

Nýsköpun í íslenskri ferðapjónustu hlutverk einstaklinga og hið opinbera

Edward H. Huijbens og Ögmundur Knútsson

Gestum, sem sækja Íslands heim, fjölgar stöðugt. Síðan 1960 hefur fjölgunin numið 6.4% að meðaltali (Jónsson, 2004: 51). Á síðasta ári komu rúmlega 431.000 gestir og gert er ráð fyrir 470.000 árið 2007 (Ferðamálastofa, 2007). Samliða hefur ferðapjónusta sem atvinnugrein vaxið í landinu og gjaldeyrstekjur aukist stöðugt, en ferðapjónusta aflaði árið 2006 47 milljarða sem er vel rúm tvöföldun á tíu ára tímabili, en 1997 voru þær um 21 milljarður. Gjaldyrstekjur sem þessar má leggja að jöfnu við útflutning og í því samhengi nema gjaldyrstekjur íslenskrar ferðapjónustu 20% af heildar vöruútflutning á Íslandi 2006 (fob-verð). Til samanburðar var ál flutt út að verðmæti 57 milljarða króna árið 2006. Eitt megin aðráttarafl landsins er sérstaða náttúru og er það aðráttarafl helst að finna í dreifbýli.

Þessi grein ber saman tvö dæmi um nýsköpun í ferðapjónustu á Norðurlandi. Bæði dæmin segja sögu árangurs í ferðapjónustu þar sem mörgum öðrum hefur fatast flugið. Annarsvegar er um að ræða Bakkafliöt – bátafjör, sem stundar flúðasiglingar í Jökulsá eystri og vestari í Skagafirði og hinsvegar er um að ræða Norðursiglingu, sem bíður hvalaskoðun frá Húsavík, en viðheldur einnig gömlum bátum byggir upp ferðapjónustu á grundvelli „strandmenningar“ við norður Atlantshaf (sjá Árnadóttir & Malkenes, 2004). Í greininni munum við leitast við að skýra hvernig þessi fyrirtæki náðu árangri með vísan til fræða um nýsköpunarkerfi (*innovation systems*). Markmið greinarinnar er að kortleggja það kerfi sem var virkjað til að koma nýsköpuninni á framfæri og hvernig henni er viðhaldið í dag. Rannsóknin er hluti af samnorrænu verkefni þar sem reynt er að finna hvað er sameiginlegt með möguleikum nýsköpunar í ferðapjónustu á Norðurlöndum. Er sú vinna grunvöllur stefnumótunar fyrir Norræna Nýsköpunarsjóðinn í rannsóknum á ferðapjónustu.

Nýsköpunarkerfi

Hugmyndina um nýsköpunarkerfi má rekja til Joseph Schumpeter (1934) sem lýsti því í bók sinni *Theory of economic development*, hvernig nýsköpun verði að skoða sem þróunarferli (*development*) og hvernig hvati efnahagslífsins fælist í því að endurraða stöðugt eindum efnahagslífsins á nýjan og hagkvæmari máta. Síðar gengur Schumpeter (1942: 83) skrefinu lengra og fullyrðir að úrelding og nýsköpun eru *aðal*hvatar efnahagslífsins. Um leið leggur hann hinsvegar minni áherslu á hlutverk einstaklinga og meiri áherslu á nýsköpun sem hluta þróunar og þannig ekki endilega eitthvað róttækt eða ófyrirsjáanlegt. Til að rökstyðja þetta segir hann að eftirhermur ná mun frekar árangri en þeir sem fara í fylkingabryjósti breytinga. Þeir sem á eftir koma ná nefnilega að útfæra og fínþússa nýsköpunina og þannig gengur þeim betur við að innleiða hana á markaði. Fagerberg (2005) byggir á þessu og segir:

Imitators are much more likely to succeed in their aims if they improve on the original innovation i.e. become innovators themselves. This is more natural, because one (important) innovation tends to facilitate (induce) other innovations in the same or related fields. In this way innovation – diffusion becomes a creative process in which one important innovation sets the stage for a whole series of subsequent innovation (13).

