

**KPMG**

cutting through complexity™

FERÐA  
MÁLA  
STOFA

ICELANDIC  
TOURIST  
BOARD



Þörfin fyrir rannsóknir  
í íslenskri ferðapjónustu  
-Greining hagsmunaaðila

# Pörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðapjónustu

## -Greining hagsmunaaðila



### Efnisyfirlit:

	bls.
Inngangur	1
Vinnufelið og helstu niðurstöður	2
Rannsóknarefni	3
1. Stærð ferðapjónustunnar á Íslandi og lykiltölur	4
2. Markhópagreining	5
3. Þolmörk ferðamennsku	6
4. Ferðamenn á landsvísu	7
5. Arðsemi ferðapjónustunnar	8
6. Ferðamenn eftir landssvæðum	9
7. Virðisikeðja ferðapjónustunnar	10
8. Sérstaða svæða	11
9. Ferðapjónusta framtíðarinnar	12
10. Samfélagsleg áhrif ferðapjónustunnar	13
11. Þjónustugæði	14
Önnur verkefni til skoðunar	15
Rannsóknarverkefni raðað eftir mikilvægi	16
Viðauki: Vinnuferli og þátttakendur	19

Útgefandi:	Ferðamálastofa
Gerð skýrslu:	Kristján Ólafsson, KPMG Oddný Þóra Óladóttir, Ferðamálastofa
Uppsetning:	Halldór Arinbjarnarson, Ferðamálastofa
Myndir:	Ragnar Th. Sigurðsson
Gefið út í september 2013	

## Inngangur

Samantekt þessi um rannsóknarþörfina í íslenskri ferðapjónustu er tilkomin vegna aðgerða sem kveðið er á um í ferðamálaáætlun 2011-2020 þess efnis að þarfagreining um rannsóknir fyrir ferðapjónustu verði endurskoðuð með aðkomu hagsmunaaðila. Kemur þessi vinna í framhaldi af greiningarvinnu sem Ferðamálastofa stóð fyrir á árinu 2006 með aðstoð hagsmunaaðila.

Mikil umræða hefur verið síðustu misserin um mikilvægi rannsókna fyrir þróun og uppbyggingu ferðapjónustu. Ferðapjónusta hefur vaxið hratt og er nú orðin ein af grunnatvinnuvegum þjóðarinnar. Eftirspurn er mikil eftir margs konar gögnum sem tengjast ferðapjónustu á einn eða annan hátt. Þó svo margt gott hafi áunnist

á síðustu árum er ljóst að verulega vantar upp á fjármuni til gagnasöfnunar og rannsókna á sviði ferðapjónustu. Það hefur margoft komið fram í opinberri umræðu að greinin situr ekki við sama borð og aðrar helstu atvinnugreinar þjóðarinnar þegar kemur að opinberu framlagi til rannsókna og að úr því verði að bæta. Miklar áskoranir bíða þessarar ört vaxandi atvinnugreinar og góður grunnur til að mæta þeim þarf að byggja á faglegum rannsóknum og greiningarvinnu. Niðurstöður úr þeirri greiningu sem hér hefur verið unnin eru mikilvægt innlegg í þá vinnu. Þeim fjölda hagsmunaaðila sem tóku þátt í vinnustofunum eru færðar bestu þakkir fyrir framlag sitt.



## Vinnuferlið og helstu niðurstöður

Við mat á rannsóknarþörf ferðaþjónustunnar var farin sú leið að vinna út frá hugmyndum hagsmunaaðilanna sjálfra, en þær voru greindar á fjölsóttum vinnufundi, þar sem rannsóknarþörfin var rædd út frá átta efnisþáttum. Verkefnum var síðan forgangsraðað á vinnufundi með nokkrum völdum hagsmunaaðilum. Það kom síðan í hlut starfsmanns Ferðamálastofu og ráðgjafa frá KPMG að útfæra og kostnaðargreina hvert og eitt rannsóknarefni. Umfjöllun um allt vinnuferlið og þátttakendur má sjá í viðauka.

Efst á listanum um brýn rannsóknarverkefni er ákall um að taka aftur upp samræmda samantekt á ferðaþjónustureikningum og þannig gera m.a. mögulegt að meta umfang og þróun ferðaþjónustunnar á Íslandi ásamt því að fá samanburð við önnur lönd. Næst á forgangslistanum eru óskir um rannsóknir á markhópum, hvernig þeir geta fallið að stefnumörkun ferðamála hverju sinni og hvernig auka megir verðmæti hvers ferðamanns á Íslandi.

Brýn þörf er fyrir rannsóknir á þolmörkum ferðamennsku. Við því þarf að bregðast til að uppbygging greinarinnar sé í sátt og samlyndi við land og þjóð.

Mikilvægar forsendur fyrir nýsköpun og markaðssetningu í greininni eru að fyrir liggja rannsóknir um ferðamenn á Íslandi. Með því að nálgast

vitneskju um kaupákvörðunarferlið, ferðahegðun, neyslumynstur og viðhorf ferðamanna minnkar hættan á ómarkvissum ákvörðunum á sviði markaðsmála og við uppbyggingu innan greinarinnar.

Rannsóknir á ferðahegðun erlendra gesta og upplýsingar um skiptingu útgjalda einstakra markhópa eftir landssvæðum ásamt greiningu á arðsemi ferðaþjónustufyrirtækja auðvelda framþróun greinarinnar og auka líkurnar á jákvæðri upplifun þeirra sem sækja Ísland heim. Einnig auðvelda slíkar niðurstöður ferðaþjónustuaðilum að taka ákvarðanir sem varða rekstur og við að byggja upp vörur og þjónustu sem höfða til gesta.

Með auknum fjölda ferðamanna er þörf fyrir að dreifa álagi í tíma og rúmi. Nýir áfangastaðir þurfa að fanga athygli og dreifa þarf ferðamönnum jafnar yfir árið. Því þarf að rannsaka og kortleggja aðdráttarafl svæða og með því skapa forsendur til að draga úr álagi á vinsælustu ferðamannastaði landsins.

Það er kallað eftir skýrri heildarstefnu og sýn fyrir ferðaþjónustuna þar sem horft verði til þeirra mögulegu breytinga sem geta orðið í starfsumhverfi ferðaþjónustunnar. Slík vinna er forsenda þess að hægt sé að fylgja eftir áætlunum um fjölgun ferðamanna og ná ásættanlegri afkomu þeirra sem í greininni starfa.



## Rannsóknarefni

Hér á eftir fer samantekt á ellefu rannsóknarverkefnum sem sett hafa verið í forgang og er þeim raðað upp eftir mikilvægi. Fjallað er stuttlega um hvert rannsóknarefni fyrir sig auk þess sem lagt er mat á áætlaðan kostnað við framkvæmd hvers verkefnis. Hvert rannsóknarverkefni er margþætt og getur verið skörun á milli verkefna. Verður að taka mið af því við frekari útfærslu þeirra.

Við mat á kostnaði við einstök verkefni var leitað álit nokkurra aðila sem hafa á undanförunum árum unnið sambærileg verkefni og hér um ræðir. Gert er ráð fyrir að sum rannsóknarefni séu í stöðugri vinnslu sbr. rannsóknarverkefni 1, 2, 3, 10 og 11 og miðast upphæðir þar við kostnað á ársgrunni. Önnur verkefni er áætlað að vinna með reglulegu millibili og dreifist kostnaður við þau verkefni yfir á lengra tímabil.

