



Markaðsstofa Suðurlands

Stefna

Hlutverk og verkefni

Greinargerð - Tillögur – Áætlanir

Maí 2009



Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	2
1. Inngangur	4
2. Samantekt og tillögur	5
3. Umhverfi, íbúápróun og atvinnulíf	6
I. Umhverfið	6
II. Íbúápróun	6
III. Atvinnulífið	8
4. Markaðsstofur landshlutanna	12
I. Markaðsstofa Vesturlands	12
II. Markaðsstofa Vestfjarða	13
III. Markaðsstofa ferðamála á Norðurlandi	14
IV. Markaðsstofa Austurlands	14
V. Markaðsstofa Suðurnesja	15
VI. Höfuðborgarstofa	15
VII. Samstarf Markaðsstofanna og samningur við Ferðamálastofu	16
5. Ávinningur af starfsemi Markaðsstofu Suðurlands	17
6. Aðild fyrirtækja og sveitarfélaga að Markaðsstofu Suðurlands	18
7. Stefna og tilgangur	19
I. Framtíðarsýn	19
II. Stefna	19
III. Tilgangur	19
8. Hlutverk og verkefni	20
I. Skapa jákvæða ímynd og vera samnefnari í markaðssetningu á Suðurlandi.....	20
Móta heildstæða markaðsstefnu og hrinda henni í framkvæmd	20
Ímynd Suðurlands.....	21
Vefsíðan www.south.is	21
Kynningarviðburðir og ráðstefnur	21

Auglýsingar og önnur kynning.....	22
Byggja upp ljósmynda- og gagnagrunn	22
II. Auka samstarf í markaðsmálum milli aðila á Suðurlandi.....	23
Skapa vettvang til samráðs og sameiginlega ákvarðanatöku.....	23
Skipun ráðgjafarhópa fyrir ólíkar atvinnugreinar	23
Byggja upp innri vef fyrir samskipti og upplýsingagjöf til atvinnulífs.....	24
Koma á tengslaneti.....	24
III. Veita einstökum aðilum eða hópum á Suðurlandi faglegan stuðning við markaðssetningu	25
Fræðsla um markaðsmál og kynningu vöru og þjónustu	25
Gæðamál og vörubrúun	25
Ráðgjöf	25
Framkvæmd almennra kannanna um ánægju viðskiptavina	25
Greina þörf á umbótaverkefnum	26
9. Fyrirkomulag starfseminnar	27
10. Tengslanet og samstarfsaðilar.....	29
I. Samstarf innan héraðs.....	29
II. Samstarf utan héraðs.....	30
III. Skipurit og tengslanet Markaðsstofu Suðurlands.....	31
11. Áætlanir um stofnkostnað, rekstur og fjármögnun	32
12. Niðurstaða og tillögur.....	33
I. Framtíðarsýn.....	33
II. Stefna.....	33
III. Hlutverk	33
IV. Verkefni og tímasetningar þeirra	34
Fylgiskjal 1: SVÓT greining fyrir Suðurland	36

1. Inngangur

Með samningi dagsettum 4. mars 2009 fól stjórn Markaðsstofu Suðurlands ses. R3-Ráðgjöf ehf. að vinna tillögur og áætlanir um stefnu, hlutverk og fyrstu verkefni stofunnar. Þær tillögur eru nú lagðar fram með von um að þær verði leiðarljós í markvissum skrefum að kynningu og eflingu Suðurlands.

Réttur áratugur er síðan verkefni undir heitinu Markaðsstofa Suðurlands var hleypt af stokkunum af Atvinnuþróunarsjóði Suðurlands og Ferðamálasamtökum Suðurlands. Þótt margt hafi áunnist á þessum tíma var ljóst haustið 2008 að tímabært væri að gera breytingar á rekstrarformi, starfssvæði og stofnaðild Markaðsstofunnar og var því tekið það skref að stofna sjálfseignarstofnun um hana 19. nóvember 2008. Fyrirheit um stuðning ríkisins við markaðsstofur landshlutanna hvatti mjög til þess að formgera verkefnið upp á nýtt.

Stofnendur Markaðsstofu Suðurlands ses. eru Ferðamálasamtök Suðurlands, Markaðsstofa Suðurlands ehf. (Rúnturinn um Rangárþing), Atvinnuþróunarfélag Suðurlands og Ferðamálafélag Austur-Skaftafellssýslu. Starfssvæði stofunnar nær frá Lónsheiði í austri að Sandskeiði í vestri og á starfssvæði hennar eru um 2.400 fyrirtæki og 15 sveitarfélög með rúmlega 26 þúsund íbúum.

Tilgangur Markaðsstofu Suðurlands er samkvæmt samþykktum hennar, „að efla markaðsstarf á Suðurlandi með sérstakri áherslu á að auka atvinnustarfsemi og gjaldeyristekjur á Suðurlandi. Tilgangur félagsins er að efla samstarf atvinnulífsins, sveitarfélaga, ríkisvaldsins og stoðkerfisins með öflugum markaðsstarfi innanlands sem utan með það að markmiði að bæta ímynd svæðisins og auka eftirspurn eftir hvers konar þjónustu eða atvinnustarfsemi á svæðinu. Tilgangur stofnunarinnar er því hvers konar markaðs- og kynningarstarf til að stuðla að því að byggð og fjölbreytt atvinnu- og búsetuskilyrði verði til staðar á landsvæðinu öllu.“

Þriggja manna stýrihópur úr stjórn Markaðsstofunnar hefur leitt verkefnið með ráðgjöfum. Stýrihópurinn skipaðu Ásborg Ó. Arnþórsdóttir, Ásbjörn Jónsson og Sædís Íva Elíasdóttir. Í vinnu að verkefninu hafa ráðgjafar einnig notið samstarfs fjölmargra annarra einstaklinga, stofnana og fyrirtækja. Um leið og þakkað er fyrir þetta samstarf er endurtekin sú von að tillögur þessar nái fram að ganga og verði atvinnulífi og mannlífi á Suðurlandi til framdráttar.

25. maí 2009,
R3-ráðgjöf ehf.

Gísli Sverrir Árnason
Garðar Jónsson
Br. Tryggvi Árnason

2. Samantekt og tillögur

Í öllum köflum þessarar greinargerðar um Markaðsstofu Suðurlands er að finna áherslur og ábendingar um fjölmörg atriði. Beinar tillögur eru síðan dregnar saman í kafla 12. Af helstu niðurstöðum og tillögum skýrslunnar má nefna eftirfarandi áherslur:

- Starfsemi Markaðsstofu Suðurlands hefjist eigi síðar en 1. júlí með ráðningu forstöðumanns.
- Markaðsstofa Suðurlands leiti samstarfs við Atvinnuþróunarfélag Suðurlands um húsnæðismál og aðra ytri aðstöðu.
- Samþykktir Markaðsstofu Suðurlands verði endurskoðaðar með það að markmiði að opna fyrir þátttöku fyrirtækja, sveitarfélaga og stofnana frá 1. janúar 2010.
- Gerð heildstæðrar markaðsstefnu fyrir Suðurland ljúki fyrir 1. febrúar 2010 með þátttöku ráðgjafarhópa atvinnugreina.
- Stofnaður verði ímyndarhópur til að marka Suðurlandi sameiginlega ímynd en vinna jafnframt að því að festa í sessi ímynd einstakra svæða.
- Samstarf og samráð verði meginsteifið í starfsemi Markaðsstofu Suðurlands. Í því skyni verði stofnað til:
 - Fagráða atvinnulífs og stoðkerfis.
 - Ráðgjafarhópa um markaðssetningu atvinnugreina.
 - Tengiliða í hverju byggðarlagi.
- Unnin verði áætlun um mikilvægustu fyrstu skref í kynningu Suðurlands fyrir 1. ágúst 2009 og vefurinn www.south.is efldur og bættur til kynningar á þjónustu og afþreyingu á Suðurlandi.
- Innri uppbygging Markaðsstofu Suðurlands verði unnin með það að markmiði að gera stofuna að öflugum kynningar-, ráðgjafar- og stuðningsfyrirtæki.
- Markaðsstofa Suðurlands taki þátt í samstarfi markaðsstofa annarra landshluta og Ferðamálastofu auk þess að byggja upp tengsl við fjölmiðla, ferðaskrifstofur og aðra mikilvæga aðila utan sem innan héraðs.

3. Umhverfi, íbúápróun og atvinnulíf

I. Umhverfið

Við breytingar sem gerðar voru á kjördæmaskipan á Íslandi árið 2000 varð til Suðurkjördæmi sem nær yfir Suðurland, Suð-Austurland og Suðurnes auk Vestmannaeyja. Suðurkjördæmi er því víðfeðmara en starfssvæði Markaðsstofu Suðurlands sem hér er fjallað um. Þegar rætt er um Suðurland í þessari greinargerð er átt við Suðurkjördæmi án Suðurnesja.

Starfssvæði Markaðsstofu Suðurlands nær frá Lónsheiði í austri að Sandskeiði í vestri, auk þess sem Vestmannaeyjar tilheyra starfssvæði stofunnar. Svæðið er rúmir 500 km á lengd og telur því um 1/3 hluta Íslands ef miðað er við lengd hringvegarins. Á Suðurlandi er mjög fjölbreytt landslag og fullyrða má að fjölbreytni í náttúrufari sé hvergi meiri á Íslandi. Jöklar, eldfjöll, eldfjallaeyjar, háhitasvæði, jökulár, svartir sandar, víðáttumikil gróin undirlendi, mýrar, stöðuvötn í öllum stærðum og gerðum, ósnortið hálendi og miklar og langar sjávarstrendur.

Þetta stórbrotna landslag, og þau miklu áhrif sem eldfjöll, jöklar, ár og veðurfar hafa haft á það, skapar einnig fjölbreytt og fengsæl fiskimið fyrir utan strendur þess sem og í kringum Vestmannaeyjar.

Suðurland spannar í raun fjögur veðursvæði, en þau ná frá Hornafirði að Örafajökli, frá Örafajökli að Mýrdalsjökli, frá Mýrdalsjökli að Hellsheiði (með Vestmannaeyjum) og síðan hálendið og jöklarnir frá Vatnajökli að Langjökli.

Þessi margbreytileiki náttúrufars hefur skapað nokkuð mismunandi mannlíf og atvinnuhætti á Suðurlandi. Þar má sjá þætti og áherslur sem mótast hafa öðru fremur út frá náttúrulegum, jarðfræðilegum, veðurfarslegum og samgöngulegum aðstæðum.

Umhverfið hefur þannig skapað í aldanna rás margbreytilegt mannlíf og atvinnulíf sem sífellt er í þróun og hefur tekið miklum breytingum á undanförunum árum. Samgöngur hafa batnað mikið sem gerir svæðið byggilegra og eykur á hagræðingu í rekstri margra fyrirtækja og stofnana ásamt því að þjónusta við íbúa og gesti Suðurlands hefur á sumum sviðum og svæðum stóraukist. Á öðrum svæðum hefur þjónusta þó dregist saman.

II. Íbúápróun

Miklar breytingar hafa orðið á íbúápróun Suðurlands (og Suð-Austurlands) á undanförunum áratugum. Á sumum svæðum hefur fækkað verulega á meðan önnur svæði hafa vaxið og dafnað hvað íbúafjölda áhrærir. Mikil fækkun hefur yfirleitt orðið í sveitum Suðurlands á meðan flestir þéttbýliskjarnar hafa vaxið nema Höfn, Kirkjubæjarklaustur, Vík og Vestmannaeyjar.

