



Athugasemdir og hugleiðingar varðandi skýrslu: Norðurland – okkar áfangastaður.

Skýrslan er mjög vel undirbúin, skilmerkileg, vel fram sett og uppbyggð. Atvinnu- og nýsköpunarnefnd lýsir yfir ánægju sinni með skýrsluna en fól sveitarstjóra að koma á framfæri nokkrum athugasemdum.

Í skýrslunni er komið inn á „markaðssetningu svæðisins“ og þar er á stundum hugtakið „markaðssetning“ sett fram sem einn hluti fræðigreinarinnar „Markaðsmál“ og það notað yfir hugtakið „kynning“ sem er einn hluti markaðssetningar og ásamt vöru – og hugmyndaþróun, auglýsingum, prófunum, tilraunasölu og endurkaupum. Kynning og þar með taldar auglýsingar er eins og orðin benda til aðferð til að verkja athygli á vöru eða þjónustu sem tilbúin er til að setja á markað. Því ætti í flestum tilfellum að tala um kynningu á þjónustunni og taka með í dreifileiðir sem ferðamenn nota til að kynna sér framboð.

Markaðssetning er ferli frá hugmynd til sölu á vöru eða þjónustu og einfaldasta skilgreiningin er „.... Að þróa og aðlaga vöru og þjónustu að óskum og þörfum hugsanlegs viðskiptavinar“. Margar aðrar og nákvæmari skilgreiningar eru til á fræðigreininni en þessi látin nægja. Í þessu felst að í fræðigreininni er kynning aðeins einn hluti, hvort sem hún er munnleg (frá manni til manns), skrifleg eða sett fram sem auglýsingarefni í fjölmiðlum, á samfélagsmiðlum eða á annan hátt.

Ferðþjónusta er tiltölulega ung atvinnugrein á Íslandi sem hefur þó þróast hratt þannig að uppbygging innviða hefur á stundum ekki haldist í hendur við þarfir ferðamanna. Þá hefur atvinnugreinin ekki náð þeim markmiðum sem alltaf þarf að hafa í huga varðandi verðlagningu á vörum og þjónustu en það er að gæði haldist í hendur við verð. Verðlagning vöru og þjónustu er hægt að ákvaða út frá eftirfarandi þáttum, hverjum og einum eða samþættingu þeirra.

- Að reikna út kostnað (fastan + breytilegan + hagnað) og ákveða verð út frá því.
- Að verðleggja samkvæmt verði keppinautar sem þá er yfirleitt sterkari á markaði.
- Að finna út hvað viðskiptavinurinn er tilbúinn að greiða (láta markaðinn ráða) en það er erfiðasta leiðin til verðlagningar.

Lítið er minnst á „Slow tourism“ eða það sem kallað hefur verið „hæg ferðamennska“ sem felst í því að fara á einn stað og njóta alls þess sem áfangastaðurinn hefur uppá að bjóða og framleitt er eða einkennir þann stað sem ferðamaðurinn dvelur á. Þetta kemur m.a. fram í meðaltalsdöl á svæðinu sem er 1 – 3 dagar. Í hægferðamennsku er viðmiðið oft allt að ein vika eftir því hve fjölbreytt framboð afþreyingar og þjónustu er ásamt gæðum hennar og hvort um er að ræða framleiðsluvöru í héraði.

Langanesbyggð
Sveitarstjóri



Friðlýsingarverkefnið er í höndum Umhverfisstofnunar sem hefur gert hagsmunaaðilum grein fyrir stöðu mála eftir því sem fram vindur en mesta vinnan er að ná á landeigendur og kynna hugmyndirnar fyrir þeim. Það hefur verið megin hlutverk Umhverfisstofnunar undanfarið en stofnunin hefur nýlega verið sameinuð undir nafninu Umhverfis- og Orkustofnun sem Gissur Pétursson fv. forstjóri Járblendiverksmiðjunnar á Grundartanga veitir forstöðu.

Verkefninu brothættar byggðir á Bakkafirði er nú lokið og sveitarfélagi hefur tekið boltann og ætlar að halda því áfram undir öðrum formerkjum og forgangsverkefnum. Þegar rætt er um „minna túristavænt“ eðli þorsins á Bakkafirði (bls. 68) er væntanlega átt við skort á grunnþjónustu.

Flugvélaflakið (bls. 74) hefur verið selt af eiganda þess til Rangárpings eystra og hefur verið komið fyrir undir Eyjafjöllum.

SVÓT greiningin (bls. 76) er vel gerð og vekur áhuga á að gera betur á þeim sviðum sem hægt er.

Í kafla um aukið samstarf á milli fyrirtækja, íbúa og stjórnvalda er talað um niðurgreiðslu á rafmagni til handa fyrirtækjum (bls. 104). Verkefnastjóri innviða hefur haft það að sínu aðalverkefni að tryggja meiri orku til NA hornsins.

Langanesbyggð hefur í mörg ár ekki tekið gjald fyrir lóðir sem úthlutað er til fyrirtækja eða einstaklinga. Þeir greiða aðeins byggingaleyfisgjöld og tengigjöld til sveitarfélagsins og orkufyrirtækja.

Björn S. Lárusson
Sveitarstjóri.