## Kostnaðarmat á þeim verkefnum sem sett hafa verið í forgang

Rannsóknarefni	Áætl. kostn. (milljónir kr.)
1. Stærð ferðaþjónustunnar á Íslandi og lykiltölur	12
2. Markhópagreining	54
3. Þolmörk ferðamennsku	70-80
4. Ferðamenn á landsvísu	12-13
5. Arðsemi ferðaþjónustunnar	15-17
6. Ferðamenn eftir landssvæðum	49
7. Virðisæðja ferðaþjónustunnar	11-13
8. Sérstaða svæða	57-60
9. Ferðaþjónusta framtíðarinnar	10
10. Samfélagsleg áhrif ferðaþjónustunnar	20-23
11. Þjónustugæði	20-25
<b>Samtals</b>	<b>330-356</b>



## 1. Stærð ferðaþjónustunnar á Íslandi og lykiltölur

Án vitneskju um umfang og stærð ferðaþjónustunnar er erfitt að meta árangur hennar og áhrif á íslenskt samfélag. Greina þarf:

- hlut ferðaþjónustu í landsframleiðslu,
- hlutdeild ferðaþjónustu í gjaldeyristekjum þjóðarbúsins,
- skatttekjur ríkisins af ferðaþjónustu.
- veltu ferðaþjónustunnar eftir tegund starfsemi og landssvæðum,
- eignarhald, stærð og fjölda fyrirtækja,
- fjölda starfa í ferðaþjónustu á landsvísi og eftir svæðum,
- hvers konar störf ferðaþjónustan skapar og fyrir hverja.

Nauðsynlegt er að slíkar greiningar séu birtar með reglubundnum hætti.

### Aðgerðir

Ferðaþjónustu þarf að gera upp samkvæmt alþjóðlegum staðli um ferðaþjónustureikninga til að tryggja samanburð milli ára og við önnur lönd. Safna þarf saman og greina fyrirbyggjandi gögn frá fjármálastofnunum, stuðningsfyrirtækjum og stoðstofnunum ferðaþjónustunnar. Jafnframt er mikilvægt að stuðla að frekari uppbyggingu á svæðisbundinni fyrirtækjatölfræði, þannig að meta megi betur þróun ferðaþjónustu eftir landshlutum og rekstur fyrirtækja sem starfa í greininni.

### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við gerð ferðaþjónustureikninga er 12 m.kr. á ári.



### Nýtist

Stjórnvöldum, stoðkerfi og aðilum innan ferðaþjónustunnar. Þeim sem huga að nýjum fjárfestingum og þjónustuframboði.

## 2. Markhópagreining

Undanfarin misseri hefur mikil umræða verið um að skilgreina þurfi betur vænlegustu markhópana fyrir áfangastaðinn „Ísland“. Með sífellt fleiri ferðamönnum til landsins hefur athyglin beinst að því að auka þurfi

### Aðgerðir

Ítarlegar markhópagreiningar þarf að gera á mörkuðum íslenskrar ferðaþjónustu með tilliti til neyslu, ferða- og kauphegðunar. Rannsaka þarf til hverra áfangastaðurinn Ísland höfðar og skilgreina „ákjósanlegustu“ viðskiptavinina. Gera þarf markaðsrannsóknir og afla vitneskju um hvað ræður ákvörðun um Íslandsferð á lykilmörkuðum og eins þarf að meta tækifæri til sóknar á nýjum mörkuðum.

Samhliða markhópagreiningum þarf að greina stöðu íslenskrar ferðaþjónustu í alþjóðlegu samhengi út frá fyrirbyggjandi talnagögnum og markaðsupplýsingum. Greina þarf þróun og horfur í ferðamennsku á einstaka mörkuðum, stærð tiltekinna markhópa, hvar þá er að finna og hvað skiptir máli þegar kemur að vali hvers markhóps á áfangastað. Afla þarf upplýsinga hjá þeim sem eru að markaðssetja og selja íslenska ferðaþjónustu um möguleika Íslands og einstakra landshluta að laða að valda markhópa og þjónusta þá. Auk þess þarf að fá fram sjónarmið sölu- og markaðsfólks um það hvar styrkleikarnir og tækifærin liggja og hvort vörubrúun og uppbygging í íslenskri ferðaþjónustu sé á réttri leið og í samræmi við þarfir markaðarins.

### Nýtist

Fjárfestum, ferðaskipuleggjendum og stoðkerfi í ákvarðanatöku.

verðmæti hvers ferðamanns. Uppbygging, vörubrúun og markaðssetning þurfi að vera í samræmi við stefnumörkun ferðamála hverju sinni til að tryggja sem bestan árangur landi og þjóð til heilla.

### Kostnaður

Mælt er með að gerðar séu fjórar markhópagreiningar á ári á lykilmörkuðum íslenskrar ferðaþjónustu. Gert er ráð fyrir 30 m.kr. heildarkostnaði við markhópagreiningar á ári en áætlaður kostnaður við hverja greiningu er um 7,5 m.kr. Uppfæra þarf markhópagreiningu á tveggja til þriggja ára fresti á hverjum markaði.

Kostnaður við greiningu á markaðsupplýsingum og eigindlega rannsókn meðal sölu- og markaðsfólks á fjórum markaðssvæðum er 24 m.kr eða 6 m.kr. á hverju markaðssvæði.



### 3. Þolmörk ferðamennsku

Náttúran er aðalaðdráttarafli Íslands og er jafnan gert út á ímynd óspilltrar náttúru í markaðssetningu landsins. Með auknum ferðamannafjölda hefur álag á náttúru landsins hins vegar aukist mikið og er nú svo komið að margir staðir eru farnir að láta á sjá. Álag á heimamenn og innviði svæða hefur jafnframt aukist samfara auknum fjölda ferðamanna.

Til að sporna við neikvæðum áhrifum ferðamennsku þarf uppbygging og skipulag greinarinnar að byggja á markvissum þolmarkarannsóknum á

#### Aðgerðir

Rannsaka þarf reglubundið þolmörk á fjölsóttum og viðkvæmum ferðamannasvæðum. Huga þarf að áhrifum ferðamennsku á náttúrulegt umhverfi; gróður, jarðveg, jarðmyndanir, dýralíf, vatn og ásýnd lands. Kanna þarf upplifun og skynjun ferðamanna á umhverfinu sem og umfang ferðamennsku. Leggja þarf mat á viðhorf heimamanna til ferðamennsku almennt og gera úttekt á ástandi umhverfis og innviðum með hliðsjón af stefnumörkun á hverju svæði fyrir sig.

fjölsóttum og viðkvæmum ferðamannastöðum og svæðum. Með þeim er lagt mat á hvort þolmörkum fjögurra þátta ferðamennsku sé náð:

1. Þolmörk náttúrulegs umhverfis (jarðvegur, gróður, landslag, vatn og dýralíf)
2. Þolmörk innviða (bílastæði, vegir, göngustígar, gistirými og salerni/kamrar)
3. Þolmörk ferðamanna (upplifun á mannþröng og áhrifum ferðaþjónustu)
4. Þolmörk heimamanna (viðhorf til ferðamennsku)

#### Kostnaður

Lagt er til að gerðar verði fjórar til fimm þolmarkarannsóknir á árlega. Áætlaður kostnaður við hverja rannsókn er á bilinu 14-16 m.kr. Samtals er því gert ráð fyrir kostnaði upp á 70-80 m.kr. á ári.

