



Stefna í ferðapjónustu í Grundarfirði

Samþykkt af bæjarstjórn 8. júní 2009



Grundarfjarðarbær





Efnisyfirlit

1	Inngangur	1	5	Stefnukostir	9
1.1	Forsaga	1	5.1	Samantekt.....	9
1.2	Tilgangur	1	5.2	Niðurstöður um stefnukosti.....	10
1.3	Vinna við stefnumótunina	2	6	Stefna Grundarfjarðarbæjar í ferðapjónustu	12
2	Þróun í ferðapjónustu – staðan í dag	3	6.1	Hlutverk	12
2.1	Atvinnugreinin ferðapjónusta	3	6.2	Framtíðarsýn	13
2.2	Sveiflur á landsbyggðinni	4	6.3	Stefna	14
2.3	Lykilárangursþættir	4	6.3.1	Nýting náttúrugæða – umhverfisvænn áfangastaður	15
2.4	Nútímaferðamaðurinn.....	5	6.3.2	Barnvænn áfangastaður	16
3	Innviðir og þjónusta	6	6.3.3	Upplifun og persónuleg þjónusta.....	17
3.1	Ferðapjónusta.....	6	6.3.4	Áherslur í framkvæmd.....	18
3.2	Stoðþjónusta	6	6.4	Markmið og aðgerðir	19
3.3	Samstarf í ferðapjónustu	7	7	Gildistími, eftirfylgni og endurskoðun	21
4	Sérstaða, styrkur og tækifæri	8	8	Hugleiðingar bæjarstjóra við lok verkefnavinnu	22
4.1	Náttúrugæði	8	9	Heimildaskrá	23
4.2	Auðurinn sem býr í samfélaginu	8	Viðauki 1	Fyrri samráðsfundur	24
4.3	Menning	8	Viðauki 2	Síðari samráðsfundur	24
			Viðauki 3	Framboð þjónustu í Grundarfjarðarbæ	25

1 Inngangur

1.1 Forsaga

Hér er sett fram fyrsta stefna Grundarfjarðarbæjar í ferðapjónustu.

Ferðapjónusta er stöðugt vaxandi atvinnugrein, bæði á landsvísu og einnig á Snæfellsnesi. Í Grundarfjarðarbæ hefur ferðapjónusta þróast og byggst upp með ágætu framboði gistingar, veitingastaða og afþreyingar í auknum mæli. Eitt af einkennum ferðapjónustu sem atvinnugreinar eru margir smáir rekstraraðilar sem þurfa á stuðningi og stefnu opinberra aðila að halda. Þarfir þeirra og tækifæri felast jafnframt í samvinnu um uppbyggingu; að sameina krafta allra sem koma að ferðapjónustu í víðum skilningi og að búa að öflugu baklandi íbúanna á svæðinu.

Ákvörðun bæjarstjórnar Grundarfjarðarbæjar um að setja af stað vinnu við stefnumótun í ferðapjónustu fyrir Grundarfjarðarbæ, byggir á vilja til að nýta enn betur þau tækifæri sem bæjarbúar hafa til eflingar atvinnulífs og samfélagsins í heild. Leitað var til ráðgjafarfyrirtækisins Alta um að stýra vinnu við stefnumótunina og hafði Björg Ágústsdóttir, ásamt Huldu Steingrímsdóttur, umsjón með verkinu af hálfu Alta. Af hálfu Grundarfjarðarbæjar var Jónas Víðir Guðmundsson megintengiliður og kom að verkinu, ásamt bæjarstjóra og fleirum.

1.2 Tilgangur

Stefnu í ferðapjónustu er **ætlað að auðvelda ákvörðunartöku sveitarfélagsins og uppbyggingu ferðapjónustu í Grundarfjarðarbæ**. Stefnumótunin er skilgreind sem sameiginlegt verkefni bæjaryfirvalda, hagsmunaaðila og annarra áhugasamra og tók vinnan mið af því.

Stefnunni er ætlað að nýtast bæjarstjórn við ákvörðunartöku og á annan hátt í starfsemi sinni og ennfremur eru væntingar um að hún muni nýtast öðrum og verða til þess að fleiri áhugasamir einstaklingar, fyrirtæki eða stofnanir í samfélaginu komi auga á þann hag sem þeir hafa af vexti og viðgangi ferðapjónustu í Grundarfirði. Æskilegt væri að stefnan og framkvæmd hennar stuðlaði að aukinni þekkingu á mikilvægi allra aðila – bæjar, ferðapjónustu, fyrirtækja, íbúa – við að tryggja góðan árangur í greininni og á þeim leiðum sem færar eru að því marki.



Markmið þeirrar stefnu sem hér er kynnt eru:

- að stuðla að vexti ferðapjónustu í Grundarfjarðarbæ
- að auka samstarf innan atvinnugreinarinnar
- að auka samstarf milli ferðapjónustuaðila og bæjarins

1.3 Vinna við stefnumótunina

Lögð var áhersla á að móta stefnuna í samráði við ferðaþjónustuaðila og íbúa. Í því skyni var efnt til tveggja opinna funda til að sækja efnivið í stefnuna, svo sem um stöðu, styrkleika og tækifæri í ferðaþjónustu, hlutverk og framtíðarsýn o.fl., sjá nánar í viðauka 1 og 2.

Eftir fyrri fundinn var leitað eftir því hvort áhugasamir aðilar fengjust í vinnuhóp eða hópa. Myndaður var einn hópur nokkurra ferðaþjónustuaðila og áhugasamra til að ræða tækifæri í ferðaþjónustunni, einkum þó um leiðir til samstarfs. Umsjón með vinnuhópunum var í höndum nýráðins markaðsfulltrúa sem mun hafa umsjón með ýmsu því sem lýtur að markaðsmálum af hálfu bæjarins og snertir m.a. ferðaþjónustu. Samhliða var fólk hvatt til að koma hugmyndum og athugasemdum á framfæri við mótun stefnunnar.

Skoðuð var þróun í ferðaþjónustu, utanlands sem innan, þær samkeppnisaðstæður sem blasa við, lykílárangursþættir, hverjir væru samkeppnisaðilar og/eða samstarfsaðilar og reynt var að skyggast inn í það hvernig nútímaferðamaðurinn hugsar og hagar sínum ferðum. Fengnir voru tveir sérfróðir og reyndir einstaklingar sem fluttu erindi á öðrum samráðsfundinum og kynntu þar rannsóknir á þessum vettvangi, sem og reynslu sína (kafli 2).

Greint var framboð þjónustu í Grundarfjarðarbæ og staða (kafli 3 og viðauki 3).

Sérstaða og tækifæri voru greind og efniviður m.a. fenginn af samráðsfundum með íbúum (kafli 4 og viðauki 1 og 2).

Stefnukostir voru leiddir fram (kafli 5) og unnin stefna fyrir ferðaþjónustu í Grundarfjarðarbæ sem felur í sér greiningu á hlutverki bæjarbúa í ferðaþjónustu, framtíðarsýn og framsetningu stefnu til næstu 5 ára (kafli 6). Stefnan byggir á markmiðum og henni fylgir aðgerðaáætlun, þar sem aðgerðir eru settar fram sem verkefni, með tilgreindan ábyrgðaraðila sem á að sjá um að koma viðkomandi verkefni í framkvæmd, innan skilgreindra tímamarka.

Stefnumótunin byggir á niðurstöðum samráðsfundanna, viðtölum við aðila í ferðaþjónustu og annarri stoðþjónustu í Grundarfjarðarbæ, ýmsa sérfróða og/eða reynda aðila í ferðaþjónustu annarsstaðar á landinu og fulltrúa Grundarfjarðarbæjar.

Hverjir komu að mótun stefnunnar?

- Áhugasamir íbúar í Grundarfirði, m.a. rekstraraðilar í ferðaþjónustu og ýmissi annarri þjónustu í bænum
- Bæjarfulltrúar á samráðsfundum
- Bæjarstjóri og markaðsfulltrúi Grundarfjarðarbæjar, auk fleiri starfsmanna bæjarins
- Starfsfólk úr heilsugæslu og skólamállum



2 Þróun í ferðapjónustu – staðan í dag

2.1 Atvinnugreinin ferðapjónusta

Á Íslandi er ferðapjónusta ung atvinnugrein en í örum vexti. Í dag er svo komið að ferðapjónusta er þriðja stærsta atvinnugrein Íslendinga og nokkurs konar "iðnaður" í hagkerfinu þar sem um 75% er í þjónustugreinum (Edward Huijbens, 2007). Með bættum samgöngum og samdrætti í landbúnaði og fiskveiðum er ferðapjónustan augljósasti vaxtarbroddurinn í flestum byggðum landsins. Ferðapjónusta er einnig mikilvæg fyrir landsbyggðina því hún byggir á náttúrufegurð, aðföngum sem ekki er hægt að flytja úr stað (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006).

Árið 2004 mótuðu Samtök ferðapjónustunnar (SAF) stefnu sína til ársins 2012 og töldu að helsti styrkur ferðapjónustunnar byggði á náttúru landsins, öryggi, fjölbreytileika í afþreyingu og menningu, góðum mat og öflugum skemmtanálífi (SAF, 2004). Jafnframt hefði innri uppbygging s.s. löggæsla, heilsuvernd og hátt tæknistig verið sterkur þáttur ásamt alþjóðlegum brag landsins (SAF, 2004).

SAF töldu helstu veikleika ferðapjónustunnar vera þá að hún hefði ekki verið nægjanlega vel skilgreind sem atvinnugrein. Fyrirtæki væru yfirleitt smá og með lítið eigið fé og oft skorti á samvinnu. Vöntun hefði verið á faglærðu vinnuafl og stjórnendur hefðu ekki búið yfir nægjanlegri rekstrarþekkingu. Utan háannar hefði ekki verið nægjanlegt framboð á þjónustu fyrir ferðamenn og lítil vörupróun í greininni. Eitt helsta umkvörtunarefni erlendra ferðamanna væri verðlag og vegamerkingar, sem tækju lítið mið af erlendum ferðamönnum (SAF, 2004).

