



# **Heilsutengd ferðamennska - vellíðun á Íslandi**

Jenný Maggý Rúriksdóttir



**Líf- og umhverfisvísindadeild  
Háskóli Íslands  
2010**

# Heilsutengd ferðamennska – vellíðun á Íslandi

Jenný Maggý Rúriksdóttir

10 eininga ritgerð sem er hluti af  
*Baccalaureus Scientiarum* gráðu í Ferðamálafræði

Leiðbeinandi  
Rannveig Ólafsdóttir

Líf- og umhverfisvísindadeild  
Verkfræði- og náttúruvísindasvið  
Háskóli Íslands  
Reykjavík, maí 2010

Heilsutengd ferðamennska- vellíðun á Íslandi  
Heilsutengd ferðamennska  
10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í Ferðamálafræði  
Höfundarréttur © 2010 Jenný Maggý Rúriksdóttir  
Öll réttindi áskilin

Líf- og hugvísindadeild  
Verkfræði- og náttúruvísindasvið  
Háskóli Íslands  
Sturlugata 7  
101 Reykjavík

Sími: 525 4600

Skráningarupplýsingar:  
Jenný Maggý Rúriksdóttir, 2010, *Heilsutengd ferðamennska- vellíðun á Íslandi*, BS  
ritgerð, Líf- og hugvísindadeild, Háskóli Íslands, 38 bls.

Prentun: Háskólaprent  
Reykjavík, júní 2010

## Yfirlýsing

Hér með lýsi ég því yfir að ritgerð þessi er samin af mér og að hún hafi hvorki að hluta til né í heild verið lögð fram áður til hærri prófgráðu.

---

*Jenný Maggý Ríkisdóttir*

## Ágrip

Heilsutengd ferðamennska er nýlegt hugtak þó segja megi að slík ferðamennska hafi verið stunduð með óbeinum hætti frá örófi alda. Skiptar skoðanir eru á því hvernig eigi að skilgreina hugtakið og felst ágreiningurinn aðallega í því hversu víð eða þröng skilgreiningin eigi að vera. Markmið þessarar rannsóknar er að kanna hvað felst í heilsutengdri ferðamennsku, þ.e. mismunandi skilgreiningar á henni og hvernig hún er á Íslandi í dag ásamt því að kanna framtíðaráform henni tengdri hér á landi. Til að meta þetta voru viðtöl tekin við 8 viðmælendur sem á einn eða annan hátt koma að heilsutengdri ferðamennsku á Íslandi.

Helstu niðurstöður þessarar rannsóknar gefa til kynna að mismunandi skoðanir eru á því hvernig skilgreina megi heilsutengda ferðamennsku og virðist sitt sýnast hverjum í þeim málum. Heilsutengd ferðamennska virðist vera á byrjunarreit vaxtar samkvæmt Líftímakúrfu vöru en framtíðaráform hennar eru björt og er vonin sú að hún verði ein af meginstöðum í ferðamennsku á Íslandi.

## **Abstract**

Health related tourism is indeed a new concept even though that type of tourism has been around for ages. There are differences of opinions of how to declare this concept but it seems like so many minds in that matter. Then there are often debates about how wide or tight the concept is declared. The main goal of this research is to examine what health related tourism is, how it is declared and how it is in Iceland today as well as examining the future plans for health related tourism in Iceland. Eight interviews were taken with interlocutors who have connections to health related tourism in Iceland in one way or another.

The main results of this research shows that there are different opinions how to declare health related tourism and it seems that individuals have their own opinions about it. Health related tourism seems to be in the beginning of the growth stage compared to the Product life cycle. The future for health related tourism seems bright and the expectation is that it will be the main support of tourism in Iceland.

## **Þakkarorð**

Ég vil þakka öllum þeim sem komu mér að liði við þessa rannsókn. Öllum viðmælendum mínum, en þó sérstaklega þeim Magnúsi Orra Schram og Sigmari B. Haukssyni fyrir góðar upplýsingar um heilsutengda ferðamennsku. Ég vil þakka Þórarni Hjaltasyni og Ólöfu Guðmundsdóttur fyrir að lesa yfir ritgerðina og gefa mér uppbyggilega gagnrýni á hana. Einnig vil ég þakka Rannveigu Ólafsdóttur leiðbeinanda mínum, bekkjarsystur og vinkonum fyrir góðan stuðning á meðan á verkefnavinnu stóð.

# Efnisyfirlit

<b>Yfirlýsing</b>	<b>ii</b>
<b>Ágrip</b>	<b>iii</b>
<b>Abstract</b>	<b>iv</b>
<b>Þakkarorð</b>	<b>v</b>
<b>Efnisyfirlit</b>	<b>vi</b>
<b>Myndaskrá</b>	<b>vii</b>
<b>1 Inngangur</b>	<b>2</b>
<b>2 Fræðilegur bakgrunnur</b>	<b>4</b>
2.1 Heilsutengd ferðamennska - hugtök og skilgreiningar	4
2.2 Velliðunar ferðamennska	6
2.3 Líftímakúrfa vöru	7
2.4 Heilsutengd ferðamennska á Íslandi	9
<b>4 Aðferðafræði</b>	<b>11</b>
4.1 Aðferðir	11
4.2 Viðmælendur	11
4.3 Gagnasöfnun og úrvinnsla	12
<b>5 Niðurstöður</b>	<b>14</b>
5.1 Skilgreining á heilsutengdri ferðamennsku	14
5.2 Upphaf og þróun	15
5.3 Tækifæri og ógnanir	17
5.4 Framtíð heilsutengdrar ferðamennsku	20
<b>6 Umræður og ályktanir</b>	<b>22</b>
6.1 Hvað er heilsutengd ferðamennska ?	22
6.2 Heilsutengd ferðamennska á Íslandi- Styrkleikar	23
6.3 Staðan miðað við líftímakúrfa vöru og framtíðaráform	23
<b>Heimildaskrá</b>	<b>27</b>
<b>1. Viðauki</b>	<b>29</b>



## Myndaskrá

<b>1. mynd:</b> Flokkar heilsutengdrar ferðamennsku .....	5
<b>2. mynd:</b> Líftímakúrfu vöru .....	8
<b>3. mynd:</b> Heilsutengd ferðamennska á líftímakúrfu vöru .....	26

# 1 Inngangur

Ferðaþjónusta telst til hins kapítalíska markaðshagkerfis. Hún einkennist af vöruvæðingu þar sem framleiddar eru bæði áþreifanlegar vörur sem og óáþreifanlegir þættir eins og þjónusta (Britton, 1991). Síðastliðna áratugi hafa fleiri og fleiri aðilar farið að kynna og bjóða heilsu sem vöru og þjónustu sér til hagnaðar (Kickbusch & Payne, 2003). Þannig hefur heilsutengd ferðaþjónusta verið að þróast sem grein innan ferðamenskunnar á síðustu árum og eru miklir möguleikar taldir liggja hér á landi hvað varðar framboð á þjónustu og vöru í heilsutengdri ferðamennsku (Samgönguráðuneytið, 2000).

Samkvæmt Kickbusch & Payne (2003) er þekking drífandi afl til þróunar í heilsu og vellíðunarþjónustu og í nútímasamfélögum virðist margt benda til þess að fólk sé orðið mun meðvitaðra en áður um heilsu sína, bæði líkamlega og andlega. Þannig hefur ýmisskonar fræðslu- og kynningarefni um mikilvægi góðrar heilsu frá fjölmiðlum og fræðimönnum seinustu áratugi kveikt á löngun fólks til að huga betur að heilsunni. Ekki aðeins hafa æ fleiri áhyggjur af andlegri, líkamlegri, og félagslegri velferð sinni í hversdagslífinu heldur er fólk tilbúið til að ferðast langar leiðir til að upplifa ólíkar tegundir athafna tengdri heilsu og vellíðun (Smith og Puczkó, 2009, bls 8).

Ferðamennska sem flokka má undir heilsutengda ferðamennsku virðist vera töluverð hér á landi, enda auðlindir landsins miklar er henta til allskyns útiveru og nýtingu jarðhita. Í skýrslu Samgönguráðuneytisins (2000) um heilsutengda ferðamennsku á Íslandi eru styrkleikar landsins taldir miklir hvað varðar slíka ferðaþjónustu og því til staðfestingar nefndir þættir á borð við hreint loft, óspillt náttúra, vatnið okkar, bæði heita og kalda, hátt menntunarstig þjóðarinnar, góðar heilbrigðisstéttir og gott heilbrigðiskerfi sem allt eru nauðsynlegar auðlindir til þróunar heilsutengdrar ferðaþjónustu á Íslandi.

Meginmarkmið þessarar rannsóknar er að kanna tilurð og tilvist heilsuferðamennsku hér á landi þ.e. skilgreiningar hennar og hvernig hún er sett fram í dag ásamt því að kanna framtíðaráform um heilsutengda ferðamennsku á Íslandi. Sjónum verður helst beint að vellíðunarþættinum í heilsutengdri ferðamennsku. Leitast var eftir að svara eftirfarandi rannsóknarspurningum:

1. Hvað er heilsuferðamennska ?
2. Hverjir eru styrkleikar Íslands til uppbyggingar heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi og hvað stendur í vegi fyrir uppbyggingunni?
3. Hver er framtíðarsýn ferðaþjónustuaðila á heilsutengda ferðamennsku á Íslandi?
4. Hver er staða heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi samkvæmt líftímakúrfu vöru?