#### Nýtist

Stjórnvöldum, stoðkerfi og ferðaþjónustuaðilum við uppbyggingu ferðamannastaða og stýringu á umferð ferðamanna.





#### 4. Ferðamenn á landsvísu

Ferðamarkaðurinn á Íslandi er í stöðugri þróun og er mikilvægt að fylgjast reglubundið með þeim breytingum sem verða á kauphegðun, ferðahegðun og viðhorfum ferðamanna. Án vitneskju um ferðamarkaðinn

##### Aðgerðir

Framkvæma þarf reglubundnar kannanir meðal erlendra ferðamanna um kaupákvörðunarferlið að Íslandsferð, ferðahegðun á Íslandi, eyðsluhætti og viðhorf til íslenskrar ferðaþjónustu. Mælt er með rafrænni heilsárskönnun annað hvert ár í því sambandi.

Safna þarf upplýsingum um ferðahegðun innlendra ferðamanna með reglubundnum hætti. Mælt er með gerð rafrænnar könnunar í byrjun árs þar sem safnað er upplýsingum um ferðalög landans á nýliðnu ári. Afla þarf upplýsinga um ákvarðanatöku varðandi ferðalög, ferðahegðun, útgjöld og viðhorf til ferðaþjónustu almennt.

Við val á spurningum í kannanir meðal ferðamanna þarf að taka mið af þörfum og óskum hagsmunaaðila. Byggja skal á þeim gögnum sem þegar hefur verið aflað.

Til að tryggja samfellu í gagnasöfnun um erlenda og innlenda ferðamenn þarf að framkvæma kannanir sem þessar að lágmarki annað hvert ár og samkeyra þær með öðrum tölulegum gögnum.

Stöðugt þarf hins vegar að leita nýrra og fjölbreyttari leiða við að afla upplýsinga um ferðamenn með sem hagkvæmustum hætti, mögulega með forritum í snjallsímum eða staðsetningartækjum.

er hætta á ómarkvissum ákvörðunum á sviði markaðsmála og við skipulag og uppbyggingu ferðaþjónustunnar. Greining á ferðamarkaðnum er einnig forsenda vörupróunar og nýsköpunar.

##### Kostnaður

Kostnaður við framkvæmd rafrænnar heilsárskönnunar meðal erlendra ferðamanna er 10 m.kr. hvert sinn.

Kostnaður við framkvæmd könnunar meðal innlendra ferðamanna er 2-3 m.kr. hvert sinn.

Heildarkostnaður 12-13 m.kr. þau ár sem kannanir eru framkvæmdar.

##### Nýtist

Ferðaþjónustunni almennt, stoðkerfi og stjórnvöldum til að tryggja nýtingu fjármuna og starfskrafta stoðkerfisins með eins skilvirkum hætti og mögulegt er.



## 5. Arðsemi ferðaþjónustunnar

Ferðaþjónusta er ein af þremur meginútflytningsgreinum landsins og eru miklar væntingar bundnar við atvinnugreinina um land allt. Til að fjárfesting og uppbygging sé með markvissum og skynsamlegum hætti er þörf fyrir greiningar á arðsemi ferðaþjónustunnar í heild sem og eftir

### Aðgerðir

Safna þarf saman og greina kennitölur og lykilupplýsingar úr ársreikningum fyrirtækja eftir starfsemi og staðsetningu. Greina þarf grunngerð ferðaþjónustunnar út frá aðkomu og hlutverki hins opinbera. Mikilvægt er að sjá samhengi milli afkomu fyrirtækja eftir árstíðabundinni nýtingu, starfsemi, stærð og þjónustuframboði á hverju svæði. Skiptingu afkomu þarf að skoða í samhengi við þróun ferðahegðunar hjá erlendum og innlendum ferðamönnum.

### Kostnaður

Kostnaður við að safna og greina ársreikninga valinna ferðaþjónustufyrirtækja, tengja þær við upplýsingar úr ferðaþjónustureikningum og leggja þannig heildarmat á arðsemi greinarinnar eftir starfsemi er áætlaður 15-17 m.kr. Þörf er á slíkri greiningu þriðja hvert ár.

### Nýtist

Stjórnvöldum, fjárfestum, lánveitendum og greininni í heild sinni við uppbyggingu, forgangsröðun verkefna og hámarksnýtingu fjárfestinga.

starfsemi og landshlutum. Bætt upplýsingaöflun er forsenda fyrir gerð viðskiptaáætlana einstakra verkefna og þar með ákvarðanatöku hjá ferðaþjónustuaðilum, opinberum aðilum og lánveitendum. Fjárhagsupplýsingar eru auk þess grunnur að skilvirkri áætlanagerð á öllum stigum.



## 6. Ferðamenn eftir landssvæðum

Vitneskja um það hvaða ferðamenn heimsækja einstök svæði er undirstaða uppbyggingar innviða og svæðisbundinnar þjónustu. Mikilvægt er að þekkja ferðahegðun ferðamanna á hverju landssvæði; eftir hverju ferðamenn sækjast, neysluhegðun þeirra, upplifun og viðhorf til þjónustu, náttúru og samfélags. Þekking á viðskiptavinum er forsenda þess að

### Aðgerðir

Rannsaka þarf ferðahegðun, upplifun og viðhorf ferðamanna eftir landssvæðum og árstíðum. Lagt er til að vitneskju sé aflað með reglubundnum könnunum um dvöl ferðamanna í hverjum landshluta fyrir sig; ferðahegðun, eyðslumynstur og viðhorf sem og ákvörðunarferlið að Íslandsferð og ferðalagi til einstakra svæða.

Með eigindlegri viðtalsrannsókn meðal ferðamanna á hverju landssvæði næst síðan gleggri mynd af upplifun ferðamanna af einstökum svæðum eftir árstíðum, í hverju aðdráttarafi svæðis felst, hvað hefur áhrif á val, hvaða þættir hafa áhrif á upplifun og hvaða þættir geta bætt upplifun.

Til að tryggja samfellu í gagnasöfnun þarf að framkvæma slíkar kannanir að lágmarki þriðja hvert ár og samkeyra þær með öðrum tölulegum gögnum.

Auk þess þarf að greina sjálfvirkar talningar á einstaka ferðamannastöðum og vegum landsins með hliðsjón af ferðamannafjölda til landsins hverju sinni.

### Nýttist

Stoðkerfi, stjórnvöldum, ferðaþjónustuaðilum og öðrum hagsmunaaðilum við uppbyggingu svæðisbundinnar ferðaþjónustu.

þjónustuframboð falli að eftirspurn á hverju svæði og að uppbygging sé í samræmi við þarfir og væntingar ferðamarkaðarins. Þekking er auk þess undirstaða nýsköpunar, öflugrar ferðaþjónustu og samstarfs innan svæðis sem og á milli svæða.

### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við framkvæmd könnunar meðal erlendra ferðamanna er 25 m.kr. og meðal Íslendinga 12. m.kr.

Kostnaður við eigindlega rannsókn sem byggir á 500 djúpvíðtölum við erlenda og íslenska ferðamenn, 50-70 manns á hverju landssvæði er áætlaður 10 m.kr.