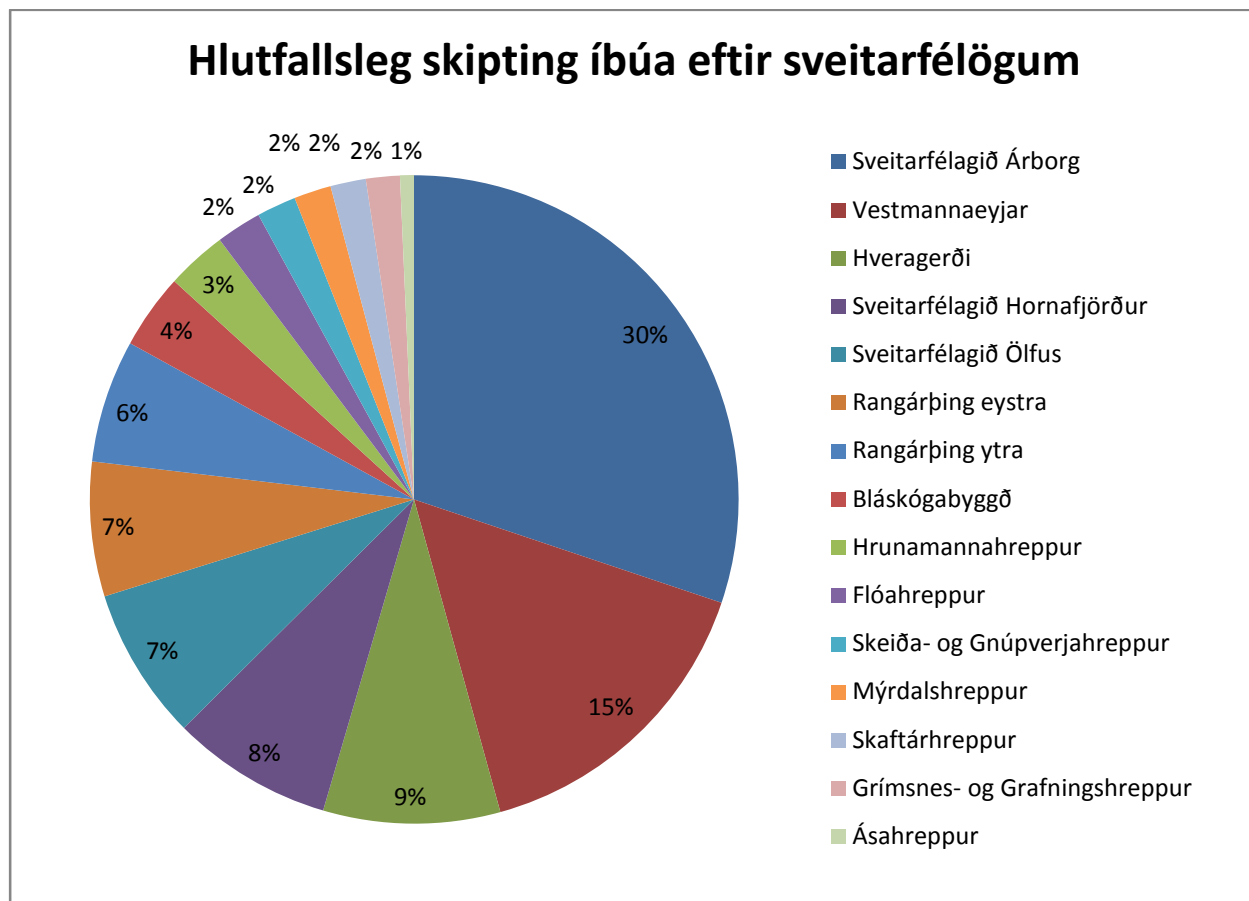
Árið 1999 voru 27 sveitarfélög á Suðurlandi og Suð-Austurlandi með 23.255 íbúa en í árslok 2008 voru sveitarfélögin 15 með 26.286 íbúa (sjá töflu) og hafði íbúum því fjölgað um 3.039 eða um 13,03% á 10 árum.

Fækkun íbúa í Vestmannaeyjum og í Skaftafellssýslum (á svæðinu frá Vík til Hornafjarðar) er verulegt áhyggjuefni. Með auknu samstarfi innan svæðisins og milli atvinnugreina á svæðinu og með aukinni markaðssetningu þess ætti þó að vera hægt að snúa þessari þróun við.

Þróun íbúafjölda á Suðurlandi milli árunna 1999 og 2008 eftir sveitarfélögum

Svf.nr.	Nafn	1.des.99	1.des.08	br. '99-'08	Hlutfallsleg breyting
7708	Sveitarfélagið Hornafjörður	2.412	2.110	-302	-12,5%
8000	Vestmannaeyjabær	4.585	4.090	-495	-10,8%
8200	Sveitarfélagið Árborg	5.676	7.928	2.252	39,7%
8508	Mýrdalshreppur	520	487	-33	-6,3%
8509	Skaftárhreppur	585	467	-118	-20,2%
8610	Ásahreppur	125	182	57	45,6%
8613	Rangárþing eystra	1.667	1.762	95	5,7%
8614	Rangárþing ytra	1.382	1.610	228	16,5%
8710	Hrunamannahreppur	726	794	68	9,4%
8716	Hveragerðisbær	1.766	2.316	550	31,1%
8717	Sveitarfélagið Ölfus	1.647	2.002	355	21,6%
8719	Grímsnes- og Grafningshreppur	349	444	95	27,2%
8720	Skeiða- og Gnúpverjahreppur	531	516	-15	-2,8%
8721	Bláskógabyggð	814	986	172	21,1%
8722	Flóahreppur *	470	592	122	26,0%
Samtals sveitarfélög á Suðurlandi		23.255	26.286	3.031	13,0%

Mörg sveitarfélög á Suðurlandi voru sameinuð á árunum sem taflan nær til. Íbúafjöldinn árið 1999 vísar í þeim tilvikum til fjölda íbúa í fyrrum sveitarfélögum sem nú hafa sameinast.



Myndin sýnir hlutfallslega skiptingu íbúa á Suðurlandi eftir sveitarfélögum miðað við íbúatölu 1. desember 2008.

III. Atvinnulífið

Atvinnulíf á Suðurlandi hefur í áranna rás aðallega byggst upp á landbúnaði og sjávarútvegi og þjónustu við þær atvinnugreinar. Laust fyrir miðja síðustu öld verður umtalsverð breyting á atvinnuháttum á Suðurlandi. Með vaxandi fólksflutningum úr sveitum í þéttbýli verða til nýjar þarfir fyrir þjónustu og nýjar framleiðslugreinar spretta upp. Með vaxandi íbúafjölda og auknum kröfum íbúanna hefur þjónusta við þá vaxið mjög mikið. Hundruð starfa hafa orðið til á undanförunum áratugum vegna þessa.

Þjónusta við ferðamenn og uppbygging henni tengd hefur vaxið mikið og frá því um 1990 er óhætt að tala um sprengingu í uppbyggingu ferðaþjónustu. Erfitt er að fá upplýsingar um starfsmannafjölda í ferðaþjónustu á Suðurlandi þar sem flokkun fyrirtækja eftir starfsháttum er óskýr og margir starfsmenn fyrirtækja í blönduðum rekstri teljast til annarra atvinnugreina svo sem landbúnaðar. Þó má áætla að um 1.100 -1.500 ársverk hafi verið í ferðaþjónustu á Suðurlandi á árinu 2008.

Samkvæmt upplýsingum frá Ríkisskattstjóra er flokkun á tegundum rekstrarforms atvinnurekstrar á Suðurlandi eins og fram kemur í töflunni hér á eftir.

Fjöldi fyrirtækja á Suðurlandi eftir rekstrarformi samkvæmt flokkun Ríkisskattstjóra.

Rekstrarform	Fjöldi aðila
A1 Einstaklingur í atvinnurekstri	0
A2 Dánarbú einstaklings	Ekki með
A3 Protabú einstaklings	Ekki með
A4 Protabú fyrirtækja - BARA FYRIR VSK	0
AX Einstaklingsfyrirtæki með kennitölu (skráð fyrir 1	97
B1 Sameignarfélag almennt (sf)	131
B2 Sameignarfélag opinberir aðilar	0
BX Önnur sameignarfélög (óskilgreind)	3
C1 Samlagsfélag, almennt (slf)	28
C2 Byggðasamlag (bs)	14
CX Önnur samlagsfélög (óskilgreind)	0
D1 Hlutfélag, almennt (hf)	34
D2 Hlutfélag - Alþjóðlegt viðskiptafélag (hf a.v.)	0
D3 Evrópufélag SE/hf	0
DX Útibú/deild hlutfélags	14
E1 Einkahlutfélag (ehf)	1.945
E2 Einkahlutfélag (ehf) - Alþjóðlegt viðskiptafélag	0
EX Útibú/deild einkahlutfélags	0
F1 Samlagshlutfélag	0
G1 Samvinnufélag (svf)	5
G2 Húsnæðissamvinnufélag	1
H1 Sjálfseignarstofnun sem stundar atvinnurekstur (se	10
H2 Sjálfseignarstofnun með staðfesta skipulagsskr. í	22
HX Aðrar sjálfseignarstofnanir - útibú/deild	5
K1 Ríkisstofnun	0
K2 Stofnun sveitarfélags	0
K3 Fyrirtæki í eigu ríkis og sveitarfélags	0
K4 Opinber aðili	0
K5 Stofnun/fyrirtæki í eigu erlends ríkis	0
KX Útibú ríkisstofnunar/sveitarfélags	2
L1 Sparisjóður	2
LX Útibú sparisjóðs	2
M1 Lífeyrissjóður	5
N1 Félagasamtök	Ekki með
N2 Áhugamannafélag	Ekki með
NX Önnur félagasamtök/áhugamannafélög	Ekki með
P1 Húsfélag	Ekki með
P2 Félagsbú	50
P3 Veiðifélag	25
R1 Útibú erlends félags	0
R2 Erlent félag með tímabundna starfsemi á Íslandi	0
RX Önnur erlend félög	0
Z1 Erlent félag/fyrirtæki, v/bankaviðskipta	0
Z2 Sjóður/deild innan fjármálafyrirtækis	0
ZX Önnur félög utan aðalskrár	0
Samtals:	2.395

Félagasamtök, húsfélög og önnur áhugamannafélög eru ekki talin með í þessum upplýsingum þar sem þau eru ekki í hefðbundnum atvinnurekstri, þó svo að mörg þeirra séu með verulegan rekstur.

Á Suðurlandi eru því um 2.400 fyrirtæki, félög og stofnanir með rekstur og eru þau að lang stærstum hluta skráð sem einkahlutafélög eða 81,21%. Einkahlutafélögin eru allt frá einmenningsfélögum upp í nokkuð stórar rekstrareiningar með tugi starfsmanna.

Þegar atvinnulíf á Suðurlandi er skoðað eftir atvinnugreinum kemur í ljós að þrír flokkar fyrirtækja eru áberandi stærstir. Það vekur athygli hve mörg félög eru starfandi í flokknum *fasteigna- og viðskiptaþjónusta* en þau eru samtals 475. Í *mannvirkjagerð* eru 470 fyrirtæki og *verslanir og viðgerðarþjónustufyrirtæki* eru 419 talsins.

Fjöldi fyrirtækja á Suðurlandi í mars 2009 eftir atvinnugreinum

Atvinnugreinar	Fjöldi
Frumvinnslugreinar	374
Landbúnaður	265
Sjávarútvegur	109
Iðngreinar	669
Fiskvinnsla	28
Mannvirkjagerð	470
Annar iðnaður	171
Þjónustugreinar	1.352
Verslun og viðgerðarþjónusta	419
Hótel og veitingahúsa rekstur	168
Samgöngur og flutningar	77
Fasteigna- og viðskiptaþjónusta	475
Opinber stjórnsýsla	8
Fræðslustarfsemi	28
Heilbrigðis- og félagsþjónusta	59
Önnur þjónusta	118
Samtals	2.395

Fjöldi starfandi fólks

Fjöldi starfandi fólks á Suðurlandi hefur vaxið jafnt og þétt á undanförunum árum og hefur fjölgað um 20,38% eða um 2.270 manns á árunum 1999 – 2005 en tölur eftir það liggja ekki fyrir. Í frumvinnslugreinum fjölgaði fólki um 0,5% á þessu tímabili en í iðngreinum um 16,6%. Í opinberri þjónustu hefur fólki fjölgað um 24,4% en í annarri þjónustu hefur mesta fjölgunin verið á tímabilinu eða 37,6%.

