



**STEFNUMÓTUN  
FERÐAMÁLASAMTAKA VESTFJARÐA  
2010 - 2015**

---

Síðastliðinn vetur unnu Ferðamálasamtök Vestfjarða að stefnumótun vestfiskrar ferðaþjónustu. Haldnir voru stefnumótunarfundir um allan fjórðunginn í þeim tilgangi að ná fram sjónarmiðum flestra þeirra sem starfa eða tengjast inn í greinina. Ferðaþjónusta er atvinnugrein sem hefur mikil og jákvæð áhrif inn í samfélagið en það eru oft óljós mörk á því hvar landamæri hennar liggja. Ef ekki væri fyrir öfluga ferðaþjónustu þá byggju íbúarnir ekki endilega við þau fjölbreyttu lífskjör sem raunin er. Rekstur sundlauga, matvöruverslana, veitingastaða og hvers kyns afþreyingar, auk margvíslegrar annarrar þjónustu sem þykir sjálfsögð í öllum byggðum, væri vart svipur hjá sjón ef ekki hefði verið unnið markvisst við uppbyggingu ferðaþjónustu mörg undanfarin ár. Þegar upp er staðið þá starfa fleiri að einhverju leyti við ferðaþjónustu en fólk gerir sér kannski almennt grein fyrir.





Vinnan við þessa stefnumótun fór fram á nokkrum fundum viðsvegar um Vestfirði, stórum og smáum þar sem leitast var eftir því að aðilar í ferðaþjónustu og aðrir sem koma að greininni gætu lagt til sínar hugmyndir. Þessi stefnumótun er afrakstur greinarinnar sjálfrar, þar sem hún leggur til hvert skuli stefna í ferðamálum fjórðungsins næstu misserin.

Á stefnumótunarfundunum þar sem rýnt var í alla þætti ferðaþjónustunnar og umhverfi hennar kom það berlega í ljós að Vestfirðingar eru tilbúnir til að hefja umræðu af fullri alvöru um umhverfismál og þar með sjálfbærni greinarinnar. Skýr krafa kom um það að sá málaflokkur yrði tekinn sérstaklega fyrir við allt skipulag ferðaþjónustu á Vestfjörðum.

Það eiga allir að geta verið sammála um að eitt mikilvægasta skref stefnumótunar er endurmatið. Það er að segja að meta hvort þær breytingar eða stefna sem hefur verið mörkuð hafi verið til góðs. Þessvegna er það nauðsynlegt fyrir hvern og einn aðila í ferðaþjónustu á Vestfjörðum að skoða hana reglulega og ákvarða næstu skref í starfsemi sinni. Þannig ætti stefnumótunarskjalið að vera síbreytilegt skjal sem þarfnast reglulegrar uppfærslu eftir því hvernig tímarnir breytast og verkefni komast af stað. Stefnumótunin sem hérna birtist er því ekki endanleg niðurstaða heldur verkfæri til að færa vestfirska ferðaþjónustu fram á veginn.

Ég vil fyrir hönd Ferðamálasamtaka Vestfjarða koma á framfæri innilegu þakklæti til allra þeirra sem komu að vinnslu þessarar stefnumótunar, sem voru á annað hundrað manns víða um Vestfjarðakjálkann. Sérstakar þakkir vil ég færa Ásgerði Þorleifsdóttur verkefnisstjóra hjá ATVEST. Ef ekki hefði verið fyrir hennar miklu og góðu vinnu þá er óvíst að verkefnið hefði ná tilgangi sínum.

*Sigurður Atlason*

*Formaður Ferðamálasamtaka Vestfjarða*





# EFNISYFIRLIT

*Skýrsla þessi er unnin af Ásgerði Þorleifsdóttur,  
verkefnastjóra hjá Atvinnuþróunarfélagi Vestfjarða*

*Allar ljósmyndir eru teknar af Ágústi Atlasyni og eru  
í eigu Markaðsstofu Vestfjarða*

Af hverju .....	6
Undirbúningur .....	6
Niðurstöður .....	7
Þróun og staðan í dag .....	8
Dreifing gistinátta .....	9
Gistinætur innlendir ferðamenn .....	10
Gistinætur erlendir ferðamenn .....	11
Staðreyndir um innlenda ferðamenn .....	12
Staðreyndir um erlenda ferðamenn .....	12
Markmið .....	14
Mælanleg markmið .....	14
Framtíðarsýn 2015 .....	16
Stefna .....	16
Sérstaða .....	18
Mannauður og gæði .....	20
Umhverfismál .....	20
Innviðir/Grunngerð .....	21
Markaðssetning .....	21
Verkefnatillögur og aðgerðir .....	22

# AF HVERJU?

Eftir mikla aukningu í komu ferðamanna síðastliðin ár stendur ferðaþjónustan á Vestfjörðum nú á tímamótun og fannst ferðaþjónum og öðrum hagsmunaaðilum nauðsynlegt að staldra við, meta árangur síðustu ára og setja sér traust markmið fyrir framtíðina. Ferðamálasamtök Vestfjarða (FMSV) ákváðu því að ráðast í gerð heildstæðrar stefnumótunar fyrir greinina til næstu fimm ára, með það að markmiði að treysta innviði greinarinnar og hlúa þannig að ferðaþjónustu á Vestfjörðum. Með öflugri ferðaþjónustu með skýra framtíðarsýn eflum við efnahag og samfélagið á Vestfjörðum til framtíðar.