Til að svara þessum spurningum verður kafað ofan í hvað átt er við með heilsutengdri ferðamennsku með því m.a. að skoða mismunandi hugtök og skilgreiningar er tengjast slíkri ferðaþjónustu. Jafnframt því verða tekin viðtöl við átta starfsmenn og áhugmenn um heilsutengda ferðaþjónustu á Íslandi og athugað hvernig þeirra skilgreiningar eru á hugtakinu ásamt því að ná upplýsingum um stöðu hennar á Íslandi.

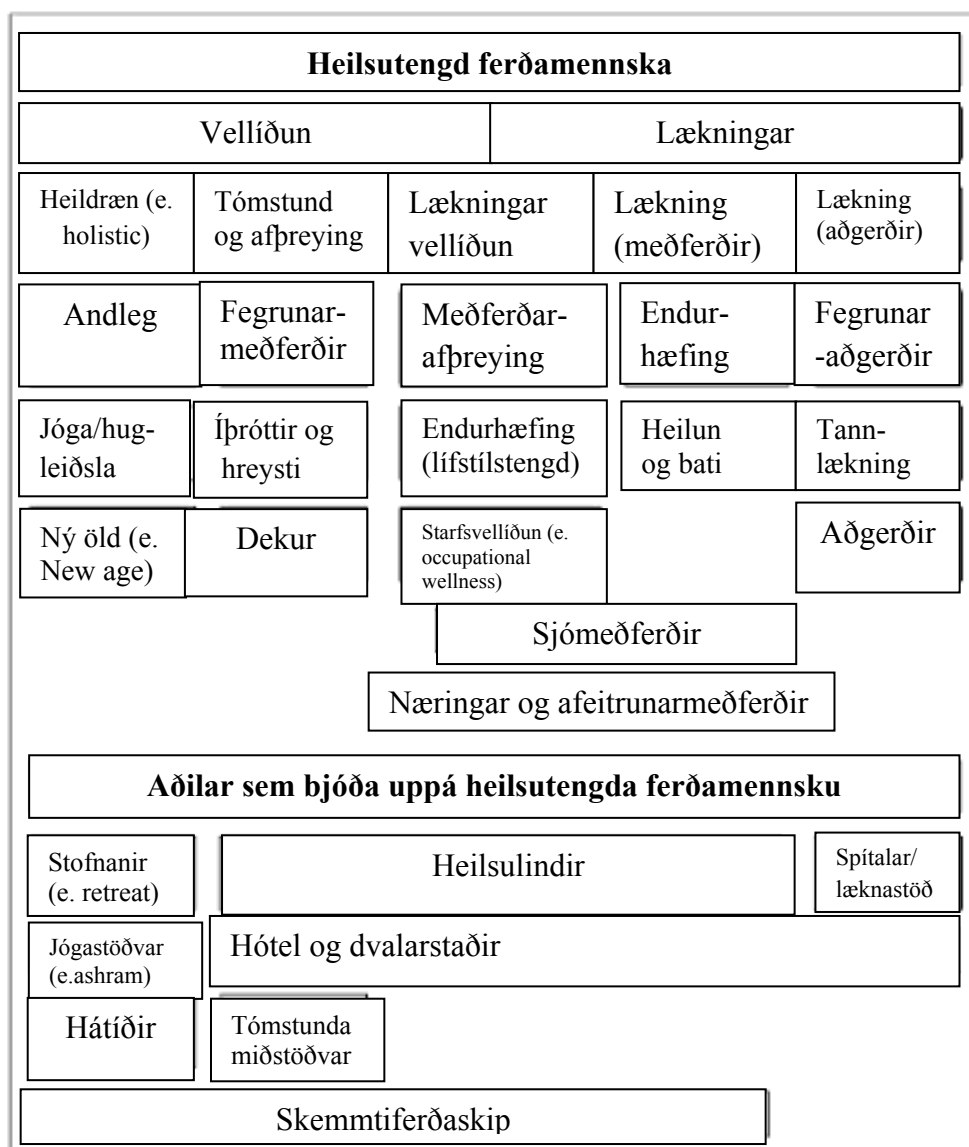
Ritgerðin skiptist í sex kafla þar sem þessi inngangskafli er sá fyrsti. Í öðrum kafla verður fræðilega umfjöllunin um heilsutengda ferðaþjónustu og skilgreiningar á henni ásamt Líftímakúrfu vöru. Kafli þrjú fjallar stuttlega um hvað er í boði í heilsutengdri ferðaþjónustu á Íslandi í dag þ.e í vellíðunarþættinum. Sá fjórði er um hvaða rannsóknaraðferðum er beitt við öflun gagna í rannsókninni og sá fimmti fjallar um niðurstöður viðtalanna sem tekin voru. Í sjötta og síðasta kaflanum verða dregnar upp umræður og ályktanir af bæði fræðilega kaflanum og viðtölunum og niðurstöður dregnar af þeim.

## 2 Fræðilegur bakgrunnur

### **2.1 Heilsutengd ferðamennska - hugtök og skilgreiningar**

Samkvæmt Graburn (1978) er ferðamennska það þegar fólk ferðast í þeim tilgangi að slappa af, skoða eitthvað nýtt, njóta lífsins og/eða endurnærast. Fólk ferðast til komast frá sínu hversdagslífi þ.e. vinnu og heimili og er það að ferðast orðið mjög vinsælt í dag í hinum annasama heimi. Það að ferðast eingöngu ánægjunnar vegna telur Williams (2004) vera yfirborðslega sýn á ferðamennsku. Hann vill meina að ferðalög snúist ekki síður um leit fólks eftir því sem ekki er tiltækt á heimaslóðum. Í því samhengi eru ferðalög í tengslum við heilsu og vellíðun gott dæmi. Hallab (2004) tekur undir þetta og telur ennfremur að tengsl séu á milli heilbrigðra lífshátta og heilsuferðamennsku.

Ekki virðist vera til ein algild skilgreining á heilsutengdri ferðamennsku. Í víðu samhengi má líklega segja að ferðalög fólks af heilsutengdri ástríðu sé heilsutengd ferðamennska. Ross (2001) skilgreinir heilsutengda ferðamennsku sem allar þær ferðir sem gera þig eða fjölskylduna heilsusamlegri. Hún kemst að þeirri niðurstöðu að heilsuferðamennska sé tvennt: Í fyrsta lagi að láta stjarna við sig (e. pampering) svo að fólk fái upplifun sem lætur því líða vel, og í öðru lagi vellíðun (e. wellness) sem hjálpar fólki að að koma í veg fyrir heilsufarsvandamál, bæði andleg og líkamleg. Samkvæmt Mueller & Kaufmann (2001) er heilsutengd ferðamennska öll þau fyrirbæri sem verða til er fólk skiptir um stað og búsetu (e. residence) þ.e. þegar reynt er að efla, koma jafnvægi á og endurbyggja líkamlega, andlega, og félagslega heilsu. En aðeins ef notuð er heilsuþjónusta á staðnum ásamt því að staðurinn þar sem hún er notuð, er ekki varanlegt heimili fólks.



1. mynd: Flokkun heilsutengdrar ferðamennsku.

Heimild: Smith og Puczkó (2009). Þýðing höfundar.

Eins og Ross (2001) þá skipta Mueller og Kaufmann (2001) og jafnframt Smith og Puczkó (2009) heilsutengdri ferðamennsku í tvennt. Annars vegar í velliðunarferðamennsku (e. Wellness tourism) og hins vegar í lækninga ferðamennsku (e. Medical tourism). Flokkun heilsutengdrar ferðamennsku samkvæmt Smith og Puczkó (2009) er sýnd á 1. mynd þar sem að þau hafa jafnframt flokkað saman þá ferðapjónustu sem tilheyra hvorum flokki fyrir sig. Á myndinni eru einnig flokkar stofnana sem viðkoma heilsutengdri ferðamennsku og er þeim skipt þar á milli í velliðun og lækninga ferðamennsku (Smith & Puczkó, 2009). Eins og sjá má eru nokkrir flokkar eins og afþreying og endurhæfing sem hæfir bæði velliðunar og

lækninga ferðamennsku sem og nokkrir flokkar stofnana eins og hótél og heilsulindir.

Á Íslandi þar sem talið er að nóg sé í boði af heilsutengdri afþreyingu er heilsutengd ferðamennska skilgreind í mjög víðu samhengi af Samgönguráðuneytinu (2000) sem heilsuþöð eða heilsumiðstöðvar, líkamsræktarstöðvar og sundlaugar, íþróttuferðamennsku og útivist. Þá eru hátæknilækningar og sérhæfð heilbrigðisþjónusta hvort sem er á almennu sjúkrahúsi eða einkastofnun flokkuð sem heilsutengd ferðamennska. Undir flokkun þeirra falla einnig heilsuvörur, bæði til inntöku og húðvörur. En oftar en ekki eru mismunandi skýringar á hugtakinu heilsutengd ferðamennska eftir löndum og stöðum (Smith & Puczkó, 2009).

## **2.2 Vellíðunar ferðamennska**

Upphaf hugtaksins vellíðun er talin vera komin frá amerískum lækni að nafni Halbert Dunn árið 1959 (Mueller & Kaufmann, 2001) en í dag er vellíðun markaðssett og er orðin syllumarkaður ferðaþjónustunnar (Olsen, 2010).