Nýsköpun er því í eðli sínu þróun sem setur af stað keðjuverkun og virkjar ótal ferla og einstaklinga. Hún dreifist meðal einstaklinga sem taka upp nýtt vinnulag eða laga iðju sína að nýjungum í atvinnulífi. Nýsköpun er félagslegt ferli sem Trott (1998) lýsir sem:

Innovation is not a single action but a total process of interrelated sub processes. It is not just the conception of a new idea, nor the invention of a new device, nor the development of a new market. The process is all these things acting in an integrated fashion (11).

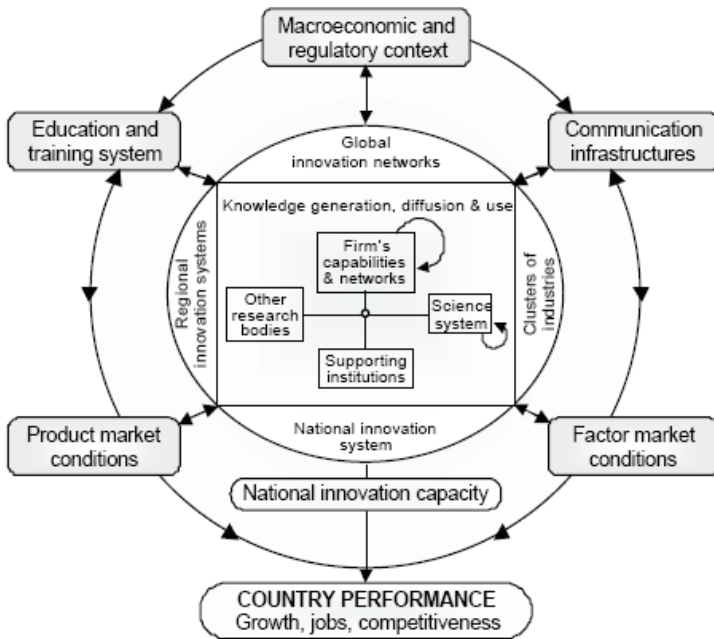
Að skilja nýsköpun sem félagslegt ferli er grundvöllur hugmynda um „nýsköpunarkerfi“. Kerfi er safn eininga sem með einum eða öðrum hætti tengjast og virka hver á aðra og mynda heild sem hægt er að afmarka frá umhverfi sínu. Þessi afmörkun rammur inn viðfangsefni rannsóknarinnar, þar sem greining kerfisins fer fyrst fram með því að kortleggja mörk þess (Edquist, 2001: 4). Þar af leiðir að ítarleg útlitun þess sem telst til nýsköpunarkerfis er nauðsynleg til að átta sig á því. Með vísan til kenninga

um „net hagkerfi“ (*network economy*) eins og Edquist *et al.* (2002: 7) skýra það er komin grunnur fyrir slíka útlitun:

- „Network companies – development in the direction of more horizontal and network influenced organisations as a response to more heterogeneous demand and as a method of gaining a competitive edge based on breadth of operations and intellectual property values.
- Competition and cooperation between economic actors, i.e. towards relationships based on a mixture of competition and cooperation as expressed in alliances and other types of cooperative constellations in order to achieve flexibility and risk sharing.
- Proximity, culturally and geographically – enables the occurrence of “density” and connected externalities but is also a precondition of learning and innovation.
- System perspective – towards creating a balance between the new economic logic on the one hand and institutions, infrastructure and incentives on the other“

Nýsköpunarkerfi er þannig kerfi skapandi félagslegra samskipta. Þeir fjórir punktar sem dregnir eru fram að ofan sýna að rannsóknaráherslan er á lárétt samskiptanet, samvinnu í samkeppni, nánd og hlutverk stofnanna. Hægt er að greina þessar áherslur svæðisbundið eða á landsvísu eins og gert er á mynd 1. OECD (1999) skilgreinir þannig nýsköpunarkerfi sem:

A network of public and private institutions within which production, dissemination and utilisation of new knowledge and technology occurs. (23, tekið úr Edquist, 2002: 5, orðað svipað hjá Nilsson, 2006: 14 sem byggir á Freeman, 1987).



