

Ímynd Íslands og Reykjavíkur –stefnumótunartillögur

Stefnumótunarmarkmið

Það er mikilvægt að aðgreina Ísland frá samkeppnislöndunum. Markmiðið ætti að vera að Ísland og Reykjavík séu þekkt erlendis sem land hreinleika og ósnortinnar náttúru. Og ef viljinn er fyrir hendi gæti Reykjavíkurborg orðið þekkt sem hreinasta höfuðborg Evrópu. Það myndi meðal annars veita upp á móti þeirri ímynd sem hún hefur sem skemmtanaborgin mikla, sem voru niðurstöður könnunar Netsins á meðal starfsmanna í ferðaþjónustu um ímynd Íslands og Reykjavíkur. Sú grein birtist í Morgunblaðinu í nóvember í fyrra. Einnig birtust niðurstöður eldri rannsóknar fyrirtækisins meðal 600 neytenda á Norðurlöndunum um ímynd Íslands, íslenskra vöru og þjónustu. Í þessari grein verður skoðað hvernig upplýsingarnar úr könnuninum nýtast í stefnumótun. Eldri greinar um málefnið eru á vefsíðunni www.netid.is.

Hrein torg - fögur borg



"Hrein torg fögur borg" var höfundi innrætt í ásku. Reykjavíkurborg hefur alla burði til þessa verkefnis. Í framkvæmd yrði að setja lög og reglur um sektargreiðslur þegar hverskonar sóðaskapur er viðhafður á götum svo sem rusli hent á götum, sígarettustubbum úr bílum, flöskur mölvaðar og svo framvegis. Höfundi er minnstætt frá ferð til Flórída hve allt var hreint, en umferðarskilti þar boða 50 dollara sekt við að henda rusli á götur! Beita verður lögreglusamþykkt að til að við náum þeirri ímynd sem við viljum byggja upp. Slagorð

Reykjavíkurborgar gæti með tíð og tíma orðið "Pure energy in Europe's cleanest capital!". Strandlengjan þarf einnig að vera hrein! Ímynd borgarinnar yrði þá skemmtileg, hrein og fögur.

Styrkleikar og markaðsbreytur Íslands og höfuðborgarinnar

Umhverfi okkar og náttúran er dýrmætasta auðlind landsins, og dregur flesta ferðamenn til landsins. Eftirfarandi atriði önnur aðgreina Ísland og Reykjavík og má nýta sem markaðsbreytur:

1. **Náttúruauðlindir** eins og **jarðvarmi** - Ein okkar allra dýrmætasta og aðgreinandi náttúruauðlind er jarðvarminn og heita vatnið. Auk Bláa Lónsins eru og verða sundlaugar einn af hornsteinum í ímynd Reykjavíkur og Íslands. Engin borg býður upp á ("spa") heitar sundlaugar, heita potta, gufubað, heitar sturtur og margt fleira fyrir aðeins um þrjár og hálfu evru.
2. **Hreinleiki** - Hreint land og bæir er nauðsynlegur grundvöllur fyrir mögulegan sess Reykjavíkur sem hreinasta höfuðborg í Evrópu. Sveitarfélög ættu að setja sér stefnumótandi markmið í þeim tilgangi. Auðlindir eru til staðar sem ættu að geta gert Reykjavík að hreinustu höfuðborg í Evrópu eða jafnvel í heimi!



3. **Skemmtanir**, næturlíf, afþreying og menning - Reykjavík hefur skapað sér sess sem skemmtanaborg sem býður einnig upp á mikla afþreyingarmöguleika í næsta nágrenni sínu, eins og vinsælar náttúru-, jeppa-, jökla- og hestaferðir. Reykjavíkurborg státar einnig af mörgum og merkilegum söfnum og það sama á við víða á landsbyggðinni.
4. **Gæði veitingastaða** - Fyrsta flokks veitingastaðir eru í Reykjavík og standast samanburð við hvaða land sem er. Ákveðin offjórðfesting í atvinnugreininni er þó áhyggjuefni. Hátt áfengisgjald og hráefnisverð kemur sér einnig illa varðandi samkeppnishæfni Reykjavíkur, ekki síst við samkeppnisborgir, til að mynda í Austur-Evrópu.
5. **Mannauður** - Eftir búsetu í öðrum löndum og ferðalög til fjölda landa, sér maður að Íslendingar eru á fjölda sviða duglegri og kraftmeiri en margar þjóðir. Mikilvægi mannaúðs á Íslandi og fyrirtækja sem byggja á honum mætti kynna