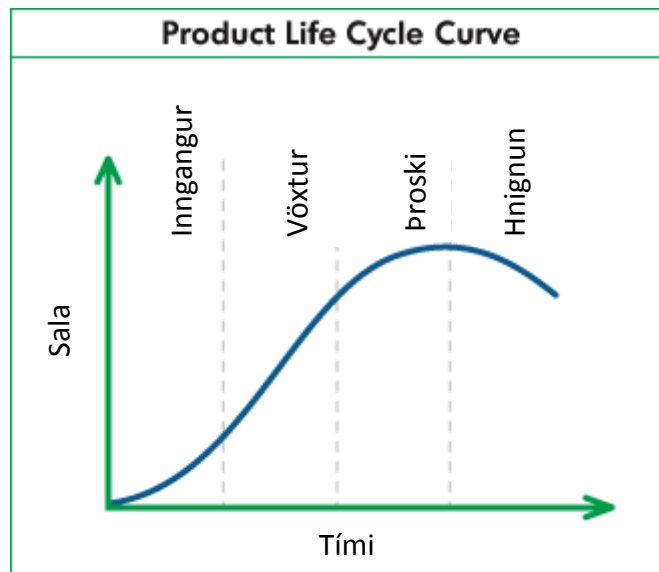
Vellíðun sem hægt er að telja sem undirflokk heilsutengdrar ferðamennsku má skilgreina á marga vegu (Smith & Kelly, 2006, Smith & Puczkó, 2009). Mueller og Kaufmann (2001) segja að vellíðunar ferðamennska sé aðallega notuð af hraustu fólki til að koma í veg fyrir heilsuvandamál ólíkt lækninga ferðamennsku. Þau telja einnig að vellíðunar ferðamennska séu öll þau fyrirbæri sem verða til við ferðir fólks í þeim tilgangi að vernda eða efla heilsuna. Þó að vellíðunar ferðamennska sé oft varin í lækningamiðstöðvum þá gista þess konar ferðamenn á sérsniðnum hótélum sem bjóða upp á sérþekkingu á því sviði. Vellíðunar ferðamenn þurfa alhliða þjónustu á sviði líkamsræktar, fegrunar og heilsueflingar, megrunar, slökunar, hugleiðslu og hugrænnar fræðslu. Bæði Olsen (2010) og Kickbusch og Payne (2003) skipta vellíðunar ferðamennsku í flokka þar sem þau taka einnig til greina lækninga ferðamennsku innan vellíðunarþáttarins. Olsen (2010) skilgreinir vellíðunar ferðamennsku sem lækni, heilsu, íþrótt og líkamræktar eða ævintýraferðamennsku sem hefur góð og betrubætandi áhrif á heilsuna. Kickbusch og Payne (2003) skipta vellíðunarþjónustu og vörum hennar í nokkra flokka þ.e. næringarvörur og þjónusta, matur og drykkir, líkamsræktarvörur og þjónusta, fyrirbyggjandi heilbrigðisþjónusta, lækniþjónusta t.d. fegrunaraðgerðir og almenn

heilbrigðisþjónusta. Aftur á móti taka Smith og Puczkó (2009) og Mueller og Kaufmann (2001) ekki lækninga ferðamennsku inn í vellíðunarpáttinn.

Til samanburðar er rétt að minnast aðeins á lækninga ferðamennsku en hún virðist vera skilgreind af Smith & Puczkó, (2009) og Mueller og Kaufmann (2001) sem einn af tveimur undirflokkum heilsutengdrar ferðamennsku. Lækninga ferðamennsku er hægt að skilgreina sem sú ferðamennska þegar fólk ferðast frá heimilum sínum til staða og annarra landa til þess að fara í skurðaðgerðir, fá tannlækningu og annars konar meðferðir á líkamanum. Ástæða þess að fólk nýtir sér slíka þjónustu er af ólíkum ástæðum en ein gæti verið til að fá ódýrari aðgerðir og meðferðir. Lækninga ferðamennska hefur vaxið hratt á síðustu árum og er orðin geysivinsæl leið fyrir fólk til að nýta sér lækniþjónustu af ýmsu tagi (Connell, 2006).

### ***2.3 Líftímakúrfa vöru***

Líftímakúrfa vöru er markaðsfræðilíkan sem notuð er til að sjá hvar í þróunarferlinu þjónustan eða varan er (Page, 2003). Vörur og þjónusta þróast og fara eftir ákveðinni líftímakúrfu (Polli & Cook, 1969) en hversu lengi varan eða þjónustan er á ákveðnum stað kúrfunnar fer mikið eftir því hversu vel gengur að markaðsetja þjónustuna og koma með nýsköpun og hugmyndir inn í þróunarferlið.



2. mynd: Líftímakúrfra vöru

Heimild: Swarbrooke (2002). Þýðing höfundar.

Á hverjum stað á kúrfunni er talið að í þjónustunni og markaðinum eigi sér stað mismunandi einkenni sem markaðsfólk þurfi að taka til greina við innleiðingu markaðsaðgerða. Mikilvægur partur í að stjórna ferðamannastöðum og aðdráttarafli er að vera vel undir það búin að bæði innri og ytri ógnanir geta borið að (Page, 2003). Í upphafi var kúrfan aðeins notuð fyrir vörur en nú er einnig búið að útfæra hana yfir á ferðaþjónustuna en Swarbrook (2002) telur að erfitt geti verið að staðsetja aðdráttarafli fyrir ferðamenn á kúrfuna ef það hefur ekki verið búið til upprunalega fyrir ferðamennina sjálfa þ.e. ef það hefur verið til áður en að ferðamenn fóru að heimsækja aðdráttaraflið.

Á kúrfunni eru 4 stig en það eru inngangur, vöxtur, þroski og hnignun (Polli & Cook, 1969). Í *innganginum* er sala lítil, kostnaður hár á hvern ferðamann, hagnaður er neikvæður, fáir samkeppnisaðilar, markmiðið er að auka vitund um þjónustuna og reynslukeyra hana, grundvallarvara er notuð þ.e. lítið af aukahlutum með, verið er að auka vitund á þjónustunni og kynningar haldnar reglulega. Í *vaxtar* stiginu er salan að aukast hratt, kostnaður í meðallagi á hvern ferðamann, hagnaður eykst, ferðamenn byrjaðir að tileinka sér þjónustuna, samkeppnisaðilum fjölgar, markmið að auka markaðshlutdeild, byrjað er að auka við með fleiri vörum, notað er verð til að stjórna markaðinum, aukin meðvitund á þjónustunni verður á markaðinum og hagur verður nýttur af þeim sem kaupa þjónustuna oft (Swarbrooke, 2002). Þegar aðdráttaröfl fara á *þroskastigið* þá nær salan hámarki (Polli & Cook,



1969), kostnaður er lár per ferðamann, hagnaður er hár, samkeppnisaðilar eru stöðugir, markmiðið verður að auka hagnað en halda markaðshlutdeild, verðið á þjónustunni er annað hvort jafnt og hjá samkeppnisaðilum eða betra, mun betri dreifileiðir, aukin áhersla á aðgreiningu vörumerkisins og ávinning, kynningar eru auknar til að ná inn nýjum viðskiptavinum (Swarbrooke, 2002). Þegar að hlutfall vaxtar nálgast núll fer salan að hnigna (Polli & Cook, 1969) Á stigi *hnignunar* fer salan minnkandi og kostnaður er ennþá lár per viðskiptavin. Hagnaður fer minnkandi og markmiðið verður að minnka útrás og fá sem mest út úr vörumerkinu, verðið verður lægra, auglýsingum er fækkað en haldið er í tryggja viðskiptavinum og kynningum er fækkað sem mest (Swarbrooke, 2002), þangað til að það borgar sig ekki að halda þjónustunni áfram (Polli & Cook, 1969).

## ***2.4 Heilsutengd ferðamennska á Íslandi***

Íslendingar hafa öldum saman ferðast milli staða til að stunda sundlaugar og heitar laugar en ekki tengt nafnið heilsutengd ferðamennska við þá athöfn. Þó eru ekki til nákvæmar upplýsingar um upphaf heilsutengdrar ferðamennsku hér á landi. Hugtakið er því frekar nýtt af nálinni hér á landi þó að boðið sé upp á fjölbreytta afþreyingu sem gæti flokkast sem slík (Munnleg heimild: Sigmar B. Hauksson 27. mars 2010).

Ísland er hugsanlega frekar sein á sviði heilsutengdrar ferðamennsku þar sem hugtaki hefur verið notað mun lengur í Evrópu en þar hefur greinin náð miklum vinsældum frá árinu 1980 og aðallega í formi vellíðunar (Becheri, 1989). Bláa lónið gæti verið með þeim fyrstu að flokka sína þjónustu undir heilsuferðamennsku en félagið var stofnað árið 1992. Bláa lónið hefur náð miklum vinsældum og fengið fjölmörg verðlaun, þar af ein fyrir að vera besta náttúrulega heilsulind heims, einn af tíu ótrúlegustu baðstöðum heims og ein af 25 bestu heilsulindum í heimi (Bláa lónið Iceland, 2008). Þegar minnst er á heilsulindir má ekki gleyma Jarðböðunum í Mývatnssveit, en Mývetningar og Íslendingar almennt hafa stundað slík jarðböð sér til heilsubótar allt frá landnámsöld en samt ekki tengt þá iðju við heilsutengda ferðamennsku fyrr en á okkar tímum. Jarðböðin sem einnig hafa notið mikilla vinsælda hjá ferðamönnum í gegnum tíðina eru einstök að því leytinu til að hvergi annars staðar á Íslandi stígur hrein vatnsgufa, laus við brennistein og aðra mengun,

upp úr jörðinni. Þann 30. júní 2004 voru Jarðböðin við Mývatn opnuð fyrir ferðamenn og heimamenn (Jarðböðin við Mývatn, áá).