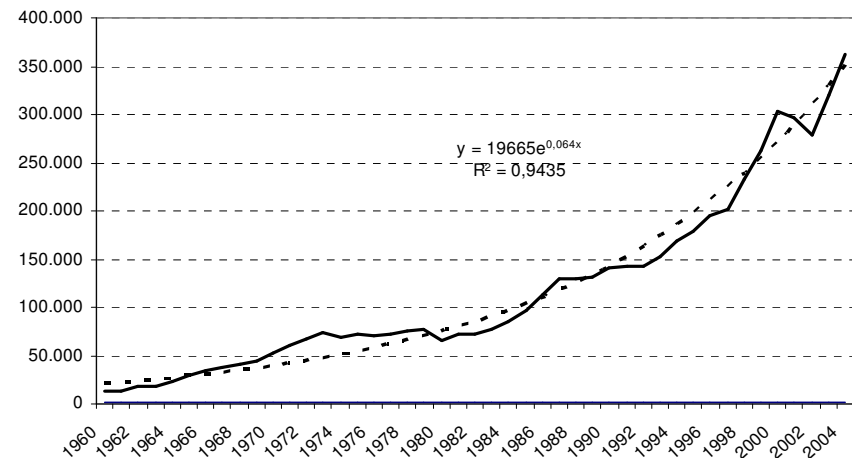
Í endurskoðaðri útgáfu stefnunnar 2008-2012 voru sett sex fram sex stefnuatriði, m.a. að ferðapjónustufyrirtæki verði arðbær og talin áhugaverður fjárfestingarkostur, enda búi þau við heilbrigða samkeppni og samkeppnishæf rekstrarskilyrði (SAF, 2008).

Fjölgun ferðamanna á Íslandi hefur verið afar hröð (sjá mynd 1) og er Ísland í hópi þeirra landa þar sem fjölgunin hefur verið hvað hröðust. Árið 1997 komu tæplega 202.000 erlendir ferðamenn til landsins, en árið 2007 voru þeir orðnir 485.000 (Ferðamálastofa, vefur, 2008). Aukningin á þessu 10 ára tímabili er rúmlega 140% eða um 10-15% á milli ára á tímabilinu (sjá mynd 2). Spáð er áframhaldandi aukningu og bent á að sóknarfæri séu nú sem aldrei fyrr í íslenskrri ferðapjónustu vegna efnahagsástands og gengishruns krónunnar (RÚV, 2009).

Sé lítið til Snæfellsness sérstaklega, þá er talið að um 150 þúsund gestir hafi komið árið 2003 og spáð 20% aukningu á ári (SSV, 2004).

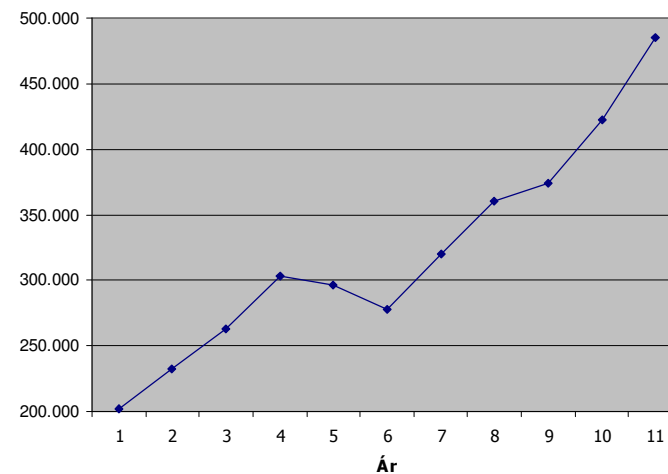
Fjöldi ferðamanna er þó ekki eini mælikvarðinn um stöðu og horfur í greininni, því jafnframt verður að horfa til þess hver sé arðsemi í greininni og hvernig megi auka hana.

Fjöldi erl. ferðamanna



Ártal

Mynd 1 Hröð fjölgun erlendra ferðamanna síðustu áratugi



Mynd 2 Árlæg aukning ferðamanna 1997-2007 er 14-15%

2.2 Sveiflur á landsbyggðinni

Dreifing dvalardaga er of lítil og dvalardagar áberandi flestir yfir sumarið. Hlutfallsleg nýting gistirýma er mun dreifðari og ákjósanlegri á höfuðborgarsvæðinu en á landsbyggðinni (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006). Landsbyggðin hefur góða nýtingu yfir sumarið en minna yfir hina átta til níu mánuði ársins. Þessari stöðu hefur höfuðborgarsvæðinu hins vegar tekist að breyta, en þó má ekki gleyma að til þess hefur hún að mörgu leyti yfirburðastöðu, sem mörg önnur svæði eiga erfitt með að keppa við.

Fjárútlát fara heldur ekki eftir fjölda ferðamanna því eins og sést á myndunum hér til hliðar eru gjaldeyristekjur á dvalardag mun hærrí yfir vetrartímum (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006).

Ferðapjónusta er þjónustugrein eins og nafnið gefur til kynna. Samvinna og möguleikar á henni leika stórt hlutverk, því stærðarhagkvæmni í margvíslegu tilliti og samlegðaráhrif auka framleiðni fyrirtækja (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006). Stærri byggðarlög hafa því nokkurt forskot á hin fámennari, þar sem framboð þjónustu er alla jafna minna og kostir á hagkvæmni færri.

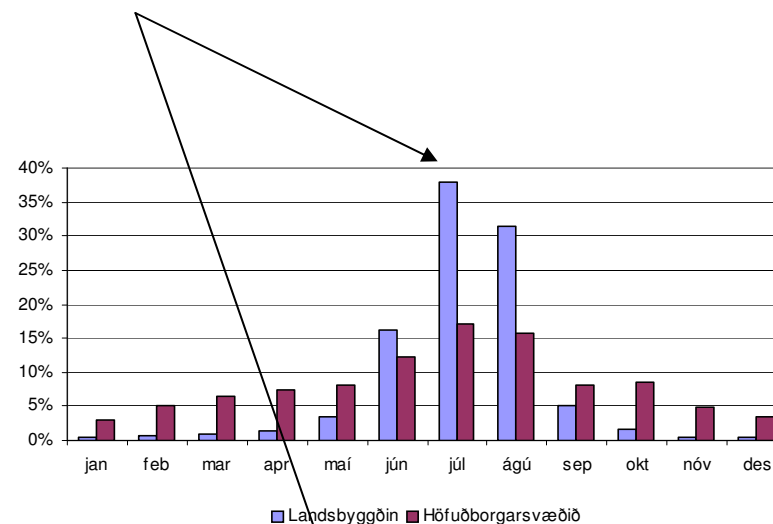
2.3 Lykilárangursþættir

Framboð og eftirspurn eftir vöru og þjónustu fyrir ferðafólk er það sem huga þarf að til að auka arðsemi greinarinnar (Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2005). Fyrir fyrirtæki í ferðapjónustu og tengda aðila skiptir miklu að nýta sameiginlegan slagkraft til árangurs í greininni, innanbæjar og á stærri svæðum. Grundarfjarðarbær er umkringdur góðum nágrönnum sem einnig takast á við uppbyggingu í ferðapjónustu. Í samvinnunni felast tækifæri til að auka aðdráttarafli og fjölbreytni sem bærinn og fyrirtæki hans geta ekki ein og sér boðið upp á.

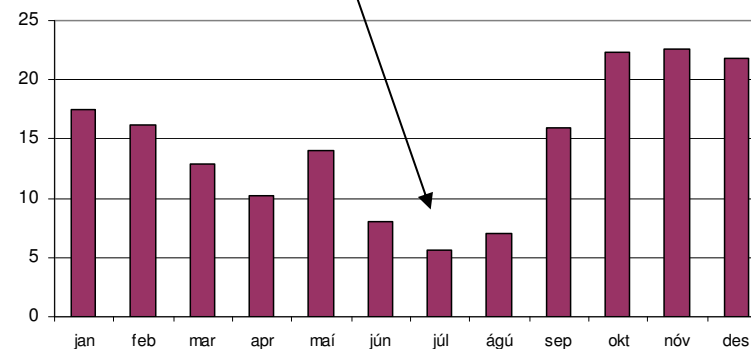
Heildartekjur af ferðamönnum á Snæfellsnesi nema um 800 m.kr. árlega og þessa upphæð má hækka töluvert með samvinnu, aukinni hagkvæmni og betri markaðssetningu (SSV, 2004).

Í stefnu SAF 2004-2012 voru skilgreindir lykilþættir árangurs í ferðapjónustu, en meðal þeirra voru bætt framboð þjónustu, s.s. afþreyingar og gistingar, samstaða og tilkoma SAF, bættar samgöngur, breytt ferðamunstur og aukning einstaklingsferða, breyttar dreifileiðir, einkum netið, markaðssetning og aukið fé til markaðsmála. Lykilárangursþættirnir endurspeglast síðan í framtíðarsýn og stefnu SAF, en þar eru sett fram lykilorðin: fagmennska – arðsemi – samstarf – gæði – nýsköpun – ímynd (SAF, 2004). Í framtíðarsýninni er gert ráð fyrir að samstarf ferðapjónustufyrirtækja sem og annarra hagsmunaaðila styrki innviði greinarinnar og efla markaðssetningu landsins sem heildar (SAF, 2004).

Markaðsstarf þarf að byggja á þekkingu og vali á markhópum, þörfum þeirra og möguleikum okkar til að svara þessum þörfum. Íslensk ferðapjónusta er ekki lengur barn sem brosir við öllum heldur komin á það stig að þurfa að velja sér vini og viðskiptasambönd (Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2005).



Mynd 3 Dreifing dvalardaga erlendra ferðamanna yfir árið



Mynd 4 Gjaldyristekjur á dvalardag árið 2000 eftir mánuðum, þús. kr.

2.4 Nútímaferðamaðurinn

Ferðamynstur hefur verið að breytast undanfarin ár. Tækniþróunin hefur stuðlað að því að ferðaðþjónustuaðilar eiga mun auðveldara með að koma þjónustu sinni á framfæri. Einstaklingar eiga að sama skapi mun betri möguleika á að kanna markaðinn og gríðarleg aukning hefur orðið á bókunum á Netinu. Í stað hópfæða hafa ferðamenn í auknum mæli valið að skipuleggja eigin ferðir og ferðast nú meira á eigin vegum (messe-berlin, vefur, 2008). Ákvarðanir um ferðalög eru jafnframt teknar með styttri fyrirvara nú en áður (Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2005).