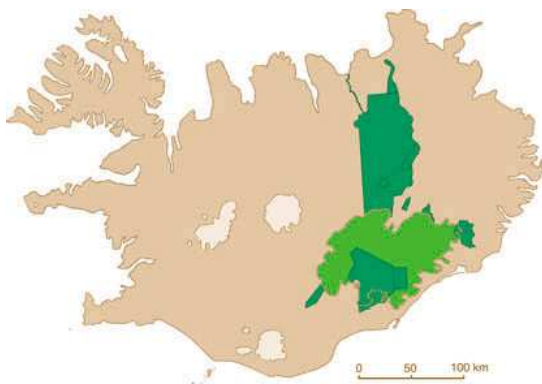
betur erlendis. Samtenging mannaúðs og náttúru er eftirsóknarverð, þ.e. mannaúðurinn sem byggir samkeppnisforskot sitt á hinni hreinu náttúru og borg.

Veikleikar

Ákveðin skortur er á áþreifanlegu heildarvörumerki fyrir Ísland og víða hefur landið ímynd kulda og myrkurs. Þetta á einkum við eftir því sem fjær dregur Íslandi, svo sem í Bandaríkjunum. Þó hefur þokast í rétta átt, til að mynda vegna markaðsverkefnisins "Iceland naturally" í Bandaríkjunum, sem er samstarfsverkefni nokkurra fyrirtækja og tilgangurinn að auka eftirspurn eftir íslenskum vörum og þjónustu í Norður-Ameríku. Stefnumótunarhluti eldri rannsóknar fjallaði töluvert um mikilvægi samtakamáttar í markaðsstarfi. Það er ákjósanlegt að nokkrar atvinnugreinar keppi að sameiginlegu markmiði, ekki síst þegar markaðsfjármunir einstakra fyrirtækja eru takmarkaðir. Nú er stefnt að því að "Iceland naturally" verði einnig sett á laggir á Evrópumarkaði.

Þróun nýrra auðlinda og samkeppnishæfni

Dýrmætasta auðlind landsins er umhverfi okkar og náttúra. Rannsóknin á Norðurlöndunum sýndi að svarendur tengja Ísland frekar við hreina náttúru en stórfenglega, þann sess hefur Noregur í huga þeirra. Íslendingar eiga nú stærsta þjóðgarð í Vestur-Evrópu, Vatnajökulsþjóðgarð, stórt, áþreifanlegt tákn fyrir hreinleikann í landinu og einn af hornsteinum ímyndar landsins. Með slíkt tákn fyrir hreina og ósnortna náttúru er auðvelt að vekja áhuga fjölmiðla á að fjalla um landið og sannfæra almenning erlendis um að gæði eru einkennandi fyrir landið, íslenska framleiðslu og þjónustu. Myndin sýnir þjóðgarðinn og þau svæði sem nú eru vernduð, áhugaverð svæði og nýjar hugmyndir að verndarsvæðum. Hugmyndin var upphaflega sett fram af Sverri Sveini Sigurðarsyni viðskiptafræðingi. Tillögurnar varðandi þjóðgarð og hornstein voru settar fram í stefnumótunarhluta rannsóknarinnar frá 1998 en urðu að veruleika 2004 þegar ríkisstjórnin samþykkt stofnun Vatnajökulsþjóðgarðs.



Hugmyndir okkar tóku ekki afstöðu með ákveðnum sjónarmiðum, hvorki eindreginnar náttúrverndar né óheftrar orkunýtingarstefnu, þar sem gert er ráð fyrir að virkjanir séu staðsettar fyrir utan friðaða svæðið.

Mynd af þjóðgarði:

Hornsteinn í ímynd landsins og stærst þjóðgarður í Vestur-Evrópu.

Lokaorð

Með rétttri vinnu fagmanna, til að mynda í stefnumótun og markaðsmálum er hægt að skapa Íslandi og Reykjavík enn verðmætari sess erlendis. Tillögur voru settar fram á sínum tíma um meðal annars að aðgreina landið á sem jákvæðastan hátt með því að hér verði stærsti þjóðgarður í Vestur-Evrópu, sem getur með tíð og tíma sé rétt haldið á spilunum orðið hornsteinn ímyndar landsins og tákn um hreinleika landsins og afurða þess. Jafnframt eru hér settar fram tillögur um að Reykjavíkurborg marki sér þann sess að verða þekkt sem hreinasta höfuðborg í Evrópu auk annarra markaðsbreyta sem aðgreina Ísland og Reykjavík frá öðrum löndum. Mannauðurinn á svo uppsprettu sína í landi hreinleikans!

___Höfundur er rekstrarhagfræðingur og framkvæmdastjóri fyrirtækisins NETIÐ markaðs- og rekstrarráðgjöf, hakon@netid.is