Reykjavík Spa City eða Heilsuborgin Reykjavík er samstarfsverkefni Orkuveitu Reykjavíkur og Íþrótt- og tómsundasviðs Reykjavíkur. Verkefnið gengur út á það að kynna baðlaugar, heilsulindir og líkamsræktarstöðvar í Reykjavík ásamt því að kynna Reykjavík sem ákjósanlegan áfangastað fyrir ferðamenn sem vilja bæta heilsu sína. Undirbúningsvinna verkefnisins hófst árið 1998 en komst á fullt skrið árið 2001. Reykjavík Spa City er aðili að European Spa Association (ESPA) en það er þýðingarmikill þáttur í kynningu á borginni sem heilsuborg þar sem ESPA er með mikið sameiginlegt markaðsstarf. Einnig vegna þess að með þessu samstarfi fær Reykjavík Spa City ákveðinn gæðastuðul sem skiptir miklu máli fyrir borgina. Heilsulindarsamtök Íslands hafa einnig verið stofnuð og eru aðilar að samtökunum heilsulindir og sveitarfélög víðsvegar um landið. Markmið þess er að vinna að sameiginlegu markaðsstarfi og útgáfu kynningarefnis og birtingu auglýsinga (Sigmar B. Hauksson, munnleg heimild, 27. mars 2010)

Til að kortleggja baðsvæði og sundlaugar á Íslandi voru Vatnavinir stofnaðir af alþjóðlegum fræðimönnum sem hafa reynslu í að þróa baðlauga- og vellíðunarþætti. Nú í dag er komið kort af öllum baðlaugum á Vestfjörðum og er hugmyndin að halda áfram að kortleggja baðsvæði um landið. Markmið þessarar starfsemi er að kynna heilsuferðamennsku alls staðar á Íslandi (Vatnavinir, áá)

Þó að allt sem talið var upp hér að ofan tengist heilsutengdri ferðamennsku þá hefur ekki fyrr en núna verið stofnuð Samtök um heilsutengda ferðamennsku á Íslandi. Stofnfundur þess var haldinn 28. janúar 2010. Markmið samtakanna er að mynda og fullmóta sameiginlegan vettvang til að vinna að heilsulandinu Ísland. Stuðla á að gæðum og fagmennsku í heilsutengdri ferðaþjónustu og markaðsetja og kynna landið sem náttúruparadís með hreinu lofti og sérstöðu í sambandi við heilsu og vellíðan. Markaðshlutdeild heilsutengdrar ferðamennsku á að aukast fyrir 2015 ásamt tekjum af ferðamönnum og á Ísland að vera orðið þekkt fyrir þann tíma fyrir heilsutengda ferðaþjónustu (Munnleg heimild: Magnús Orri Schram formaður Samtaka um heilsuferðaþjónustu 20. mars 2010). Katrín Júlíusdóttir iðnaðarráðherra og Magnús Orri Schram formaður Samtaka um heilsuferðaþjónustu undirrituðu nýlega samning um stuðning Iðnaðarráðuneytis við fyrsta stig markaðsátaksins „Heilsulandið Ísland“ (Samtök ferðaþjónustunnar, 2010).

## 4 Aðferðafræði

### 4.1 Aðferðir

Rannsókn þessi hófst 3. mars 2010. Rannsóknaraðferðirnar sem ákveðið var að styðjast við með heimildaröflun voru eigindlegar rannsóknaraðferðir. Þær nýtast vel í rannsóknum sem varpa ljósi á félagslegan veruleika í orðum, ekki tölulegum gögnum eins og meginlegar rannsóknir ganga út frá. Í eigindlegum rannsóknaraðferðum er kannað félagslegt ferli í samhengi og huglægt eðli mannsins frá sjónarhóli þátttakendanna ásamt því að athuga hvernig rannsakendurnir skynja það sem rannsakað er. Notast var við aðleiðslu í rannsókninni en þá er fyrst hafist handa við söfnun gagna, næsta skref er úrvinnsla gagnanna og eftir það eru settar fram ályktanir og túlkanir. Algengasta rannsóknaraðferð í eigindlegum rannsóknum eru viðtöl. Þau geta verið stöðluð, hálfstöðluð eða óstöðluð einstaklingsviðtöl (Esterberg, 2002)

Ástæða þess að ákveðið var að nota eigindlegar rannsóknaraðferðir við rannsóknina var sú að með viðtölum er hægt að kafa djúpt í málefnið og fá skýr svör við því sem vantar. Til að ná fram svörum við rannsóknarspurningum voru tekin hálfstöðluð einstaklingsviðtöl en það eru viðtöl þar sem rannsakandi skoðar opinskátt viðfangsefnið og viðmælandinn fær að nota sín eigin orð og tjá sig svo hægt sé að öðlast skilning á því hvernig hann upplifir hlutina og skynjar. Valdir voru einstaklingar sem gáfu bæði gæði og sjónarhorn til rannsóknarinnar sem leitað var eftir (Esterberg, 2002).

### 4.2 Viðmælendur

Tekið var markvist úrtak við átta viðmælendur til að mismunandi skoðanir og sjónarhorn myndi birtast í viðtölunum. Viðtölin voru öll við starfsfólk í ferðaþjónustunni og voru viðmælendur valdir með það í huga að þeir tengdust á einhvern hátt heilsuferðamennsku. Annað hvort starfa við hana, hafa áhuga á henni eða starfa óbeint í kringum slíka ferðamennsku. Auk þess voru þessir viðmælendur valdir til að fá sem breiðastan hóp þeirra sem starfa eða koma óbeint við ólík svið heilsutengdrar ferðamennsku. Þá sem ekki var hægt að hitta var sendur spurningarlisti á tölvupósti til að fá svörin frá þeim.

**Magnús Orri Schram** - Formaður samtaka um heilsuferðamennsku á Íslandi

**Sigmar B. Hauksson** – Formaður Reykjavík Spa city

**Magnea Guðmundsdóttir** – Kynningarstjóri Bláa lónsins

**Stefán Gunnarsson**– Framkvæmdarstjóri Jarðbaðanna á Mývatni

**Laufey Haraldsdóttir** - Lektor í ferðamálafræðum á Hólum

**Sunna Þórðardóttir** – Markaðsstjóri hjá Ferðamálastofu

**Dóra Magnúsdóttir** - Markaðsstjóri ferðamála hjá Höfuðborgarstofu

**Erna Hauksdóttir** - Framkvæmdastjóri Samtaka um ferðaþjónustu (SAF)

### ***4.3 Gagnasöfnun og úrvinnsla***

Notast var við markvissa heimildaröflun. Ritrýndar heimildir og bækur voru notaðar til að fá innsýn í fræðiheim heilsutengdrar ferðamennsku. Þá fór gagnasöfnun fram með hálfstöðluðum einstaklingsviðtölum eins og áður var bent á en stuðst var við spurningalista eða viðtalsramma, sem hafður var til hliðsjónar meðan á viðtölunum stóð. Spurningalistinn var unninn þannig að hann svaraði rannsóknspurningunum vel. Áður en viðtölin fóru fram greindi rannsakandi frá því við viðmælendur að rannsakandi beindi aðallega sjónum að vellíðunarþættinum í heilsutengdri ferðaþjónustu og að spurningarnar ættu allar við um vellíðun fyrir utan fyrstu spurninguna sem tekur mið af allri heilsutengdri ferðaþjónustu. Ekki var notast við nafnleynd í þessari rannsókn.

Rannsakandi hlustaði eftir bestu getu á þátttakendurna er þeir sögðu frá reynslu sinni og var forðast að spyrja leiðandi eða lokaðra spurninga sem gefa aðeins frá sér tvö svör þ.e. já/nei (Esterberg, 2002). Viðtölin voru hljóðrituð á segulbandsupptökutæki sem síðar var notað til að skrá viðtalið niður á blað. Þar sem að tveir viðmælendur búa úti á landi var þeim sendur listinn með vefpósti til að svara. Til eru tvær gerðir greininga en það eru greining samhliða gagnasöfnun og greining eftir gagnasöfnun (Esterberg, 2002). Greining gagnanna í rannsókninni var framkvæmd samhliða og eftir skráningu á viðtölunum. Reynt var að finna hvað var líkt og hvað ólíkt með þátttakendum og athugasemdir rannsakanda voru notaðar við að finna þemu til að auðvelda greininguna seinna. Eftir að viðtölunum lauk voru þau einnig greind og svo kóðuð. Notuð var opin kóðun þar sem unnið var með gögnin og fundin ákveðin þemu sem vöktu athygli. (Esterberg, 2002). Valin voru 4 þemu sem

greind voru mikilvægust fyrir rannsóknina. Þemun sem urðu fyrir valinu voru: Skilgreining á heilsutengdri ferðamennsku, upphaf og þróun, styrkleikar og ógnanir og loks framtíðaráform.