Þetta hefur lagt aðrar kröfur á hendur ferðaðþjónustuaðilum en áður, nefnilega að þeir haldi úti góðum vefsíðum með upplýsingum fyrir ferðamanninn, sem getur þannig undirbúið sig og metið gæði upplifunarinnar áður en hann leggur í hann. Ferðamaðurinn gengur út frá því að upplýsingarnar séu áreiðanlegar, að það standist sem auglýst var og jafnframt gerir hann meiri kröfur um að þjónusta sé samfelld, t.d. yfir hátíðir og frídaga. Með samstarfi má tryggja að ávallt sé einhver lágmarksþjónusta í boði á viðkomandi svæði, t.d. á hátíðum, og að gestum sé vísað þangað. Mikilvægt er að upplýsingar séu uppfærðar reglulega og að svörum sé tafarlaus eða innan ákveðinna marka, t.d. tveggja daga (Þórdís G. Arthursdóttir, 2008).

Sé nánar rýnt í þarfir og eftirspurn ferðamanna hafa fleiri breytingar átt sér stað. Ferðamenn eru betur upplýstir um síði og venjur heimamanna og jafnframt eru þeir áhugasamir þátttakendur í því samfélagi sem þeir sækja heim. Þeir eru sjálfstæðari og með ákveðnar skoðanir og hafa þekkingu á umhverfismálum. Þeir vilja sveigjanleika í dagskrá ferða, þeir leita upprunalegra og staðbundinna upplifana, vilja læra og þroskast og vilja hafa jákvæð áhrif á áfangastaðinn (Edward H. Huijbens, 2008). Tilhneiging er til að leita frekar í upplifun, stemningu og samfélagskennd frekar en að sækja í einstaka staði og sem dæmi þá jukust ferðir "út í sveit" um 9% árið 2006.

Skilgreining á áfangastaðum hefur tekið breytingum og víkkað. Áfangastaður getur verið landsvæði, einstakir staðir eða einstakur varningur. Forsendur fyrir því að skilgreina áfangastað geta verið landfræðilegar, efnahagslegar eða menningarlegar og eru breytilegar eftir tilefninu og skoðandanum. Áfangastaðinn þarf jafnframt að skoða í samhengi við söguna (Edward H. Huijbens, 2008). Á þessari rýni þarf markaðssetning áfangastaða að byggjast.

Til að bregðast við hinum nýja ferðamanni og auknum kröfum hans til allrar þjónustu verður ferðaðþjónustan að hafa gæði í fyrirrúmi. Áhersla á gæði í ferðaðþjónustu er hins vegar ekkert einfalt fyrirbrigði og felur í sér mjög víðtæka sýn á alla starfsemi fyrirtækisins (Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2005).



Stemning frekar en staðir. Stærri svæði valin.

- úr erindi Edward Huijbens á opnum fundi

3 Innviðir og þjónusta

Það getur verið erfitt að afmarka ferðabjónustu sem atvinnugrein, því fjölmargir eiga viðskipti við ferðamenn án þess að þeir skilgreini sig sem ferðabjónustuaðila. Mikilvægt er að allir geri sér grein fyrir að þátttakendur í „ferðabjónustu“ eru mun fleiri en einungis gistihúsin, veitingastaðirnir og sjoppan – að „hinir“ þjónustuaðilarnir og reyndar samfélagið allt, sé meðvitað um hlutverk sitt í ferðabjónustu. 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 útvist og annarrar afþreyingar.

Hægt er að greina framboð þjónustu eftir mismunandi skilgreiningum á áfangastöðum eða svæðum. Til dæmis mætti skoða Snæfellsnesið eða Vesturland í heild, þar sem ferðabjónustuaðilar njóta nálægðar og samvinnu sín á milli, t.d. í skipulögðu samstarfi (Þórdís G. Arthursdóttir, 2008). Hér verður þó eingöngu horft til stöðunnar í Grundarfirði.

Framboð þjónustu er gjarnan flokkað í ferðabjónustu og stoðþjónustu, eins og að neðan greinir og nánar er útlitað í greiningu þjónustu- og hagsmunaaðila hér til hliðar (sjá Mynd 5 Framboð þjónustu í Grundarfjarðarbæ). Sjá einnig greiningu á framboði þjónustu í Viðauka 3.

3.1 Ferðabjónusta

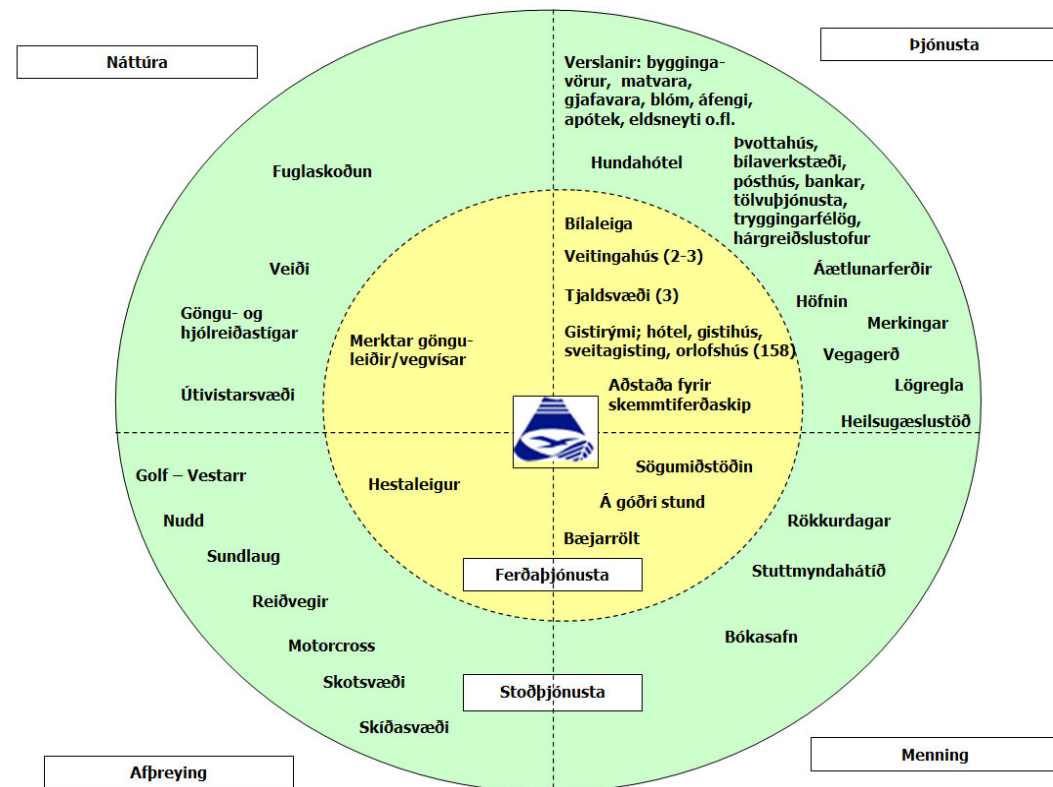
Sem ferðabjónusta flokkast aðilar og fyrirtæki þar sem þjónusta við ferðamenn er kjarninn í starfsemi, eins og t.d. hótél, gistihús, veitingastaðir og ýmis afþreying fyrir ferðamenn. Í sveitarfélaginu er að finna eitt hótél, gistihús (farfluglaheimili), sveitagistingu og orlofshús, samtals um 140 gistirými, þrjú tjaldsvæði, að jafnaði tvö veitingahús, þó þrjú á sumrin, tvo til fjóra gististaði með veitingar og tvo veitinga- og söluskála.

Ennfremur má hér telja ýmiss konar afþreyingu, bæði menningarstofnanir, eins og Eyrbyggju – Sögumiðstöð og bókasafnið, auk fastra viðburða eins og bæjarhátíðina *Á góðri stund í Grundarfirði*, menningarhátíðina *Rökkurdaga* og stuttmyndahátíð sem vonandi verður fastur liður í menningarlífinu. Einnig fellur hér undir afþreying í formi útiveru og íþróttar, s.s. golf, sund, skipulagt bæjarrölt, hestaleigur og fleira.

3.2 Stoðþjónusta

Undir stoðþjónustuna falla önnur þjónustufyrirtæki sem hafa það hlutverk að þjónusta bæjarbúa, en eru ferðamönnum jafnframt mjög mikilvæg, s.s. bankar, pósthús, verslun, bílaverkstæði og ýmis önnur þjónusta.

Einnig flokkast hér ýmis aðstaða og aðgengi, s.s. samgöngumannvirki; þjóðvegir, götur í þéttbýli, göngu- og reiðstígar og höfn hér undir, áætlunarferðir, þjónusta áætlunarbifreiða, auk merkinga á þessum mannvirkjum og þjónustu.



Mynd 5 Framboð þjónustu í Grundarfjarðarbæ

3.3 Samstarf í ferðapjónustu

Eins og áður hefur komið fram er það lykilatriði fyrir ferðapjónustu að nýta sem best samstarf innan greinarinnar og við aðra aðila, til að auka fjölbreytni og styrk greinarinnar. Samstarfið getur átt sér landfræðileg mörk, t.d. innanbæjar, milli nágrannasveitarfélaga eða á stærri svæðum, en einnig getur samstarf án tillits til staðsetningar verið árangursríkt.

Grundfyrirskur aðilar í ferðapjónustu og skyldum greinum eru þátttakendur í margskonar samstarfi sem auðveldar þeim ýmsa þætti í starfseminni, t.d. markaðssetningu og kynningu. Eftirfarandi eru nokkur dæmi um slíkt.