# UNDIRBÚNINGUR

Á haustdögum 2009 hófst undirbúningur við þá vinnu sem nú lítur loks dagsins ljós. Undirbúningur fyrir slíka stefnumótunarvinnu er mikill og hófst greiningarvinna sem fólst í því að skoða þá þróun sem hefur átt sér stað í ferðaþjónustu hér á Vestfjörðum undanfarin ár auk þess sem farið var ítarlega í það að skoða hver staða fjórðungsins sé í dag. Fjöldi ferðamanna hefur vaxið jafnt og þétt og eru Vestfirðir sá landshluti sem er í hvað mestum vexti. Nýttar voru gistináttaskýrslur Hagstofunnar til að skoða þróunina en einnig voru nýttar niðurstöður úr könnunum meðal ferðamanna á Vestfjörðum sumrin 2008 og 2009. Þær kannanir voru unnar af Fræðasetri Háskóla Íslands ásamt Markaðsstofu Vestfjarða og Atvinnuþróunarfélagi Vestfjarða. Hér á eftir verður greint nánar frá niðurstöðum greiningarvinnunnar.

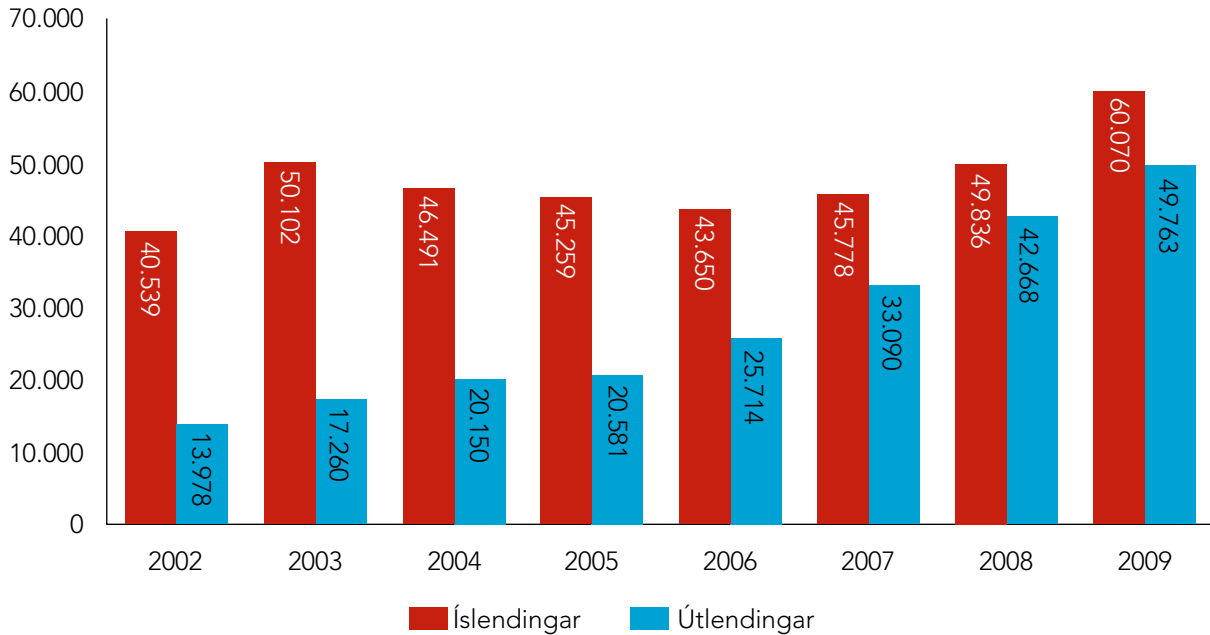
# NIÐURSTÖÐUR

Niðurstöðurnar eru settar fram í fjórum áhersluflokkum og skiptast verkefni niður á þá flokka. Áherslurnar eru **mannauður og gæði**, **umhverfismál**, **grunngerð og innviðir**, og **markaðsmál**. Þessar áherslur eru skilgreindar út frá niðurstöðum vinnufunda. Mannauður og gæði eru mikilvægur hluti af innviðum ferðaþjónustunnar. Þessi þáttur var mjög áberandi í umræðunni og fólk hafði miklar skoðanir á málefniinu og ákvað því að gera það að sér áherslu til að undirstrika mikilvægi þess. Umhverfismál gætu einnig verið undir innviðum, markaðssetningu eða undir lið sem hétu sérstaða en til að undirstrika enn frekar áherslu á þetta málefni var ákveðið að setja umhverfismálin í sér flokk.