Kostnaður við greiningu sjálfvirkra talninga á ferðamannastöðum er áætlaður 2 m.kr. á ári.

Heildarkostnaður 49 m.kr.



## 7. Virðisikeðja ferðaþjónustunnar

Með vitneskju um útgjöld ferðamanna til íslenskra fyrirtækja er hægt að stýra fjárfestingum, nýsköpun, vöruþróun og markaðssetningu með markvissum hætti og þar með hámarka heildarafkomu greinarinnar. Grunn gögn um ferðahegðun þurfa að vera nægjanlega ítarleg til að hægt sé að greina útgjöld ferðamanna og dreifingu þeirra eftir tegund

ferðaþjónustu. Einnig þarf að rýna í rekstur einstakra ferðaþjónustu-fyrirtækja og greina framlegð eftir starfsemi. Þannig fæst þekking um veltu og framlegð einstakra aðila, greinarinnar og þjóðarbúsins en með aukinni þekkingu má skapa betri forsendur fyrir bættri afkomu ferðaþjónustunnar.

### Aðgerðir

Framkvæma þarf framlegðargreiningu í ferðaþjónustufyrirtækjum ásamt úrvinnslu og samkeyrslu upplýsinga við gögn um útgjöld ferðamanna.

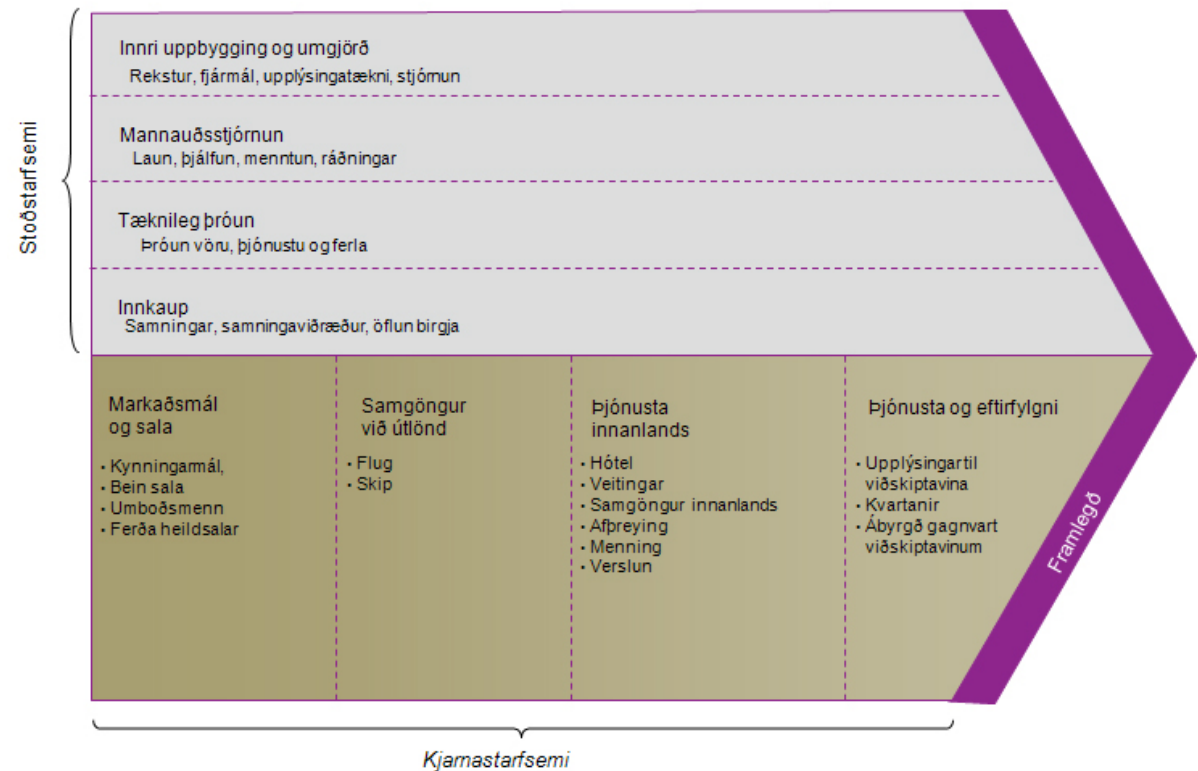
### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við þennan verkþátt er 11-13 m.kr. að því gefnu að hann sé unninn samhliða heildarmati á arðsemi ferðaþjónustunnar.

### Nýttist

Greininni í heild við ákvarðanir um fjárfestingar og þjónustuframboð og stjórnvöldum við ákvarðanir um uppbyggingu innviða.

### Dæmi um virðisikeðu ferðaþjónustunnar á Íslandi



## 8. Sérstaða svæða

Til að laða að ferðamenn þurfa staðir eða svæði að búa yfir aðdráttarafli. Oftast liggur ljóst fyrir hvert aðdráttaraflið er en stundum þarf að kafa dýpra til að draga sérkennin fram. Þekking þarf að liggja fyrir um það hvernig nýta má sérstöðu og styrkleika einstakra staða eða svæða við

### Aðgerðir

Rannsaka þarf aðdráttarafli Íslands og sérkenni einstakra svæða. Kortleggja þarf auðlindir ferðaþjónustunnar og skrá í landfræðilegt upplýsingakerfi og með því fá heildstæða mynd af tækifærum sem eru til fyrir uppbyggingu og þróun áfangastaða og ferðaþjónustu. Gert er ráð fyrir að byggt sé á forverkefni sem Ferðamálastofa lét vinna í fimm sveitarfélögum á Suðurlandi í samvinnu við Rannsóknamiðstöð ferðamála og Landmælingar Íslands.

Gera þarf heildarúttekt á stöðu ferðaþjónustunnar á Íslandi og út frá henni svæðisbundnar rannsóknir. Safna þarf saman og greina fyrirbyggjandi upplýsingar og fá fram sjónarmið hagsmunaaðila með það í huga að greina hvar sóknarfærin liggja og til hvaða aðgerða þurfi að grípa til að efla og styrkja ferðaþjónustuna á landsvísi og einstökum svæðum. Gert er ráð fyrir gagnasöfnun í öllum landshlutum, megindegum könnunum meðal ferðaþjónustufyrirtækja og eigindlegum viðtölum við hagsmunaaðila sem gegna veigamiklu hlutverki í ákvarðanatöku er varða málefni ferðaþjónustunnar á hverju svæði.

uppbyggingu ferðaþjónustu í sátt við hagsmunaaðila. Í því samhengi þarf að huga að auðlindum ferðaþjónustunnar, innviðum, stoð- og stuðningskerfi, tækifærum til samstarfs, samfélagsgerð, vinnuafli og markaðssetningu svo eitthvað sé nefnt.

### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við kortlagningu auðlinda íslenskrar ferðaþjónustu á landinu öllu í landfræðilegt upplýsingakerfi er 30 m.kr.

Kostnaður við rannsókn á heildarúttekt á stöðu ferðaþjónustu á Íslandi ásamt svæðisbundnum rannsóknum er 27-30 m.kr.

Heildarkostnaður er 57-60 m.kr.

### Nýttist

Sveitarfélögum, stoðkerfi, skipulagsyfirvöldum og ferðaþjónustu í heild sinni við uppbyggingu ferðaþjónustu út frá styrkleikum svæða.