Fjöldi starfandi fólks á Suðurlandi eftir atvinnugreinaflokkum 1999 – 2005.*

Atvinnugreinar	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Breyting 99-'05	Breyting í %
Alls	11.140	11.310	11.460	12.130	12.680	12.940	13.410	2.270	20,4%
Frumvinnslugreinar	1.920	1.930	1.930	2.070	2.070	2.000	1.930	10	0,5%
Iðngreinar	3.190	3.140	3.090	3.160	3.330	3.430	3.720	530	16,6%
Þjónustugreinar	2.950	3.160	3.190	3.460	3.770	3.830	4.060	1.110	37,6%
Opinber þjónusta	2.990	3.030	3.050	3.290	3.470	3.670	3.720	730	24,4%

Fjöldi starfandi fólks á Suðurlandi eftir sundurliðuðum atvinnugreinaflokkum 1999 – 2005.*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Mism. 1999 - 2005	Hlutfallsleg breyting
Frumvinnslugreinar (A-C) Alls	1.920	1.930	1.930	2.070	2.070	2.000	1.930	10	0,5%
Landbúnaður (A)	1.030	1.010	1.040	1.200	1.280	1.190	1.200	170	16,5%
Fiskveiðar (B)	890	920	890	870	790	810	730	-160	-18,0%
Iðngreinar (D-F) Alls	3.190	3.140	3.090	3.160	3.330	3.430	3.720	530	16,6%
Fiskvinnsla (I52)	940	810	780	760	800	730	750	-190	-20,2%
Annar iðnaður (D-E)	1.340	1.330	1.280	1.340	1.470	1.540	1.600	260	19,4%
Mannvirkjagerð (F)	910	1.000	1.030	1.060	1.060	1.160	1.370	460	50,5%
Þjónustugreinar (G-Q) Alls	5.940	6.190	6.240	6.750	7.240	7.500	7.780	1.840	31,0%
Verslun og viðgerðþjónusta (G)	1.140	1.230	1.200	1.260	1.290	1.320	1.420	280	24,6%
Hótel- og veitingahúsarekstur (H)	370	390	420	410	490	520	540	170	45,9%
Samgöngur og flutningar (I)	530	540	480	500	510	540	580	50	9,4%
Fasteigna- og viðskiptaþjónusta (J-K)	590	620	680	770	760	870	890	300	50,8%
Opinber stjórnsýsla	1.130	1.110	1.020	1.060	1.140	1.120	840	-290	-25,7%
Fræðslustarfssemi (M)	650	680	730	810	820	860	920	270	41,5%
Heilbrigðis- og félagsþjónusta (N)	1.210	1.240	1.300	1.420	1.510	1.690	1.960	750	62,0%
Önnur þjónusta	320	380	410	520	720	580	630	310	96,9%

Vakin er athygli á að fækkun starfa í opinberri stjórnsýslu 2004 og 2005 skýrist af tilfærslu milli flokka yfir í heilbrigðis- og félagsþjónustu.

* Upplýsingar um fjölda starfandi fólks fyrir árin 2005-2008 eru ekki aðgengilegar.

4. Markaðsstofur landshlutanna

Markaðsstofur hafa nú verið stofnaðar í öllum landshlutum og teljast vera sjö með Höfuðborgarstofu. Saga þeirra er mislöng og verkefni og rekstrarform einnig ólík. Á margan hátt eru markaðsstofurnar þó allar komnar á svipaðan stað í dag og framundan er nánari mótun á starfsemi þeirra og ekki síst samstarfi. Hér á eftir verður stuttlega sagt frá markaðsstofum hinna landshlutanna og er byggt á fyrirliggjandi upplýsingum frá þeim svo og samtölum við nokkra forstöðumenn.

I. Markaðsstofa Vesturlands

Markaðsstofa Vesturlands (MV eða Vesturlandsstofa) er einkahlutafélag í eigu Ferðamálasamtaka Vesturlands, Samtaka sveitarfélaga á Vesturlandi og All Senses Group sem er klasi fyrirtækja í ferðaþjónustu á Vesturlandi. Eigendurnir eru með jafnan hlut í félaginu og var stofnframlag hvers þeirra metið til tveggja millj. kr. Ósamið er um rekstrarframlög eigendanna og ekki líklegt að þau verði mikil nema frá sveitarfélögunum. MV fékk fjórar millj. kr. úr vaxtasamningi sem að hluta er túlkað sem framlag sveitarfélaganna (2,5 millj. kr.). MV starfar náið með öllum ferðamálafulltrúum á Vesturlandi, sveitarfélögunum, öðrum hagsmunaaðilum en fyrst og fremst með á annað hundrað ferðaþjónustufyrirtækjum á Vesturlandi. Stjórnin er fimm manna og skipuð tveimur fulltrúum Ferðamálasamtakanna og tveimur frá All Senses en sá fimmti kemur frá SSV. Það hlutfall þyrfti e.t.v. að endurskoða og styrkja tengslin við sveitarfélögin. Gott samstarf er við aðra aðila í stoðþjónustu en ekki sameiginlegt húsnæði.



Helstu verkefni MV eru markaðs- og kynningarmál, vefsíður meðal annars www.west.is, bæklingar, sýningar, blaðamannaferðir, FAM og þess háttar og er kynningarstarf algjörlega ráðandi þáttur í starfseminni. Að auki sér MV um rekstur upplýsingamiðstöðvar og markaðsátök. MV vinnur eingöngu að ferðaþjónustu eins og er en markmiðið var að útvíkka þetta t.d. eftir þrjú ár. Efasemdir eru samt um hvort það markmið sé raunhæft og markvisst t.d. m.t.t. þess skipulags sem er í ferðamáli í dag. Þá þarf að aðskilja reksturinn bæði verkefnalega og bókhaldslega séð.

Framkvæmdastjóri er eini starfsmaður MV auk starfsmanna í 1,2 stöðugildum á upplýsingamiðstöðinni sem nýtast mjög vel yfir veturinn, þegar dauður tími er þar. Þessir starfsmenn upplýsingamiðstöðvar sjá meðal annars um almenna afgreiðslu og símsvörun á skrifstofu MV en framkvæmdastjórinn er eðlilega mikið á ferðinni vegna funda og annars. Því er ekki auglýstur sérstakur skrifstofutími. Þetta eru meðal þeirra kosta sem fylgja samrekstri MV og upplýsingamiðstöðvar en gallinn er sá að þetta er verulegur fjárhagslegur baggi sem hefur veruleg áhrif á reksturinn miðað við núverandi framlög ríkisins.

II. Markaðsstofa Vestfjarða

Markaðsstofa Vestfjarða (MVF) var upphaflega stofnuð árið 2005 og var deild í Atvinnuþróunarfélagi Vestfjarða fram til ársins 2007 en er nú að fullu sjálfstæð og rekin sem sjálfseignarstofnun. Stofnendur hennar eru Fjórðungssamband Vestfirðinga, Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og Ferðamálasamtök Vestfjarða. Hver þessara þriggja aðila skipar einn mann í þriggja manna stjórn og kemur formaðurinn frá Fjórðungssambandinu.



Einnig starfar sjö manna fagráð, með fulltrúum af öllu svæðinu, með framkvæmdastjóra við stefnumótun og fagleg málefni. Sveitarfélög á Vestfjörðum eru aðilar að MVF og greiða þátttökugjöld sín gegnum Fjórðungssamband Vestfjarða. Það var happadriúgt skref og fyrir vikið losnar stofan við tímafrek samskipti um fjármál við hvert sveitarfélag. MVF leggur fjárhagsáætlun sína fram á aðalfundi Fjórðungssambandsins ár hvert. Eftir afgreiðlu hennar innheimtir sambandið mánaðarlega af sveitarfélögum og greiðir framlag þeirra í einu lagi, einu sinni í mánuði til stofunnar. Framlag sveitarfélaganna miðast nú við 932 kr. á íbúa á ári. Fyrirtæki eiga ennþá ekki beina aðild að MVF en litið er á framlag Ferðamálasamtaka Vestfjarða sem þátttökuálgildi þeirra.

MVF starfar afar sjálfstætt undir eigin stjórn. Náið og reglulegt samstarf og samráð er þó við Ferðamálasamtök Vestfjarða. Einnig nokkuð samstarf við Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og náið samstarf við Ferðamálastofu. Í sama húsi er Upplýsingamiðstöð Ísafjarðar og nokkur samvinna er milli starfsmanna. Greinin sjálf (ferðaþjónusta) lagði mikla áherslu á sjálfstæði stofunnar. Bókhald og öll fjármálaumsýsla er í höndum endurskoðana. Forstöðumaður samþykkir reikninga og fer með þá vikulega til greiðslu. Þetta kostar 300.000 á ári en sparar tíma, fyrirhöfn, starfsmann o.fl.

Verkefni MVF eru árstíðabundin. Haustin fara mikið í fjármögnun og undirbúning. En fyrri hluti árs fer nær alfarið í kynningarstarf sem er ráðandi þáttur í starfsemi. En einnig er mikilvægur þáttur að efla vitund, fræðslu og umræðu meðal ferðaþjónustuaðila. Vefurinn www.vestfirskferdamal.is reynist vel í því sambandi en nokkurn tíma tók að fá fólk til þess að tileinka sér hann. Af öðrum verkefnum má nefna gagnaöflun, uppbygging ljósmyndagrunns, fræðslu, útgáfumál og vöruþróun. MVF vinnur eingöngu að málefnum ferðaþjónustunnar en hugmyndir eru um að fara að vinna frekar með öðrum atvinnugreinum en það hefur ekki verið útfært nánar. Forstöðumaður MVF er eini starfsmaðurinn. Lokað er í sumarleyfi forstöðumanns. Hann sinnir þó oft símtölum og tölvupósti í frítíma sínum.

Rekstur upplýsingamiðstöðvar ferðamanna er ekki hluti af starfsemi MVF. Heyrst hefur um áhuga manna á slíkri sameiningu en þó er ekki séð hvernig hún verður í framkvæmd. Það vekur upp spurningar um hvort eigi þá að leggja allar upplýsingamiðstöðvar landshlutans undir Markaðsstofuna. Sveitarfélögin reka upplýsingamiðstöðvarnar. T.d. er Ísafjarðarbær að leggja um 10 m.kr. í sína stöð. Samlegðaráhrif eru nokkur en þó er hætt við að verkefni og rekstur upplýsingamiðstöðvar myndi hafa neikvæð áhrif á rekstur Markaðsstofunnar.

III. Markaðsstofa ferðamála á Norðurlandi

Markaðsskrifstofa ferðamála á Norðurlandi (MFN) hefur starfað frá árinu 2003 en skrifstofan er samstarfsvettvangur Norðurlands í ferðamálum og er í eigu ferðamálasamtaka Norðurlands eystra og Norðurlands vestra. Markaðsstofan starfar náið með ferðamálafulltrúunum og sveitarfélögum á Norðurlandi og með tugum ferðaþjónustufyrirtækja á svæðinu. Framlög sveitarfélaga á starfssvæði MFN til reksturs stofunnar nema um 500 kr. á íbúa.



Helsta hlutverk MFN er að samræma markaðs- og kynningarmál norðlenskrar ferðaþjónustu gagnvart innlendum og erlendum ferðamönnum og hafa starfsmenn skrifstofunnar mikla reynslu og þekkingu á sviði markaðs- og kynningarmála. Einnig styrkir MFN og tekur virkan þátt í klasasamstarfi í tengslum við Vaxtarsamning Norðurlands.

Ferðaþjónustufyrirtæki geta leitað eftir aðstoð og ráðgjöf hjá MFN varðandi kynningar- og markaðsmál. Einnig stendur skrifstofan fyrir fræðslu fyrir ferðaþjónustuaðila á Norðurlandi í samstarfi við símenntunaraðila á svæðinu. Skipulagning heimsóknna fjölmiðla- og ferðaskrifstofufólks er einnig stór þáttur í starfseminni og hann er afar mikilvægur þáttur í að koma Norðurlandi á framfæri erlendis.

Markaðsskrifstofan tekur þátt í ferðasýningum m.a. í Ferðatorgi í Smáralind og í Sumarið í Fífunni og Vest Norden ferðakaupstefnunni.

Skrifstofan gefur út bæklinga um ferðamál á Norðurlandi. Einnig hefur skrifstofan tekið þátt í auglýsingaherferðum á Norðurlöndum og meginlandi Evrópu þar sem Norðurland er kynnt sem ákjósanlegt ferðamannasvæði. Þessar kynningar eru í samstarfi við Ferðamálaráð, Flugleiðir og nokkrar ferðaskrifstofur. Þá hefur sameiginleg vefsíða fyrir Norðurland www.nordurland.is verið eitt af verkefnum skrifstofunnar í þeim tilgangi að kynna ferðaþjónustu á Norðurlandi sem víðast.

Þrír starfsmenn vinna á MFN.

IV. Markaðsstofa Austurlands

Markaðsstofa Austurlands (MA) er sjálfseignarstofnun og var stofnuð í febrúar 1999 af sveitarfélögum á Austurlandi og ferðaþjónustuaðilum. Starfssvæðið nær frá Bakkafirði í norðri til Djúpavogshrepps í suðri. Henni er ætlað að kynna og markaðssetja Austurland sem heild. MA rekur landshlutaupplýsingamiðstöð á Egilsstöðum. Starfsmenn MA eru sjö til átta; framkvæmdastjóri, forstöðumaður upplýsingamiðstöðvar, tveir starfsmenn á markaðs- og þróunarsviði og þrír til fjórir sumarstarfsmenn á upplýsingamiðstöð. Rekstur MA er fjármagnaður með framlögum frá sveitarfélögum (um sjö millj. kr. árlega eða um 650 kr. á íbúa) og félagsgjöldum frá ferðaþjónustuaðilum sem eiga aðild að stofunni (um þrjár millj. kr. árlega). Ýmsar aðrar tekjur koma einnig inn svo sem af sölu og þjónustu. Stjórn MA er skipuð sjö fulltrúum, þar af sex frá ferðaþjónustuaðilum en sá sjöundi er fulltrúi sveitarfélaganna átta á Austurlandi. Úr stjórn er skipað þriggja manna framkvæmdaráð.