Mynd 1: Gerendur og tengsl í nýsköpunarkerfi þjóðar. Heimild: OECD, 1999: 23

Önnur leið til að skýra mynd 1 er með orðum Metcalfe (1997: 285) sem lýsir nýsköpunarkerfi sem:

that set of distinct institutions which jointly and individually contribute to the development and diffusion of new technologies and which provides the framework within which governments form and implement policies to influence the innovation process. As such it is a system of interconnected institutions to create, store and transfer the knowledge, skills and artefacts which define new technology.

Báðar tilvitnanir að ofan og mynd 1 leggja áherslu á að greina nýsköpunarkerfi sem félagslegt tengslanet samskipta og lærdóms, en horfa báðar á nýsköpunarkerfi sem bundin við svæði eða þjóðríki, þ.e. sem landfræðilega afmörkuð fyrirbæri. Að ofan var útlitað hvað teldist til nýsköpunarkerfis en hér viljum við draga okkur aðeins til baka og leita á náðir óhlutbundnari skýringa. Edquist (2004: 187) útskýrir að nýsköpunarkerfi þurfi að uppfylla þrennt;

Samhengi – nýsköpunarkerfi er til þegar fylking margskonar stofnanna og tengsl þeirra á svæði eða í þjóðríki myndar samhangandi heild, sem hefur eiginleika ólíka og meiri en hlutar heildarinnar hver í sínu lagi. Með öðrum orðum má búast við því að finna svörun, sameiginlegar þróunarbrautir og samverkandi færni milli aðila.

Samræmdur tilgangur – nýsköpunarkerfi hefur tilgang, þ.e. markmið sem hlutar heildarinnar leggja til og birtist til að mynda í sameiginlegri sýn eða samvinnu að marki.

Afmarkað – það verður að vera mögulegt að greina milli kerfisins og annars í heiminum eða umhverfi þess. Það er að mörk kerfisins verða að vera greinanleg. Þessi mörk geta verið landfræðileg en einnig dregin eftir atvinnugreinum eða tækni.

Það er einmitt með vísan til afmörkunar kerfisins sem greining þeirrar rannsóknar sem hér er lýst fer fram. Það að nýsköpunarkerfi þurfi ekki nauðsynlega að vera landfræðilega afmarkað, gerir okkur kleift ímynda okkur að það sé til nýsköpunarkerfi sem er sértækt fyrir ferðaþjónustu á Íslandi.

Með því að einblína á tiltekna greinar atvinnulífsins verður hlutverk einstakra gerenda aftur þungamiðja greiningar, þar sem stofnanir og reglugerðir þjóna yfirleitt mörgum einstökum atvinnugreinum samtímis. Til að nálgast greiningu á virkni einstakra gerenda innan nýsköpunarkerfa atvinnugreinar (*sectoral innovation system*) nefnir Edquist (2001: 9-10) 12 hlutverk gerenda;

1. Að skapa nýja þekkingu eða koma með nýjar hugmyndir
2. Að efla leit að og útbreiðslu nýrra hugmynda og þekkingar
3. Að skapa mannauð
4. Að skapa fjármagn
5. Að prófa og staðfæra vöru og þjónustu
6. Að tryggja samvirkni við aðra efnahagsstarfsemi
7. Að stýra samkeppni
8. Að búa til nýja markaði
9. Skapa ný skipulagsform
10. Að skapa og festa í sessi nýjar stofnanir
11. Að festa í sessi og efla kerfið þannig að það skeri sig úr umhverfi sínu
12. Að eyða úreltum skipulagsheildum og stofnunum

Að kynna til sögunar eitthvað sem er nýtt og láta það virka sem hluta af félagslegu, stofnannalegu og reglugerðar umhverfi er því það sem skilgreinir

nýsköpunarkerfi. Að láta nýjungar virka sem viðbót við tiltekna atvinnugrein felur því í sér að virkja gerendur sem búa við ólíkar aðstæður og tilheyra ólíkum skipulags eða stofnanna heildum. Þeir 12 punktar sem nefndir eru að ofan gefa okkur færi á því að bera kennsl á ólíka gerendur sem virkja kerfið og þannig hægt að sjá hvað nýsköpunarkerfið sem úr verður, er að skapa.