- **All Senses Group á Vesturlandi: Upplifðu allt (all senses awoken)**
 - samstarf nokkurra ferðapjónustuaðila á Vesturlandi um sameiginlega markaðssetningu Vesturlands sem áfangastaðar, aukningu arðsemi o.fl.
- **Ferðamálasamtök Vesturlands**
 - samtök hagsmunaaðila sem vilja efla ferðapjónustu á Vesturlandi
- **Ferðamálasamtök Snæfellsness**
 - samtök hagsmunaaðila sem vilja efla ferðapjónustu á svæðinu
- **Vesturlandsstofa**
 - samstarfsvettvangur sveitarfélaga og ferðapjónustuaðila á Vesturlandi sem sinnir upplýsingamiðlun fyrir alla ferðapjónustu á Vesturlandi
- **Green Globe**
 - sveitarfélög og fyrirtæki á Snæfellsnesi með vottaða, sameiginlega stefnu um sjálfbæra þróun umhverfis- og samfélagsmála (Frankvæmdaráð Snæfellsness, 2008)
- **Breiðafjarðarfléttan**
 - samtök ferðapjónustuaðila í Barðastrandasýslum, Dölum og á Snæfellsnesi
- **Ferðapjónusta bænda**
 - samtök bænda í ferðapjónustu um allt land um sameiginlega sölu og markaðssetningu á þjónustu aðilanna (Ferðapjónusta bænda, 2008)
- **Beint frá býli**
 - félag bænda sem stunda eða hyggjast stunda sölu afurða beint frá býli bænda á Íslandi (Beint frá býli, 2008)

Beint frá býli



4 Sérstaða, styrkur og tækifæri

Samkeppnishæfni fyrirtækja, samfélaga og þjóða felst í því sem skilur þau frá „hinum“. Það þarf að spyrja spurninga eins og: í hverju erum við best, hvernig nýtum við best okkar sérstöðu og tækifæri, á hvað eigum við að leggja áherslu og hvernig á forgangsröð okkar um notkun fjármagns að vera? Til að geta svarað þessu er leitast við að greina sérstöðu, eða styrk, og þau tækifæri sem viðkomandi eining býr yfir.

Niðurstöður samráðsfundanna og vinnuhópsins voru á þá leið að tækifæri Grundfirðinga í ferðapjónustu fælust í að nýta, nýta betur eða bæta eftirfarandi þætti sem telja mætti að tengdust eða gætu tengst sérstöðu Grundarfjarðarbæjar:

4.1 Náttúrugæði

Náttúrugæðin eru auðlind sem ekki verður frá okkur tekin og náttúran er aðdráttarafl. **Landslagið** er einstakt, ekkert er eins vinsælt myndefni og **sólarlag** við Kirkjufell, **kyrrðin** er auðlind og **veðurfarið** getur verið bland í poka – lognið og sunnanrokið; sætt og súrt; upplifun fyrir alla!

4.2 Auðurinn sem býr í samfélaginu

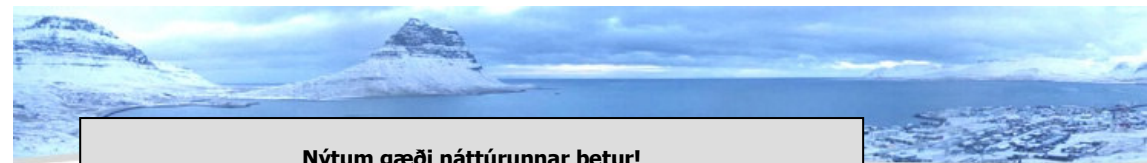
Auðlindirnar okkar eru **fólkið** sem byggir svæðið, **þekkingin** heima fyrir, innviðir og framboð þeirrar **þjónustu** sem er til staðar. Í **samstarfinu** á Snæfellsnesi og Vesturlandi felast tækifæri til að gera meira úr því sem hver og einn hefur, þegar allt er lagt saman. Þegar er hafið samstarf sveitarfélaga og fyrirtækja á Snæfellsnesi í umhverfismálum, byggt á vottaðri, sameiginlegri stefnu um sjálfbæra þróun (Green Globe).

Viðmót fólksins getur skipt sköpum um upplifun ferðamannsins, gestrisnin er gulls ígildi, þægilegt viðmót og þjónustulund eftirsóknarverðir kostir. *Vinalegt sjávarþorp* getur verið dýrmæt umsögn um áfangastaðinn.

4.3 Menning

Menningin og sagan eru uppsprettur ótal tækifæra – einu takmörkin eru hugmyndafluglið! Úrval menningarviðburða er meira en við munum eftir; við eigum að gera meira úr því auk þess sem jarðvegurinn er frjór.

Menningin í samfélaginu er það sem ferðamaðurinn sækist eftir, hann vill upplifa andrúmsloftið í sjávarþorpinu, bæði kyrrðina og athafnasemi hversdagsins; mannlífið, fuglalífið og skipin við höfnina, bæjarbraginn og stemninguna sem árstíðir og veðurfar bjóða hverju sinni. Hann vill greina karakter samfélagsins; sambræðing náttúru, mannlífs og hins manngerða umhverfis.



Nýtum gæði náttúrunnar betur!

Sjórin: Sjóferðir, skoða lunda, eyjar og firði, sjóstangaveiði, fjaran, sjávarsetur, skipsflök = fjársjóðsleit, köfun, kajakróður. Matur úr hafi.

Fjöllin og göngur: skipulagðar gönguferðir með og án leiðsögumanna, merkja gönguleiðir, vetrarfjallamennska - ísklifur við þjóðveginn, hæstu vatnsföll landsins í Mýrarhyrnu, skíðasvæði, fjallakofar

Veðurfarið: lognið, sólarlagið, rokið og rigningin, sunnanáttin

Annað: ölkeldan, kyrrðarsvæði, fuglaskoðun, ljósmyndun (tísku, náttúrufer og fuglalíf), grjótasafn, skordýrasafn

Nýtum og aukum auðinn í samfélaginu!

Staðsetning: nálægðin við höfuðborgarsvæðið og nágrennið; Snæfellsnesið, eyjarnar, þjóðgarðurinn

Þjónustan:

Gisting: fjölbreytt gistirými og góðar móttökur

Veitingar: fjölbreytt úrval staða m.v. stærð bæjarins, persónuleg þjónusta, Krákulambið (og snafs hjá Finna!)

Aðgengi: samgöngur til og frá bænum, hjóla-leiga, bíla-leiga, merkingar má bæta og leiðarvísa um svæðið og þjónustu, aðgengi að áhugaverðum stöðum, skýrar leiðbeiningar þarf t.d. um opnunartíma

Samstarfstækifæri: innanbæjar, á Nesinu og víðar



Nýtum þá auðlind sem menningin er!

Sögustaðir: tenging við Íslandssöguna, franska landnámið og tengsl við Frakka, Eyrbyggja - Sögumiðstöð og sögugarður, sagnamennska.

Mannlífið: fólk, fuglar og skip við höfnina – og **annars konar líf:** álfasögur og álfatrú

Bæjarbragur og ásýnd; hús, umhverfi, snyrtilegur bær, gróður, umhirða húsa

Matur úr hafi – matur úr héraði – breiðfirsk matarmenning



5 Stefnukostir

5.1 Samantekt

Niðurstöður greininga og samráðs, bæði á hinu ytra umhverfi og þróun í ferðaþjónustu, sem og á stöðu og tækifærum heima fyrir, má draga saman í eftirfarandi yfirlit um æskilegt samspili stöðu og tækifæra:

- Spáð áframhaldandi aukningu ferðamanna – Ísland samkeppnishæfara en oft áður
 - Grundfirðingar treysti stoðir ferðaþjónustunnar
- Sívaxandi samkeppni
 - stefnumótun nauðsynleg, finna þarf sérstöðu og velja markhópa
 - ferðaþjónustuaðilar auki samvinnu sína
- Ónóg arðsemi greinarinnar og skýrt samband milli þjónustustigs og tekna af ferðamönnum”
 - auka dreifingu, jafna árstíðabundnar sveiflur
 - fjölga sölutækifærum; tækifærum ferðamanna til fjárútláta
 - nýta betur innviði, mannvirki og mannauð
 - samvinna um nýsköpun, fjölbreyttari afþreyingu og þjónustu
 - markviss kynning og markaðssetning: ýmsir mikilvægir þættir vinni saman, s.s. staður, vörur, verð, umgjörð, fólk
- Aukin eftirspurn ferðamanna eftir gæðum mest áberandi
 - sóknarfæri í að auka fagmennsku og gæði
 - samvinna nauðsynleg til að ná lengra
- Ekki of margt í einu, vanda heldur til verka og læra af!
 - mikilvægt að byggja upp *þjónustu* við ferðamenn
 - mikilvægt að móta stefnu um *hvernig þjónustu*

Þetta?



Það sem **við** höfum – og það sem er að gerast **í heiminum**.
Hvernig látum við þetta **mætast?**

... og meira til?



5.2 Niðurstöður um stefnukosti

Á opnu fundunum komu fljótt fram skýr viðhorf sem flokka mátti í þrjá aðskilda en þó tengda farvegi. Þessi skilaboð eru efniviður í stefnumótunarvinnuna, ásamt upplýsingum um stöðu ferðabjónustunnar og innviði samfélagsins á svæðinu, styrk og tækifæri heima fyrir. Sé að auki litið til þess sem straumar og stefnur um þróun ferðabjónustunnar endurspeglar um þessar mundir, má greina eftirfarandi stefnukosti:

Nýting náttúrugæða og umhverfisvænar áherslur

Fram kom mjög skýr vilji til þess að byggja á náttúrugæðum svæðisins, sögu og menningu, ekki síst með nútímalegum áherslum í umhverfismálum. Þátttakendur vildu sjá náttúrugæði nýtt á sjálfbæran hátt og að byggt væri á þeirri vinnu sem sveitarfélögin og fleiri aðilar á Snæfellsnesi hafa þegar lagt í, t.d. með Green Globe vottun svæðisins og því sem þar liggur að baki. Snæfellsnesið er auðugt af áhugaverðum náttúrfyrirbærum, Auðvelda ætti aðgengi að áhugaverðum stöðum og gera fólki kleift að njóta útivistar og náttúru á sem fjölbreyttastan hátt. Mikil áhersla var á hlýlegan og líflegan miðbæ og snyrtilega ásýnd bæjarfélagsins.

Mikill ávinningur var talinn af því að veitingastaðir hefðu á boðstólum lífrænan mat og mat sem ætti uppruna sinn á svæðinu, að byggt væri á íslenskri matarmenningu og sérstaklega breiðfirskum hefðum í matargerð, enda Breiðafjörðurinn þekkt matarkista frá fornu fari. Menning og saga svæðisins ættu sömuleiðis að endurspeglast í handverki af svæðinu, góðum merkingum og kynningu á sögu svæðisins. Meðal annars kom sterkt fram að álfatrú og þjóðsögur hefðu sérstakt gildi og myndu vekja athygli.

Skilgreining staðarins sem umhverfisvæns áfangastaðar væri í takt við það sem áður var sagt um viðhorf og væntingar meðvitaða nútímaferðamannsins, en tæki ennfremur mið af innviðum og áherslum sem þegar hafa verið lagðar á svæðinu. Þær áherslur myndu þá jafnframt fela í sér val á stórum markhópi, einkum erlendra ferðamanna.