Skrifstofur MA eru í sama húsnæði og Þróunarfélag Austurlands og fleiri stofnanir og stoðfyrirtæki. Meðal helstu verkefna MA eru stuðningur við nýsköpun og vöruþróun, aðstoð við styrkumsóknir og markaðssetningu vöru. Einnig viðburðastjórn, rekstur á www.east.is, útgáfa dagskrár- og kynningarefnis, fræðsla og ráðgjöf og þátttaka í stefnumótandi málefnum Austurlands svo eitthvað sé nefnt. Verkefniin lúta aðallega að ferðaþjónustu en tengjast einnig öðrum sviðum svo sem menningu og þróun á matvælatengdum afurðum. Kynningarstarf MA er líklega um fjórðungur af starfsemi. Fastur skrifstofutími MA með viðveru er kl. 09-17.

Rekstur upplýsingamiðstöðvar er fjármagnaður sérstaklega með framlögum ríkis, sveitarfélaga, Kaupfélags Héraðsbúa, Ferðamálasamtaka Austurlands og MA. Rekstur tjaldstæðis á Egilsstöðum er hluti af rekstri upplýsingamiðstöðvar og standa tekjur af því undir stórum hluta af rekstrarkostnaði upplýsingamiðstöðvar því framlög ríkisins til landshlutamiðstöðvanna eru í engu samræmi við þær kröfur sem gerðar eru til þeirra (í samkomulagi við ríkið). Upplýsingamiðstöðin er opin allt árið og hlaupa starfsmenn MA í skarðið eftir því sem þörf krefur. Á sumrin færast starfsemi MA nánast öll á upplýsingamiðstöðina.

V. Markaðsstofa Suðurnesja

Nýlega var Markaðsstofa Suðurnesja stofnuð. Tilgangur hennar er að innleiða faglegt og samræmt markaðsstarf meðal ferðaþjónustuaðila á Suðurnesjum, byggja upp öflugan gagnabanka um hvaðeina er lýtur að þjónustu við ferðamenn og markaðssetja Suðurnes og Reykjanesið fyrir ferðamönnum. Markaðsstofan mun einnig hafa með höndum samskipti við opinbera aðila eins og Ferðamálastofu um markaðssetningu svæðisins erlendis og innanlands.



Í stjórn Markaðsstofu Suðurnesja sitja þrjú einstaklingar en Markaðsstofan er stofnuð af Ferðamálasamtökum Suðurnesja með tilstyrk Sambands sveitarfélaga á Suðurnesjum. Í tilkynningu frá Markaðsstofunni segir að vonast sé eftir að góð samstaða og samstarf verði við ferðaþjónustuna á Suðurnesjum, Ferðamálastofu og ferðamálastjóra um rekstur Markaðsstofunnar. Mikilvægt sér að ferðaþjónustan á Suðurnesjum nýti sér það sem Markaðsstofan hafi upp á að bjóða. Þá segir enn fremur að fyrsta verkefni Markaðsstofunnar verði að endurgera heimasíðuna www.reykjanes.is sem verið hefur heimasíða Ferðamálasamtaka Suðurnesja en afhendist nú Markaðsstofunni. Bæklingagerð og sýningarhald ársins verði unnið í samráði við hagsmunaaðila.

VI. Höfuðborgarstofa

Höfuðborgarstofa tók til starfa í ársbyrjun 2003 og sinnir hún þrjúþættum verkefnum fyrir hönd Reykjavíkurborgar; rekstri Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna í Reykjavík (UMFR), almennum ferða- og kynningarmálum Reykjavíkur auk þess að bera ábyrgð á



skipulagi og framkvæmd ýmissa lykilviðburða á vegum borgarinnar, s.s. Vetrarhátíðar, Menningarnætur, Aðventuhátíðar ofl. og vera ráðgefandi fyrir skipuleggjendur stórra viðburða í borginni.

Með stofnuninni undirstrikar Reykjavíkurborg aukna áherslu á mikilvægi ferða- og markaðsmála fyrir borgina í heild. Hjá miðstöðinni hefur orðið til nýr vettvangur fyrir samstarf á vettvangi ferðaþjónustu. Skýr farvegur fyrir ferða- og kynningarmál í tengslum við viðburðaskrifstofu skapar jafnframt nýja möguleika í vörupróun t.d. á sviði menningar- og heilsutengdrar ferðaþjónustu og er því mjög þýðingarmikið framlag til að styrkja stöðu Reykjavíkur sem höfuðborgar Íslands í samkeppni á alþjóðavettvangi. Hjá Höfuðborgarstofu eru 12 starfsmenn. Heimasíða Höfuðborgarstofu er www.visitreykjavik.is

VII. Samstarf Markaðsstofanna og samningur við Ferðamálastofu

Markaðsstofur landshlutanna hafa komið á fót samstarfsvettvangi og hafa forsvarsmenn þeirra hist nokkrum sinnum frá haustinu 2008. Rætt er um að samstarf þeirra verði á sviði kynningarmála fyrst um sinn svo sem varðandi samræmt útlit landshlutabæklinga og samræmingu á heimasíðum að vissu marki.

Ferðamálastofa hefur nú gengið frá samningum við markaðsstofurnar um samstarf og fjárstuðning á árinu 2009. Samningarnir taka til mismunandi verkefna eftir markaðsstofum, flest eru þau þó á sviði kynningar landshlutanna og eflingar ferðaþjónustu. Tilgangur samninganna er að auka gegnsæi varðandi fjárframlög ríkisins til markaðsstofa en hlutverk stofanna er skilgreint svo í samningunum:

- Vinna að framgangi ferðaþjónustu í sínum landshluta í samræmi við meðfylgjandi verkefnaáætlun.
- Vinna að hagsmunum aðila í ferðaþjónustu innan síns svæðis.
- Vinna að stefnumótun, samræmingu og því að koma á sameiginlegum áherslum og rekstrarformum fyrir landshlutamiðstöðvar á landinu í samvinnu við aðrar landshlutamiðstöðvar/markaðsstofur í landinu og fulltrúa Ferðamálastofu.

Sameiginleg stefnumótun markaðsstofanna og Ferðamálastofu sem hér er vísað til er nú þegar hafin og er stefnt að því að ljúka henni fljótlega.

Markaðsstofurnar fá 5,0 millj. kr. stuðning hver árið 2009 vegna grunnstarfsemi sinnar samkvæmt þessum samningi auk 1,5 millj. kr. framlags til hvernar vegna eigin kynningarverkefna og 3,0 millj. kr. sameiginlega vegna sameiginlegra kynningarverkefna.

Í fréttatilkynningu iðnaðarráðuneytisins um samstarf þetta og stuðning ríkisins við markaðsstofurnar kom fram að framvegis sé gert ráð fyrir aðkomu sveitarfélaga og fyrirtækja að rekstri stofanna á mótí ríkinu.

5. Ávinningur af starfsemi Markaðsstofu Suðurlands

Miklar líkur eru á að ávinningur af stofnun og starfsemi Markaðsstofu Suðurlands geti orðið mikill og fjölbreyttur. Hér má nefna líklega þætti:

- Betri og markvissari nýting fjármuna til markaðsstarfs.
- Skilvirkari og skipulagðari markaðssetning Suðurlands.
- Aukið samstarf um markaðsmál innan og milli atvinnugreina, svæða og sveitarfélaga.
- Markvissari kynning á kostum Suðurlands til búsetu, afþreyingar, menntunar og atvinnu.
- Sameiginleg ímynd fyrir Suðurland og sérstök ímynd fyrir einstök svæði.
- Ráðgjöf, fræðsla og nýsköpun í markaðssetningu og atvinnuuppbyggingu.

Fram kom við SVÓT greiningu á fjölmönnum fundi á Selfossi í tengslum við verkefnið að styrkleikar Suðurlands eru meðal annars taldir vera:

- Staðsetning landshlutans gagnvart höfuðborgarsvæðinu og Keflavíkurflugvelli.
- Góðar almennar samgöngur.
- Veðurfar, þó að skiptist á skin og skúrar.
- Fjölbreytt náttúra.
- Fjölskrúðug matvælaframleiðsla.
- Saga og menning.

Veikleikar Suðurlands voru líka tilgreindir, þeirra á meðal þessir:

- Miklar vegalengdir á öllu svæðinu.
- Ólík og misjafnlega sterk svæði innan Suðurlands.
- Óljós stefna, ónóg samvinna og jafnvel hrepparígur.

Þær ógnanir sem fólki rétt að horfa til fyrir Suðurland voru meðal annars:

- Náttúruvá.
- Orkuvinnsla og áhrif hennar.
- Samkeppni við höfuðborgarsvæðið.
- Íbúafækkurn.

En tækifærin eru fjölmörg að mati þátttakenda, meðal annars þessi:

- Breytingar á sveitarfélagaskipan.
- Aukin kynning á þáttum eins og menningarstarfi.
- Náttúruvá – tækifæri í kynningu á landshluta elds og íss.
- Heildstæð stefna fyrir Suðurland og styrkleikar einstakra svæða.

Niðurstöður SVÓT greiningarinnar sýna svo ekki verður um villst að tækifæri og verkefni á sviði atvinnumála og markaðssetningar á Suðurlandi eru fjölmörg. Nánar er gerð grein fyrir SVÓT greiningunni í fylgiskjali 1.

6. Aðild fyrirtækja og sveitarfélaga að Markaðsstofu Suðurlands

Í samþykktum fyrir Markaðsstofu Suðurlands frá 19. nóvember 2008 er ekki gert ráð fyrir aðild fyrirtækja, stofnana né sveitarfélaga að stofunni. Samþykktirnar miðast eingöngu við aðild stofnaðila stofunnar. Nauðsynlegt er að endurskoða þessar samþykktir og opna fyrir aðild annarra aðila að Markaðsstofunni með einhverjum hætti til að fá atvinnulífið, stofnanir og sveitarfélög að henni. Formleg aðild sem flestra hagsmunaaðila að Markaðsstofunni er lykilatriði við árangursríka uppbyggingu og rekstur hennar.

Gera þarf sem flesta hagsmunaaðila á Suðurlandi beina þátttakendur í mótun á kynningu og markaðssetningu á Suðurlandi sem landshluta og uppbyggingu á þjónustu og framleiðslu svæðisins. Með almennri þáttöku fyrirtækja, félaga og stofnana að stofunni aukast líkur á að árangur verði til frambúðar. Hagkvæmni stærðarinnar og aukinn samtakamáttur með góðu samstarfi skapa kraftmeira starf og fjármagn nýtist einnig betur.

Bein eignaraðild fyrirtækja og sveitarfélaga er ekki endilega eina færa leiðin. Félagsaðild, þátttaka í fulltrúaráði eða einhver önnur leið sem færir fyrirtæki og sveitarfélög nær ákvarðanatöku um rekstur og stefnumótun Markaðsstofunnar yrði til bóta. Áfram yrði þó hlutleysis stofunnar gætt í hvívetna. Í þessu sambandi er rétt að minna á að í yfirlýsingu iðnaðarráðuneytisins um stuðning ríkisins við markaðsstofunnar kom fram að framvegis sé gert ráð fyrir aðkomu sveitarfélaga og fyrirtækja að rekstri stofanna á móti ríkinu.

Að framansögðu er því lagt til að öllum rekstraraðilum á Suðurlandi verði boðin aðild að Markaðsstofunni með einhverjum hætti og þeir geti þannig orðið virkir og formlegir aðilar. Til að tryggja að sjónarmið flestra komi fram í verkum stofunnar verði sveitarfélögum einnig boðin aðild að stofunni og þá með beinni aðild hvers og eins fremur en gegnum samtök þeirra.

Til að framangreindum tilgangi verði best náð er rétt að kanna fyrst hvaða fyrirkomulag aðildar gæti hentað fyrir Markaðsstofuna innan rekstrarforms sjálfseignarstofnunar. Í því efni þarf að huga að sveigjanleika varðandi aðild að stofunni og að sjónarmið sem flestra komi formlega fram.

7. Stefna og tilgangur

Markaðsstofa Suðurlands er samnefndari 15 sveitarfélaga, um 2.400 fyrirtækja og liðlega 26 þúsund íbúa í kynningu landshlutans og markaðssetningu vöru og þjónustu.