## PRÓUN OG STAÐAN Í DAG

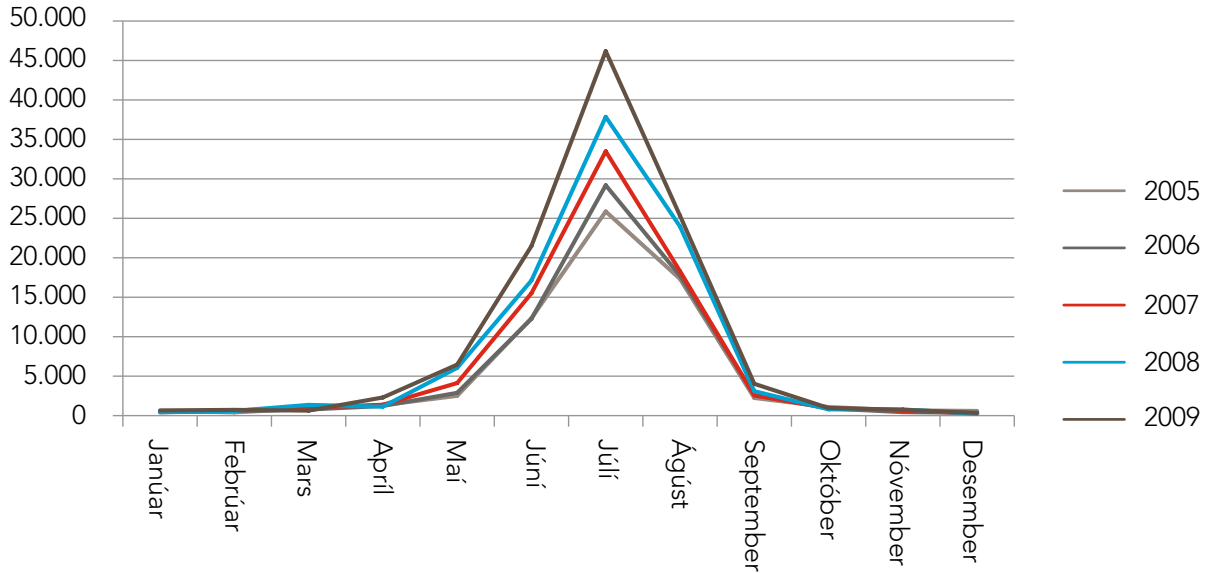
Hlutfall innlendra og erlendra ferðamanna hefur verið að jafnast undanfarin ár en árið 2002 voru innlendir ferðamenn í miklum meirihluta, eða 74%. Árið 2009 hefur hlutfallið breyst töluvert, komið niður í 55% innlendra ferðamanna á móti 45% erlendra.





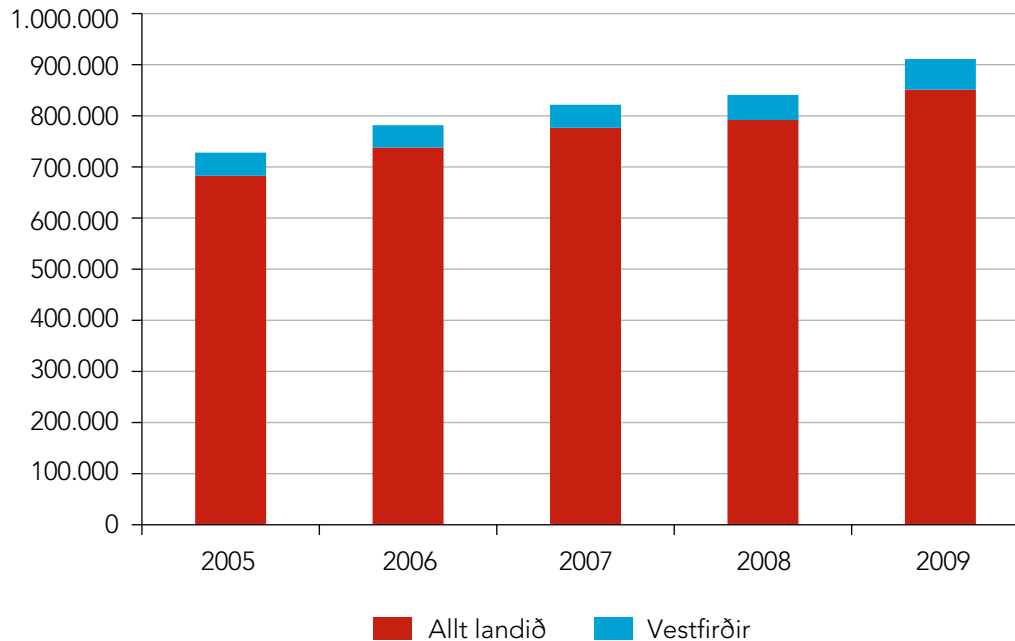
## DREIFING GISTINÁTTA

Myndin sýnir dreifingu gistinátta á Vestfjörðum yfir allt árið en jöfn og þétt aukning er frá miðjum júní fram í miðjan ágúst. Tímabilið er að lengjast í báða enda eins og línan fyrir árið 2009 sýnir en ljóst er að efla þarf lágönnina.