Nálgun

Fyrirtækin í rannsókninni voru valin þar sem þau höfðu náð árangri á sínu sviði og verið við rekstur í meira en 5 ár. Er það forsenda þess að hægt sé að greina hvata og hindranir í nýsköpunarkerfinu sem þau virkja í sína þágu. Að auki hlýtur nokkur fjöldi gerenda að hafa komið við sögu. Það að nálgast þessa gerendur og fá frá þeim upplýsingar liggur til grundvallar kortlagningar á því nýsköpunarkerfi sem við ætlum að greina.

Viðtöl voru tekin við einstaklinga á slóðum hvors fyrirtækis fyrir sig. Voru þau þannig uppbyggð að nokkrar lykilspurningar voru settar fram en viðmælenda leyft að tala af list um þær (*semi-structured interview*). Þannig er dregið fram hvað var svipað meðal viðmælenda en engu að síður varðveita sérstöðu þeirra (Seale, 2004). Þær lykilspurningar sem settar voru fram snéru að;

- Sögu og bakgrunn viðmælenda
- Upplýsingar um þá stofnun sem viðmælendi tilheyrit
- Sögur erfiðleika og hindrana
- Þau tengsl sem viðmælenda eru mikilvæg
- Framtíðarsýn stofnunar
- Lög og reglur, skráðar sem óskráðar
- Hvernig þekkingaröflun er háttað

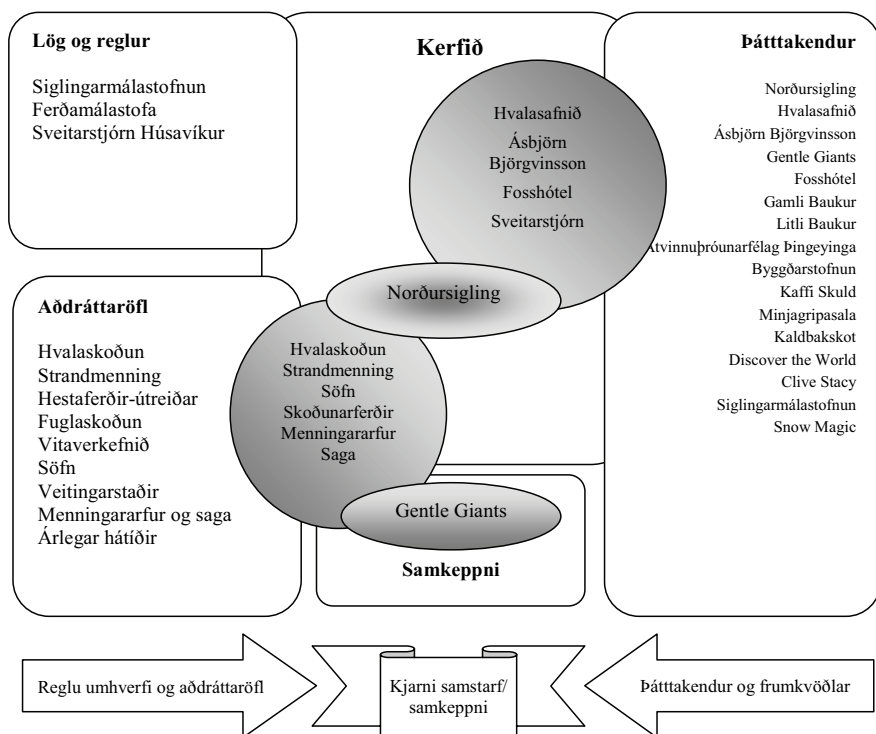
Á grunni þessara almennt orðuðu spurninga og greiningu á svörum viðmælenda var nýsköpunarkerfið afmarkað. Viðtalsgögnin voru síðan lykluð eftir þessum þáttum;

- Bakgrunnur
- Aðdráttarafl
- Kerfið
- Hvatar
- Greining
- Afleiðingar í stefnumótun