I. Framtíðarsýn

Lagt er til að framtíðarsýn Markaðsstofu Suðurlands verði eftirfarandi:

Markaðsstofa Suðurlands verði í fararbroddi og forsvari í kynningu- og markaðssetningu á Suðurlandi bæði innanlands og erlendis. Suðurland og einstök svæði þess verði talið álitlegur kostur til búsetu. Framboð á þjónustu og framleiðsluvörum svæðisins verði fjölbreytt og litskrúðugri menningu þess og fjölbreyttri náttúru komið á framfæri með margvíslegum hætti.

II. Stefna

Stefna Markaðsstofu Suðurlands þarf að vera lýsandi fyrir það víðfeðma svæði sem starfsemin nær til og það almenna hlutverk sem hún sinnir. Stefnuna þarf að vera hægt að nota í hverskyns kynningartexta um starfsemina eftir atvikum þannig að lesendur hennar geti með skjótum hætti áttað sig á fyrir hvað Markaðsstofan stendur og fyrir hverja hún starfar.

Lagt er til að stefna Markaðsstofu Suðurlands verði eftirfarandi:

- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að byggja upp á metnaðarfullan hátt sameiginlega kynningu og markaðssetningu á Suðurlandi í heild bæði innanlands og utan.*
- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að leggja áherslu á að skapa sterka og jákvæða ímynd Suðurlands og gera landshlutann þekktan fyrir vöru- og þjónustugæði sem uppfylli þarfir markaðarins.*
- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að taka tillit til allra atvinnugreina landshlutans og sérkenna einstakra svæða frá austri til vesturs því samstarf allra atvinnugreina og svæða er lykilatriði við að ná árangri í eflingu Suðurlands.*

III. Tilgangur

Eins og vikið er að í inngangi er tilgangur Markaðsstofu Suðurlands ses. samkvæmt samþykktum hennar:

að efla markaðsstarf á Suðurlandi með sérstakri áherslu á að auka atvinnustarfsemi og gjaldeyrstekjur á Suðurlandi. Tilgangur félagsins er að efla samstarf atvinnulífsins, sveitarfélaga, ríkisvaldsins og stoðkerfisins með öflugum markaðsstarfi innanlands sem utan með það að markmiði að bæta ímynd svæðisins og auka eftirspurn eftir hvers konar þjónustu eða atvinnustarfsemi á svæðinu. Tilgangur stofnunarinnar er því hvers konar markaðs- og kynningarstarf til að stuðla að því að byggð og fjölbreytt atvinnu- og búsetuskilyrði verði til staðar á landsvæðinu öllu.

Markaðsstofan ætlar því að vinna að auka markaðsstarf allra atvinnugreina og eiga samstarf um það við atvinnulíf, sveitarfélög, ríkisvald og stoðkerfi. Hér á eftir verða þessi áform sundurliðuð lítillega og vikið að helstu verkefnum innan hvers áhersluþáttar.

8. Hlutverk og verkefni

Hér á eftir eru þrjú meginhlutverk Markaðsstofu Suðurlands skilgreind. Lagt er til að starfsemi hennar snúist um þau fyrst um sinn.

I. Skapa jákvæða ímynd og vera samnefnari í markaðssetningu á Suðurlandi

Markmið Markaðsstofu Suðurlands er að skapa sterka og jákvæða ímynd fyrir Suðurland. Unnið verði að heildstæðri markaðssetningu og kynningu á Suðurlandi meðal annars á eftirfarandi sviðum:

Markmið:

- Vera fagleg og leiðandi skrifstofa í sameiginlegri markaðssetningu á Suðurlandi.
- Skapa sterka og jákvæða ímynd Suðurlands bæði innanlands og utan.
- Kynna kosti Suðurlands varðandi búsetu, ferðalög og vöruframboð.
- Stuðla að almennri ánægju með vöru og þjónustu á Suðurlandi m.a. með áherslu á gæðamál.
- Að tryggja gott aðgengi að upplýsingum um vöru- og þjónustuframboð á Suðurlandi.

Leiðir að markmiðum – Verkefni:

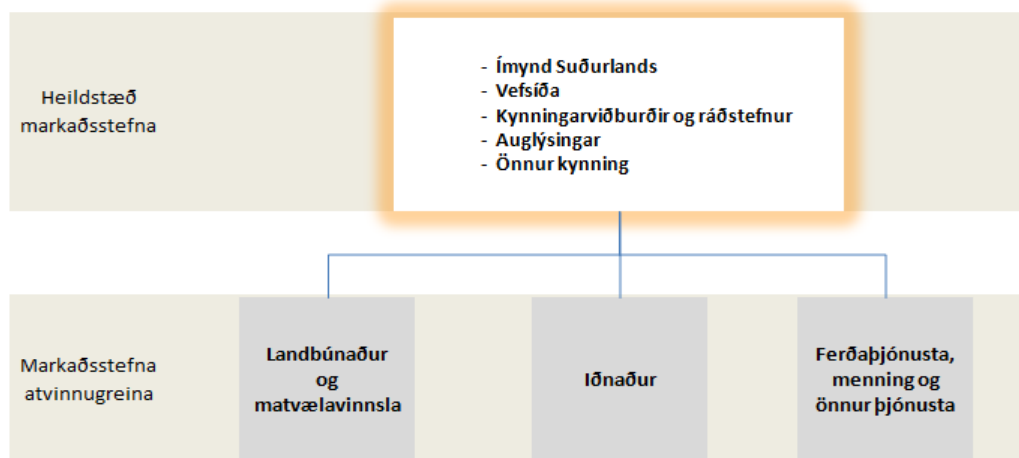
Móta heildstæða markaðsstefnu og hrinda henni í framkvæmd

Ímyndin sem sóst er eftir fyrir Suðurland þarf að kristallast í öllum markaðs- og kynningarmálum markaðsstofunnar.

Heildstæða markaðsstefnu þarf að vinna fyrir Suðurland sem heild. Slík stefna þarf að fela í sér ítarlega markaðsáætlun sem talin er ná markmiðum um rétta ímyndarsköpun og almenna kynningu.

Markaðsstefna brotin niður á atvinnugreinar

Í framhaldi af gerð heildstæðrar markaðsstefnu er rétt að móta markaðsstefnu sem tengist hverri hinna þriggja meginatvinnugreina sem til staðar eru á Suðurlandi, þ.e. ferðaþjónusta, framleiðsla og þjónusta. Ráðgjafarhópar, sem lagt er til að verði stofnaðir innan hvernar greinar, stýri vinnu við markaðsstefnu atvinnugreinanna.



Ímynd Suðurlands

Ímyndarsköpun er undirstaða markaðssetningar á svæðinu. Fyrsta skrefið í slíkri vinnu er að svara spurningunni: **Hvaða ímynd viljum við að Suðurland hafi?**

Nú þegar hefur merki (logo) Markaðsstofu Suðurlands verið mótað af Ragnheiði Ágústsdóttur grafískum hönnuði og samþykkt í stjórn stofunnar.



Hér til hliðar er mynd af merki stofunnar sem er með skírskotun til náttúru og tærleika Suðurlands. Þannig táknar blár litur jökla, vatn og hreinleika, rauður táknar eld og kraft og hvítur litur sem einnig kemur með táknar hreinleika. Yddan eða oddurinn, táknar bæði fjöll og kraft en ávalar línur tákna hreinleika og fegurð.

Merkið sem nú þegar liggur fyrir þarf að kynna með markvissum hætti og gera sýnilegt. Slagorð þarf einnig að móta er hefði frekari skírskotun í þau meginatriði sem leggja þarf áherslu á í heildstæðri markaðssetningu.

Í þeirri vinnu sem staðið hefur yfir að undanfögnu við undirbúning að stofnun Markaðsstofu Suðurlands hefur verið unnið með slagorðið *kraftur, fegurð, ferskleiki* og þykir það lýsa Suðurlandi og kostum þess eins vel og hægt er að gera í fáeinum orðum.

Vefsíðan www.south.is

Markaðsstofa Suðurlands á vefinn www.south.is þar sem á að vera hægt að finna upplýsingar um þjónustu á Suðurlandi. Mikilvægt er að uppfæra vefinn og bæta við upplýsingum á hann um fleiri þjónustubætti en ferðabjónustu. Þá nær vefurinn ekki til alls svæðisins eins og er og mikil vinna er eftir við að gera hann að raunverulegum upplýsingavef. Æskilegt væri að vefurinn nýttist til beinnar sölu á þjónustu svæðisins, væri bókonar- og pöntunarvefur, og skilaði Markaðsstofunni reglulegum tekjum með því. Vefslóðin, www.south.is ein aðal fyrirsögn í almennri kynningu á Suðurlandi á erlendum tungumálum. Jafnframt þarf að tryggja önnur lén sem flytji fólk inn á sömu síðu. Hér má nefna lén eins og www.sudurland.is, www.southiceland.is, www.visitsouthiceland.is og fleiri.

Kynningarviðburðir og ráðstefnur

Eftir að markaðsstefna hefur verið mótuð er henni hrint í framkvæmd samkvæmt þeim leiðum sem þar eru tilgreindar. Þrátt fyrir að innihald markaðsstefnunnar liggi nú ekki fyrir er talið mikilvægt að Markaðsstofan taki þátt í almennum kynningarviðburðum eða standi fyrir slíkum viðburðum sjálf. Dæmi um viðburð af þessu tagi er sýningin Ferðalög og frístundir sem haldin hefur verið mörg undanfarin vor undir mismunandi yfirskrift. Í ár var hún haldin dagana 8.-10. maí 2009 þar sem kynnt er allt sem viðkemur ferðalögum, frístundum og afþreyingu, innanlands og utan. Dæmi um annan kynningarviðburð sem áhrifaríkt gæti verið að markaðsstofan taki þátt í er matvælasýningin „Matur“ sem haldin er á tveggja ára fresti í Kópavogi. Einnig er ferðakaupstefnan Vest-Norden mikilvægur vettvangur til kynningar á Suðurlandi.

Auglýsingar og önnur kynning

Tryggja þarf að nýjar áherslur í þjónustuveitingu eða nýjar þjónustutegundir verði kynntar með viðundandi hætti. Markaðsstofan sér um að skapa réttan farveg fyrir þær í markaðs- og kynningaráætlun sem unnið er eftir hverju sinni.

Markaðsstofan á að standa að almennri kynningu á Suðurlandi og þjónustu þess og standa fyrir útgáfu á bæklingum og öðru kynningarefni s.s. um:

- *Landsvæðið.*
- *Atvinnulífið.*
- *Sögu og menningu.*
- *Menntakerfið.*
- *Búsetukosti.*
- *Náttúru.*
- *Viðburði og dagskrá.*

Það þarf líka að sjá til þess að nýjungar í þjónustu verði kynntar í samræmi við markaðsstefnu. Almennt þarf að fylgjast vel með nýjungum í markaðs- og kynningarmálum og efna reglulega til heimsókna fjölmiðla- og ferðaskrifstofufólks og útgáfu fréttatilkynninga.

Byggja upp ljósmynda- og gagnagrunn

Það þarf að byggja upp ljósmynda- og gagnagrunn í eigu Markaðsstofu Suðurlands til nota í kynningarstarfi fyrirtækja og annarra aðila. Slíkur grunnur er mikilvægur í árangursríkri starfsemi markaðsstofunnar. Ljósmyndir eru notaðar í hverskyns kynningum og gagnabrunnur um ánægju viðskiptavina og aðra tengda þætti er mikilvægur til rétttrar ákvarðanatöku í markaðssetningu.

II. Auka samstarf í markaðsmálum milli aðila á Suðurlandi

Hlutverk Markaðsstofu Suðurlands verði að efla samstarf milli atvinnugreina og svæða á Suðurlandi og skapa samstöðu innan landshlutans um markaðssetningu og uppbyggingu.

Markmið:

- Vinna sem sameiginlegt markaðs- og kynningarfyrirtæki fyrir allar atvinnugreinar á Suðurlandi, sveitarfélög og stofnanir á landshlutanum.
- Nýta sóknarfæri til að auka þjónustuframboð.
- Koma á tengslaneti við fjölmarga aðila á Suðurlandi og utan þess.

Leiðir að markmiðum – Verkefni:

Skapa vettvang til samráðs og sameiginlega ákvarðanatöku

Gott samráð og samstarf atvinnugreina á Suðurlandi er lykill að velgengni Markaðsstofu Suðurlands – til hagsbóta fyrir allt Suðurland. Skapa þarf betri vettvang til slíks samráðs og samstarfs með víðtækari þátttöku atvinnugreina í störfum Markaðsstofunnar. Ekki er nægjanlegt að ráðgjafarhópar verði skipaðir eins og að framan hefur verið lýst heldur er einnig talið rétt að veita fleiri atvinnugreinum en ferðþjónustu formlega aðild að Markaðsstofu Suðurlands ses. Þannig verði hagsmunir ólíkra atvinnugreina best tryggðir og sjónarmið greinanna koma fram.