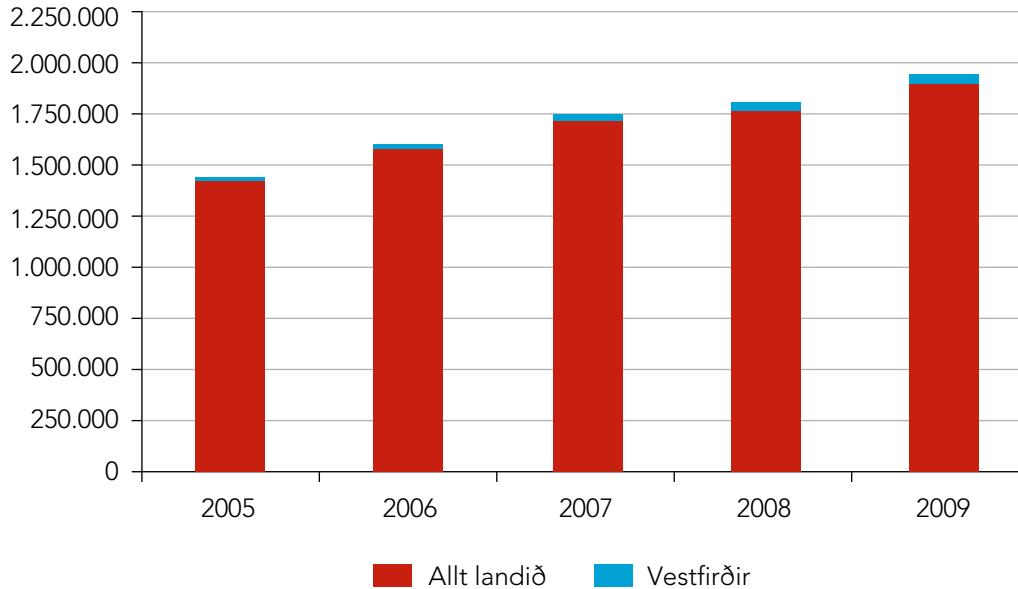
## GISTINÆTUR INNLENDIR FERÐAMENN

Þrátt fyrir jafnan vöxt undanfarin ár þá er heildar markaðsslutdeild Vestfjarða enn mjög lág. Árið 2005 var markaðshlutdeild í innlendum gistinóttum 6,6% en árið 2009 var hún komin upp í 7,1%.



## GISTINÆTUR ERLENDIR FERÐAMENN

Þegar kemur að gistinóttum erlendra ferðamanna er markaðshlutdeild Vestfjarða enn lægri en innlendra ferðamanna. Árið 2005 var hún 1,3% en árið 2009 er hún komin upp í 2,4%. Eins slæmt og það er að sjá hversu lítil markaðshlutdeildin er þá sýnir það okkur samt sem áður að tækifærin eru gríðarlega mikil.



# STAÐREYNDIR UM INNLENDI FERÐAMENN

- Koma á einkabíl
- Gista hjá vinum og ættingjum jafnt á við tjaldsvæði
- Meðaldvalarlengd eru 6 dagar
- Algengt er að innlendir ferðamenn hafi komið áður til Vestfjarða og 97% myndu mæla með Vestfjörðum sem áfangastað
- Sækja sér upplýsingar hjá vinum og vandamönnum og í bæklingum og ferðahandbókum
- Hafa áhuga á útivist, menningu og listum, tónlist og umhverfisvernd.

# STAÐREYNDIR UM ERLENDI FERÐAMENN

- Þjóðverjar lang fjölmennastir, næst koma Bretar, Frakkar, Hollendingar og Skandinavar
- Koma á einkabíl jafnt á við bílaleigubíl
- Gista flestir á hótelum og gistiheimilum
- Meðaldvalarlengd eru 5,3 dagar
- 33% þeirra höfðu komið áður til Íslands og 88% myndu mæla með Vestfjörðum sem áfangastað
- Sækja sér upplýsingar um Vestfirði í gegnum bæklinga, handbækur og internetið
- Hafa áhuga á útivist, umhverfisvernd, sjálfbærri ferðamennsku, fuglaskoðun og ljósmyndun.





# MARKMIÐ

- Auka arðsemi, fagmennsku og gæði í vestfiskri ferðaþjónustu
- Auka arðsemi fyrirtækja innan greinarinnar þannig að hún verði mikilvæg atvinnugrein og viðurkennd sem slík
- Að efla ferðaþjónustu á svæðinu allt árið með markvissri vörubrúun og öflugri markaðssetningu
- Að auka áherslu á umhverfismál
- Að gera þátt atvinnugreinarinnar ferðaþjónustu sýnilegri í samfélaginu

# MÆLANLEG MARKMIÐ

- Gestum fjölgi utan háannatíma og meðalnýting á gistingu á lágönnum verði ekki undir 30% í lok tímabils
- Að meðal nýting á gistingu yfir háannatíma verði ekki undir 75%
- Að markaðshlutdeild í innlendum gistinóttum nái 10%
- Að markaðshlutdeild í erlendum gistinóttum nái 6%
- Afkoma í fyrirtækjum batni og dragi úr svartri atvinnustarfsemi í greininni
- Fjölga ársverkum í ferðaþjónustu um 25%
- Að 80% þeirra fyrirtækja sem starfa í ferðaþjónstu á Vestfjörðum starfi eftir umhverfisstefnu



# FRAMTÍÐARSÝN 2015

Ferðaþjónustan skuli einkennast af gæðum, trausti og gestrisni ferðaþjóna og heimamanna sem styðji undir sérstöðu svæðisins. Vestfirðir verði leiðandi svæði í umhverfismálum og sjálfbærri ferðaþjónustu og skapi sér ímynd og sérstöðu á því sviði.

## STEFNA

Ferðaþjónusta á Vestfjörðum verði arðbær atvinnugrein og að gæði þeirra vöru og þjónustu sem í boði er, sem og sérstaða Vestfjarða réttlæti verðlagningu sem sé hærri en meðal samkeppnissvæða, enda sé samkeppnisforskot Vestfjarða augljóst. Aukin arðsemi greinarinnar og opinber stuðningur við uppbyggingu hennar, laðar að ný fyrirtæki og einstaklinga, þannig að fjölgun verður í heilsársstörfum.