## 5 Niðurstöður

### 5.1 Skilgreining á heilsutengdri ferðamennsku

Viðmælendurnir voru spurðir út í hvernig þeir skilgreina heilsuferðamennsku og voru misjöfn svör að fá við þeirri spurningu. Flestir viðmælendur létu það í ljós að þeim finnst erfitt að skilgreina hugtakið heilsutengd ferðamennska eða eins og Laufey Haraldsdóttir lektor við Háskólann á Hólum komst að orði í þessu samhengi:

Það er erfitt að skilgreina þetta svið ferðaþjónustu og mjög misjafnt hvernig það er gert. Menning og saga eru þar sterkir áhrifavaldar (mismunandi heimshlutar) og tungumál er einnig mikilvægur áhrifaþáttur. T.d. hefur okkur hér á Íslandi reynst erfitt að þýða orðið „wellness“ (vellíðun) og skilgreina hvaða merking liggur þar að baki. Hugtakið hefur hins vegar mjög hefðbundna þýðingu í mörgum löndum Evrópu. Á sama hátt hefur „spa“ mjög ákveðna merkingu í Evrópu og einnig í Ameríku, en ólíka þó í þessum tveimur heimsálfum. Mjög almenn skilgreining á heilsuferðamennsku gæti verið „að ferðast til að fá heilsubót“, en þá er jú allt undir (heilsuferðamennska, lækninga ferðamennska, velferðar....o.s.frv.) og þetta er mjög breytt svið. Kemur bæði inn á ferðamennsku og heilbrigðismál/lýðheilsu.

Sigmar B. Hauksson formaður Reykjavík Spa City nefnir einnig að í víðu samhengi megi segja að:

Þetta er flókið hugtak en í stuttu máli er að þú ert að ferðast í frí og notar hluta af tímanum í að bæta heilsuna og fyrirbyggja að þú veikist, eða til að vinna bug á veikindum s.s gigt og svefnleysi, eða að þú sért á sjúkrahúsi eða þá að styrkja líkamann og varna því að þú verðir veikur, hún beinist líka að líkama og sál og að slaka á. En heilsuferðamennska skiptist í lækninga ferðamennsku og svo í „wellness“.

Það eru fleiri sem telja að heilsutengdri ferðamennsku megi skipta í „wellness“ og lækninga ferðamennsku en það gera Magnea Guðmundsdóttir kynningarstjóri Bláa lónsins og Sunna Þórðardóttir markaðstjóri á Ferðamálastofu. Magnús Orri Scram formaður Heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi tók í sama streng. Hann telur að ef ferðamenn eru veikir og leita lækninga þá fellur það undir lækninga ferðamennsku en ef fólk er heilbrigt og langar að líða betur þá mundi það flokkast sem vellíðun.

Ernu Hauksdóttur, framkvæmdastjóra Samtaka ferðaþjónustunnar finnst að skilgreina eigi heilsuferðamennsku vítt því Ísland eigi svo mikla möguleika á því sviði. Hún telur að heilsutengd ferðamennska sé eftirfarandi:

Fólkið sem kemur með sjúklingunum á spítalann, að hjálpa fólki að hætta að drekka og reykja og þetta er heilsutengd ferðaþjónusta. Og fólk sem kemur til að fara í spa og jarðböð og lónið. Ég hef ekki hugmynd um hvernig fólk skilgreinir þetta en ég geri ráð fyrir að hver og einn hafi sína skilgreiningu. En í mínum huga er hún bara mjög víð, ég held bara að fólk sem kemur og ætlar sér bara að fara í smá meðferð eins og að hætta að reykja og fara í detox og notar tækifærið að vera í hreinu lofti og notar böðin, sé allt heilsutengd ferðamennska.

Dóra Magnúsdóttir markaðsstjóri ferðamála hjá Höfuðborgarstofu telur að hægt sé að flokka heilsutengda ferðamennsku sem bæði víða og þrönga:

Víða skilgreiningin er allt sem maður gerir sem lætur manni líða vel, t.d fara upp á Esjuna og svo á American style ef það er það sem lætur þér líða vel þ.e. ef þú býrð ekki á svæðinu. Þröngri er í tengslum við „wellness“, heimsókn í „spa“ og heilsuöð, vellíðun með vatni eða heimsókn í sund. Það er önnur skilgreining úti á landi því þar er svona meiri tenging við náttúruna, svo góður matur í kjölfarið, tengist hreyfingu líka. Ferðaþjónustan er oft þverskurður af lífinu og ekki hægt að setja allt í mengi því það skarast alltaf eitthvað.

Stefán Gunnarsson framkvæmdarstjóri Jarðbaðanna á Mývatni hefur mjög víða skilgreiningu á hugtakinu en hann telur að allt það sem tengist bættri heilsu og vellíðan megi flokka sem heilsutengda ferðamennsku.

Eins og sjá má eru skiptar skoðanir á því hvernig hugtakið er skilgreint en almennt séð eru þær frekar svipaðar. Það má lesa út úr viðtölunum að heilsutengd ferðamennska sé aðallega vellíðunar ferðamennska þ.e. heilsuöð, „spa“ og fleira og svo lækninga ferðamennska sem og aðgerðir og aðrar meðferðir tengdar líkamanum.

## **5.2 Upphaf og þróun**

Viðmælendurnir voru spurðir út í hvenær þeir héldu að upphaf heilsutengdrar ferðamennsku hefði hafist hér á Íslandi og hvernig þeim fyndist að þróunin hefði verið hér á landi. Erna, Magnea og Magnús voru á þeirri skoðun að upphaf heilsutengdrar ferðamennsku hefði verið með opnun Bláa lónsins. Bendir Magnea jafnframt á að umræða um þess konar ferðamennsku hafi aukist verulega eftir að Bláa

lónið opnaði. Sigmar telur hinsvegar að upphafið megi rekja til þess að það séu um 100 ár síðan að Bretar komu hingað í laxveiðar. Hann telur að veiðar séu hluti af heilsuferðamennsku þar sem slökun og friður er partur af veiðinni í náttúrunni. Dóra telur að upphaf hennar hafi verið þegar ferðamenn fóru að koma til Íslands og ganga fjöll um 1960-70 og þegar þeir komu náttúrunnar vegna en hún hafi ekki verið skilgreind sem slík, hún bætir við að hugtakið sé samt um 10 ára gamalt. Sunna og Laufey eru á sama máli um að hugtakið heilsuferðamennska sé ungt en að mati Sunnu hefur heilsutengd ferðaþjónusta verið stunduð frá upphafi ferðamenskunnar. Laufey bætir eftirfarandi við:

Ef við lítum aftur í tímann, en erum þó enn í nútímanum, þá er „sundlaugarmenningin“ hér á landi sér á parti og hefur verið ein vinsælasta afþreying íslenskra fjölskyldna í tugi ára, löngu áður en farið var að skilgreina heilsuferðamennsku sem slíka.

Laufey minnst einnig á að laugarferðirnar sem stundaðar voru á landnáms tíð teljist einnig til heilsutengdrar ferðamennsku en frá þeim tíma hafi fólk stundað heit böð sér til heilsubóta.

Einnig eru skiptar skoðanir á því hvernig þróun heilsutengdrar ferðamennsku hafi verið og má segja að hún sé of lítil og hæg að mati Stefáns og Magnúsar en Magnús bætir því við að sama megi segja um aðrar tegundir ferðamennsku á Íslandi. Þessu eru Magnea, Dóra og Sigmar algerlega ósammála en þau líta jákvæðum augum á þróunina hér á landi. Að mati Magneu hefur uppbyggingin einnig verið jákvæð og ákveðin vakning verið á þessu sviði. Dóra er á sama máli en segir enn fremur að:

Samhæfnin mætti vera meiri og kynning út á við og tengsl milli heilsuþáttanna og ferðaþjónustunnar, það þarf að styrkja þau. Við erum t.d. með mjög mikið af ofboðslega mjög hæfum snyrtistofum og sem eru ekki í neinum tengslum við ferðaþjónustuna en það er hluti af þessari „spa“ ímynd eða hugtaki, það er að nýta sér snyrtistofur og fara í handsnyrtingu og það sem því fylgir en við eru með margar, góðar og flinkar konur þarna og við erum ekki að nálgast þær og þær eru ekki að nálgast okkur. En það þarf að koma á samhæfingu með einhverjum hætti og öflugari kynningu.



Sigmar er sammála þessu og bætir við að við höfum gott heilbrigðiskerfi, góðar líkamræktarstöðvar, snyrtistofur og hárgreiðslustofur eru í góða ástandi. Þjónustan sem í boði er í hestaferðum og gönguferðum er mjög góð.

Allir viðmælendurnir voru sammála um að heilsuferðamennska á Íslandi sé á byrjunarreit en Dóra bætti við að í samanburði við t.d. Færeyjar og Noreg séum við langt á veg komin.

Heilsutengd ferðamennska hefur líkast til verið stunduð frá upphafi ferðamenskunnar þó hún hafi ekki verið skilgreind sem slík. Hugsanlega fer það eftir því hvernig fólk skilgreinir hugtakið hvenær þeim finnst upphaf hennar hafa verið. Þróun heilsutengdrar ferðamennsku hér á landi hefur verið góð og frekar hröð á seinustu árum. En tækifærin eru óteljandi þegar kemur að heilsutengdri ferðamennsku á Íslandi og getur þróunin verið enn meiri ef rétt er að máli staðið.

### ***5.3 Tækifæri og ógnanir***

Viðmælendurnir voru spurðir hvað þeim fyndist mikilvægt að gera í sambandi við heilsutengda ferðamennsku á Íslandi, hvað þyrfti að vera til staðar fyrir uppbyggingu hennar hér á landi og einnig hvaða styrkleika landið hefði að bjóða í þeim málum. Samkvæmt Sunnu þarf að finna ákveðna gæðastaðla og huga verulega að gæðum og það þarf mikið starf að fara í gang í sambandi við það að fólk fái það sem það leitast eftir og því er Sigmar sammála og hann segir að þrennt sé mikilvægt:

Að setja upp gæðastaðla og menntun fyrir fólk í greininni. Að gæta að okkar auðlindum, að passa að menga ekki, fara yfir í vetnisbíla og gera Ísland sjálfbært og berjast gegn mengun, jarðfoki og fleiru. Við verðum að varðveita það sem við höfum, hreina náttúru. Markmiðið er líka að lengja ferðamannatímam, því nú í sumar er t.d. of mikið af fólki sem er að koma í júlí og ágúst og heilsuferðamennska mjög mikilvæg til að efla lágönn.