Skipun ráðgjafarhópa fyrir ólíkar atvinnugreinar

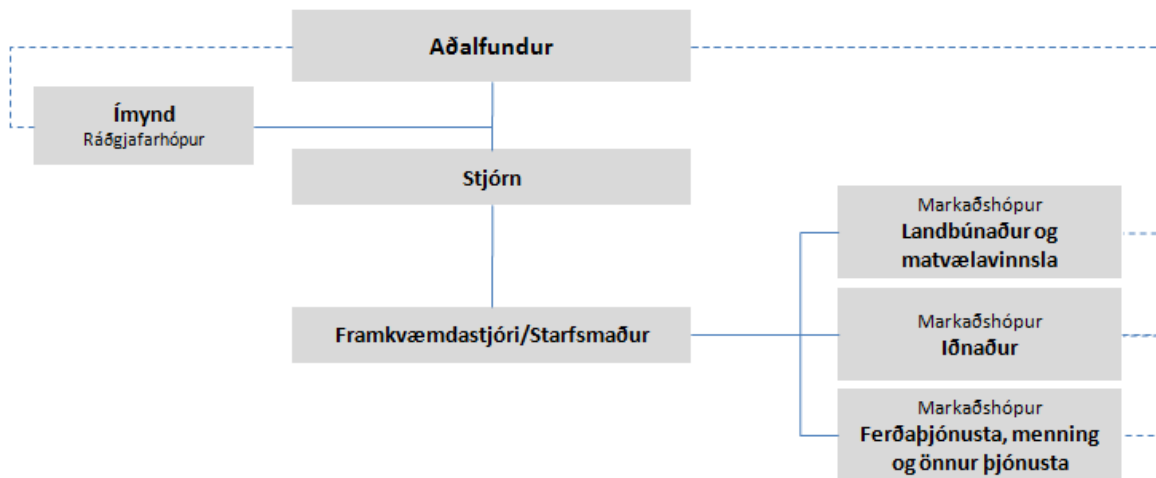
Til að tryggja að árangri sé náð í starfsemi markaðsstofunnar er rétt að leggja áherslu á markaðssetningu hvernar atvinnugreinar fyrir sig eins og áður hefur verið fjallað um. Til að það geti tekist er lagt til að þrjú ráðgjafarhópar verði myndaðir og starfræktir um markaðsmál hvernar þeirra. Ráðgjafarhóparnir verði skipaðir á aðalfundi markaðsstofunnar og væru framkvæmdastjóra til aðstoðar í kynningu- og markaðsmálum viðkomandi greinar. Um væri að ræða 3-5 manna hópa skipaðir aðilum utan stjórnar markaðsstofunnar. Öllum aðilum að stofunni er heimil þátttaka í störfum hópanna er snertir starfsemi þeirra. Eftirfarandi hópar er lagt til að myndaðir verði:

- Markaðshópur um landbúnað og matvælavinnslu.
- Markaðshópur um iðnað.
- Markaðshópur um ferðþjónustu, menningu og aðra þjónustu.

Nauðsynlegar boðleiðir

Myndinni hér að neðan er ætlað að sýna myndrænt hvernig formlegar boðleiðir gætu verið skilgreindar í skipuriti til að tryggja að formleg aðild og samráð nái tilgangi sínum.

Ráðgjafarhóparnir verði skipaðir á aðalfundi Markaðsstofu Suðurlands og verði 3-5 manna hver. Ímyndarhópurinn verði skipaður einum úr hverjum hinna þriggja hópa ásamt einum til tveimur stjórnarmönnum. Þessi hópur verði stjórn til ráðgjafar um ímyndarsköpun fyrir Suðurland. Hinir þrjú hóparnir verði framkvæmdastjóra til ráðgjafar við útfærslu markaðs- og kynningarmála í viðkomandi atvinnugrein.



Byggja upp innri vef fyrir samskipti og upplýsingagjöf til atvinnulífs

Til þess að tryggja gott flæði upplýsinga frá Markaðsstofu Suðurlands til fyrirtækja, stofnana og einstaklinga er ástæða til að koma á fót vefsíðu fyrir atvinnulíf og þjónustu. Þar verði birtar fréttir, tilkynningar og annað sem komi starfsfólki og stjórnendum fyrirtækjanna að góðum notum, auk þess sem hægt verði að skrá sig á póstlista Markaðsstofunnar. Gagnvirk samskipti geta einnig verið í boði um einstaka þætti eða hugmyndir.

Koma á tengslaneti

Markaðsstofa Suðurlands þarf að byggja upp þétttriðið tengslanet innan og utan landshlutans á næstu mánuðum og árum. Mikilvægast er að stofan nái að festa sig í sessi í hugum sem flestra fyrirtækja, sveitarfélaga og einstaklinga á Suðurlandi. Til þess þurfa starfsmenn og stjórn Markaðsstofunnar að nýta ráð eins og reglulega viðtalstíma og fundi í hverju byggðarlagi, miðlun upplýsinga á innri vef stofunnar, símtöl og önnur samskipti. Helstu tegundir hópa tengslanetsins sem lagt er til að komið verði á fót innan Suðurlands eru:

- Fagráð atvinnulífs og stoðkerfið.
- Ráðgjafarhópar um markaðssetningu atvinnugreina.
- Tengiliðir í hverju byggðarlagi.

III. Veita einstökum aðilum eða hópum á Suðurlandi faglegan stuðning við markaðssetningu

Markaðsstofa Suðurlands þarf að greina sóknarfæri og hvetja til atvinnusköpunar þar sem það á við. Markaðsstofan þarf að þekkja þarfir markaðarins og geta séð hvar þeim er ekki fullnægt og þar með verði möguleikar til sóknar skilgreindir. Til að gegna þessu hlutverki er rétt að Markaðsstofan leggi áherslu á eftirfarandi markmið og verkefni.

Markmið:

- Auka faglega getu aðila á Suðurlandi til að markaðssetja starfsemi sína.
- Þjóða upp á fræðslu um málefni sem nýtast atvinnulífinu.
- Veita ráðgjöf um markaðssetningu og kynningu.
- Að hvetja til aukins framboðs á vöru og þjónustu á Suðurlandi sem mætir þörfum markaðarins.

Leiðir að markmiðum – Verkefni:

Fræðsla um markaðsmál og kynningu vöru og þjónustu

Markaðsstofa Suðurlands standi fyrir kynningu og miðlun upplýsinga um námskeið sem gagnast geta atvinnulífi á Suðurlandi, til dæmis um markaðsmál og kynningu vöru og þjónustu. Markaðsstofan stuðli einnig að því að koma margvíslegum öðrum gagnlegum upplýsingum á framfæri við einstaka aðila eða hópa.

Gæðamál og vöruþróun

Markaðsstofa Suðurlands þarf að hafa burði til að veita faglega aðstoð og stuðning við nýsköpun og vöruþróun til hagsbóta fyrir atvinnulíf og íbúa.

Ráðgjöf

Markaðsstofa Suðurlands á að standa fyrir fræðslu og ráðgjöf varðandi kynningarmál, þjónustu, nýsköpun og fleiri þætti. Einnig að aðstoða við markaðssetningu vöru og þjónustu, sérstaklega varðandi nýjungar. Ráðgjöf sem þessi þarf þó að hlíta gagnsæjum reglum sem stuðla að jöfnu aðgengi að henni en veita jafnframt þeim fyrirtækjum sem taka þátt í rekstri stofunnar ákveðinn aðgang umfram aðra. Umfangsmeiri verkefnum er rétt að beina til sérfræðinga utan Markaðsstofunnar eða semja um þau sérstaklega.

Framkvæmd almennra kannanna um ánægju viðskiptavina

Svo Markaðsstofan geti mótað áherslur í sínu markaðs- og kynningarstarfi fyrir starfsemi á Suðurlandi þurfa upplýsingar um ánægju viðskiptavina að liggja fyrir. Þjónustu- og ánægjukannanir gefa mikilvægar upplýsingar um hvar skóinn kreppir í þjónustu og á hvaða sviðum hlutir eru vel gerðir. Einnig geta slíkar kannanir gefið ómetanlegar upplýsingar um hvaða atriði það eru í vöru eða þjónustu sem skipta viðskiptavininn mestu máli eða veita honum mestu ánægjuna.

Framkvæmd kannana þarf ekki að vera á vegum Markaðsstofu Suðurlands heldur utanaðkomandi aðila. Hægt væri að skipta slíkum könnunum upp í eftirfarandi tvo meginþætti:

- Kannanir á þjónustugæðum.
- Kannanir á vörugæðum og ímynd.

Söfnun og vistun gagna um ánægju viðskiptavina

Til viðbótar við þær kannanir sem Markaðsstofan beitir sér sjálf fyrir þá er rétt að hún hvetji fyrirtæki á svæðinu til að framkvæma sínar eigin ánægjukannanir. Mikilvægt er að niðurstöðum slíkra kannana sé haldið til haga á skilvirkan hátt til að þær sé hægt að nota við töku ákvarðana í markaðs- og kynningarmálum.

Umræður í markaðshópum um niðurstöður kannana

Nýta þarf þekkingu og reynslu aðila í markaðshópum Markaðsstofunnar til að greina sóknarfæri m.a. á grundvelli niðurstaðna kannana og annarrar greiningar. Útfærslur verði mótaðar í fagráðum um hvernig sóknarfæri verði nýtt, hvenær og af hverjum.

Greina þörf á umbótaverkefnum

Upplýsingarnar úr þjónustukönnunum markaðsstofunnar og fyrirtækjanna sjálfra verði m.a. notaðar til að greina veikleika í vöru- og þjónustugæðum sem hægt verði að nota til umbóta eða sem ný verkefni ef ástæða er til. Einnig er mikilvægt að fagráð og aðrir aðilar tengslanets verði virkjaðir til að greina veikleika eða sóknarfæri í formi umbóta á þeirri þjónustu sem fyrir er.

9. Fyrirkomulag starfseminnar

Margvíslegar leiðir koma til greina við mótun fyrirkomulags starfseminnar og staðsetningu hennar. Hér eru þrjár mismunandi leiðir skoðaðar, þ.e. að Markaðsstofan verði staðsett í sér húsnæði með sjálfstæðu skrifstofuhaldi, að skrifstofuhald og húsnæði verði sameiginlegt með öðrum aðilum í stoðþjónustu og að lokum sameiginlegur rekstur með Upplýsingamiðstöð Suðurlands.

Valkostur 1 – Sjálfstætt skrifstofuhald og sérhúsnæði

Kostir:

- Undirstrikar ímynd um sjálfstæði.
- Sveigjanleg starfsemi.

Gallar:

- Samráð við aðra starfsemi minni en ella.
- Hámarksnýtingu fjármagns ekki náð.
- Hámarksskilvirkni ekki náð í starfseminni – Einbeiting ekki á kjarnastarfsemi.
- Uppbygging starfseminnar ekki nægilega markviss.
- Einyrkjabúskapur.
- Aukinn stofnkostnaður.

Valkostur 2 – Sameiginlegt skrifstofuhald

Kostir:

- Betri nýting fjármuna.
- Skilvirk starfsemi og hagkvæmni náð í starfseminni með betri einbeitingu á kjarnastarfsemi.
- Aðgengi að þjónustu Markaðsstofu tryggt með sameiginlegri afgreiðslu og símsvörum.
- Uppbygging starfseminnar markvissari.
- Faglegur ávinningur með samráði og samstarfi við samliggjandi stofnanir/skrifstofur.

Gallar:

- Ímynd um sjálfstæða og óháða skrifstofu ekki eins sterk.
- Starfsemin háð annarri starfsemi og sveigjanleiki því minni.

Valkostur 3 – Sameiginlegur rekstur með Upplýsingamiðstöð Suðurlands

Kostir:

- Sameiginleg verkefni að nokkru, sérstaklega við upplýsingasöfnun, kynningu og útgáfu.
- Samnýting starfsmanna.
- Styttir boðleiðir ferðaþjónustuaðila.
- Auðveldar kynningu markaðsstofunnar í gegnum upplýsingamiðstöðvar.

Gallar:

- Rekstur upplýsingamiðstöðvar yrði yfirgnæfandi þáttur og íþyngjandi fjárhagslega og í stjórnun og starfsmannahaldi.
- Mörg sveitarfélög sitja uppi með rekstur upplýsingamiðstöðva eftir sem áður.