# SÉRSTAÐA

Grunnforsenda þess að árangur náist og að það samkeppnisforskot sem felst í sérstöðunni sé nýtt á réttan hátt er skýr og almennur skilningur þeirra sem vinna í ferðaþjónustu, sem og samfélagsins í heild, á sérstöðunni. Það er því mikilvægt að sem flestir komi að því að skilgreina sérstöðu Vestfjarða. Sú sérstaða sem sett er fram hér miðast við niðurstöður frá vinnufundum með hagsmunaaðilum í ferðaþjónustu á Vestfjörðum, niðurstöður kannana meðal ferðamanna og niðurstöður frá Þjóðfundi 2010 sem haldin var í Bolungarvík í janúar 2010. Segja má að hátt í 800 manns eigi þátt í þessari skilgreiningu.

## ÓSNORTIN NÁTTÚRA, EINSTÖK FRIÐSÆLD OG ÖÐRUVÍSI UPPLIFUN

**Ósnortin náttúra:** Hreinleiki, eyðifirðir, Hornstrandir, Látrabjarg, Dynjandi, náttúruleugar, fuglar og heimskautarefir, eyjarnar í Breiðafirði, friðlönd.

**Einstök friðsæld:** Afskekkt, fámenni, rólegheit, víðátta, kyrrð.

**Öðruvísi upplifun:** Útivist í ósnortinni náttúru, matarmenning, galdramenning, sjávarþorp, gömul hús, tónlist, afslappað viðmót og gestrisni Vestfirðinga.







# MANNAUÐUR OG GÆÐI

Mannauður er ein mikilvægasta auðlind fyrirtækja og þeirra helsta samkeppnisvopn. Segja má að það sem skilji á milli fyrirtækja í samkeppni sé hæfni og þekking starfsmanna. Mannauður felst líka í viðmóti fólks og gestrisni, bæði starfsmanna í ferðaþjónustu og heimamanna og mikilvægt að gefa þau skilaboð til heimamanna að öll séum við gestgjafar.

**Viðmót fólksins getur skipt sköpum um upplifun ferðamannsins, gestrisnin er gulls ígildi og þægilegt viðmót og þjónustulund eftirsóknarverðir kostir.**

Gæði felast í menntun, skilningi á umhverfismálum, góðri þjónustu og gæði í markaðssetningu. Náttúran er helsta aðdráttarafli Vestfjarða og mun samkeppnisforskotid liggja í gæðum þeirra þjónustu sem svæðið hefur upp á að bjóða. Vestfirðingar eiga að veita afburðaþjónustu þar sem ferðamanninum er sinnt af alúð og mikilvægt að ferðamaðurinn finni það að hann skiptir máli og sé velkominn.

# UMHVERFISMÁL

Í könnunum sem gerðar hafa verið kemur fram að það sem þykir einkenna Vestfirði sé einstök, hrein og óspillt náttúra og nálægðin við hana. Auk þess er fámennið, kyrrðin og friðsældin talið einkennandi fyrir svæðið. Fámennið, friðsældina og einstaka náttúru er að finna víðar en á Vestfjörðum og það hvernig unnið er úr þessum auðlindum getur skilið vestfirska ferðaþjónustu frá öðrum landshlutum og veitt vestfirskri ferðaþjónustu samkeppnisforskot. Vestfirðir eru landfræðilega mjög afmarkað svæði og getur það skapað ákveðna sérstöðu, eða hjálpað til við að skapa sérstöðu og aðgreiningu frá öðrum svæðum til dæmis varðandi umhverfs og gæðavottun.

# INNVIÐIR / GRUNNGERÐ

Fjöldi fyrirtækja skilgreina sig ekki sem fyrirtæki í ferðaþjónustu og því getur verið erfitt að afmarka ferðaþjónustu sem atvinnugrein. Mikilvægt er að þjónustuaðilar og samfélagið allt, sé meðvitað um hlutverk sitt í ferðaþjónustu því þjónustan þarf að spanna breitt svið eftirspurnar og þarfa ferðamanna, allt frá grunnþjónustu eins og samgöngum, gistingu og verslun, til eftirspurnar eftir upplifun á menningarsviðinu, af náttúru og útivist og annarrar afþreyingar.

# MARKAÐSSETNING

Markaðsstofa Vestfjarða (MV) sér um samhæfingu markaðssamskipta með ýmsu útgefnu efni, þátttöku á sýningum, móttöku blaðamanna og annarra er lítur að kynningu svæðisins.

Nokkrir ferðaþjónustuklasar hafa myndast undanfarin ár og hafa þeir unnið sameiginlega að vörubrúun og markaðssetningu en mikilvægt er að slík markaðssetning sé unnin í samvinnu við MV til að auka samræmi markaðssamskiptum. Vilji aðila í ferðaþjónustu er skýr, auka þarf samstarf í markaðssetningu og meira samræmi þarf í markaðssetninguna.

# VERKEFNATILLÖGUR OG AÐGERÐIR

**Stefna fyrir mannaud og gæði:** Áhersla lögð á að ná til gesta sem eru reiðubúnir að borga fyrir gæði, gæði sem byggjast á menntun, þjálfun og reynslu ferðaþjónustuaðila og tryggja þar með fagmennsku í greininni.

