Special Interest Tour*)

Ferðir sem hafa að megininntaki sérsvið/sérstök áhugamál, t.d. jarðfræði eða fuglaskoðun.

Háönn (*High Season*)

Sá tími ársins þegar umsvif í ferðaþjónustu eru mest á tilteknu svæði.

Jaðartími (*Shoulder Season*)

Mánuðirnir á undan og eftir háannatímanum.

Lágönn (*Low Season/Off Season*)

Sá tími ársins þegar umsvif í ferðaþjónustu eru í lágmarki.

Tengiferð (*Transfer*)

Notað um flutning ferðamanna, oftast til og frá flugvelli.

Viðvalarfarþegi (*Stop over Passenger/Lay over Passenger*)

Farþegi (flugfarþegi eða farþegi skemmtiferðaskips) sem hefur stutta, fyrirfram ákveðna viðdvöl á staðnum. Misjafnt er hvort viðdvölin er skv. ósk farþegans eða hvort samgöngur krefjast viðvalarinnar. Viðvalarfarþegi er gestur, en ýmist dagsferðamaður eða ferðamaður. Farþegar skemmtiferðaskipa eru þó oftast dagsferðamenn, þar sem þeir gista jafnan um borð í skipunum.

Áningarfarþegi (*Transit Passenger*)

Farþegi sem hefur stutta viðdvöl á staðnum án þess að fara í gegn um vegabréfaskoðun. Hann telst því ekki til gesta.

Ferðamannaverzlun (*Travel Shopping*)

Innkaup ferðalanga sem hafa búsetu í öðru landi en því sem kaupin fara fram í.