## 9. Ferðapjónusta framtíðarinnar

Skýr heildarstefna og sýn, sem tekur mið af mögulegum breytingum í ytra og innra umhverfi ferðapjónustunnar er forsenda þess að hægt sé að fylgja eftir áætlunum um fjölgun ferðamanna og að ná ásættanlegri afkomu þeirra sem í greininni starfa. Grunnur stefnumótunar fyrir ferðapjónustuna er greining á starfsumhverfi hennar og mat á mögulegum breytingum eftir því hvernig megindrifkraftar þróast. Dæmi

### Aðgerðir

Greina þarf og setja fram með skýrum hætti ólíkar birtingarmyndir framtíðar fyrir mögulegt starfsumhverfi ferðapjónustunnar með helstu hagsmunaaðilum greinarinnar. Vinna þessi er forsenda fyrir stefnumótun og ákvarðanatöku stjórnvalda og ferðapjónustunnar.

### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við slíka vinnu er kr. 10 m.kr. Verkefnið þyrfti að vinna á fjögurra til fimm ára fresti.

### Nýtist

*Stjórnvöldum og stuðningskerfi við stefnumótun og ákvarðanatöku um aðgerðir og stuðning við greinina. Nýtist auk þess ferðapjónustunni í heild sinni ásamt fjárfestingaraðilum á sama hátt.*

um þetta eru áhrif stjórnvaldsákvarðana, þróun á eldsneytisverði og flugsamgöngum, breyttir samgönguhættir, náttúruhamfarir og fleira sem getur haft veruleg áhrif á ferðapjónustu. Greining á drifkröftum og mat á því hvernig þeir geta þróast eru mikilvægar forsendur fyrir uppbyggingu og fjárfestingu í ferðapjónustu á Íslandi.



## 10. Samfélagsleg áhrif ferðaþjónustunnar

Ferðaþjónusta getur leitt til breytinga á samfélögum og samsetningu þeirra. Breytingarnar geta verið af félagslegum og menningarlegum toga sem og hagrænum og umhverfislegum. Ferðamenn geta stuðlað að aukinni fjölbreytni í atvinnulífinu, einhæfni getur minnkað og þjónusta

### Aðgerðir

Kanna þarf viðhorf Íslendinga til ferðamanna og ferðaþjónustu með reglubundnum hætti; hvort ferðamenn hafi áhrif á daglegt líf landsmanna og þá með hvaða hætti og hvort uppbygging og þróun ferðaþjónustunnar sé í sátt og samlyndi við íbúa. Mælt er með rafrænni könnun um viðhorf landsmanna á tveggja til þriggja ára fresti.

Rannsaka þarf áhrif ferðamennsku á einstök samfélög. Lagt er til að gerðar verði þrjár til fjórar samfélagsúttektir á ári en kostnaður fer eftir stærð og umfangi verkefna hverju sinni. Í smærri samfélögum er hentugt að beita eiginlegum rannsóknaraðferðum þar sem gagna er aflað með viðtölum og þátttökuathugunum. Í fjölmennari sveitarfélögum eins og á höfuðborgarsvæðinu og á Eyjafjarðarsvæðinu er lagt til að notast verði við meginlegar rannsóknaraðferðir.

við íbúa breyst. Þegar horft er til ferðaþjónustu sem atvinnugreinar þarf að meta svæðisbundin áhrif hennar og að uppbygging sé í sátt við samfélag og heimamenn. Meðal annars þarf að huga að jákvæðum og neikvæðum áhrifum ferðaþjónustu á íbúa og menningu þeirra.

### Kostnaður

Kostnaður við rafræna gagnaöflun vegna viðhorfskönnunar meðal Íslendinga er áætlaður 2 m.kr.

Gert er ráð fyrir þremur til fjórum úttektum á ári um áhrif ferðamennsku á einstök samfélög og er kostnaður áætlaður 17-20 m.kr. Kostnaður við undirbúning og stöðlun verklags er áætlaður 1 m.kr.

Heildarkostnaður á ársgrunni er 20-23 m.kr.

### Nýtist

Stjórnvöldum, sveitarfélögum og ferðaþjónustunni í heild við stefnumótun í greininni og við að meta svæðisbundin áhrif af ferðamönnum.



## 11. Þjónustugæði

Gæðamál eru íslenskri ferðapjónustu hugleikin en samkvæmt viðtölum sem tekin voru í undirbúningi gildandi ferðamálaáætlunar (2011-2020) lögðu ferðapjónustuaðilar ríka áherslu á eftirfarandi gildi við uppbyggingu greinarinnar; gæði, fagmennsku, heiðarleika, hreinleika og öryggismál.

### Aðgerðir

Hanna þarf mælikvarða til að meta frammistöðu fyrirtækja út frá sjónarmiðum viðskiptavina, fyrirtækja og eftirlitsaðila. Reglubundin vöktun þarf að eiga sér stað á þjónustugæðum með stöðluðum könnunum meðal ferðapjónustufyrirtækja og viðskiptavina þeirra þar sem m.a. er lagt mat á gæði gistingar, afþreyingar, veitingastaða og samgangna. Huga þarf að aðstöðu og aðbúnaði, þjónustu starfsfólks, verðlagningu og fjölbreytni þess sem í boði er. Niðurstöðum er safnað í gagnagrunn til að hægt sé að fylgjast með breytingum milli ára. Þannig geta fyrirtæki fengið vitneskju um frammistöðu sína á sviði þjónustu í samanburði við samkeppnisaðila og hvernig þau standa sig út frá upplifun og væntingum viðskiptavina.

Íslensk ferðapjónusta er í alþjóðlegri samkeppni um viðskiptavini og góð frammistaða á sviði gæðamála er lykilatriði fyrir samkeppnishæfni landa. Fyrirtæki verða því að fylgjast vel með þeim breytingum sem verða á þörfum og væntingum viðskiptavina.

### Kostnaður

Áætlaður kostnaður við hönnun og undirbúning mælikvarða sem meginlegar kannanir meðal fyrirtækja byggja á er 5 m.kr. Árlegur kostnaður við gerð meginlegra kannana er 20-25 m.kr. en kostnaður ræðst af fjölda þátttökufyrirtækja. Ráðgert er að fyrirtæki greiði fyrir samanburð á sínum niðurstöðum við hliðstæð fyrirtæki.

### Nýtist

Fyrirtækjum, hagsmunasamtökum greinarinnar, opinberum eftirlitsaðilum, söluaðilum innanlands og utan við samanburð innbyrðis og milli ára.





## Önnur verkefni til skoðunar

Önnur verkefni sem fólki var tíðrætt um á fundum voru menntunarmál og gjaldtaka á ferðamannastöðum. Ákveðið var að lista þau ekki sem rannsóknaverkefni heldur sem brýn verkefni sem gera þarf úttekt á.

### 12. Menntun og gæði

Að mati ferðapjónustuaðila er mikilvægt að menntastofnanir uppfylli þarfir greinarinnar um menntun starfsmanna. Þekking starfsmanna er lykill að því að tryggja og viðhalda gæðum í greininni og með því minnka líkur á mismunandi upplifun á þjónustu eftir því hvaða starfsmaður veitir hana.

