



cutting through complexity™

FERÐA  
MÁLA  
STOFA

ICELANDIC  
TOURIST  
BOARD



# Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðapjónustu

- Greining meðal hagsmunaaðila -

Kristján M. Ólafsson, KPMG  
Oddný Þ. Óladóttir, Ferðamálastofa

# ÞÖRFIN FYRIR RANNSÓKNIR

- Þarfagreining er unnin á grunni aðgerðaáætlunar sem sett var fram í ferðamálaáætlun 2011-2020.
- Um er að ræða framhald af greiningarvinnu sem Ferðamálastofa stóð fyrir 2006.
- Greiningin byggir á hugmyndum hagsmunaaðila ferðapjónustu.
- Ferðamálastofa sá um framkæmd verkefni með liðsinni ráðgjafa frá KPMG.

# RANNSÓKNARÞÖRFIN RÆDD ÚT FRÁ ÞREMUR LYKILSPURNINGUM

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

# ÞÁTTTAKENDUR Í VINNUFUNDUM

- Ferðapjónustufyrirtæki
- Háskólar
- Ráðgjafafyrirtæki
- Fjármálastofnanir
- Hagsmunasamtök
- Ríki og sveitarfélög
- Markaðsstofur





# RANNSÓKNARVERKEFNI SEM HAFA VERIÐ SETT Í FORGANG

Greining meðal hagsmunaaðila

# FORGANGSVERKEFNI - KOSTNAÐARMAT

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

# 1. STÆRÐ FERÐAÞJÓNUSTUNNAR Á ÍSLANDI OG LYKILTÖLUR

- Hver er hlutur ferðaþjónustu í landsframleiðslu?
- Hver er hlutdeild greinar í gjaldeyristekjum?
- Hverjar eru skatttekjur af ferðaþjónustu?
- Hver er velta eftir starfsemi og landssvæðum?
- Hver er stærð og fjöldi fyrirtækja?
- Hvernig er eignarhaldi háttað?
- Hvað starfa margir í greininni, hvar og í hvers konar störfum.

# 1. STÆRÐ FERÐAÞJÓNUSTUNNAR Á ÍSLANDI OG LYKILTÖLUR

## Aðgerðir

- Gera ferðaþjónustu upp skv. alþjóðlegum staðli um ferðaþjónustureikninga.
- Safna og greina gögn frá fjármálastofnunum, stuðningsfyrirtækjum og stoðstofnunum ferðaþjónustunnar.
- Byggja upp svæðisbundna fyrirtækjatölfræði.

**Kostnaður:** 12 m.kr. á ársgrunni.



## 2. MARKHÓPAGREINING

- Til hverra höfðar Ísland?
- Til hvaða markhópa á að höfða?
- Hverjir eru ákjósanlegustu og verðmætustu ferðamennirnir?
- Nær markaðssetning til réttu markhópana, er réttum aðferðum beitt?
- Er varan og vörupróun í samræmi við þarfir markaðarins?
- Hvar stendur Ísland í alþjóðlegri samkeppni?

## 2. MARKHÓPAGREINING

### Aðgerðir

Gera reglubundnar markaðsrannsóknir á lykilmörkuðum og nýjum mörkuðum.

Greina stöðu íslenskrar ferðapjónustu í alþjóðlegu samhengi út frá:

- fyrirliggjandi talnagögnum og markaðsupplýsingum
- sjónarmiðum söluaðila og markaðsfólks

**Kostnaður:** 54 m.kr. á ársgrunni.

# 3. ÞOLMÖRK FERÐAMENNSKU

- Hvað þolir náttúra landsins marga ferðamenn?
- Hver eru þolmörk innviða?
- Hver eru þolmörk ferðamanna?
- Hver eru þolmörk heimamanna?

# 3. ÞOLMÖRK FERÐAMENNSKU

## Aðgerðir

Gera fjórar til fimm þolmarkarannsóknir á ári á fjölsóttum og viðkvæmum ferðamannastöðum sem yrðu endurteknar reglubundið.

**Kostnaður:** 70-80 m.kr. á ársgrunni.

## 4. FERÐAMENN Á LANDSVÍSU

- Hver er samsetning ferðamanna?
- Hvernig er ákvörðunarferlinu háttað?
- Hver er ferðahegðun ferðamanna ?
- Hvað eyða þeir miklu og í hvað?
- Hver eru viðhorf þeirra til þjónustu ?
- Hver er upplifun þeirra af landi og þjóð?