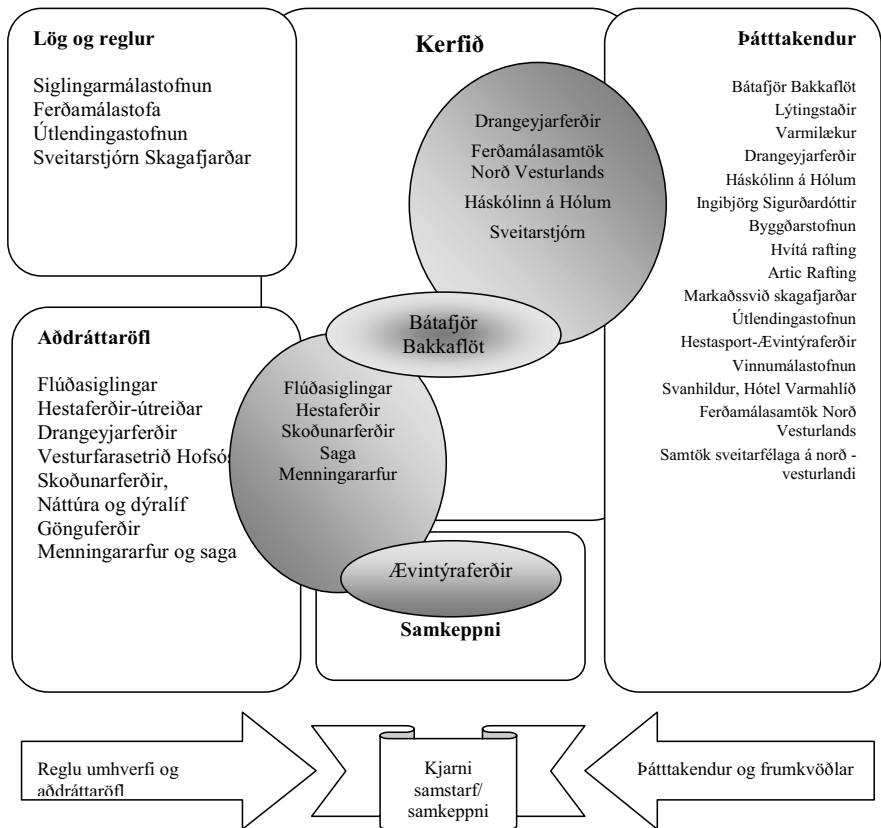
Sérstök áhersla í greiningu viðtalsgagna var á starfsumhverfi fyrirtækjanna. Þannig var 'kerfi' (punktur þrjú), nánar brotið niður með C-PEST greiningu, en þar er áherslan á samkeppnis (*Competitive*), pólitískt, (*Political*), efnahagslegt (*Economic*), félagslegt (*Socio-Cultural*) og tæknilegt (*Technical*) umhverfi. Með þessari áherslu var hægt að greina ítarlega tækifæri og ógnanir í kerfinu, tengsl einstakra gerenda og starfsumhverfi fyrirtækjanna (Tribe 2004: 162).

Niðurstöður

Áherslan er á hvernig gerendur og einstakir viðmælendur tengjast og þannig er fengin mynd af því nýsköpunarkerfi sem hvort fyrirtæki um sig virkjar til að viðhalda sér. Mynd 2 fyrir Norðursiglingu og mynd 3 fyrir Bakkaflöt.



Mynd 2: Ferðaþjónustubundið nýsköpunarkerfi virkjað af gerendum tengdum Norðursiglingu. Heimild: Helgason, 2007



Mynd 3: Ferðaþjónustubundið nýsköpunarkerfi virkjað af gerendum tengdum Bakkafliót. Heimild: Helgason, 2007

Á báðum myndum má sjá hvað er aðdráttaraflíð, hvernig stofnanir tengjast kerfisbundið því fyrirtæki sem er skoðað og svo einstakir gerendur. Mögulegt reyndist að setja myndirnar upp á sama máta, en í mörgu reyndist saga beggja fyrirtækja vera svipuð. Til að átta sig nánar á þeim tókum við hvort fyrir sig hér að neðan.