#### Aðgerðir

Framkvæma þarf úttekt á þörfum ferðapjónustunnar fyrir menntað starfsfólk og í framhaldi af því tryggja námsframboð sem uppfyllir þær þarfir. Slíka greiningu er t.d. hægt að vinna sem lokaverkefni meistaranema á háskólastigi. Mikilvægt er að tryggja aðkomu hagsmunaaðila í ferðapjónustunni bæði þegar verkefni eru skilgreind og eins við framkvæmd þeirra. Þá er ekki síður mikilvægt að námsframboð sé skilgreint í samvinnu hagsmunaaðila ferðapjónustunnar og menntastofnana.



### 13. Gjaldtaka á ferðamannastöðum

Gera þarf úttekt á gjaldtöku á vinsælum ferðamannastöðum. Leggja þarf mat á hver greiðsluvilji gesta er.

#### Aðgerðir

Á meðan vinna þessarar skýrslu fór fram (þ.e. sumarið 2013) vann ráðgjafafyrirtækið Alta að beiðni Ferðamálastofu samantekt til að varpa ljósi á það hvernig aflu mætti tekna til að fjármagna uppbyggingu og viðhald ferðamannastaða.

Í skýrslunni er megináherslan lögð á yfirlit yfir leiðir sem farnar eru í öðrum löndum til að finna fordæmi og hliðstæður sem styðjast mætti við og síðan að setja þessar leiðir í íslenskt samhengi.

Þá er reynt að skýra hvað falist gæti í hugmyndum um náttúrupassa en slíkum hugmyndum hefur verið vel tekið þótt nákvæm útfærsla hafi verið nokkuð á reiki. Skýrslan er aðgengileg á vef Ferðamálastofu í gagnabanka um útgefið efni. Slóðin er:

[www.ferdamalastofa.is/Tölur og útgáfur/Útgefið efni - Gagnabanki](http://www.ferdamalastofa.is/Tölur_og_útgáfur/Útgefið_efni_-_Gagnabanki).

Eftir á að kanna greiðsluvilja gesta sem spyrja má um í könnunum meðal ferðamanna.



## Rannsóknarefni - raðað eftir mikilvægi

1. Stærð ferðapjónustunnar á Íslandi og lykiltölur	Framleiða reglubundið ferðapjónustureikninga og byggja upp landsbyggðartengda fyrirtækjatölfræði. <i>Nýtist stjórnvöldum, stoðkerfi og aðilum innan ferðapjónustunnar.</i>
2. Markhópagreining	Gera ítarlegar markhópagreiningar á mörkuðum íslenskrar ferðapjónustu. Greina stöðu Íslands í alþjóðlegu samhengi. Skoða möguleika Íslands og einstakra landshluta til að laða að valda markhópa. <i>Nýtist fjárfestum, ferðaskipuleggjendum og stoðkerfi í ákvarðanatöku.</i>
3. Þolmörk ferðamennsku	Rannsóknir á þolmörkum á fjölsóttum og viðkvæmum ferðamannastöðum landsins. Mat lagt á þolmörk a) náttúrulegs umhverfis, b) innviða, c) ferðamanna og d) heimamanna. <i>Nýtist stjórnvöldum, stoðkerfi og ferðapjónustuaðilum.</i>
4. Ferðamenn á landsvísu	Framkvæma reglubundnar kannanir meðal ferðamanna um kaupákvörðunarferlið, ferðahegðun, eyðsluhætti og viðhorf til ferðapjónustu. <i>Nýtist ferðapjónustunni almennt, stoðkerfi og stjórnvöldum.</i>
5. Arðsemi ferðapjónustunnar	Greina arðsemi út frá ársreikningum fyrirtækja og ferðapjónustureikningum. <i>Nýtist stjórnvöldum, fjárfestum, lánveitendum og greininni í heild sinni.</i>
6. Ferðamenn eftir landssvæðum	Rannsaka ferðahegðun og upplifun ferðamanna eftir landssvæðum. <i>Nýtist stoðkerfi, stjórnvöldum, ferðapjónustuaðilum og öðrum hagsmunaaðilum.</i>
7. Virðisikeðja ferðapjónustunnar	Framkvæma framlegðargreiningu í ferðapjónustu. <i>Nýtist greininni í heild og stjórnvöldum.</i>
8. Sérstaða svæða	Kortleggja auðlindir ferðapjónustunnar. Gera heildarúttekt á stöðu ferðapjónustu á Íslandi og út frá henni svæðisbundnar rannsóknir. <i>Nýtist sveitarfélögum, stoðkerfi, skipulagsyfirvöldum og ferðapjónustu í heild sinni.</i>
9. Ferðapjónusta framtíðarinnar	Greina ólíkar birtingamyndir framtíðar fyrir mögulegt starfsumhverfi ferðapjónustunnar. <i>Nýtist stjórnvöldum, stuðningskerfi og ferðapjónustunni í heild sinni.</i>
10. Samfélagsleg áhrif ferðapjónustunnar	Kanna viðhorf Íslendinga til ferðamanna og ferðapjónustu með reglubundnum hætti. Rannsaka áhrif ferðamennsku á einstök samfélög. <i>Nýtist stjórnvöldum, sveitarfélögum og ferðapjónustunni í heild.</i>
11. Þjónustugæði	Hanna mælikvarða til að nota við mat á frammistöðu fyrirtækja og koma á reglubundinni vöktun með stöðluðum könnunum meðal ferðapjónustufyrirtækja og viðskiptavina þeirra. <i>Nýtist fyrirtækjum, hagsmunasamtökum greinarinnar, opinberum eftirlitsaðilum og söluaðilum.</i>
12. Menntun og gæði	Framkvæma úttekt á þörfum ferðapjónustunnar fyrir menntun starfsmanna. <i>Nýtist ferðapjónustufyrirtækjum, stoðkerfi og stjórnvöldum.</i>
13. Gjaldtaka á ferðamannastöðum	Gera úttekt á gjaldtöku á ferðamannastöðum. Leggja mat á greiðsluvilja gesta. <i>Nýtist stjórnvöldum, sveitarfélögum, landeigendum og ferðaskipuleggjendum.</i>