Áhersla á gæði og höfðað til barnafjölskyldna

Mikilvægt er að nýta þau tækifæri sem náttúran og samfélagið bjóða. Vekja má athygli á aðgengilegri afþreyingu, t.d. samveru fólks í náttúrulegu umhverfi. Gæði ættu jafnframt að vera leiðarljós í þjónustunni, frekar en magn, t.d. ætti að leggja áherslu á góðar merkingar og aðgengi að áhugaverðum stöðum, góða aðstöðu á tjaldsvæðum, góð leiktæki fyrir börn, o.s.frv. Mikill áhugi var á því að efla gæðavitund í ferðabjónustu og er það í takt við það sem efst er á baugi í þróun ferðabjónustunnar nú um stundir.



„Við hugsum oft um dvölinna í Grundarfirði, sem var hámarkið í ferðinni. Einn góðan veðurdag erum við ákveðin í að koma aftur“.

Skrifa svissneskir ferðamenn á vefsíðu Grundarfjarðarbæjar

Áberandi voru sjónarmið um að Grundarfjörður ætti að vera þekktur fyrir sérlega góða aðstöðu fyrir barnafólk og að uppfylla þyrfti ólíkar þarfir mismunandi aldurshópa, en einkum þó barna. Þær áherslur hafa skírskotun í fjölskyldustefnu Grundfirðinga og markmið sem sett hafa verið um þjónustu við yngstu kynslóðina og fjölskyldur þeirra. Á sama hátt og með umhverfsvænu áherslurnar, er þannig horft til þess að það sem þurfi til að gera Grundarfjörð að barnvænum ferðamannastað, nýtist á sama hátt íbúunum sjálfum og þannig séu tvær flugur slegnar í einu höggi. Skírskotun til barnafjölskyldna felur einnig í sér val á markhópi; stórum hópi innlendra ferðamanna. Í ljósi efnahagsástandsins nú um stundir og áhrifa þess sem vafalaust mun gæta næstu misserin, má ætla að dragi úr ferðalögum Íslendinga til útlanda, en að ferðalög þeirra innanlands muni aukast í staðinn.

Upplifun og persónuleg þjónusta

Áherslan á gæði, umfram magn, birtist sömuleiðis í vilja þátttakenda til að Grundarfjörður verði þekktur fyrir sérlega persónulega þjónustu og hlýlegt viðmót. Töldu þátttakendur að það væri eftirsóknarvert að ýta undir og hvetja til hlýlegs viðmóts gagnvart ferðamönnum, auk þess sem gott umtal um bæinn yki aðdráttarafli hans og laðaði að sér fleiri íbúa.

Áherslur af þessum toga eru til þess fallnar að mæta þörfum nútímaferðamannsins, sem áður var lýst. Hann vill fræðast og þroskast og vera þátttakandi fremur en áhorfandi. Hann sækist eftir upplifun, stemningu og samfélagskennd frekar en ákveðnum stað (Edward H. Huijbens, 2008). Þessu tengdar eru hugmyndir kenndar við „slow travel“, sem hér má finna undir yfirskriftinni „kyrrðarbær“.

Þátttakendur í stefnumótunavinnunni töldu reyndar að Grundfirðingar ættu nokkra innistæðu í þessa veru og að hlýlegt viðmót einkenndi ekki bara afstöðu íbúa til ferðamanna, heldur væri það einnig reynsla aðfluttra íbúa af því að koma nýir inn í samfélagið.

Samlegð

Ofangreindar áherslur eiga það sammerkt að þær geta fallið að þegar samþykktri stefnu og menningu staðarins. Uppbygging á þjónustu og aðstöðu fyrir íbúa kemur ferðamönnum til góða og að sama skapi mun framkvæmd ferðaþjónustustefnunnar koma íbúum til góða. Þannig er orku og fjármunum Grundfirðinga best varið.

Aðferðir

Áberandi voru óskir um að byggt yrði á **gæðum** og fagmennsku, en ekki endilega magni, eins og fram hefur komið. **Samstarf** var talið nauðsynlegt til að auka árangur og til að ná fram settu marki sem ella væri erfitt að ná, bæði þá samstarf innanbæjar og á stærra svæði. Er það í takt við upplýsingar um strauma og stefnur í ferðaþjónustu í dag. Kynning og **upplýsingagjöf** var enn fremur talin mjög mikilvæg, t.d. til bæjarbúa í því skyni að auka samstöðu og meðvitund um mikilvægi greinarinnar fyrir samfélagið.



6 Stefna Grundarfjarðarbæjar í ferðaþjónustu

Bæjarstjórn Grundarfjarðarbæjar hafði frumkvæði að því að efna til samræðu um hvernig stilla megi saman strengi í ferðaþjónustu, heildinni til hagsbóta. Í þeirri samræðu náðist góð sátt um meginatriði. Bæjarstjórnin mun leitast við að vinna í samræmi við þá sátt og í þessari stefnu er að finna lýsingu á þeim ráðstöfunum sem gripið er til í því skyni. Liður í framkvæmd stefnunnar er að kynna hana og leita eftir samvinnu við ferðaþjónustuaðila, bæjarbúa og fleiri um að gera stefnuna og framtíðarsýnina sem hún byggir á að veruleika.

6.1 Hlutverk

Hlutverkið segir til um hvað við gerum eða ættum að gera, hvaða þörfum við reynum að mæta og hverra, hvernig við förum að því eða ættum að fara að og hvers vegna. Í stuttu máli: „til hvers erum við að þessu“ ?

Það er að sjálfsgöðu ekki hægt að gefa út yfirlýsingu um hvert skuli vera hlutverk ferðaþjónustuaðila eða annarra bæjarbúa í ferðaþjónustu; aðila sem hugsanlega komu ekki sjálfir að vinnunni. Hinsvegar má setja fram yfirlýsingu um það hlutverk sem bæjarstjórn telur sig hafa og ennfremur um hlutverk, sem bæjarstjórn vill leita eftir samvinnu við íbúana um að verði hlutverk samfélagsins í heild.

Á samráðsfundi til undirbúnings stefnumótuninni töldu þátttakendur að allir bæjarbúar hefðu hlutverki að gegna í því að stuðla að vexti og viðgangi ferðaþjónustu í bænum:



Hlutverk Grundfirðinga í ferðaþjónustu

Við styðjum við uppbyggingu ferðaþjónustunnar, af alúð og metnaði, vegna þess að:

- ferðaþjónusta veitir mikilvægan stuðning við aðra þjónustu og skapar tekjur fyrir einstaklinga, fyrirtæki og bæjarfélag
- ferðaþjónusta stuðlar að fjölbreytni í bæjarlífinu og eykur aðdráttarafli staðarins
- jákvæð upplifun og vellíðan gesta okkar stuðlar að góðu orðspori og veitir okkur sjálfum ánægju

6.2 Framtíðarsýn

Í framtíðarsýn felst lýsing á þeim árangri sem ætlunin er að ná, t.d. eftir tilgreindan tíma. Bæjarstjórn mun leitast við að haga ráðstöfunum sínum þannig að eftirfarandi framtíðarsýn megi verða að veruleika.

Framtíðarsýn

Ferðapjónusta í Grundarfirði eftir 10 ár

Ferðapjónusta er ein af meginatvinnugreinum staðarins. Greinin býður fjölbreytt störf og það er eftirsóknarvert að starfa í ferðapjónustu. Bæjarbúar eru samstíga um mikilvægi atvinnugreinarinnar fyrir svæðið og að hver og einn geti lagt sitt af mörkum henni til stuðnings.

Á grunni framtíðarsýnarinnar eru sett markmið og útlistað hvað þarf að gera til að ná þeim markmiðum í einstökum atriðum. Æskilegt er að setja mælikvarða á árangurinn.



6.3 Stefna

Ferðapjónustustefna byggir á og tekur mið af skilgreindu hlutverki og framtíðarsýn. Þrjú einkenni á ferðapjónustu í Grundarfirði endurspeglast í þremur meginstoðum stefnunnar, eins og nánar var greint frá í umfjöllun um stefnukosti hér að framan:

Stefna um ferðapjónustu í Grundarfirði

Stoðirnar þrjár:

- Nýting **náttúrugæða - umhverfisvænn** áfangastaður
- **Barnvænn** áfangastaður
- **Upplifun og persónuleg þjónusta**

Umhverfisvænn ferðamannastaður fellur að stefnu og áherslum í samstarfi um sjálfbæra þróun umhverfis- og samfélagsmála (Green Globe) og mætir kröfum nútímaferðamannsins. Nýting **náttúrugæða**, sem og sögu og menningar er hluti þar af.

Barnvænn áfangastaður ferðamanna rímar við fjölskyldustefnu Grundfirðinga og þau markmið sem sett hafa verið um þjónustu við yngstu kynslóðina og fjölskyldur þeirra.

Grundarfjarðarþær á að vera þekktur fyrir **persónulega þjónustu** og ánægjulega **upplifun** þátttakenda. Ástæða er til að útfæra áætlun um að byggt verði markvisst á þessum eiginleika.

Stoðirnar þrjár segja til um á hvaða sérstöðu eigi að byggja í ferðapjónustunni. Framkvæmd slíkrar stefnu felur í sér að ekki er verið að umbreyta eða búa til nýtt hlutverk og verkefni, heldur fellur að annarri stefnumótun og styrk svæðisins. Uppbygging á þjónustu og aðstöðu fyrir íbúa mun koma ferðamönnum til góða og að sama skapi mun framkvæmd ferðapjónustustefnunnar koma íbúum til góða. Innviðir samfélagsins eru nýttir og að auki litið til þess sem straumar og stefnur um þróun ferðapjónustunnar endurspeglar.

**Leggja skal sérstaka áherslu á:
gæði - samstarf - upplýsingar**

Í samræmi við álit þátttakenda á að byggja á **gæðum** og fagmennsku, en ekki endilega magni. **Samstarf** í viðum skilningi er lykilþáttur árangurs. Mikilvægi **upplýsinga** er enn fremur undirstrikað, því með því að upplýsa um hlutverk og viðfangsefni aðila í ferðapjónustu, má ná breiðari samstöðu og meðvitund um mikilvægi greinarinnar fyrir samfélagið.