Tillaga um fyrirkomulag

Lagt er til að Markaðsstofa Suðurlands verði fyrst um sinn vistuð í húsnæði með annari starfsemi til að njóta fjárhagslegs- og faglegs ávinnings.

Eins og fram kemur í kafla 11 um stofnkostnað og rekstur má búast við að stofnkostnaður við upphaf reksturs Markaðsstofu Suðurlands nemi 3,0 mkr. ef stofan verður með sjálfstætt skrifstofuhald í sér húsnæði fyrir sína starfsemi. Það er ekki búist við að allur þessi kostnaður sparist verði hin leiðin farin um sameiginlegt skrifstofuhald en þó má gera ráð fyrir um 2,0 mkr. sparnaði í stofnbúnaði. Í sameiginlegu skrifstofuhaldi má hins vegar búast við að greitt verði fyrir þann stofnbúnað sem sparast í formi afnotagjalds eða hærra leiguverðs til lengri tíma. Þessi sparnaður í upphafi reksturs Markaðsstofunnar er mikilvægt fjármagn sem hægt verði að ráðstafa í staðinn beint í kjarnastarfsemi stofunnar á sviði markaðs- og kynningarstarfs.

Atvinnuþróunarfélag Suðurlands er ákjósanlegur samstarfsaðili í þessu sambandi sem hefur nú þegar yfir að ráða mannauði til almennra skrifstofustarfa fyrir Markaðsstofuna auk sérfræðinga á sviði atvinnumála og nýsköpunar. Félagið leitar nú eftir nýju húsnæði fyrir starfsemi sína sem undirstrikar enn frekar tækifæri Markaðsstofu Suðurlands á að fá hentugt húsnæði með hentugum samstarfsaðila.

Þótt farin verði sú leið fyrst um sinn að vista starfsemi Markaðsstofu Suðurlands hjá Atvinnuþróunarfélagi Suðurlands, aðallega af hagkvæmnisástæðum, er ástæða til þess að skoða þegar fram í sækir rekstrarlega og faglega hagkvæmni þess að sameina rekstur Markaðsstofunnar og Upplýsingamiðstöðvar Suðurlands að hluta eða öllu leyti.

10. Tengslanet og samstarfsaðilar

Markaðsstofa Suðurlands þarf að byggja upp þéttriðið tengslanet innan og utan landshlutans á næstu mánuðum og árum. Lagt er til að fyrst um sinn verði samstarf við aðila byggt upp innan eftirfarandi hópa:

I. Samstarf innan héraðs

Fagráð atvinnulífsins (ferðaþjónusta, sjávarútvegur, landbúnaður, verslun og þjónusta, menntun, menning og opinber starfsemi). Tveir til fjórir fundir á ári með hæfilegri dreifingu innan svæðisins:

- Fag- og hagsmunafélög atvinnugreina
- Fyrirtæki á Suðurlandi
- Klasar utan ferðaþjónustu og menningar
- Fjölmíðlar/útgefendur
- Ferðamálasamtök Suðurlands
- Ferðamálafélag Austur-Skaftafellssýslu
- Upplýsingamiðstöðvar fyrir ferðamenn
- Ferðamálafulltrúar sveitarfélaganna
- Menningarfulltrúar sveitarfélaganna
- Menningarfulltrúi Suðurlands
- Safnaklasi Suðurlands/Samtök safna á Suðurlandi
- Matarklasi Suðurlands

Fagráð stoðaðila og sveitarfélaga. Árlegir fundir með hæfilegri dreifingu innan svæðisins, t.d. í tengslum við aðalfund SASS :

- Atvinnuþróunarfélag Suðurlands
- Vaxtarsamningur Suðurlands og Vestmannaeyja
- Framhaldsskólar
- Háskólar
- Háskólafélag Suðurlands
- SASS – Samtök sunnlenskra sveitarfélaga.
- Sveitarfélögin 15:

▪ Sveitarfélagið Hornafjörður	▪ Ásahreppur	▪ Bláskógabyggð
▪ Skaftárhreppur	▪ Vestmannaeyjabær	▪ Grímsnes- og Grafningsshr.
▪ Mýrdalshreppur	▪ Flóahreppur	▪ Sveitarfélagið Árborg
▪ Rangárþing eystra	▪ Skeiða- og Gnúpverjahreppur	▪ Hveragerðisbær
▪ Rangárþing ytra	▪ Hrunamannahreppur	▪ Sveitarfélagið Ölfus

Tengiliðir í hverju sveitarfélagi sem Markaðsstofan á beinan aðgang að og treystir til að miðla upplýsingum áfram

II. Samstarf utan héraðs

Samstarf við aðila utan héraðs þarf að byggjast á ólíkum forsendum. Margir þessir aðilar standa nú þegar fyrir fundum og öðru samráði sem Markaðsstofan þarf að gerast þátttakandi í.

Aðilar í ferðamálum og menningu. Samtök atvinnulífs

- Ferðamálastofa/Ferðamálaráð
- Aðrar markaðsstofur (6)
- Ferðamálafulltrúar annarra landshluta
- Menningarfulltrúar landshlutanna
- Ferðaskrifstofur og skipuleggjendur ferða
- Samtök atvinnulífsins og einstakra atvinnugreina
- Samtök í ferðaþjónustu:
- Samtök ferðaþjónustunnar og önnur samtök í ferðaþjónustu
- Samtök um sögutengda ferðaþjónustu

Stjórnsýsla og stoðstarfsemi

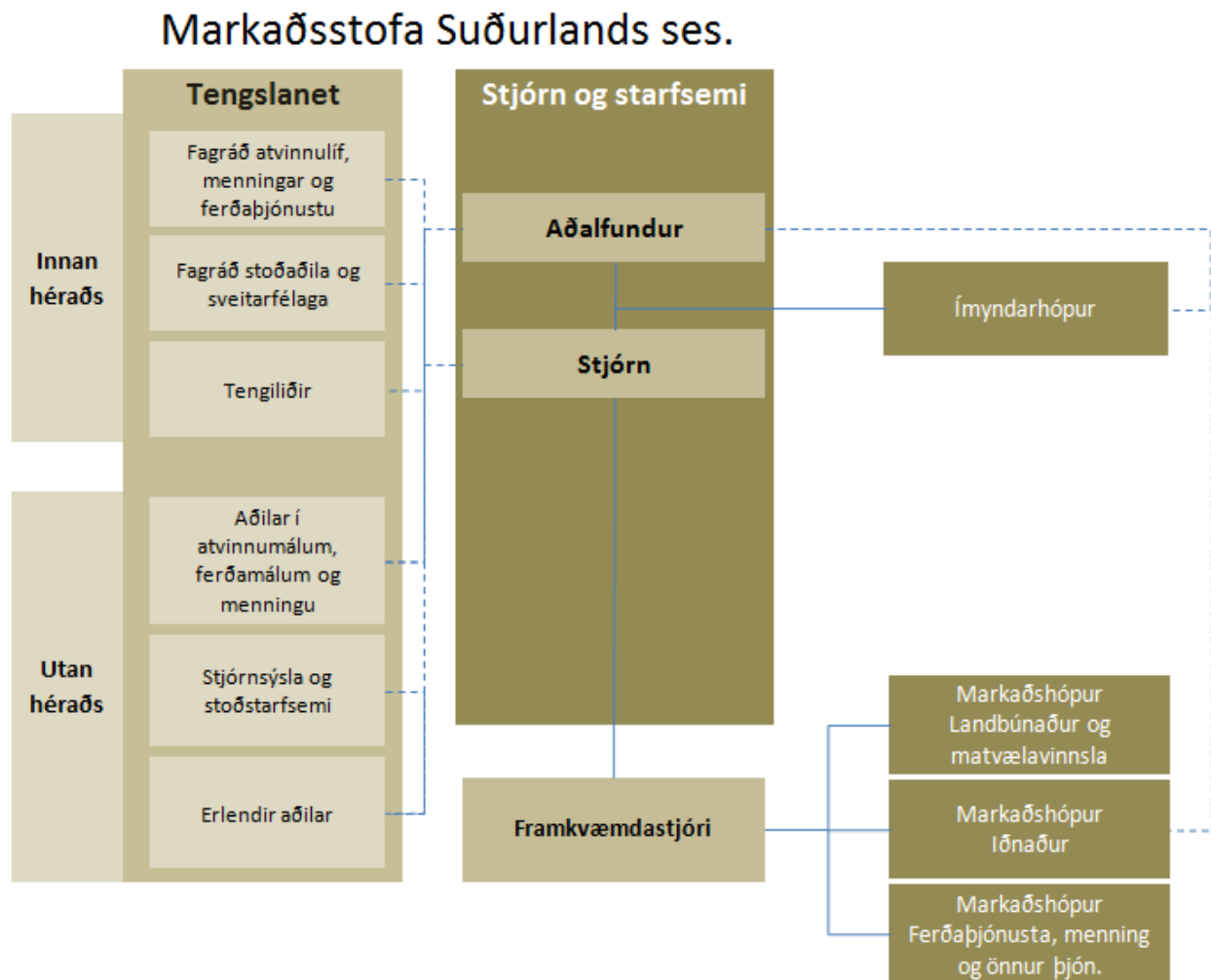
- Ráðuneyti og ráðherrar (iðnaðar, umhverfis o.fl.)
- Þingmenn Suðurkjördæmis
- Útflutningsráð
- Iðntæknistofnun/Impra
- Háskólar
- Ýmsar opinberar stofnanir svo sem:
 - Fornleifavernd ríkisins
 - Þjóðminjasafn Íslands
 - Skógræktin
 - Vegagerðin
 - Landgræðslan
- Framleiðnisjóður
- Byggðastofnun

Erlendir aðilar

- Samstarfsaðilar vegna Evrópuverkefna
- Kynningar- og söluaðilar
- Fjölmíðlar

III. Skipurit og tengslanet Markaðsstofu Suðurlands

Á myndinni hér að neðan er leitast við að sýna skipurit Markaðsstofu Suðurlands ásamt tengslaneti og faghópum.



11. Áætlanir um stofnkostnað, rekstur og fjármögnun

Neðangreind tafla sýnir grófa rekstraráætlun Markaðsstofu Suðurlands árin 2009 og 2010. Forsendur hennar eru m.a. að starfsemi Markaðsstofunnar hefjist að fullu þann 1. júní 2009 og að starfsemin verði í sameiginlegu skrifstofurými með öðrum aðila, t.d. Atvinnuþróunarfélagi Suðurlands. Gert er ráð fyrir framkvæmdastjóra og starfsmanni sem vinni sérstaklega við að ljúka upplýsingaöflun og sölu aðgangs að www.south.is enda standi tekjur af verkefninu undir kostnaði vegna launa hans. Aðrar forsendur áætlunarinnar eru eftirfarandi:

- Kostnaður við stofnbúnað nemur 980.000 kr. m.v. sameiginlegt skrifstofurými með öðrum aðila en 3,0 mkr. verði um sjálfstætt skrifstofuhald að ræða.
- Gert er ráð fyrir að sveitarfélög með um helming íbúa Suðurlands verði þátttakendur í Markaðsstofunni á árinu 2010. Gjaldið sem þau greiði verði 650 kr. á íbúa.

	Fj. aðila/íbúa	2009	Fj. aðila/íbúa	2010
Stofnfé		6.000.000		
Tekjur		8.600.000		23.922.950
Framlög ríkis og sveitarfélaga til kynningarmála		6.500.000		6.500.000
Samningur Ferðamálastofu og Markaðsstofu Suðurlands		6.500.000		6.500.000
Önnur framlög ríkis og sveitarfélaga		0		0
Tekjur af auglýsingum		0		0
Félagsgjöld		0		13.822.950
Atvinnugreinar (rekstraraðilar)	0	0	60	5.280.000
Sveitarfélög	0	0	13.143	8.542.950
Vaxtatekjur		0		0
Styrkir, framlög og gjafir sem stofnuninni kunna að berast		0		0
Aðrar tekjur - sértekjur		2.100.000		3.600.000
Tekjur og stofngjöld samtals		14.600.000		23.922.950
	Fj. mán.		Fj. mán.	
Stofnbúnaður		980.000		0
Gjöld		13.620.000		23.922.950
Laun og launatengd gjöld	7	7.350.000		12.600.000
Framkvæmdastjóri	7	4.200.000	12	7.200.000
Starfsmáður	7	2.100.000	12	3.600.000
Stjórn, markaðshópar og annar stjórnunarkostnaður	7	1.050.000	12	1.800.000
Stofnkostnaður		4.000.000		0
Húsnæðiskostnaður	7	1.260.000	12	2.160.000
Bókhald og önnur fjármálaumsýsla	7	700.000	12	1.200.000
Markaðsmál		310.000		7.962.950
Mismunur tekna og gjalda		0		0

Forsendur um félagsgjöld fyrirtækja

Fj. starfsmanna	Árgjald egi af heild	Vegið árgjald
<5	40.000	40,0%
5-9	80.000	40,0%
10-20	150.000	10,0%
20 og yfir	250.000	10,0%
Vegið meðaltal		88.000

12. Niðurstaða og tillögur

Markaðsstofa Suðurlands hefur verið stofnuð. Mikilvægt er að starfsemi hennar hefjist sem fyrst og fyrstu mikilvægu skrefin í sameiginlegri vinnu atvinnugreina og svæða í markaðssteningu og kynningu verði tekin.