14. Samlegðaráhrif með ferðaþjónustu	Rannsóknir á arðsemi ferðaþjónustu og annarra atvinnugreina með hliðsjón af nýtingu þeirra á sameiginlegum auðlindum þjóðarinnar. <i>Nýtist stjórnvöldum, hagsmunasamtökum og ferðaþjónustu í heild.</i>
15. Vinnumarkaðsgreining	Greining á fjölda ferðaþjónustustarfa, tegund starfa, störfum eftir landssvæðum, starfskjörum og mannaflspörfinni í ferðaþjónustu til framtíðar. <i>Nýtist greininni í heild sinni, sveitarfélögum og stjórnvöldum.</i>
16. Fjárfestingaþörfin í ferðaþjónustu	Greina fjárfestingaþörfina eftir svæðum, t.d. fyrir innviði, gistingu og afþreyingu. Hver er t.d. stofnkostnaður við að byggja upp innviði og hver er árleg fjárfestingarþörf til að viðhalda þeim. Eftirfylgni með árangri fjárfestinga. <i>Nýtist stjórnvöldum, vegagerð, sveitarfélögum og greininni í heild.</i>
17. Svört atvinnustarfsemi	Greina þarf svarta starfsemi, umfang hennar og áhrif á aðra löglega starfsemi. <i>Nýtist eftirlitsaðilum, stjórnvöldum og greininni í heild.</i>
18. Uppbygging ferðamannastaða	Samanburðarrannsókn við önnur lönd um hvernig best er að byggja upp ferðamannastaði með áherslu á skipulag og hönnun ferðamannastaða og mannvirkja. <i>Nýtist skipulagsyfirlögum, stjórnvöldum, vegagerð og sveitarfélögum.</i>
19. Aðráttarafl íslenskrar náttúru	Hvers konar náttúru eru ferðamenn að sækjast eftir, hvaða áhrif hefur inngrip í náttúru landsins á upplifun ferðamanna. <i>Nýtist stjórnvöldum, sveitarfélögum og greininni í heild sinni.</i>
20. Viðhorf til ferðaþjónustu	Rannsóknir á viðhorfi heimamanna á einstökum landssvæðum til ferðamanna og ferðaþjónustu. <i>Nýtist sveitarfélögum, stjórnvöldum og greininni í heild.</i>
21. Nýir áfangastaðir	Rannsaka möguleikana á að koma nýjum áfangastöðum á framfæri. <i>Nýtist greininni í heild og skipulagsyfirlögum.</i>
22. Markaðsaðgerðir/markaðsherferðir	Rannsaka áhrif og árangur af mismunandi markaðsaðgerðum og markaðsherferðum. <i>Nýtist söluaðilum, skipuleggjendum og greininni í heild vegna stærri markaðsaðgerða.</i>
23. Áhrif viðburða	Áhrif einstakra viðburða, s.s. funda/ráðstefna, tónlistarhátíða, bæjarhátíða og íþróttaviðburða. Tækifæri í viðburðaferðamennsku og markaðssetning þeirra. <i>Nýtist sveitarfélögum, ferðaþjónustuaðilum á hverju svæði og stoðkerfi.</i>
24. Samgöngur	Uppbygging vegakerfis, almenningssamgangna og merkinga út frá þörfum ferðamanna. <i>Nýtist stjórnvöldum, stoðkerfi og ferðaþjónustufyrirtækjum.</i>
25. Arðsemi af fjárfestingum	Rannsóknir (benchmark) á arðsemi tiltekinna fjárfestinga í ferðaþjónustu í samanburði við samkeppnislönd. <i>Nýtist aðilum sem huga að nýjum fjárfestingum og fjárfestingaraðilum.</i>
26. Náttúruvá og ferðamennska	Ábyrgð ferðaþjónustuaðila, slysatíðni og upplýsingagjöf. <i>Nýtist stjórnvöldum, sveitarfélögum, björgunaraðilum og greininni í heild sinni.</i>

27. Áhrif styrkja- og stoðkerfis	Hvernig nýtist núverandi styrkja- og stuðningskerfi við uppbyggingu ferðapjónustu og hvernig mætti gera það skilvirkara. <i>Nýtist stjórnvöldum, stoðkerfi, fyrirtækjum og frumkvöðlum.</i>
28. Áhrif stjórnvaldsákvarðana	Rannsaka hvernig aðgerðir stjórnvalda geta haft áhrif á fjárfestingar og uppbyggingu í ferðapjónustu. Hvaða aðgerðir geta ýtt undir eða dregið úr fjárfestingum og uppbyggingu í ferðapjónustu. <i>Nýtist stjórnvöldum, aðilum sem huga að nýjum fjárfestingum og fjárfestingaraðilum.</i>
29. Gæðakerfi	Hvaða áhrif hefur innleiðing gæðakerfa á samkeppnisstöðu fyrirtækja og ferðapjónustunnar almennt. <i>Nýtist greininni í heild sinni.</i>
30. Sérstaða íslenskrar menningar	Rannsaka sérstöðu íslenskrar menningar, í hvers konar menningu og menningarviðburði sækja ferðamenn. <i>Nýtist ferðaskipuleggjendum, sveitarfélögum, rekstraraðilum og fólki í skapandi greinum.</i>
31. Skemmtiferðaskip	Tekjur af skemmtiferðaskipum. Greining á útgjöldum farþega með skemmtiferðaskipum. <i>Nýtist ferðapjónustuaðilum, sveitarfélögum og stjórnvöldum.</i>
32. Ímynd Íslands	Vitund og áhugi þjóða á Íslandi. <i>Nýtist greininni í heild sinni, stjórnvöldum, landi og þjóð.</i>
33. Frá nýsköpun til vöru	Hvaða nýsköpun er líklegust til árangurs. Eftir hverju er markaðurinn að leita, hvað selur/ hvað selur ekki. <i>Nýtist frumkvöðlum, stoðkerfi, fjárfestum, ferðaskipuleggjendum og ferðapjónustuaðilum.</i>
34. Íslensk ferðapjónusta í alþjóðlegu samkeppnisumhverfi	Kannanir meðal erlendra sölu- og markaðsaðila um sölumöguleika íslenskrar ferðapjónustu. <i>Nýtist stoðkerfi og ferðapjónustu í heild sinni.</i>
35. Ímynd einstakra landshluta	Upplifun ferðamanna og heimamanna á ferðapjónustu og áfangastöðum <i>Nýtist greininni, ferðaskipuleggjendum og sveitarfélögum.</i>
36. Áhrif nýrra innkomuleiða til landsins	Hvaða áhrif hefur uppbygging flugvalla og hafna á mismunandi stöðum landsins. <i>Nýtist stjórnvöldum, sveitarfélögum og ferðapjónustuaðilum.</i>
37. Viðhorf Íslendinga til markaðssetningar	Rannsaka hvort markaðssetning landsins sé í sátt við þjóðina. Hvaða mynd er dregin upp af landi og þjóð í kynningarefni. Er hún í samræmi við vilja þjóðarinnar. <i>Nýtist samfélaginu, stoðkerfi og greininni í heild sinni.</i>
38. Siðmenning upprunamarkaða	Rannsaka hvernig á að haga þjónustu í samræmi við þarfir mismunandi markhópa. <i>Nýtist greininni í heild sinni.</i>

## Viðauki: Vinnuferli og þátttakendur

### Vinnuferlið

Undirbúningsvinna að gerð þarfagreiningar um rannsóknir í ferðaþjónustu hófst á vegum Ferðamálastofu í byrjun apríl 2013. Ákveðið var að vinna greininguna út frá hugmyndum hagsmunaaðila í íslenskri ferðaþjónustu sem fengust á fjölsóttum vinnufundi sem haldinn var um miðjan maí 2013.

Meginverkefni fundarins var að laða fram hugmyndir þátttakenda. Til þess var notuð virk hópavinna í anda þess sem nefnt hefur verið „heimskaffi“. Þátttakendur fjölluðu um rannsóknarþörfina í ferðaþjónustu út frá átta efnisþáttum en fjallað var um hvern efnisþátt út frá þremur spurningum;

1. Hvaða rannsóknargögn vantar í íslenskri ferðaþjónustu?
2. Hvernig eru rannsóknargögn nýtt?
3. Hvernig geta rannsóknir og þekkingaröflun í ferðaþjónustu gagnast með skilvirkari hætti?