Magnús er sammála Sigmari um að skilgreiningar um gæðamál skipti máli. Hann bætir því við að mennta þurfi fólk í greinina og finna vettvang fyrir starfsfólk og fyrirtæki til að hafa góð samskipti sín á milli. Þetta hefur nú þegar verið gert með stofnun Samtaka um heilsutengda ferðamennsku á Íslandi. Að mati Laufeyjar er eftirfarandi einnig mikilvægt:

Stofnun hagsmunaaðila í heilsuferðajónustu var mikilvægt skref. Annað mikilvægt skref er að þau ráðuneyti sem koma að þessum málum hafi samstarf (Ráðuneyti ferðamála og heilbrigðismála). Þessir hópar þurfa að koma saman og ræða málin. Hvað er það sem við höfum upp á að bjóða hér á landi? Hvað er það sem við viljum bjóða? Og hvernig getum við unnið saman að markaðssetningu á vörinni „heilsuferðamennska“. Ef til vill þurfum við að bytja á því að skilgreina hvað við meinum með heilsuferðamennsku hér á landi og hvar áherslurnar eiga að liggja. En það verður að vera þannig að fólk frá okkar algengustu markaðssvæðum skilji hvaða vöru er átt við. Varan verður að standast væntingar.

Að mati Ernu er stefna mikilvæg „Opinber stefna til þess að einkafyrirtækin viti innan hvaða ramma hægt er að vinna og hvaða fyrirtæki fái starfsleyfi og hver ekki. Það skiptir miklu máli að passa upp á umhverfismál og hafa gegnheila ímynd“. Það er mikilvægt að þekkingin sé góð, rannsóknir verði gerðar og staðhæfingar séu settar fram eins og gert er í Bláa lóninu, segir Magnea en henni finnst einnig mikilvægt að faglegt fólk sé í greininni. Þá finnst Dóru samhæfing, samstarf í greininni, kynning út á við og tengsl heilsuþátta og ferðajónustu það sem skipti einna mestu máli. Sigmar bendir á að nauðsynlegt sé að þróa heilsutengda ferðamennsku samhliða náttúrunni þar sem hún spilar stórt hlutverk í þeirri grein.

Þegar spurt var um styrkleika landsins til heilsutengdrar ferðamennsku þá voru allir viðmælendurnir sammála um að heita og kalda vatnið og hreint og ómengað loft væru gríðarlegir styrkleikar ásamt því að hafa vel menntað og áreiðanlegt starfsfólk í greininni en þar eiga þær við starfsmenn í heilsuþjónustu eins og í heilsuöðum og á snyrtistofum. Þá segir Dóra að Ísland hafi yfir sér mikinn ævintýrablað sem laðar fólk að og að landið sé spennandi en verður samt að falla fólk í geð. Erna telur að: „Öll víðáttan og allt þetta mikla pláss og við erum með svona þokkalega umhverfissvæna ímynd sem við þurfum að passa, laga og styrkja“. Magnús telur einnig að hollur matur sé styrkleiki og bætir við:

Meðvitund um heilsu og hreysti fólks í dag er þokkalega góð, bændur eru meðvitaðri um að koma fram með mat sem tengist heilsu t.d. allar þessar lífrænu afurðir. Þá er vert að nefna dæmi um hina góðu þróun sem verkefnið Vatnavinir eru að gera, að teikna upp villtu baðlaugarnar á Vestfjörðum. En auðvitað er sérstaða íslenskrar ferðajónustu nán tengsl við náttúruna, það er alveg á hreinu.

Aðspurð hvort það standi eitthvað í vegi fyrir að heilsuferðamennska geti blómstrað á Íslandi, höfðu viðmælendur misjafna skoðun á því. Magnea og Sunna voru á sama máli um að ekkert stæði í vegi fyrir heilsuferðamennsku en Magnús er á öðru máli:

Fyrst og fremst vantar skilgreiningar í gæðamálum. Það er ekki vel menntað fólk í þessu fagi og ekkert heilsuhótel sem slíkt á Íslandi, það vantar infrastrúktúr en það eru náttúrulega tækifæri fólgin í því. Svo er það vandamál hvað við erum komin skammt og auðvitað skortur á peningum. Margir eru reyndar að hugsa um að fara af stað í þessu. En hindrun hvað við kunnum lítið.

Laufey og Dóra eru sammála Magnúsi en jafnframt bendir Dóra á að henni finnst vanta samráð á milli þeirra sem standa að ferðaþjónustunni og að heilsuþættinum. Að hennar mati er varhugavert að markaðsetja sundlaug sem heilsuferðaþjónustu ef hún er bara venjuleg sundlaug. Hún telur að taka mætti inn í dæmið kostnað við komuna hingað fyrir erlenda ferðamenn en segir að evran muni laga það ástand heilmikið. Sigmar bendir einnig á það:

Við verðum auðvitað að vera samkeppnishæf og hafa gjaldmiðil í lagi annað gengur ekki, verðlagið verður að vera í lagi. Tailand er t.d. að koma sterkt inn og lönd í Afríku verða samkeppnisaðilar bráðum og þá er mikilvægt að við séum ódýr. Gengið hefur sveiflast og mikilvægt að ná ró á það t.d með evru.

Samkvæmt Ernu spilar ríkisstjórnin stóran þátt í að koma í veg fyrir uppbyggingu heilsutengdrar ferðaþjónustu hér á landi:

Bara vitlausar ríkisstjórnir, ég er ekkert að tala um eina ríkisstjórn umfram aðra, bara það sem getur komið í veg fyrir hana er ef að fyrirtækin eru ekki með þau rekstrarskilyrði sem þarf til, þá er það auðvitað innfrastrúktúrin sem að hið opinbera þarf að sinna, og síðan bara aðgangur að fjármagni og öðru slíku til að geta byggt upp fyrirtæki.

Það er mikilvægt að finna ákveðna gæðastaðla ef vel á að takast til með heilsutengda ferðamennsku á Íslandi. Sama má segja um vettvang til samskipta milli ferðaþjónustuaðila og aðila sem bjóða upp á heilsuvörur og þjónustu því ef engin samskipti eru þar á milli getur þróunin ekki orðið eins mikil og hún gæti orðið þar sem að styrkleikar landsins til þess konar ferðaþjónustu eru miklir. Þar má helst nefna heita vatnið, hreint loftslag og náttúra og gott starfsfólk í greininni.

## **5.4 Framtíð heilsutengdrar ferðamennsku**

Miklar væntingar virðast vera til heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi og voru viðmælendur spurðir álits um hverjar þær væntingar væru. Viðmælendurnir voru flestir bjartsýnir á framtíðina hvað varðar heilsutengda ferðamennsku. Að mati Sunnu á heilsutengd ferðamennska eftir að verða ein af meginstoðum ferðamennsku á Íslandi. Framtíðarsýn Dóru er:

Að Ísland og höfuðborgarsvæðið marki sér sess innan vellíðunarferðaþjónustunnar og verði aðlaðandi og aðgengilegur staður fyrir ferðamenn. Líka bara það að fólki detti meira í hug hvað er hægt að gera hérna, hvað varðar náttúru, menningu og næturlíf og hönnun og þess háttar, og svo í vellíðunarþættinum. Bara það að fólk fari heim með fullt batterí. Framtíðarsýn mín er að við sköpum okkur stað í huga fólks sem vellíðunaráfangastaður.

Sunna bendir á að: „Einhverntímenn þegar búið er að þróa vörur og auglýsa Ísland sem heilsuland þá á ferðamannatímabilið eftir að aukast og bara dreifast um allt árið í kring því heilsuferðamennska er ekki árstíðarbundin ferðamennska“. Stefán og Magnús telja einnig að hér skapist heilsársferðamennska í framtíðinni og bætir Magnús við að auk þess verði arðsemin mikil sem og að Samtök heilsutengdrar ferðamennsku komist vel á veg:

Búið verður til lógó og vörumerki. Heilsulandið og Lógóið á að vera tilbúið í júní. Það þarf ekki endilega að ákveða hvernig heilsuferðamennska á eftir að líta út heldur þarf að skilgreina einhver gæði þannig að þú fái að nota vörumerkið, ferðaskrifstofur verða meðlimir í þessum samtökum, þá þarftu að vera með ákveðna standarda.

Tækifærin í heilsuferðamennsku eru greinilega mikil en það þarf að vinna vel í þeim og í því samhengi segir Erna:

Að það ætti að vera hægt að skapa skilyrði fyrir mörg fyrirtæki víðsvegar um landið til að fara í svoleiðis ferðaþjónustu. Þetta er talsverð fjárfesting og það þarf að spila rétt úr hlutunum svo að ímynd okkar skaðist ekki og að hún haldist bara jákvæð. Ég vona að þetta verði ein grein innan ferðaþjónustu og ef við vöndum okkur þá eigum við mjög mikla möguleika.