## OPNUNARTÍMI FYRIRTÆKJA

Tryggja þarf að sú þjónusta sem er markaðssett sé í boði þegar ferðamaðurinn heimsækir svæðið. Lagt er til að sett verði viðmið varðandi opnunartíma fyrirtækja í ferðaþjónustu og þau fyrirtæki sem skuldbindi sig til að opna fyrr á vorin og hafi opið lengur fram á haust verði umbunað með aukinni kynningu í markaðsefni fyrir Vestfirði.

**Frumkvæði:** FMSV

**Framkvæmd:** FMSV geri könnun á því meðal aðila í samtökunum hver tímaviðmiðin eigi að vera.

**Samastarfsaðilar:** Markaðsstofa Vestfjarða.

**Hvenær:** Vetur 2010-2011 verði gerð könnun á tilfinningu aðila í ferðaþjónustu varðandi lengingu tímabilsins og út frá því unnið að tímaviðmiðunum. Áhersla verði lögð á að kynna sérstaklega vöru og þjónustu sem í boði er í tengslum við slík markmið með árstíðabundnum markaðsáreiði.

## GÆÐABOÐORÐ FMSV

Ferðamálasamtökin vinni að 10 gæðaboðorðum sem aðilar í ferðaþjónustu skuldbinda sig til að vinna eftir. Markmið fyrirtækja verði að veita úrvalþjónustu og gott viðmót við ferðamanninn.

**Frumkvæði:** FMSV

**Framkvæmd:** Gæðaboðorðin taki á þáttum sem fyrirtæki í ferðaþjónustu lofa að vinna eftir. Dæmi um boðorð geta verði ákveðin opnunartími, að alltaf sé gefin kvittun fyrir viðskiptum, persónuleg þjónusta og gott viðmót, o.s.frv.

**Hvenær:** Haust 2011

## GÆÐA- OG ÞJÓNUSTUHANDBÆKUR FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

Fyrirtæki verði aðstoðuð við að gera gæðahandbók fyrir sína starfsemi. Þá verði unnið aftur að gerð þjónustuhandbókar fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu og einnig þjónustu í nánasta umhverfi.

**Frumkvæði:** Atvest

**Framkvæmd:** Atvest hvetji fyrirtæki til að kynna sér gæðahandbók ferðaþjónustunnar sem SAF hefur gefið út og aðstoði fyrirtæki til að gera slíka handbók fyrir sín fyrirtæki.

Landshlutamiðstöðin á Vestfjörðum í samvinnu við Atvest

vinni að því að setja saman þjónustuhandbók líkt og gert var fyrir nokkrum árum.

**Hvenær:** Vetur 2011.

### ÁTAKSVERKEFNI – FARANDKENNARI

Leitað verði leiða til að setja saman námskeið fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu þar sem kennari kemur inn í fyrirtækin og farið er yfir helstu þætti er varða gæðamál.

**Frumkvæði:** Atvest

**Framkvæmd:** Stamstarf Atvest, Impru, FMSV, MV og Vaxvest. Útfærsla á verkefninu yrði unnin í samvinnu Atvest, Impru, FMSV og MV og leitað styrkja hjá Vaxtarsamningi. Fyrirtækjum verði boðið að taka þátt í átaksnámskeiðinu gegn gjaldi þar sem þau hafa svokallaðan mentor sem fer yfir helstu þætti er varða gæðamál. Þörf yrði á virkri þátttöku og rekstraraðilar fyrirtækja látnir leysa ýmis verkefni.

**Hvenær:** Haust 2011

### KENNSLA Í GRUNNSKÓLANA

Leitað verði leiða til að auka þekkingu grunnskólabarna á sínu nærumhverfi og að kynna fyrir þeim starfsemi ferðaþjónustunnar og vekja þar með áhuga þeirra.

**Frumkvæði:** FMSV

**Framkvæmd:** Sem dæmi væri hægt að hafa þemadaga í skólum sem er tileinkaðir ferðaþjónustu, efna til ritgerðarsamkeppni, umhverfisfræðsla og verkefni því tengd, aðilar í ferðaþjónustu fari með kynningar inn í skóla o.s.frv.

**Samstarfsaðilar:** Markaðsstofa Vestfjarða

**Hvenær:** Haust 2011

### KENNSLA Í FRAMHALDSKÓLANA

Valfag í Menntaskólanum á Ísafirði þar sem kennd verður Færni í Ferðaþjónustu í samvinnu við Fræðslumiðstöð Vestfjarða. Nemendur fái þjálfun hjá fyrirtækjum í ferðaþjónustu og þeir nemendur sem ljúka námi gangi fyrir í sumarvinnu hjá ferðaþjónustufyrirtækjum innan FMSV.

**Frumkvæði:** FMSV

**Framkvæmd:** Samvinnuverkefni FRMST, MÍ og FMSV. Til er kennsluefni, Færni í ferðaþjónustu sem hægt er að nýta sem valfag hjá Menntaskólanum á Ísafirði en námið gefur einingar á menntaskólastigi.

**Hvenær:** Haust 2012



# VERKEFNATILLÖGUR OG AÐGERÐIR

**Stefna fyrir umhverfismál:** Vestfirðir verði leiðandi aðili í umhverfisvænni og sjálfbærri ferðaþjónustu þar sem áhersla er lögð á að vernda og viðhalda náttúrulegu umhverfi.