Efnisþættirnir átta sem unnið var með voru eftirfarandi:

1. Markaðsmál, markhópar og ímynd
2. Afkoma og hagræn áhrif
3. Náttúran og umhverfisáhrif ferðaþjónustunnar
4. Uppbygging grunngerða
5. Fjárfestingar í ferðaþjónustu
6. Vöruþróun og nýsköpun
7. Menning og félagsleg áhrif
8. Þjónustugæði, menntun og fagmennska

Auk þess gafst þátttakendum færi á að skrá hugmyndir sínar undir „Hjartans mál“.

Í upphafi fundar fluttu Ólöf Ýrr Atladóttir, Ferðamálastofu, Erna Hauksdóttir, Samtökum ferðaþjónustunnar og Ingjaldur Hannibalsson, Háskóla Íslands stutt erindi um mikilvægi rannsókna og hvað hefði áunnist frá síðustu þarfagreiningu (2006) .

Borðstjórar sáu um að skrá hugmyndir fundarmanna sem síðan voru flokkaðar eftir þeim spurningum og efnisþáttum sem lagt var upp með. Á grunni þeirrar vinnu voru rannsóknarverkefni sett fram.

Boðað var til annars vinnufundar 20. júní síðastliðinn en þar voru fulltrúar nokkurra hagsmunaaðila fengnir til að forgangsraða rannsóknarverkefnum eftir mikilvægi. Í framhaldinu voru verkefnin síðan útfærð og kostnaðargreind og sett fram í þessari lokaskýrslu.

**Þátttakendur á vinnufundi í maí 2013**

Albína Thordarson, Framkvæmdasjóður ferðamannastaða  
 Anna Dóra Sæþórsdóttir, Háskóli Íslands  
 Anna Sverrisdóttir, Samtök um heilsuferðaþjónustu á Íslandi  
 Ágúst Ágústsson, Cruise Iceland  
 Árný Bergsdóttir, Austurbrú  
 Ásbjörn Björgvinsson, Ferðamálasamtök Íslands  
 Bergþór Karlsson, Bílaleiga Akureyrar  
 Bjarnheiður Hallsdóttir, Katla Travel  
 Bryndís Pjetursdóttir, Höfuðborgarstofa  
 Bryndís Sverrisdóttir, Þjóðminjasafn  
 Brynja Laxdal, Meet in Reyjavík  
 Böðvar Þórisson, Hagstofa Íslands  
 Davíð Ólafsson, Íslandshótel  
 Dorothee Lubecki, Menningarfulltrúi Suðurlands  
 Edward Huijbens, Rannsóknamiðstöð ferðamála  
 Elín Sigurveig Sigurðardóttir, Fjallaleiðsögumenn  
 Erna Hauksdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar  
 Erna Sverrisdóttir, Arion banki  
 Grétar Már Garðarsson, Isavia  
 Gróa Ásgeirsdóttir, Flugfélag Íslands  
 Guðjón Bragason, Samtök íslenskra sveitarfélaga  
 Guðmundur Ingi Guðbrandsson, Landvernd  
 Guðrún Helgadóttir, Hólaskóli  
 Gunnar Valur Sveinsson, Samtök ferðaþjónustunnar  
 Gústaf Steingrímsson, Landsbanki  
 Haukur Sigurðsson, Borea  
 Hákon Gunnarsson, Gekon  
 Herdís Anna Ingimarsdóttir, Global Refund  
 Ingjaldur Hannibalsson, Háskóli Íslands  
 Jón Arnar Ingvarsson, Hópbílar  
 Jóna Sverrisdóttir, Capacent

Jónas Snæbjörnsson, Vegagerðin  
 Kári Jónasson, Félag leiðsögumanna  
 Kjartan Ragnarsson, Landnámssetur Íslands  
 Kristín Hrönn Þráinsdóttir, Leiðsöguskólinn  
 Kristófer Óliversson, Centerhotels  
 Lisbet Einarsdóttir, Samtök verslunar og þjónustu  
 María Guðmundsdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar  
 María Reynisdóttir, Ferðaþjónusta bænda  
 Orri Jóhannsson, Iceland Travel  
 Ólafur Örn Haraldsson, Þjóðgarðurinn á Þingvöllum  
 Ólöf Ýrr Atladóttir, Ferðamálastofa  
 Páll Ásgeir Ásgeirsson, Ferðafélag Íslands  
 Páll Úlfarsson, Iceland Travel  
 Ragnhildur Sveinbjarnardóttir, Markaðsstofa Suðurlands  
 Rannveig Grétarsdóttir, Elding  
 Rósa Björk Halldórsdóttir, Markaðsstofa Vesturlands  
 Rögnvaldur Guðmundsson, Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar  
 Selma Dögg Sigurjónsdóttir, Nýsköpunarmiðstöð  
 Sigríður Ása Hallgrímsdóttir, Kynnisferðir  
 Sigríður Elín Þórðardóttir, Byggðastofnun  
 Sigryggur Baldursson, Úton  
 Sigurður Jóhannesson, Hagfræðistofnun Háskóla Íslands  
 Steingerður Hreinsdóttir, Katla Geopark  
 Svanhildur Pálsdóttir, Markaðsstofa Norðurlands  
 Valur Rafn Halldórsson, Samtök íslenskra sveitarfélaga  
 Þórður H. Ólafsson, Vatnajökulsþjóðgarður  
 Þórir Ingason, Vegagerðin  
 Þuríður Halldóra Aradóttir, Markaðsstofa Reykjaness

**Borðstjórar á vinnufundi í maí**

Ágúst Angantýsson, KPMG  
 Áslaug Briem, Ferðamálastofa  
 Elías Gíslason, Ferðamálastofa  
 Halldór Arinbjarnarson, Ferðamálastofa  
 Helgi Rafn Helgason, KPMG  
 Kristján Ólafsson, KPMG  
 Sigrún Hlín Sigurðardóttir, Ferðamálastofa  
 Sveinn Rúnar Traustason, Ferðamálastofa

**Undirbúningur, stýring og úrvinnsla fundar:**

Oddný Þóra Óladóttir, Ferðamálastofa  
 Sævar Kristinsson, KPMG

**Þátttakendur á vinnufundi í júní 2013**

Ásbjörn Björgvinsson, Ferðamálasamtök Íslands  
 Anna Dóra Sæþórsdóttir, Háskóli Íslands  
 Arnheiður Jóhannsdóttir, Markaðsstofa Norðurlands  
 Árni Gunnarsson, Samtök ferðaþjónustunnar  
 Bjarnheiður Hallsdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar  
 Bryndís Pjetursdóttir, Höfuðborgarstofa  
 Böðvar Þórisson, Hagstofa Íslands  
 Edward Huijbens, Rannsóknamiðstöð ferðamála  
 Erna Hauksdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar  
 Friðrik Rafn Larsen, Háskólinn í Reykjavík  
 Guðmundur Óskarsson, Icelandair  
 Guðrún Helgadóttir, Hólaskóli  
 Inga Hlín Pálsdóttir, Íslandsstofa  
 Ingbjörg S. Guðjónsdóttir, Íslenskir fjallaleiðsögumenn  
 Ingbjörg Ólafsdóttir, Radisson blu Hótel Saga  
 Ingjaldur Hannibalsson, Háskóli Íslands  
 Oddný Þóra Óladóttir, Ferðamálastofa  
 Ólöf Ýrr Atladóttir, Ferðamálastofa  
 Sigríður Kristjánsdóttir, Nýsköpunarmiðstöð

**Stýring vinnufundar:** Sævar Kristinsson, KPMG