Norðursigling

Upprunalegt markmið hjá Norðursiglingu var að vernda gamla eikarbáta frá 4., 5. og 6. áratug síðustu aldar. Til þess að gera það að veruleika þurfti að finna þeim notagildi, sem varð hvalaskoðun á Skjálfaðaflóa. Grundvöllur verndunarsjónarmiða þeirra var hluti af stærri mynd sem fjallað hefur verið um undir heitinu 'Strandmenning' (*kjyst kúltur*) (sjá: Árnadóttir & Malkenes,

2004). Ef ekki hefði verið fyrir þessar hugmyndir hefði sjávarútvegurinn og sveitarfélög á svæðinu síður aðstoðað þá, enda hvalaskoðun vart til í orðabók Íslendinga um þetta leyti 1995. Varðveisla arfleidar sjósóknar með menntunargildi var það sem kom þeim á flot.

Stuðningur sveitarfélaga og sjávarútvegsins var fjárhagslegur en einnig stuðningur gegn lögum um úreldingu fiskiskipa, en eikarbátar hurfu hratt á áramótabrennum landsmanna. Eftir að fyrirtækið varð háð hvalaskoðun um rekstur upphófst önnur barátta við löggjafann. Að þeirra mati hefur opinber ákvörðun um hvalveiðar torveldað þeim reksturinn og markaðssetningu.

Árangur Norðursiglingar hefur náð að efla samstöðu í nær umhverfinu og eftt tiltrú manna á sitt samfélag og framtíð þess eftir áföll á 9. og 10. áratugnum í sjávarútvegi og með hruni kaupfélagsins. Ekki er svo að skilja að þeir hafi fyrstir komið með hugmyndir um nýtingu náttúru og flóans til ferðaþjónustu. Þar voru einstaklingar svo sem hóteltjórinn á staðnum, forstjóri *Discover the World*, sem og íslenskir hvalaáhugamenn þegar reynt að fara af stað. Norðursigling fetar í þeirra fótspor en nú feta margir í fótspor Norðursiglingar.

Stoðkerfi hins opinbera fyrir nýsköpun og ferðaþjónustu birtist í Atvinnuþróunarfélagi Þingeyinga og Impru, nýsköpunarmiðstöð. Báðir hafa fyrst og fremst stutt með ráðgjöf og hjálp við að sækja í sjóði, hjálp við gerð áætlana og að skilja lög og reglur. Bankarnir hafa mest veitt fjármagni í starfseminum en einnig sveitarfélög og einkaaðilar. Hinsvegar hefur það komið upp að bankinn hafi haldið að sér höndum með fyrirgreiðslur til örrar uppbyggingar fyrirtækisins, með áhyggjur af því að reksturinn sé óstöðugur.

Norðursigling hefur leikið stórt hlutverk í uppbyggingu atvinnulífs á svæðinu og leiða nú uppbyggingu í kringum upprunalega sýn fyrirtækisins, tengt strandmenningar hugtakinu. Einkum hafa þeir með tvennum hætti komið að atvinnu uppbyggingu, í fyrsta lagi með beinni eignaraðild en þar hafa þeir byggt upp á hafnarsvæðinu m.a. skrifstofu og móttöku aðstöðu, rekið veitingahús og kaffihús og byggja nú upp setur um landnám og sögu svæðisins sem þeir kalla Garðarshólma. Í öðru lagi með því að skapa grundvöll afleiða (*spin-offs*) með árangri sínum, en þar má nefna uppbyggingu gistimöguleika, hvalamiðstöð og uppbyggingu safna á svæðinu og annarra veitingastaða.

Bakkaföt

Það sem fyrst og fremst stendur uppúr í greiningu á Bakkaföt er hið flókna og viðamikla reglugerðamhverfis sem starfsemin hrærist í. Á hverju ári þarf að sækja um fjölda leyfa sem tekur mikinn tíma og veldur miklu álagi á

starfseminna. Helst er hér um að ræða vandkvæði bundin því að tryggja þekkingu á flúðasiglingum, en sú þekking er flutt inn frá Nepal. Aldrei er á vísan að róa með hvort leyfi fái frá útlendingastofnun fyrir hinum nepölsku ræðurum áður en tímabilið hefst að sumri.

