

Abstract

The goal of this project is to answer the main question:

How is it possible to market Dalvíkurbyggð as a tourist destination?

Tourism agents would have to begin to develop a strategy for Dalvíkurbyggð so marketing will be more successful in the area. The agents have to realize the leisure activities that Dalvíkurbyggð has to offer and how it can interest tourists. The area has to be attractive so the tourists will be drawn to it. Good transportation is not enough if nothing interesting is going on. Dalvíkurbyggð offers all kind of leisure opportunities, for example a swimming pool, a museum, golf, hiking and skiing.

Research has been done for the Iceland Tourist Board regarding the domestic traveling habits of Icelanders. The results of this research showed that most people travel with their families and that is the reason why the authors propose that the target market will be families aged 20-40.

The authors interviewed two men that have helped building up the tourist resorts of Húsavík and Hofsó. They agreed that working together and communicating is the most important thing. Besides the interviews, focus groups were used to sample attitudes towards Dalvíkurbyggð. The outcome of the focus groups showed that most people made a connection between fish and Dalvíkurbyggð. No previous research has been done by tourist agents in Dalvíkurbyggð. This study, however, indicates that there are opportunities for developing the area as a tourist destination because of its natural resources and leisure opportunities.

Keywords:

Dalvíkurbyggð

Leisure

Marketing

Tourism

Strategy

Útdráttur

Megin viðfangsefni verkefnisins er að greina stöðu Dalvíkurbyggðar sem ferðamannastaðar og lögð áhersla á að svara rannsóknarspurningunni:

Hvernig er hægt að bæta stöðu Dalvíkurbyggðar sem ferðamannastaðar?

Til að bæta stöðu Dalvíkurbyggðar sem ferðamannastaðar væri fyrsta skref ferðaþjónustuaðila að gera stefnumótun fyrir Dalvíkurbyggð svo hægt verði að markaðssetja svæðið sem ferðamannastaður. Ferðaþjónustuaðilar þurfa að gera sér grein fyrir þeim auðlindum sem til staðar eru og vekja áhuga ferðamanna á þeim. Svæðið þarf að búa yfir aðdráttarafli svo ferðamennirnir komi þangað, ekki er nóg að hafa aðeins góðar samgöngur ef ekkert er um að vera. Í Dalvíkurbyggð er að finna ýmsa afþreyingu svo sem sundlaug, Byggðasafnið Hvoll, golf, gönguleiðir og skíðasvæði.

Niðurstöður könnunar sem gerð var fyrir Ferðamálaráð Íslands um ferðavenjur Íslendinga innanlands, leiddu í ljós að flestir ferðast með maka eða fjölskyldu. Á grundvelli þeirrar niðurstöðu leggja höfundar til að markhópurinn verði fjölskyldufólk á aldrinum 20- 40 ára.

Höfundar tóku viðtöl við framtakssama menn sem hafa staðið í ströngu, ásamt öðrum, við að byggja upp Húsavík og Hofsós sem ferðamannastaði. Ýmislegt nýtsamlegt kom í ljós í viðtölunum sem hægt væri að nýta við uppbyggingu á Dalvíkurbyggð. Þar á meðal hversu mikilvægt það er að hafa rétta fólkið í réttum störfum ásamt því sem samvinna ferðaþjónustuaðila skiptir miklu máli. Auk þess að taka viðtöl framkvæmdu höfundar rýnihópa, þar sem fram kom að álit almennings á Dalvíkurbyggð er almennt gott og tengdu flestir þátttakenda svæðið við fisk eða Fiskidaginn mikla.

Ekki hefur verið staðið að neinni markvissri uppbyggingu í Dalvíkurbyggð sem ferðamannastaður og telja höfundar að af nógu sé að taka, því mikið er af auðlindum og afþreyingu á svæðinu.

Lykilorð:

Markaðssetning

Stefnumótun

Dalvíkurbyggð

Ferðamannastaður

Afþreying