## UMHVERFISVOTTAÐIR VESTFIRÐIR

Mikill áhugi er meðal ferðaþjónustunnar á Vestfjörðum að huga verulega að öllum umhverfisþáttum í ákvörðunum greinarinnar og var umræðan um vottun mjög áberandi.

**Frumkvæði:** FMSV

**Framkvæmd:** Ráðstefna þar sem komið verður af stað umræðu um möguleikann á umhverfisvottun fyrir Vestfirði.

**Hvenær:** Vor 2010

## UMHVERFISVITUND

Efla þarf umhverfisvitund ferðaþjóna, heimamanna og sveitarfélaga. Ferðaþjónar verði hvattir til að beina rekstri sínum til umhverfisvænni vegar til að mynda með námskeiðum og útgáfu fræðsluefnis.

**Frumkvæði:** Markaðsstofa Vestfjarða

**Framkvæmd:** Í samvinnu við Atvest og FMSV verði leitað leiða til að fjármagna kynningarefni hjá Vaxtarsamningi

Vestfjarða sem dreift verði til allra íbúa og fyrirtækja á Vestfjörðum. Í samvinnu við Fræðslumiðstöð verði námskeið í gerð umhverfisstefnu fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu.

**Hvenær:** Vetur 2011



# VERKEFNATILLÖGUR OG AÐGERÐIR

**Stefna fyrir Innviði/Grunngerð:** Að sveitarfélög og ferðapjónusta vinni í sameiningu að því að gera þátt ferðapjónustu sýnilegri í samfélaginu og með krafti ferðapjóna og heimamanna verði haldið uppi háu þjónustustigi í ferðapjónustu.

## AUKIN SAMVINNA VIÐ SVEITARFÉLÖGIN

Skýr stefna sveitarfélaga í ferðapjónustu er ábótavant en með aukinni samvinnu FMSV og Fjórðungssambandi Vestfirðinga (FV) er hægt að fara yfir ýmsa þætti er varða hlutverk sveitarfélaga í ferðapjónustu. Mikilvægt er að sveitarfélög haldi uppi grunnþjónustu og átti sig á mikilvægi ferðapjónustu til að byggja upp öflugri samfélög. Skoða þarf hvernig sveitarfélögin kynna þá ferðapjónustu sem er fyrir hendi en skoða þarf jafnframt hvaða þjónustu ferðapjónustuaðilar telja að þeir eigi að fá fyrir það gjald sem þeir greiða, og hvað eru sveitarfélögin tilbúin til að gera fyrir ferðapjónustuna og brúa þar með bilið á milli væntinga þessara aðila til hvors annars. Þá er líka mikilvægt að sveitarfélögin hvetji íbúa sína til að halda sínu umhverfi hreinu og mætti kanna möguleika á að nýta unglíngavinnu á sumrin meira í það að aðstoða fólk við fegrun umhverfis.

**Frumkvæði:** Markaðsstofa Vestfjarða

**Framkvæmd:** Unnið í samvinnu við FV og FMSV að úttekt á þjónustu sveitarfélaga er falla undir ferðapjónustu. Unnið að því að greina hvernig sveitarfélögin kynna þá ferðapjónustu sem er í boði í sínu sveitarfélagi og MV komi með tillögur að samþættingu.

**Hvenær:** Haust 2012

## EFLING LÁGANNAR

Fjölga verður ferðamönnum utan háanna tíma og dreifa þeim meira á lágannir. Hvetja þarf til samstarfs um vöruþróun á afþreyingu og menningarviðburða á þessum tímabilum auk þess sem efla þarf kynningarstarf og leitast við að fjölga viðburðum sem höfða til ferðamanna utan háannatíma.

**Frumkvæði:** Atvest

**Framkvæmd:** Samvinna fyrirtækja varðandi sameiginlega vöruþróun og markaðssetningu. Hér er sérstaklega litið til fuglaskoðunar sem ætti að leiða til þess að tímabilið hefjist fyrr á vorin, og haust og vetrarferða sem lengja tímabilið. Samvinna við Menningarráð Vestfjarða varðandi betri möguleika á menningarstyrkjum sem miða að því að setja upp viðburði yfir vetrartímamann og samvinna við Vaxtarsamning varðandi betri möguleika á vöruþróunarstyrkjum sem miða að því að þróa afþreyingu á þessum tímabilum.

**Samstarfsaðilar:** MV

**Hvenær:** Haust 2010

### **AUKIÐ AÐGENGI AÐ STAÐBUNDU HRÁEFNI**

Mikill áhugi er meðal ferðamanna að kynnast matarmenningu Vestfirðinga og bragða á staðbundnu hráefni. Auka þarf úrval á veitingastöðum og í verslunum og auka þarf aðgegni að ferskum sjávarafurðum í sem flestum þéttbýliskjörnum.

**Frumkvæði:** Atvest í samvinnu við matarklasann Veisla að Vestan.

**Framkvæmd:** Efla virkni þátttakenda í Veislu að Vestan og hvetja veitingahús til frekari matreiðslu og nýtingu á staðbundnu hráefni til dæmis með námskeiði snemma á vorin um nýtingu hráefnis. Hvetja og styðja undir vöruþróun á staðbundnu hráefni og vekja áhuga verslana í að auka úrval á ferskum sjávarafurðum.