6.3.1 Nýting náttúrugæða – umhverfisvænn áfangastaður

Umhverfið skiptir okkur Grundfirðinga máli. Við höfum sjálf sett okkur markmið, ásamt nágrönnum okkar, um að hafa sjálfbæra þróun að leiðarljósi.

„Umhverfisvænn“ hefur afar víðtæka merkingu. Það þýðir ekki einungis að við göngum vel um náttúruna, heldur endurspeglar líka að við leitumst við að rækta sérkenni okkar og sögu og byggja á þeim auðlindum og þeim styrk sem við höfum.

Við reynum líka að skoða hið manngerða umhverfi með það í huga, hvort það ýti undir vellíðan og góðan staðaranda.

- **Umhverfisvænt samfélag þýðir umhverfisvæn ferðaþjónusta**

Það á að vera bein **tenging** og **samræmi** á milli þess sem bæjarbúar og samfélagið fæst við, segir og gerir, og þess sem birtist ferðamanninum þegar hann sækir okkur heim.

- **Náttúra, saga og menning eru nýtt til að skapa sérstöðu**

Þjónusta og afþreying sem í boði er hefur skírskotun til þessa, einnig **hið manngerða umhverfi og aðstaða**, s.s. leiktæki, skilti, merkingar, minjagripir og margt fleira.

Fæði og gæði – leitað er á nærsvæðinu að því sem við viljum bjóða ferðamönnum, við viljum vera „original“. Fersk matvæli af svæðinu eru í boði á veitingastöðum, sjávarfang og landbúnaðarafurðir, en leitast er við að styrkja bein tengsl framleiðenda og neytenda.

- **Virðing fyrir umhverfi og nágrönnum**

Góð umgengni og nærgætni við náttúru eru einkennandi, við leitumst við að sjá fyrir hver séu þolmörk náttúrnar fyrir ágangi manna, m.a. með tilliti til ferðaþjónustu, og snyrtimennska er leiðarljós.

- **Kostir – styrkur**

- byggt á og í samræmi við aðrar aðgerðir, s.s. Green Globe
- byggt á styrk svæðisins, s.s. fjölbreyttri náttúru, sérkennum og sögu

- **Helsta áskorun**

- stefnan í verki heimafyrir: að sveitarfélagið, ferðaþjónustuaðilar og bæjarbúar séu umhverfisvænir



6.3.2 Barnvænn áfangastaður

Við bjóðum alla velkomna til okkar, unga sem aldna. Við viljum hinsvegar skapa okkur orðspor sem felst í því að hingað sé sérlega gott að koma og vera með börn. Gildir það bæði um að vera ferðamaður og sem íbúi, því Grundfirðingar hafa sett sér markmið um að hlúa sérlega vel að fjölskyldunni.

- **Barnvænt samfélag – barnvæn ferðaþjónusta**

Það er **samræmi** á milli þess sem samfélagið er að fást við, segja og gera, og þess sem nýtist ferðamanninum þegar hann sækir okkur heim.

- **Byggt á ímynd og orðspori**

Þjónusta og afþreying hefur skírskotun til þessa (dæmi: fæði – matseðill, afþreying – söfn)

Hið manngerða umhverfi og aðstaða taka mið af þessu, s.s. þjónustubyggingar, tjaldsvæði, leiksvæði, leiktæki, skilti, merkingar, minjagripir o.fl.

Dæmi erlendis frá:

<http://www.turismo.comune.genova.it/spip.php?article370>

<http://www.visitdublin.com/events/alldublinevents/Detail.aspx?id=241&mid=4594>

http://chinese.tour2korea.com/enu/GK/GK_EN_2_5_1.jsp

http://www.topcamping.fi/template_page1.asp?lang=3&s=47&sua=2



- **Kostir – styrkur**

- byggt á ímynd og í samræmi við aðrar aðgerðir; fjölskyldustefnu, þjónustu, o.fl.

- **Helsta áskorun**

- stefnan í verki heima fyrir: þankagangur
- takmörk ímyndunaraflsins!



6.3.3 Upplifun og persónuleg þjónusta

Gæði hins manngerða umhverfis hafa mikið að segja um upplifun fólks af stöðum. Byggingar og viðhald mannvirkja, rými og skipulag, aðgengi að áfangastöðum eru allt þættir sem hafa áhrif á okkur og hið sama má segja um náttúrulegar aðstæður, t.d. landslag, gróðurfar og fleira. Til samans skapar þetta sérstakan staðaranda sem við upplifum á mismunandi hátt. Staðir geta tekið vel eða illa á móti gestum, láta þeim líða vel á tilteknum stað, eða illa, eftir atvikum.

Þægilegt viðmót, gestrisni og þjónustulund – eða skortur á því – getur á sama hátt gert útslagið í því hvort ferðamanninum finnst hann velkominn á áfangastað – eða ekki. Og það sem meira er, líkt og með hið manngerða umhverfi, þá er hægt að rækta og byggja upp þessa kosti, líkt og um væri að ræða uppbyggingu í byggðu umhverfi.

Nútímaferðamaðurinn vill vera þátttakandi fremur en áhorfandi og hann sækist eftir upplifun, stemningu og samfélagskennd (Edward H. Huijbens, 2008). Til þess þarf góð samskipti og kynni af heimamönnum.

- **Þjónusta og viðmót**

Við viljum að Grundarfjörður sé þekktur fyrir sérlega persónulega þjónustu og hlýlegt viðmót. Við viljum að sú ímynd festist í sessi að hingað sé sérlega gott að koma og einstaklega gott að vera, fólkið sé gestrisið og gefi sig á spjall við gesti, veiti þeim tíma og athygli.

Þetta viðhorf tengist áherslum á gæði – umfram magn – að ávinningur ferðaðþjónustuaðila og samfélagsins sé af því að hlusta vel á viðskiptavininn, hlera það hverjar séu þarfir hans og bregðast við þeim. Í því eru gæðin fólgin.

- **Smábæjareinkenni – og andi**

Karakter samfélaga er það sem ferðamenn sækjast eftir að upplifa, smábæjarbragur – í bestu merkingu þess orðs, eins og t.d. að hér sé öruggt að vera og „hér sé annar taktur“ en í stórborgum. Þjónusta og affreying hafi skírskotun til þessa.

- **Kyrrðarbær (staðurinn til að vera á)**

Þessu tengjast hugmyndir um kyrrðarbæi, eða „slow-travel“. Það er eftirsóknarvert fyrir ferðamenn og íbúa að geta upplifað kyrrð og ró í fallegu umhverfi. Það þarf að hlúa að og efla það sem gerir Grundarfjörð að öruggu og friðsælu samfélagi – þó þar geti einnig þrífist blómlegt mannlíf með líf í tuskum.

- **Kostir – styrkur**
 - „Hér er annar taktur“
 - umhverfi og náttúra
- **Helsta áskorun**
 - Hugmyndaflug og framkvæmd stefnu

„Fólk ræðir við mann – stundum fæ ég ferðamenn til mín sem hafa kannski verið að ferðast um Ísland í tvær vikur. Eftir að við höfum spjallað aðeins saman segja þeir; „Þú ert fyrsta manneskjan sem horfir í augun á mér og talar við mig!“

Ferðaðþjónustuaðili í Grundarfirði



„...okkar starfsfólki er uppálagt að hleypa engum ferðamönnum út nema að hafa talað við þá fyrst.“

... um Sögumiðstöðina

6.3.4 Áherslur í framkvæmd

Stoðirnar þrjár í ferðapjónustustefnunni marka farveg fyrir áherslur í uppbyggingu ferðapjónustu á svæðinu.

Við framkvæmd stefnunnar verða jafnframt höfð í huga þrjú mikilvæg stef, sem flétta á inn og hafa að leiðarljósi við framvæmd stefnunnar, enda eru þau títt nefnd í umræðu um þróun og árangur í ferðapjónustu, bæði hér heima fyrir og úti í heimi.

Þessi atriði eru:

- gæði
- samstarf
- upplýsingar

Áherslan á **gæði** og fagmennsku, er svar við kröfum í ferðapjónustu í dag og leið til að auka samkeppnishæfni ferðapjónustuaðila. Áherslan er ekki á magnið, þ.e. fjölda ferðamanna, heldur á að selja gæðavöru og hámarka á þann hátt arðsemi og ávinning.

Samstarf í víðum skilningi – inn á við og út á við – er lykilþáttur árangurs. Hér er átt við samstarf milli allra þátttakenda í greininni, inná við og út á við, við bæjaryfirvöld, aðra ferðapjónustuaðila, opinbera aðila, nær eða fjær. Samstarf getur skilað auknum gæðum og meiri fagmennsku, aukið framboð og tekjur. Markmiðið er að Grundarfjarðarbær komist í hóp viðurkenndra áfangastaða í ferðapjónustu.

Upplýsingamiðlun er mikilvægur þáttur. Annars vegar inná við, því með því að upplýsa um hlutverk og viðfangsefni aðila í ferðapjónustu, má ná breiðari samstöðu og meðvitund um mikilvægi greinarinnar fyrir samfélagið, auk þess sem fleiri verða þátttakendur í ferðapjónustu og geta lagt sitt af mörkuð henni til stuðnings á einn eða annan hátt.

Mikilvægi upplýsingamiðlunar út á við er síst minna, t.d. með markaðssetningu og orðspori.



*"Ekki reyna að keppa í fjöldaferðamennsku
– small is beautiful!"*

Úr umræðu við stefnumótunarvinnu

6.4 Markmið og aðgerðir

Stefna í ferðaþjónustu í Grundarfirði er sett fram í eftirfarandi yfirliti um helstu þætti stefnunnar og þau markmið sem sett eru undir hverjum þætti stefnunnar. Í aðgerðaáætlun (viðauki 4) eru svo að auki sýndar þær aðgerðir sem lagt verður í til að uppfylla markmiðin. Í aðgerðaáætlun er getið um hver ber ábyrgð á framkvæmd hvers liðar og á hvaða tíma ætlunin er að verkið vinnist. Mælikvarðar eru ekki settir að sinni, en æskilegt er að þeir séu settir til að hægt sé að fylgjast með framkvæmd stefnu og meta árangur af einstökum aðgerðum.