Jákvæð ímynd er mikilvæg ef horft er til framtíðar í heilsutengdri ferðaþjónustu á Íslandi sem og í öðrum tegundum ferðaþjónustunnar og segir Laufey í þeim málum að:

Samstarf hagsmunaaðila og langtímaáætlanir þeirra sem koma að greininni er hluti af minni framtíðarsýn varðandi heilsuferðamennsku. Jákvæð ímyndarsköpun þar sem byggt er á sjálfbærri nýtingu auðlinda landsins í þágu heilbrigðs lífnis og umhverfisverndar tel ég vera tækifæri á þessu sviði. Náttúran (heitt og kalt vatn, loft, sjór, víðátta o.s.frv.), sundlaugarnar, gönguleiðirnar, matvælaframleiðslan, mannauðurinn, allt er þetta hluti af þessari sýn.

Það sem heilsutengd ferðamennska leiðir af sér er atvinnusköpun og gjaldreysisöflun að mati Laufeyjar. Henni finnst samt erfitt að spá í framtíðina enda fari allt eftir hvernig haldið er á spöðunum. Hún ætti að leiða af sér jákvæða kynningu gagnvart umheiminum, góða og mjög mikilvæga markaðssetningu ef ferðamenn eru ánægðir með það sem þeir fá hér á landi samkvæmt Dóru. Þá mun hún efla jákvæða ímynd um græna ferðamennsku, möguleika til að ná til fólks á lágönn og auknar tekjur og atvinnusköpun í landinu.

Framtíð heilsutengdrar ferðamennsku fer mikið eftir því hvort að samhæfing og samvinna náist innan greinarinnar. Framtíðin getur orðið björt ef markaðsstarf gengur vel og ef unnt er að ná fram þeirri hugsun ferðamanna að þeir tengi Ísland við heilsu og heilsusamlega lífshætti. Ísland á hugsanlega eftir að ná því að verða heilsuland með litlum árstíðarsveiflum og líklega á heilsutengd ferðamennska eftir að verða ein af meginstöðum ferðamennsku á Íslandi.

## 6 Umræður og ályktanir

### 6.1 Hvað er heilsutengd ferðamennska ?

Svo virðist sem að engin ein skilgreining sé til yfir hugtakið heilsutengd ferðamennska, hvorki innan fræðanna (Ross, 2001; Mueller & Kaufmann, 2001; Smith & Puczkó, 2009, Samgönguráðuneytið 2000) né á meðal viðmælenda þessarar rannsóknar. Ástæða þess er líklega helst að finna í því hversu ung heilsutengd ferðamennska er sem atvinnugrein. Sú staðreynd að heilsutengd ferðamennska spannar vítt svið á að öllum líkindum stóran þátt í því að gera hugtakið flókið til skilgreiningar. Algengast er að heilsutengd ferðamennska sé flokkuð í tvennt þ.e. vellíðunar ferðamennska og lækninga ferðamennska. Taka má sem dæmi víða skilgreiningu Mueller og Kaufman (2001) sem segir að heilsutengd ferðamennska séu allir þeir sem ferðast og vilji koma jafnvægi á og endurbyggja heilsu sína í leiðinni. Það sem að flestir viðmælendur mínir eru sammála um, er að heilsutengd ferðamennska sé ef að fólk ferðast til þess að fá einhverskonar heilsubót. Þessi víða skilgreining er þá mögulega mismunandi hjá ferðamönnum þar sem að sumum finnst hugsanlega hestaferðir endurbyggja heilsu sína, á meðan að öðrum finnst veiðiferðir koma jafnvægi á heilsuna eða þá jeppaferðir upp á jökul.

Mueller og Kaufman (2001) benda á að vellíðunar ferðamennska er aðallega notuð af hraustu fólki til að koma í veg fyrir heilsufarsvandamál. Hvað þá með þá sem þjást af stressi og kvíða og vilja reyna að slaka á? Þeir ferðamenn eru ekki að koma í veg fyrir heilsuvandmál heldur að reyna að bæta andlega líðan sína sem passar ekki alveg við þessa skilgreiningu.

Flestir viðmælendur mínir voru sammála um að flokka ætti heilsutengda ferðamennsku í vellíðun og lækningu og sama má segja um aðra fræðimenn. Vellíðunar ferðamennska á við um allt það sem viðkemur huganum, andlegu hliðinni og líkamanum, farið er í ferðir til að njóta sín og láta sér líða vel en í lækninga ferðamennsku er átt við allt það sem viðkemur líkamanum eins og aðgerðir, endurhæfingar og aðrar læknisfræðilegar meðferðir (Smith & Puczkó, 2009).

Það þarf að skilgreina heilsutengda ferðamennsku á Íslandi áður en að hægt verði að ná langt í þessum málum að mati Laufeyjar en talið er að fagleg markaðsmiðun vellíðunarþjónustunnar verði afkastameiri ef gerður er greinarmunur

á lækninga- og vellíðunarþáttunum (Mueller & Kaufmann, 2001) Ef draga á saman hvað heilsutengd ferðamennska er í raun og veru þá eru það þær ferðir sem farnar eru af heilsufarslegum ástæðum en mögulega er heilsutengd ferðamennska í raun bara ekkert annað en huglægt mat hvers og eins.

## **6.2 Heilsutengd ferðamennska á Íslandi- Styrkleikar**

Með tilkomu Bláa lónsins hófst hinsvegar heilsutengd ferðamennska sem atvinnugrein hér á landi að mati flestra viðmælenda þessarar rannsóknar og hefur vaxið hratt síðan. Skiptar skoðanir eru á því hvernig viðmælendur skynja þróun hennar en sumum finnst hún hafi verið hæg en aðrir viðmælendur líta hana jákvæðum augum og telja hana góða.

Gæði eru mikilvæg er kemur að heilsutengdri ferðamennsku (Smith & Puczkó, 2009) og virðist sem það vanti gæðastaðla á Íslandi sem farið er eftir a.m.k. að mati Sigmars, Sunnu og Magnúsar. Einnig virðist mikilvægt að samskipti á milli þeirra sem vinna í heilsutengdri ferðamennsku séu góð og með tilkomu Samtaka heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi virðist sem góður vettvangur hafi skapast til þess. Ásamt því virðist þurfa menntun í greininni að mati sumra viðmælenda.

Ísland hefur ótal möguleika á heilsutengdri ferðþjónustu hér á landi og kemur það því ekki á óvart að allir viðmælendurnir voru sammála um að styrkleikarnir séu heita og kalda vatnið og náði sambandi ferðamanna við náttúruna þ.e. umhverfisvæn ímynd og hreint loftslag og fallett umhverfi. En það stangast ýmislegt á þegar að kemur að heilsutengdri ferðamennsku á Íslandi. Til dæmis finnst Magnúsi gæðamálin það helsta sem standi í vegi fyrir að hún geti blómstað hér á landi en Magnea og Sunna telja þar ekkert standa í vegi. Íslenska krónan gæti að vísu staðið í vegi fyrir uppbyggingu í greininni en þá gæti evran gert góða hluti hér þar sem að þá kæmist ró á gjaldmiðilinn. Einnig þarf að passa upp á auðlindir landsins þar sem náttúran spilar mikilvægan sess í heilsutengdri ferðamennsku ásamt því að menga ekki, og halda í sérstöðu Íslands.

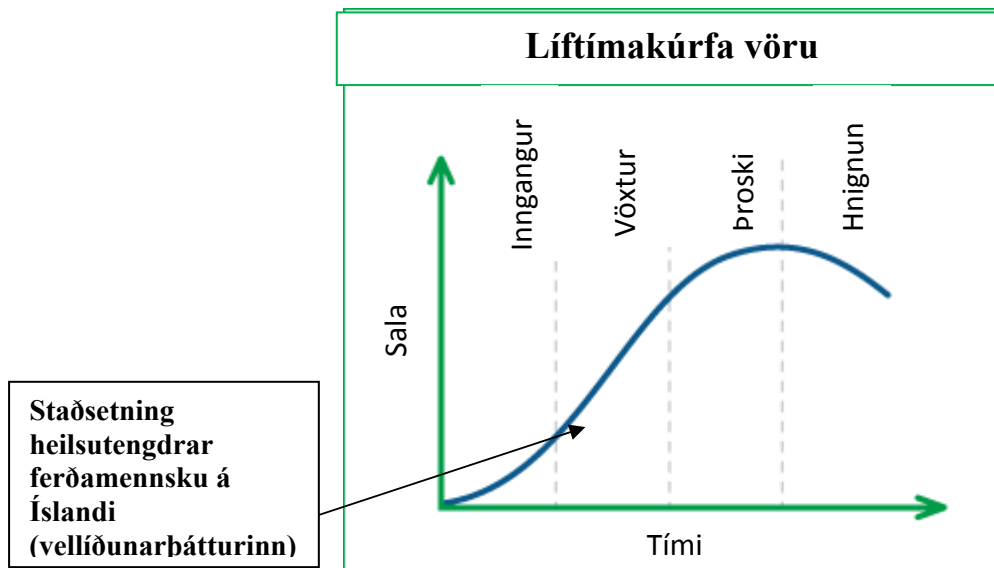
## **6.3 Staðan miðað við líftímakúrfu vöru og framtíðaráform**

Það gæti verið erfitt að staðsetja heilsutengda ferðamennsku á líftímakúrfu vöru þar sem að hún hefur verið stunduð áður en farið var að skilgreina hana sem slíka þ.e. hún var til áður en ferðamenn fóru að sjá hana sem aðdráttarafli

(Swarbrook, 2002). Það má segja að heilsupjónustan sé langt á veg komin á Íslandi en að nýlega hafi verið byrjað að markaðsetja það sem við höfum hér á landi sem heilsutengda ferðamennsku. Við eigum mjög mikið og höfum mikla möguleika á að flokka slíkt sem heilsutengda ferðamennsku hér á landi en mögulega á eftir að ná ákveðnum markhópum til landsins til að geta sagt að heilsuferðamennska sé langt á veg komin.