**Hvenær:** Vetur 2010

### **UPPSKERUHÁTÍÐ FERÐAÞJÓNUSTUNNAR**

Að hausti hverju verði efnt til uppskeruhátíðar þar sem ferðaþjónustuaðilar geri sér glaðan dag og fari yfir árangur sumarsins. Meiri líkur eru á farsælli samvinnu þegar samkeppnisaðilar þekkja hvor annan auk þess sem

það hefur mikið vægi í upplýsingagjöf til ferðamanna að ferðaþjónustuaðilar þekki það sem er í boði fyrir utan sitt umhverfi.

**Frumkvæði:** FMSV.

**Framkvæmd:** Útfæra þarf fyrirkomulag en slík hátíð getur verið samvinnuverkefni ferðaþjónustunnar og stoðkerfisins. Veitt yrðu árleg verðlaun fyrir frumkvöðla ársins, gæðaverðlaun eða árangur í umhverfismálum.

**Hvenær:** Haust 2011

# VERKEFNATILLÖGUR OG AÐGERÐIR

**Stefna í markaðssetningu:** Ímynd svæðis og staðfærsla verði skilgreind og sameiginlegur skilningur ferðþjóna sem og almennings á sérstöðu svæðisins. Sterk lykilorð sem allir sameinast um að nýta í markaðssamskiptum.

## MARKAÐSSTEFNA

Mikil vöntun er á sýnilegri markaðsstefnu fyrir Vestfirði. Fara þarf í ítarlega markhópagreiningu, skilgreina þarf ímynd svæðisins og finna þarf sameiginlegt lykilorð í markaðssetningu sem ferðþjónar sammælast um að nota í sinni markaðssetningu. Skoða þarf hvaða boðleiðir henta hvaða markhópi og hvaða áherslur eigi að liggja í þeim málum.

**Frumkvæði:** Markaðsstofa Vestfjarða

**Framkvæmd:** Kanna möguleika á samstarfi við Vaxvest varðandi fjármögnun en vinnan unnin í samvinnu MV og Atvest en leidd af MV.

**Hvenær:** Vetur 2011

## SAMVINNA Í MARKAÐSSETNINGU

Samvinna í markaðssetningu gefur samkeppnisforskot en töluverð samvinna er í markaðsetningu í gegnum þá klasa sem eru starfandi. Nokkur verkefni voru nefnd

og lagt er til að farið verði í kynningu á stærsta golfvelli Íslands.

**Frumkvæði:** Ferðþjónustaðilar í samvinnu við FMSV.

**Framkvæmd:** Leitað verði til Vaxtarsamnings varðandi fjármögnun. Samvinna við 18 ferðþjónustuaðila víða á Vestfjörðum þar sem hver og einn setji upp eina golfbraut. Fenginn verði golfvallahönnuður með í þróunarverkefnið til að viðhalda gæðum og kenna viðhald og meðhöndlun golfvalla. Í samvinnu við MV verður gefið út kynningarefni.

**Samstarfsaðilar:** MV

**Hvenær:** Hefst vetur 2011



	Vor 2010	Haust 2010	Vetur 2010	Haust 2011	Vetur 2011	Haust 2012	Frumkvæði
<b>MANNAUÐUR OG GÆÐI</b>							
Opnunartími fyrirtækja			X				FMSV
Gæðaboðorð FMSV				X			FMSV
Gæða og þjónustuhandbók					X		Atvest
Átaksverkefni				X			Atvest
Kennsla í grunnskólana				X			FMSV
Kennsla í framhaldsskólana						X	FMSV

### UMHVERFISMÁL

Umhverfivottaðir Vestfirðir	X						FMSV
Umhverfisvitund					X		MV

### INNVIÐIR/GRUNGERÐ

Samvinna við sveitafélögin						X	MV
Efling lágannar		X					Atvest
Aukið aðg. að staðbundu hráefni			X				Atvest
Uppskeruhátíð ferðaþjónustunnar				X			FMSV

### MARKAÐSSETNING

Markaðsstefna					X		MV
Samvinna í markaðssetningu					X		Ferðaþjónar

# LOKAORÐ

Í sinni einföldustu mynd gengur stefnumótun út á það að greina stöðuna í dag, vita hvert skal stefna og finna þær leiðir sem fara á til að ná settri stefnu. Til að slíkt gangi upp er mikilvægt að sem mest sátt sé um setta stefnu og þær aðgerðir sem framundan eru. Á annað hundrað manns komu að gerð þessarar stefnumótunarvinnu í formi vinnufunda og rýnivíðtala og endurspeglu niðurstöðurnar óskir og kröfur ferðaþjóna á Vestfjörðum. Frumniðurstöður voru kynntar á aðalfundi Ferðamálasamtaka Vestfjarða í apríl 2010 og gafst ferðaþjónum og öðrum hagsmunaaðilum kostur á að koma með ábendingar og breytingar varðandi niðurstöðurnar.

Framundan er fjöldi verkefna og aðgerða en allra stærsta verkefnið er að fyrirtæki, sveitarfélög og heimamenn taki þátt í þeim aðgerðum sem framundan eru og vinni í sameiningu að því að ná þeirri framtíðarsýn og stefnu sem sett hefur verið fram.

Í sameiningu getum við gert Vestfirði að enn eftirsóknarverðari áfangastað, að þangað sé sérlega gott að koma og einstaklega gott að vera.

*Ásgerður Þorleifsdóttir  
Verkefnastjóri Atvest*









# STEFNUM ÖLL Í SÖMU ÁTT