Stefnan er flokkuð út frá þremur víddum: ferðamanninum sjálfum, innri ferlum og lærdómi og þróun. Undir efstu víddinni (ferðamaðurinn) eru þeir þjónustuþættir sem þarf að leggja áherslu á til að ná meginmarkmiðunum. Undir innri ferlum eru þeir þættir í innra starfi þjónustuaðila sem þurfa að vera í lagi til að hægt sé að veita ferðamanninum þá þjónustu sem þeir þurfa. Undir lærdómi og þróun eru svo þau atriði sem þurfa að vera í sífelldri þróun til að hægt sé að hafa innri ferlin skýr og skilvirk hverju sinni. Hver stefnuþáttur er settur fram sérstaklega, en þeir byggja hver á öðrum, þeir efstu (ferðamaðurinn) byggja á þeim næstu, þ.e. til þess að hægt sé að veita góða þjónustu í samræmi við hverja af þremur stöðum stefnunnar, þá þurfa innri ferlar að vera í lagi og til að innri ferlar séu í lagi þarf markvisst að draga lærdóm af reynslunni og þróa verkefnið.



Vídd	Stefnuþáttur	Markmið
Ferðamaðurinn	Umhverfisvænn áfangastaður heim að sækja (eftirsóttur áfangastaður fyrir umhverfismeðvitaða ferðamenn)	Umhverfisvænar áherslur sem bæta þjónustu við ferðamenn Umhverfisvænar áherslur heimamanna sem auka vellíðan og jákvæð viðhorf ferðamanna
	Barnvænn áfangastaður (eftirsóttur áfangastaður fyrir fjölskyldur á ferðalögum)	Góð aðstaða fyrir barnafjölskyldur Fjölbreytt afþreying fyrir barnafjölskyldur Tilboð til barnafjölskyldna á ferðalagi
	Upplifun og persónuleg þjónusta	Þátttaka og upplifun ferðamanna og annarra gesta Persónuleg tengsl ferðamanna við íbúa Kyrrðarsvæði (slow travel) í Grundarfirði
Vídd	Stefnuþáttur	Markmið
Innri ferli	Snyrtilegur og aðlaðandi bær	Samstaða bæjarbúa um snyrtimennsku og umhirðu Meiri gróður og grænni ásýnd þéttbýlisins
	Góð og nútímaleg aðstaða fyrir ferðamenn	Aðlaðandi miðbær og gott skipulag Góð aðstaða á tjaldsvæðum Góð aðstaða fyrir skemmtiferðaskip og gesti Góð aðstaða fyrir skíðaiðkun
	Góðar samgöngur og gott aðgengi	Almenningssamgöngur á milli nágrennasveitarfélaga Aðgengilegar gönguleiðir og stígar Gott aðgengi og góðar merkingar Öflug og góð upplýsingagjöf
	Samvinna hagsmunaaðila og samráð við íbúa	Samvinna hagsmunaaðila um ferðaþjónustu Samvinna um móttöku skemmtiferðaskipa Samvinna um vetrarferðamennsku
	Stoðkerfi og framkvæmdir bæjarins styðja við umhverfisvæna uppbyggingu	Samlegð í öðrum áætlunum og stefnu á svæðinu
	Kynning og markaðssetning Grundarfjarðarbæjar	Kynna Grundarfjörð sem góðan valkost fyrir ferðamenn Þátttaka í kynningu á stærra svæði Auka samstarf sveitarfélaga og opinberra stofnana um ferðamál
Vídd	Stefnuþáttur	Markmið
Lærdómur og þróun	Gæðavitund í ferðaþjónustu	Aukin þekking ferðaþjónustuaðila og starfsfólks á gæðamálum Viðhorf og upplifun gesta er nýtt til að læra af
	Færni/hæfni starfsfólks	Aukin færni og menntun starfsfólks Góðir leiðsögumenn á svæðinu Samstaða og ánægja starfsfólks í ferðaþjónustu
	Nýting náttúrugæða á sjálfbæran hátt	Framleiðsluvörur af svæðinu í boði Íslenskri matarmenningu og „breiðfirskum“ hefðum haldið á lofti

7 Gildistími, eftirfylgni og endurskoðun

Gildistími

Stefnan felur í sér framtíðarsýn til 10 ára, enda ekki óeðlilegt að ætla nokkurn tíma til að gera metnaðarfulla framtíðarsýn að veruleika. Stefnan sjálf gildir hinsvegar til 5 ára.

Eftirfylgni og lærdómur

Stýrihópur hefur með höndum eftirfylgni með framkvæmd stefnunnar. Hópurinn skal leggja árlegt mat á framkvæmd og framvindu stefnunnar og gefa skýrslu til bæjarstjórnar þar að lútandi. Hópurinn skal meta hvernig gengur að hrinda í framkvæmd því sem aðgerðaáætlun stefnunnar gerir ráð fyrir. Einnig skal hann gera grein fyrir þeim lærdómi sem fengist hefur af framkvæmd stefnunnar og hvort ástæða sé til að breyta stefnu og aðgerðum með tilliti til þess, þannig að falli sem best að markmiðum stefnu og framtíðarsýn ferðaþjónustunnar.

Endurskoðun

Bæjarstjórn skal sjá til þess að stefnan sé endurskoðuð og ný stefna samþykkt áður en upphafleg stefna fellur úr gildi. Stýrihópur hefur umsjón með því verki og gerir tillögu til bæjarstjórnar, nema annað verði ákveðið.



8 Hugleiðingar bæjarstjóra við lok verkefnavinnu

Þegar vinna við stefnumótun í ferðaþjónustu hófst, lá fyrir sá vilji bæjarstjórnar Grundarfjarðarbæjar að verkefnið yrði liður í mótvaegisaðgerðum bæjarstjórnarinnar vegna skerðingar á aflaheimildum. Með því ákvað bæjarstjórnin að hún vildi bregðast við með skipulögðum og yfirveguðum hætti á þessu sviði og fleirum til þess að nálgast það mikla verkefni að kortleggja möguleika byggðarlagsins til eflingar atvinnulífsins til framtíðar.

Fyrir hverja er stefnumótun af þessu tagi? Er hún fyrir bæjarstjórnina, stofnanir bæjarins, atvinnulífið í bænum almennt eða e.t.v. aðeins fyrir aðila í ferðaþjónustu? Stefnumótun eins og þessi er fyrir alla þessa aðila og reyndar atvinnulífið og byggðarlagið í heild.

Ferðaþjónusta á Íslandi hefur verið í hraðri þróun undanfarin ár. Ferðamönnum hefur fjölgað að mun, bæði útlendingum og Íslendingum. Íslendingar eru oft sá hópur ferðamanna sem gerir hvað harðastar kröfur um gæði og góða þjónustu. Hvað geta þjónustuaðilar gert til þess að mæta auknum fjölda ferðamanna og auknum kröfum um gæði? Eitt sem blasir við er, að með samstöðu um kynningu á möguleikum fyrir ferðafólk á tilteknu landsvæði og samvinnu um markaðssetningu þess er mögulegt að ná betri árangri fyrir alla sem veita einhvers konar þjónustu. Lykilorðin eru og verða alltaf vönduð þjónusta sem veitt er af hlýleika og hámarksgæði sem völ er á í hverju tilvik. Að hámarka gæði þjónustu er ekki einfalt verkefni, en við blasir, að allir geta náð að veita gæðaþjónustu sem hafa til þess nægan áhuga.

Stefnumótun í ferðaþjónustu stuðlar að því að draga fram þessi sannindi um gæði og samstöðu þó eðlileg samkeppni ríki á milli aðila í sömu greinum. Með stefnumótuninni setjum við okkur markmið og leggjum fram aðgerðaáætlun sem ætlunin er að vinna eftir. Aðgerðaáætlunin nær á virkan hátt til næstu fimm ára en í heild er stefnumótunin til lengri tíma.

Hvað mun aukin samstaða og markaðssetning samfara auknum gæðum í veittri þjónustu færa okkur? Það má leiða líkur að því að ferðamönnum á Snæfellsnesi muni fjölga mikið á komandi árum. Bættar samgöngur og aukin kynning svæðisins mun leiða þetta af sér. Ef okkur auðnast að standa saman og fara eftir þeirri stefnumótun sem unnin hefur verið mun störfum fjölga í greininni sem og í margvíslegri annarri þjónustu. Þetta mun skapa svæðinu auknar tekjur. Góð frammistaða í þessum þjónustugreinum sem og öðrum, mun stuðla að fólksfjölgun í okkar byggðarlagi. Þetta þýðir með öðrum orðum; aukna hagsæld og betri framtíðarhorfur. Hver atvinnugrein sem skilar störfum og skapar tekjur eflir um leið allt annað í sínu umhverfi. Nefna má skólustarf og margvíslega opinbera þjónustu sem fær þá aukinn grundvöll.

Aðgerðaáætlun er sett fram til þess að unnt verði að vinna skipulega að hverju verkefni og ekki síst til þess að hafa verkaskiptingu milli aðila skýra. Þá er átt við, að fyrir liggir fyrirfram hvaða aðili ætlar að vinna tiltekin verk eða að tiltekinni þróun. Samantekin er

aðgerðaáætlunin samvinnuverkefni aðila í ferðaþjónustu og sveitarfélagsins. Til þess að árangur verði góður, þurfa allir að leggja sitt af mörkum og áætlunin þarf að vera virkt stýrikerfi til þess árafjölda sem hún nær. Sé unnið skipulega og markvisst að verkefnum sem samþykkt verða með þessari stefnumótun, má leiða líkum að því að arðsemi í ferðaþjónustu í Grundarfirði geti aukist talsvert frá því sem nú er. Aukin arðsemi stuðlar að aukinni uppbyggingu í greininni og skapar enn fleiri tækifæri til aukinnar gæðaþjónustu.

Ráðgjafarfyrtækið Alta hefur unnið að gerð þessarar stefnumótunar fyrir Grundarfjarðarbæ. Björg Ágústsdóttir, fyrrverandi bæjarstjóri og ráðgjafi hefur leitt þessa vinnu af hálfu Alta. Jónas Víðir Guðmundsson, markaðsfulltrúi Grundarfjarðarbæjar hefur unnið með Björgu á síðari stigum verkefnisins að mótun stefnunnar og haft forgöngu um fundi samráðshóps sem tók virkan þátt í verkefninu. Þessum aðilum sem og öðrum sem komu að verkefninu á ýmsum stigum þess eru færðar alúðarþakkir fyrir mikla vinnu og gott framlag.