Þegar staðsetja á vellíðunarþátt heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi á líftímakúrfu vöru er mikilvægt að taka til greina hvaða markaðsaðgerðir eru í gangi á hverju stigi fyrir sig (Page, 2003). Þegar metið er hvaða aðgerðir eru í gangi hér á landi þá eru ferðamenn byrjaðir að tileinka sér þjónustuna og fjölmargir stunda beint og óbeint heilsuferðamennsku hér á landi. Þá eru fleiri og fleiri aðilar og ferðaskrifstofur farnar að tileinka sér þessa tegund ferðamennsku og farið er að bjóða fleiri og fleiri vörur í þeirri grein. Meiri metnaður virðist vera lagður í að kynna þjónustuna eins og ætlunin er með Samtökum heilsutengdrar ferðaþjónustu á Íslandi (Munnleg heimild: Magnús Orri Schram 22. mars 2010) og aukin meðvitund er á markaðnum um heilsutengda ferðamennsku. Niðurstöður gefa því til kynna eins og sést á mynd 3 að heilsutengd ferðaþjónusta sé á stigi vaxtar á líftímakúrfunni en þar sem viðmælendurnir voru allir sammála um að hún sé á byrjunarreit er rétt að setja hana á byrjun vaxtar þar sem það passar best við markmiðin á kúrfunni.





3. mynd: Heilsutengd ferðamennska á líftímakúrfu  
Heimild: Swarbrooke (2002). Þýðing höfundar.

Erfitt er að spá fyrir um hvernig heilsutengd ferðmennska verði í framtíðinni en að mati viðmælenda skiptir máli hvernig haldið er á spöðunum. Framtíð heilsutengdrar ferðamennsku er björt að mati þeirra og gæti hún hugsanlega orðið ein af meginstöðum ferðaþjónustunnar á Íslandi. Það sem talið er að hún leiði af sér er mikil aukning ferðamanna og þá helst að ferðamannatímabilið lengist og fleiri ferðamenn komi yfir vetrartímann þar sem hún er ekki háð neinum veðurskilyrðum. Tveir viðmælendanna voru ósammála um hvort ætti að skilgreina betur heilsuferðamennsku en að mati Laufeyjar þarf að vinna betur í því að skilgreina hana betur en Magnús telur að betur færi ef flokkunin sé víð og að skilgreiningarnar komi seinna.

Til gamans má geta að á vef Ferðamálastofu (2001) sagði Grímur Sæmundsen framkvæmdarstjóri Bláa lónsins eftirfarandi árið 2001 á ráðstefnu um framtíð Íslands í heilsutengdri ferðaþjónustu:

Framtíðarímynd Íslands á að mínum mati að vera heilsa, hreinleiki, vellíðan og fegurð. Hugtakið "Ísland" og vörutákn því tengt á að vera vörumerki fyrir þessa þætti: Ísland - heilsulandið. Ég er sannfærður um að með slíku vörumerki megi skapa mikil verðmæti fyrir íslenskt þjóðarþú - miklu meiri en við njótum vegna núverandi ímyndar Íslands.

Heilsutengd ferðaþjónusta verður það tæki sem við munum nýta til að styðja og skapa ímynd þessa nýja vörumerkis. Þess vegna er heilsutengd ferðaþjónusta mjög mikilvæg fyrir framtíðarþróun ferðaþjónustu á Íslandi.

Þetta var framtíðarsýnin fyrir níu árum síðan og virðist enn vera framtíðarsýn í dag eða svipar mjög til markmiða Samtaka heilsutengdrar ferðamennsku á Íslandi til ársins 2015 (Munnleg heimild: Magnús Orri Schram 22. mars 2010). Það hefur að öllum líkindum vantað samhæfingu í greinina þessi ár þar sem að hér á landi er fjöldinn allur af mjög góðu úrvali til heilsutengdrar ferðamennsku en lítið sem ekkert samráð hefur verið á milli þeirra sem að sjá þá hlið og ferðaþjónustuaðila (Munnleg heimild: Sigmar B. Hauksson 27. mars 2010). Það er spurning hversu lengi heilsutengd ferðamennska verði á byrjunarreit vaxtar þar sem hún virðist hafa verið það í þó nokkur ár án þess að eitthvað hafi gerst í sambandi við framtíðaáformin. En það er von allra viðmælenda að heilsutengd ferðamennska nái að komast á laggirnar, að það verði mikil þróun í henni í framtíðinni og að Ísland skapi sér stað í huga fólks sem vellíðunaráfangastað.

## Heimildaskrá

- Bláa lónið Iceland (2008) skoðað 4. apríl 2010 á <http://www.bluelagoon.is/Um-fyrirtaekid/>.
- Becheri, E. (1989). From thermalism to health tourism. *Tourism review*. 44(4), 15-19.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9. 451-478.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and y surgery. *Tourism Management*. 27. 1093–1100
- Esterberg, K.G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill.
- Graburn, N. (1978). Tourism: The Sacred Journey. *The Anthropology of Tourism*. 17-31.
- Ferðamálastofa (2001). Ráðstefna um heilsutengda ferðaþjónustu. Skoðað 7. apríl 2010 á [http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat\\_id=62](http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat_id=62)
- Hallab, Z. (2004). Catering to the healthy-living vacationer. *Journal of vacation marketing*, 12(1), 71-91.
- Jarðböðin við Mývatn (áá). Skoðað 4. apríl 2010 á [http://www.jardbodin.is/Um\\_bodin/Sagan/](http://www.jardbodin.is/Um_bodin/Sagan/)
- Kickbusch, I & Payne, L. (2003). Twenty-first century health promotion: the public health revolution meets the wellness revolution. *Health Promotion International*, 18(4), 275-278.
- Mueller, H. & Kaufmann, E.L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Olsen, D. (2010) *Wellness and Tourism: Mind, body, Spirit, Place*, Tourism Management. Canada
- Page, S. (2003) *Tourism management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Polli. R. & Cook, V. (1969). Validity of the Product Life Cycle. *Journal of business*. 42(4), 385-400
- Ross, K. (2001) *Health Tourism: An Overview By Kim Ross (HSMAI Marketing Review)*. Skoðað 23. mars 2010 á <http://www.hospitalitynet.org/news/4010521.search?query=%22health+tourism%22>
- Ryan. C. & Riggs. W.E. (1996) Redifining the product life cycle: The five-element product wave. *Business Horizons*, 39(5), 33-40
- Samgönguráðuneytið (2000). *Heilsutengd ferðaþjónusta. Skýrsla nefndar um heilsutengda ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið.

- Samtök ferðaþjónustunnar (2010). Skoðað 5. apríl 2010 á [http://www.saf.is/is/?ew\\_news\\_onlyarea=newscontent&ew\\_news\\_onlyposition=4&cat\\_id=33921&ew\\_4\\_a\\_id=361384](http://www.saf.is/is/?ew_news_onlyarea=newscontent&ew_news_onlyposition=4&cat_id=33921&ew_4_a_id=361384)
- Smith, M. & Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Amsterdam: Elsevier.
- Smith, M & Kelly, C. (2006) Wellness tourism. *Tourism recreational research*. 31(1).
- Swarbrooke, J (2002) *The development of visitor attractions*, (2.útg) Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Trump University (2010). *Trumps 360 briefs*. Skoðað 15.mars 2010 á <http://www.trumpuniversity.com/business-briefings/post/2008/04/product-life-cycle.cfm>
- Vatnavinir (áá). Skoðað 5. apríl 2010 á <http://www.vatnavinir.is/vatnavinir/about/>
- Williams, S. (2004). *Tourism-Critical concepts in the social sciences*. United Kingdom Taylor & Francis.

# **1. Viðauki**

Viðtalsrammi

## **Viðtalsrammi fyrir viðmælendur rannsóknarinnar.**

### **Bakgrunnur**

Hvert er þitt sérsvið?

Hver er tenging þín við heilsutengda ferðamennsku?

### **Heilsutengd ferðamennska og þróun**

Hvernig skilgreinir þú heilsutengda ferðamennsku ?

Hvenær heldur þú að upphaf hennar hafi verið á Íslandi?

Hvernig finnst þér þróunin hafa verið í heilsutengdri ferðamennsku á Íslandi ?

Hve langt á veg heldur þú að Ísland sé komið í heilsutengdri ferðamennsku?

### **Heilsutengd ferðamennska á Íslandi**

Hvað finnst þér mikilvægt að þurfi að gera og vera til staðar í sambandi við heilsutengda ferðamennsku á Íslandi?

Hver heldur þú að markhópur heilsutengdar ferðamennsku sé eða verði ?

### **Framtíðaráform**

Hvaða styrkleika hefur Ísland að bjóða í heilsutengdri ferðamennsku? Af hverju heldur þú að ferðamenn vilji koma í heilsuferð til Íslands ?

Er eitthvað sem stendur í vegi fyrir heilsutengda ferðamennsku svo hægt sé að byggja hana upp á Íslandi ? Ef svo er, þá hvað ?

Hvað heldur þú að heilsutengd ferðamennska leiði af sér fyrir Íslandi ?

Hver er framtíðasýn þín fyrir heilsutengda ferðamennsku á Íslandi