# 4. FERÐAMENN Á LANDSVÍSU

## Aðgerðir

Framkvæma reglubundnar kannanir meðal erlendra og innlendra ferðamanna um kaupákvöðunarferli að ferð(um), ferðahegðun, eyðsluhætti, viðhorf og upplifun af ferðamennsku og ferðaþjónustu.

**Kostnaður:** 12-13 m.kr. annað hvert ár.

# 5. ARÐSEMI FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

- Hver er og hvernig skiptist arðsemi í ferðaþjónustu?
  - í heild?
  - eftir starfsemi?
  - í einstökum verkefnum?
  - eftir landshlutum?
- Á hvaða sviðum þarf ferðaþjónustan á uppbyggingu að halda?
- Hvaða fjárfestingar skila mestum ávinningi?

# 5. AÐSEMI FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

## Aðgerðir

- Safna saman og greina ársreikninga ferðaþjónustuaðila
- Greina afkomu, t.d. eftir:
  - starfsemi
  - árstíðum
  - stærð
  - nýtingu
  - þjónustuframboði
  - þróun ferðahegðunar hjá innlendum og erlendum ferðamönnum
- Greina grunngerð ferðaþjónustunnar út frá aðkomu og hlutverki hins opinbera

**Kostnaður: 15-17 m.kr.**

# 6. FERÐAMENN EFTIR LANDSSVÆÐUM

- Hvers konar ferðamenn heimsækja einstaka landshluta og svæði?
- Hver er ferðahegðun þeirra?
- Hvað eyða þeir miklu og í hvað?
- Hver eru viðhorf þeirra til þjónustu?
- Hver er upplifun ferðamanna af einstaka landshlutum og svæðum?

# 6. FERÐAMENN EFTIR LANDSSVÆÐUM

## Aðgerðir

- Rannsaka ferðahegðun, eyðslumynstur og viðhorf ferðamanna eftir landssvæðum og árstíðum með meginðlegum aðferðum.
- Rannsaka upplifun ferðamanna af einstökum svæðum með eigindlegum aðferðum.
- Greina ferðatíðni út frá talningum.

**Kostnaður:** 47 m.kr. þriðja hvert ár, 2 m.kr. á ásgrunni.



# 7. VIRÐISKEÐJA FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

- Hvernig skiptast útgjöld ferðamanna milli ferðaþjónustuaðila?
- Hver er velta, afkoma og framlegð einstakra greina?
- Hvaða þættir ferðaþjónustunnar skila mestu til þjóðarbúsins?
- Hvernig nýtum við slíkar upplýsingar til að bæta afkomu ferðaþjónustunnar?



# 7. VIRÐISKEÐJA FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

## Aðgerðir

- Framlegðargreining ferðaþjónustufyrirtækja:
  - greining ársreikninga
  - rýning vinnubragða
  - mat á ferlum
- Úrvinnsla upplýsinga og samkeyrsla við gögn um útgjöld ferðamanna.

**Kostnaður:** 11-13 m.kr.

## 8. SÉRSTAÐA SVÆÐA

- Hvernig er hægt að dreifa álagi á ferðamannastaði?
- Hvert er aðdráttarafl staða eða svæða á Íslandi?
- Í hverju felast sérkennin?
  - náttúra? - dýralíf?
  - mannlíf? - bæjarbragur?
  - einstök fyrirtæki?
  - eitthvað annað?
- Hvernig á að draga fram sérkennin og nýta þau?

## 8. SÉRSTAÐA SVÆÐA

### Aðgerðir

- Rannsaka aðdráttarafl Íslands og sérkenni svæða.
- Kortleggja tækifærin og skrá svæðisbundnar auðlindir ferðaþjónustunnar.
- Gera heildarúttekt á stöðu ferðaþjónustunnar og þeim rannsóknum sem til eru.
- Gera tillögur um leiðir til að efla og styrkja ferðaþjónustu um allt land.