I. Framtíðarsýn

Lagt er til að framtíðarsýn Markaðsstofu Suðurlands verði eftirfarandi:

Markaðsstofa Suðurlands verði í fararbroddi og forsvari í kynningu- og markaðssetningu á Suðurlandi bæði innanlands og erlendis. Suðurland og einstök svæði þess verði talið álitlegur kostur til búsetu. Framboð á þjónustu og framleiðsluvörum svæðisins verði fjölbreytt og litskrúðugri menningu þess og fjölbreyttri náttúru komið á framfæri með margvíslegum hætti.

II. Stefna

Lagt er til að stefna Markaðsstofu Suðurlands verði eftirfarandi:

- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að byggja upp á metnaðarfullan hátt sameiginlega kynningu og markaðssetningu á Suðurlandi í heild bæði innanlands og utan.*
- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að leggja áherslu á að skapa sterka og jákvæða ímynd Suðurlands og gera landshlutann þekktan fyrir vöru- og þjónustugæði sem uppfylli þarfir markaðarins.*
- *Markaðsstofa Suðurlands ætlar að taka tillit til allra atvinnugreina landshlutans og sérkenna einstakra svæða frá austri til vesturs því samstarf allra atvinnugreina og svæða er lykilatriði við að ná árangri í eflingu Suðurlands.*

III. Hlutverk

Lagt er til að meginhlutverk Markaðsstofu Suðurlands verði eftirfarandi:

1. *Skapa jákvæða ímynd og vera samnefnari í markaðssetningu á Suðurlandi.*
2. *Auka samstarf í markaðsmálum milli aðila á Suðurlandi.*
3. *Veita einstökum aðilum eða hópum á Suðurlandi faglegan stuðning við markaðssetningu.*

IV. Verkefni og tímasetningar þeirra

Lagt er til:

- **að starfsemi Markaðsstofu Suðurlands hefjist eigi síðar en 1. júlí.**
 - að starfsemi Markaðsstofu Suðurlands verði í sameiginlegu húsnæði með Atvinnuþróunarfélagi Suðurlands og ef til vill annarri stoðstarfsemi svo sem Menningarráði Suðurlands.
 - að auglýst verði eftir forstöðumanni sem fyrst og hann ráðinn í júní 2009.
 - að sem fyrst verði ráðinn sérstakur starfsmaður til að sinna vefnum www.soth.is
- **að hafin verði endurskoðun á samþykktum Markaðsstofu Suðurlands með það að markmiði að opna fyrir beina þátttöku fyrirtækja, sveitarfélaga og stofnana frá 1. janúar 2010.**
 - að unnið verði að því að tryggja fjárhagslega burði Markaðsstofu Suðurlands til þess að takast á við það gríðarlega mikilvæga verkefni að kynna og markaðssetja Suðurland.
 - að fyrir 1. nóvember 2009 verði búið að kynna Markaðsstofu Suðurlands fyrir sveitarfélögum og fyrirtækjum og tryggja þátttöku þeirra að einhverju marki.
- **að hafin verði vinna við gerð heildstæðrar markaðsstefnu og henni lokið fyrir 1. febrúar 2010.**
 - að stofnaðir verði ráðgjafarhópar atvinnugreina sem fyrst af stjórn Markaðsstofu Suðurlands. Þeir starfi til bráðabirgða þar til kosning formlegra hópa hefur farið fram á aðalfundi stofunnar. Markaðshóparnir vinni að heildstæðri markaðsstefnu svo og markaðsstefnu einstakra atvinnugreina.
 - að stofnaður verði ímyndarhópur til hliðar við stjórn Markaðsstofu Suðurlands sem hafi það hlutverk að marka Suðurlandi sameiginlega ímynd en vinna jafnframt að því að festa í sessi ímynd einstakra svæða.
- **að unnið verði að því frá fyrsta degi í starfsemi Markaðsstofu Suðurlands að efla samstarf og samráð aðila í atvinnurekstri og þjónustu. Ennfremur að treysta samtengingu allra byggðarlaga Suðurlands með aðkomu sveitarfélaganna að Markaðsstofunni. Í þessu skyni verði stofnað til:**
 - Fagráða atvinnulífs og stoðkerfis.
 - Ráðgjafarhópa um markaðssetningu atvinnugreina.
 - Tengiliða í hverju byggðarlagi.
- **að unnin verði áætlun um mikilvægustu skref í kynningu Suðurlands fyrir 1. ágúst 2009.**
 - að upplýsingavefurinn www.south.is verði eflur og bættur til kynningar á allri þjónustu og afþreyingu á Suðurlandi. Unnið verði að því að gera vefinn að bókunar- og söluvef.
 - að vinna tillögur að útgáfu á prentuðu kynningarefni.
 - að Markaðsstofan hvetji til kannana um ánægju viðskiptavina og íbúa.
- **að unnið verði að innri uppbyggingu Markaðsstofu Suðurlands með það að markmiði að gera stofuna að öflugum kynningar- og stuðningsfyrirtæki.**
 - að byggður verði upp innri vefur Markaðsstofu Suðurlands til upplýsingamiðlunar og samskipta við atvinnulíf og stofnanir.
 - að byggður verði upp ljósmynda- og gagnagrunnur í eigu Markaðsstofu Suðurlands.

- að fræðsla, ráðgjöf og áhersla á gæðamál verði einkenni á starfsemi Markaðsstofu Suðurlands og þessir þættir byggðir upp samhliða markaðs- og kynningarstarfi.
- að skammstöfunin MSS verði notuð fyrir Markaðsstofu Suðurlands í merki og annarri kynningu. Að öllu jöfnu fer þó betur á því að nota fullt heiti stofunnar í almennt umfjöllun.
- **að rekstur upplýsingamiðstöðva á Suðurlandi verði ekki tengdur rekstri Markaðsstofu Suðurlands fyrst um sinn a.m.k. vegna ólíkra hagsmuna í rekstri og starfsemi. Slíkur samrekstur verði þó skoðaður þegar fram í sækir.**
- **að Markaðsstofa Suðurlands taki þátt í samstarfi markaðsstofa annarra landshluta og Ferðamálastofu.**
 - að unnið verði að því að byggja upp tengsl við fjölmiðla, opinbera aðila, ferðaskrifstofur og aðra mikilvæga aðila utan sem innan héraðs.

Fylgiskjal 1: SVÓT greining fyrir Suðurland

Styrkleikar

<p style="text-align: center;">Suðurland</p> <p style="text-align: center;">Staðsetning gagnvart flugvelli - höfuðborgarsvæði - Gullfoss, Geysir ofl. Góðar samgöngur og fært allt árið - Batna við flugvöll á Bakka Rokið - veðrið getur verið söluvara Fjölbreytt náttúra - Fjölbreytt matvælaframleiðsla - Orka Margt fólk og mikill mannauður, fjölbreyttur. - Péttleiki byggðar / fjölbreytt byggðamynstur Mikil saga og fjölbreyttir sögustaðir - Fornminjar skráðar á Suðurlandi. Sveitarfélagaskipan getur verið styrkleiki Ferðamenn geta séð flóru Íslands á Suðurlandi á stuttum tíma Mikil gróska í menningu og mörg tækifæri.</p>		
<p>Ferðapjónusta</p> <p>Fjölbreytni í ferðapjónustu og náttúru. Mikill metnaður og mikið þjónustuframboð. Stuttar vegalendir á milli áhugaverðra svæða. Tveir þjóðgarðar. Mikil söfn - fjölbreytni. Framboð á afþreyingu er mikið - Hestar ofl. Fjölbreytni í þessari þjónustu styrkir svæðið í samkeppni. Svæðisbundið samstarf er gott á sumum stöðum. Mikið lagt upp úr þjónustugæðum. Sundlaugar margar. Á bátnum og bryggju. Matarklasar.</p>	<p>Framleiðsla</p> <p>Öflugt mjólkurbú og sláturhús. Fjölbreytt framleiðsla. Beint frá býli - áhugi á að efla. Gott ræktunarland Jarðhiti Garðyrkja / grænmeti. Fjölbreytni í veiðum og vinnslu. Fyrirtæki í eigu heimamanna. Nálægt stóru markaðssvæði. Sunnlensk framleiðsla.</p>	<p>Þjónusta</p> <p>Fjölbreytt þjónusta. Auðvelt aðgengi að fjölbreyttu fjarnámi. Odýrari vörur/þjónusta og þjónustustig hátt.</p>

Veikleikar

<p>Suðurland Vegalengdir á öllu svæðinu - ca. þriðjungur af hringveginum. Mismunandi veikleikar eftir svæðum. Óljós stefna og ónóg samvinna "Hrepparígur"</p>		
<p>Ferðapjónusta</p> <p>Fábreytt afþreying á sumum svæðum. Stuttur þjónustutími yfir árið. Ónógt framboð af minjagripum. Margir einyrkjar - lítil samninna. Ónógar upplýsingar um hvað er í boði. Ónóg þekking á þjónustutilboðum hjá starfsmönnum í ferðapjónustu - skortur á þjálfun. Ónóg samvinna milli upplýsingamiðstöðva á Suðurlandi og virka ekki sem heild. Vegamerkingar litlar - Þarf að merkja hvern stað fyrir sig, t.d. sögufæga staði. Almenningsamgöngur - Ekki hægt að fara á rútu á Gullfoss og Geysi t.d.</p>	<p>Framleiðsla</p> <p>Dreifing afurða frá matvælafyrirtækjum. Hafa misst þekkt vörumerki af svæðinu.</p>	<p>Þjónusta</p> <p>Lítill samvinna milli þjónustugreina og starfsmenn ekki nógu upplýstir.</p>

Ógnanir

<p style="text-align: center;"> Suðurland Náttúruvá Orkuvinnsla Nálægð við höfuðborgarsvæði - erfiður samkeppnisaðili Gott veður í desember Íbúafækkun Hellsheiði og Suðurlandsvegur milli höfuðborgarsvæðis og Selfoss Óvissa á sveitarstjórnarstigi - skortur á samvinnu Pólítísk togstreita. Styrking annarra landshluta - getur leitt til erfiðari samkeppni </p>		
<p>Ferðapjónusta</p> <p>Flugsamgöngur til landsins - ef nahagskreppan. Lítil metnaður - ónógt frumkvæði</p>	<p>Framleiðsla</p>	<p>Pjónusta</p>

Tækifæri

<p>Suðurland Sveitarfélagaskipan getur verið tækifæri Meiri kynning á menningarstarfsemi Náttúruvá Ein heildstæð stefna og viðurkenna og virkja mismunandi styrkleika hvers svæðis "Perlufesti" Kynna og "eigna" sér tiltekna sérstöðu (flestar hestar á Suðurlandi) Aukin markaðssetning og fjölbreyttara kynningarefni, t.d. beint í bílinn.</p>		
<p>Ferðapjónusta</p> <p>Uppsetning leikhóps Lengja stopp ferðamanna - bjóða pakka. Auka afþreyingu. Útsýnisflug yfir Suðurland - tengja jafnvel við flug til VM. Bjóða upp á sveitaball sem hluta af afþreyingu fyrir ferðamenn. Auka afþreyingu fyrir börn - jafnvel væri nóg að kynna hana betur. Efla upplýsingamiðstöðvarnar og bæta samvinnu og samstarf við atvinnuþróun. Gjaldskrá of há fyrir börn, þ.e. að líta á börn fram að 18 ára. Fleiri hafi opið í þjónustu á sviði hestamennsku. Meiri samantekt á upplýsingum um afþreyingu t.d. hestamennsku. Meiri tengsl upplýsingamiðstöðva við þjónustuaðila og auka upplýsingamiðlun. Nýta staðbundna þekkingu betur.</p>	<p>Framleiðsla</p> <p>Fjölbreytt matvælaframleiðsla sem hægt er að kynna betur. Sunnlendingar eignir sér byggð sem framleitt er á Suðurlandi - einnig t.d. hverabrauðið. Rabarbarakaramella.</p>	<p>Þjónusta</p> <p>Auka framboð á menntun</p>