Guðmundur Ingi Gunnlaugsson, bæjarstjóri

9 Heimildaskrá

Ásgeir Jónsson, Njáll Trausti Friðbertsson og Þórhallur Ásbjörnsson (2006). *Hagræn áhrif ferðapjónustu: Greint eftir svæðum á Íslandi*. Akureyri: Ferðamálastofa Íslands.

Beint frá býli (2008). <http://www.beintfrabyli.is/verkefni.html> Slóð skoðuð 12. mars 2008.

Edward H. Huijbens (13. júní 2007). „Atvinnugreinin ferðapjónusta“. *Morgunblaðið*. Grein, aðsent efni.

Ferðamálaráð Íslands (2005). „Ferðapjónusta á Íslandi í tölum“. af <http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/Ferðapjónusta%20á%20Íslandi%20í%20tölum.pdf> Slóð skoðuð 28. mars 2008.

Ferðamálastofa (2008). „Heildarfjöldi erlendra gesta 1949-2007“ (tafla). <http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/Heildarfjöldi%20erlendra%20gesta%201949-2007.xls> Slóð skoðuð 28. mars 2008.

Ferðapjónusta bænda (2008). <http://www.sveit.is/allfarms.asp?ID=727&webid=31> Slóð skoðuð 12. mars 2008.

Framkvæmdaráð Snæfellsness (2008). Vefur. <http://www.nesvottun.is/> Slóð skoðuð 10. mars 2008.

Guðrún Þóra Gunnarsdóttir (2005). „Barnsskónum slitið: framtíðarsýn íslenskrar ferðapjónustu“, *Fræðaping landbúnaðarins*, 2005, bls. 223-228. Einnig <http://www.landbunadur.is/landbunadur/wgsamvef.nsf/0/47318d0efa98ec6300256f9b003a7e?cf?OpenDocument> Slóð skoðuð 10. júní 2008.

Ríkisútvarpið (RÚV), 13. janúar 2009, frétt þar sem vitnað er í Edward Huijbens, Rannsóknamiðstöð ferðamála. <http://ruv.is/heim/frettir/frett/store64/item246027/> Slóð skoðuð 19. janúar 2009.

SAF, Samtök ferðapjónustunnar (2008). „Stefna SAF 2008-2012.“ (endurskoðuð stefna frá 2004). <http://www.saf.is/is/stefna/> Slóð skoðuð 15. maí 2009.

SSV (2004): Snæfellsnes á leið til sjálfbærrar þróunar (óbirt skýrsla).

Global Travel Trends Preliminary (2007). “World Travel Monitor Results” from IPK international - World Travel Monitor Company Ltd, 03/07/2007. http://www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itb-berlin.de/de/Presseservice/Publikationen/WTTR.pdf Slóð skoðuð 4. mars 2008.

Þórdís G. Arthursdóttir (2008). Kynning á All Senses Group: Upplifðu allt á Vesturlandi (óbirtar glærur), 6. febrúar 2008.

Ljósmyndir:

af vef Bæringsstofu – Ljósmyndasafns (myndir á forsíðu) sjá slóðina: http://www.myndabanki.is/grun_darfjordur/default.asp

af vef Grundarfjarðarbæjar, www.grundarfjordur.is m.a. 3 myndir eftir Mats Wibe Lund (á forsíðu og bls. 9 og 14).

eftir Guðjón Elisson (bls. 8).

úr einkasafni og teknar af starfsmönnum Alta

Viðauki 1 Fyrri samráðsfundur

Fyrri samráðsfundurinn var haldinn 6. febrúar 2008. Markmið fundarins var að greina ytra og innra umhverfi; leita svara um þróun og stöðu ferðaþjónustu sem atvinnugreinar og draga fram upplýsingar sem skipta máli fyrir „áfangastaðinn Grundarfjörð – og nágrenni“. Fá átti fram efnivið sem nýtast myndi í stefnumótunavinnuna, virkja hagsmunaaðila og aðra áhugasama og gera þá að þátttakendum í stefnumótuninni.

Fyrri hluti fundar var lagður undir utanaðkomandi erindi, til að draga upp mynd af ytra umhverfi og þróun ferðaþjónustunnar. Dr. Edward H. Huijbens forstöðumaður Ferðamálaaseturs Íslands á Akureyri flutti erindi sem hann nefndi „Markaðssetning áfangastaða – samvinna í samkeppni“. Þórdís G. Arthursdóttir verkefnisstjóri kynnti verkefnið „Upplifðu allt á Vesturlandi“ (all senses awoken) á vegum *All Senses Group* á Vesturlandi. Verkefnið gengur út á að ferðaþjónustuaðilar kynna Vesturland sameiginlega sem áhugaverðan áfangastað fyrir ferðamenn. Auk þess var brugðið upp svipmyndum af ferðaþjónustu og annari þjónustu í Grundarfirði „þá og nú“ í léttari samantekt Alta. Fyrirspurnir voru margar til framsögumanna og líflegar umræður sköpuðust að loknum erindunum.

Síðari hluti fundarins gekk út á að afla upplýsinga um „innra umhverfi“ ferðaþjónustu í Grundarfirði; um áfangastaðinn Grundarfjörð, stöðu ferðaþjónustunnar og tækifæri til eflingar hennar.

Lagt var upp með 2-3 spurningar, sem þátttakendur svöruðu á gulum miðum sem lesnir voru upp, auk þess sem umræður voru leiddar af umræðustjórnanda, með frekari „krufningu“ á atriðum, eftir því sem þurfa þótti.

I. Staða Grundarfjarðarbæjar – sérstaða

Ég er ferðamaður og kem til Grundarfjarðar. Hvað er það sem mér finnst standa uppúr, eftir ferðina?

II. Tækifæri

Hvaða ráð gef ég Grundfirðingum um það sem þeir gætu gert til að þjónusta ferðamanninn enn betur, hvaða tækifæri ættu þeir að nýta (enn frekar) í því skyni og hvernig?

Viðauki 2 Síðari samráðsfundur

Stöðugreining

Á fund þann 10. mars 2008 voru í upphafi kynntar niðurstöður samráðsfundarins í febrúar, um stöðu og tækifæri, og frekari gagnaöflun vegna stöðugreiningar. Í kjölfarið fóru fram stuttar umræður og fyrirspurnir.

Þegar kom að umræðum var notað fyrirkomulag sem kallast Heimskaffi. Þátttakendur sátu fjórir saman við hvert borð og ræddu um spurningarnar sem lagðar voru fyrir þá. Þátttakendur skiptu síðan um borð við aðra umferð, en í lok umræðunnar, í þriðju umferð, þegar allir voru komnir aftur á sitt heimaborð, tóku borðin saman meginskilaboð hópsins og greindu frá þeim yfir allan hópinn.

Allan tímann skrifuðu þátttakendur hugrenningar sínar eða svör niður á stórt blað á borðinu og unnu þannig sameiginlega úr hugmyndum sínum á „borðdúknum“.

I. Hlutverk Grundfirðinga í ferðaþjónustu

Það skiptir mig máli að vel sé tekið á móti ferðamönnum í Grundarfirði, vegna þess að ...

(nánari leiðbeiningar: hugsa þetta út frá bænum, ferðaþjónustunni og íbúanum)

II. Framtíðarsýn um ferðaþjónustu í Grundarfirði

1. umræða

Hugsum tíu ár fram í tímann. Hver verður staða ferðaþjónustu í Grundarfirði / Grundarfjarðar í ferðaþjónustu?

III. Stefna og aðgerðir

2. umræða

Í framhaldi af umræðunni um framtíðarsýnina hér áðan ... hver er galdurinn til að þetta verði að veruleika?

3. umræða

Hvað af þessu er brýnast að hrinda í framkvæmd? Nefnið 3 mikilvægustu atriðin.

Viðauki 3 Framboð þjónustu í Grundarfjarðarbæ

Listi unninn í maí 2009 (tekur ört breytingum)

• Hótel- og gistirými

- Hótel Framnes: 56 gistirými
- Farfuglaheimilið Hlíðarvegi 15: 50 gistirými
- Suður-Bár: 14 gistirými
- Kverná: 7 gistirými
- Setberg: 8 gistirými
- Hálsaból, 2 hús: 16 gistirými
- Kverná, 1 hús: 7 gistirými

• Tjaldsvæði

- Grundarfjörður, þéttbýli
- Kverná
- Setberg

• Veitingastaðir/söluskálar

- Kaffi 59
- Krákan
- Hótel Framnes
- Samkaup/N1

• Menning/afþreying/annað

- Menning/handverk
 - Sögumiðstöð
 - Bókasafn
 - Bæjarhátíðin *Á góðri stund*
 - Menningarhátíðin Rökkurdagar, okt.-nóv.
 - Gallerí Kind
 - eXes gallerí
 - Handverkshópur

○ Íþróttir

- Golfvöllur í Suður-Bár – Golfklúbburinn Vestarr
- Sundlaug Grundarfjarðar
- Skíðadeild UMFG
- Skotfélagið Skotgrund
- Mótórcrossbraut

○ Náttúra/samfélag

- Village Walk hjá Detours
- Gönguleiðir, sjá göngukort

○ Dýr

- Kverná: hestaleiga
- Suður-Bár: hestaleiga
- Berg: hestaleiga, hunda-hótel

• Aðgengi/samgöngur

- Grundarfjarðarhöfn
- Áætlunarferðir - Trex
- Bílaleiga

• Önnur þjónusta

- Upplýsingamiðstöð fyrir ferðamenn (Sögumiðstöðin)
- Samkaup, matvöruverslun
- KB-Bíllprýði: bifreiðaverkstæði
- Hrannarbúðin
- Verslunin María, blóm- og gjafavara
- Vínbúð ÁTVR
- Lyfja

○ N1, eldsneyti, bílavörur

- Orkan, eldsneyti, sjálfsafgreiðsla
- Besta/Snæþvottur
- Landsbanki Íslands
- Kaupþing, banki
- Hársport og Tikva, hárgreiðslustofur
- Nudd
- Pósturinn: pósthús
- Heilsugæslustöð Grundarfjarðar
- Lögreglan Snæfellsnesi
- TSC

• Samvinnuverkefni/nýjungar/samstarf

- Green Globe vottuð samfélag
- Markaðsstofa Vesturlands
- Ferðamálasamtök Snæfellsness
- Ferðamálasamtök Vesturlands
- All Senses Group
- Ferðaþjónusta bænda
- Breiðafjarðarfléttan
- Beint frá býli