**Kostnaður:** 57-60 m.kr.

# 9. FERÐAÞJÓNUSTA FRAMTÍÐARINNAR

- Hverjir eru megin drifkraftar fyrir þróun í ferðaþjónustu?
- Hver er munurinn í áherslum ferðaþjónustuaðila eftir þróun drifkraftanna?
- Hverjar eru mögulegar breytingar sem geta orðið í ytra og innra umhverfi?
- Hvernig tryggjum við ásættanlega afkomu?
- Hvert á ferðaþjónustan að stefna?



# 9. FERÐAÞJÓNUSTA FRAMTÍÐARINNAR

## Aðgerðir

- Greina og setja fram mögulegar og ólíkar birtingarmyndir framtíðar fyrir starfsumhverfi ferðaþjónustunnar
- Móta til framtíðar sameiginlega, skýra heildarstefnu og sýn bæði stjórnvalda og hagsmunaaðila

**Kostnaður:** 10 m.kr.

# 10. SAMFÉLAGSLEG ÁHRIF FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

- Hvaða áhrif geta ferðamenn haft á samfélög og samsetningu þeirra?
  - félagsleg? - menningarleg?
  - hagræn? - umhverfisleg?
  - fjölbreytni í atvinnulífi?
  - þjónusta við íbúa?
- Hvernig tryggjum við sátt samfélagsins og heimamanna við uppbyggingu ferðaþjónustu?
- Hvað eru jákvæð og hvað síður jákvæð áhrif af ferðamönnum?

# 10. SAMFÉLAGSLEG ÁHRIF FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

## Aðgerðir

- Kanna viðhorf Íslendinga til ferðamanna og ferðaþjónustu.
- Meta áhrif ferðamanna á daglegt líf landsmanna.
- Greina hvort uppbygging og þróun ferðaþjónustunnar sé í sátt við íbúa.
- Rannsaka áhrif ferðaþjónustu á einstök samfélög.

**Kostnaður:** 20-23 m.kr.

# 11. ÞJÓNUSTUGÆÐI

- Hvernig stendur ferðapjónustan sig í alþjóðlegri samkeppni um ferðamenn?
- Standast gæðin á Íslandi alþjóðlegan samanburð?
- Hvernig fylgjumst við með breytingum á þörfum viðskiptavina?

# 11. ÞJÓNUSTUGÆÐI

## Aðgerðir

- Hanna mælikvarða til að meta frammistöðu út frá sjónarmiðum viðskiptavina, fyrirtækja og eftirlitsaðila.
- Reglubundin vöktun þjónustugæða, m.a.:
  - gisting & afþreying
  - veitingar & samgöngur

**Kostnaður:** 20-25 m.kr.



## 12. Menntun og gæði

## 13. Gjaldtaka á ferðamannastöðum

Tvö verkefni sem eru ferðapjónustuaðilum hugleikin:

- Menntunarmálin þarf að vinna með yfirvöldum og menntastofnunum.
- Málefni gjaldtökunnar eru í farvegi.



# ÖNNUR RANNSÓKNARVERKEFNI

Greining meðal hagsmunaaðila

# RANNSÓKNAREFNI 14. – 38.

14. Samlegðaráhrif með ferðapjónustu
15. Vinnumarkaðsgreining
16. Fjárfestingaþörfin í ferðapjónustu
17. Svört atvinnustarfsemi
18. Uppbygging ferðamannastaða
19. Aðdráttarafl íslenskrar náttúru
20. Viðhorf til ferðapjónustu
21. Nýir áfangastaðir
22. Markaðsaðgerðir/markaðsherferðir
23. Áhrif viðburða
24. Samgöngur
25. Arðsemi af fjárfestingum
26. Náttúruvá og ferðamennska
27. Áhrif styrkja- og stoðkerfis
28. Áhrif stjórnvaldsákvæðana
29. Gæðakerfi
30. Sérstaða íslenskrar menningar
31. Skemmtiferðaskip
32. Ímynd Íslands
33. Frá nýsköpun til vöru
34. Íslensk ferðapjónusta í alþjóðlegu samkeppnisumhverfi
35. Ímynd einstakra landshluta
36. Áhrif nýrra innkomuleiða til landsins
37. Viðhorf Íslendinga til markaðssetningar
38. Siðmenning upprunamarkaða



# Forgangsröðun liggur fyrir Ráðumst í næstu skref