Flúðasiglingar, gisting og matur standa undir veltu fyrirtækisins. Upprunalega byggði reksturinn á samstarfi við frumkvöðla við Hvíta á Suðurlandi en nú gera þau út sjálf báta. Reksturinn í dag einkennist af harðri samkeppni við annan aðila sem gerir út á árnar. Í samstarfi við valin fyrirtæki á svæðinu hafa þeir náð að standast samkeppni og laða fleira ferðafólk á svæðið. Er þessi harða keppni talin af mörgum letja uppbyggingu ferðaþjónustu á svæðinu. Sveitarfélagið Skagafjörður er að leggja sitt af mörkum við að fá fyrirtæki til að vinna saman í ferðaþjónustu og hefur fengið Hólaskóla – háskólann á Hólum til að skipuleggja og móta stefnu fyrir ferðaþjónustu á svæðinu næstu þrjú árin (sjá: Gunnarsdóttir & Árnason (Ritstj.), 2006). Einnig hafa ráðgjafar Atvinnuþróunarfélags Norðurlands Vestra komið að uppbyggingu á svæðinu.

Aðal hindrunin í vexti fyrirtækisins eru hugmyndir um byggingu miðlunarlóna á hálendinu ofan Skagafjarðar, nú í bið. Ekki aðeins mundi fjármagnsflæði fyrirtækisins þorna upp að miklum hluta, heldur mundi ímynd svæðisins sem náttúruvin skadað mikið að mati forsvarsmanna.

Umræða og Niðurlag

Hlutverk gerenda í að virkja nýsköpunarkerfi ferðaþjónustu er útgangspunktur umræðunnar. Edquist (2001) nefnir að öll þau fjölbreyttu hlutverk sem ólíkir gerendur hafa gefur færi á að ná utan um nýsköpunarkerfi atvinnugreinar og hvernig það er virkjað. Eitt hlutverk gerenda er að skapa þekkingu en bæði fyrirtækin eru stöðugt að bæta þekkingu á sínum viðfangsefnum. Annað hlutverk gerenda er þekkingarleit og koma þekkingu í umferð. Bæði fyrirtæki virkja einstaklinga til þessarar þarfa. Annað hlutverk er að tryggja fjármagn, en bæði starfa þau allt árið og sýna getu til þess, þrátt fyrir árstíðarsveiflur í gestakomum. Fjórða hlutverk gerenda er að prófa nýjar hugmyndir og vöru, en bæði eru virk þar, þó ólíkt eftir sýn fyrirtækis. Fimmta hlutverk gerenda er að glíma við árstíðarsveiflur og tryggja þannig samvirkni við aðra rekstraliði. Sjötta hlutverkið er að hafa stjórn á samkeppni. Sjöunda hlutverk er að stækka markaðinn og opna fyrir nýja markaði. Báðum tekst að glíma við árstíðarsveiflur og stjórna samkeppni og bæði hafa opnað nýja markaði og stækkað þann sem fyrir var, annað með því að búa til hvalaskoðun og hitt með flúðasiglingum í ám sem ekki voru notaðar áður í

Það. Enn eitt hlutverkið er að skapa nýjar skipulagsheildir en bæði fyrirtækin hafa stóra framtíðardrauma sem ekki tengjast einungis hagnaðarvon. Níunda hlutverkið sem Edquist nefnir er að virkja kerfið sem eitthvað annað og aðskilið umhverfi sínu. Bæði fyrirtækin hafa gert sig gildandi á landsvísu, sérstaklega í ljósi þeirra ákvarðanna sem teknar hafa verið af hinu opinbera. Loka hlutverk gerenda sem virkja nýsköpunarkerfi greinarinnar sem fyrirtækin byggja á er að ryðja úr vegi úreltum stofnunum og skipulagsheildum. Bæði fyrirtækin spretta úr jarðvegi róttækra breytinga á atvinnuháttum og hafa lagt sitt til endurskipulagningarinnar.

Norðursigling er komið lengra í að virkja kerfið og er stærra í sniðum með fleiri gerendum og hlutverk, meiri hraða og skýrari markmið. Sýnin er að stækka reksturinn með því að bæta við nýjungum, sem tengjast upprunalegum hugmyndum með stofnun fyrirtækisins um strandmenningu. Fyrir þeim er efling nær samfélags mikilvæg og þannig hafa þeir í gegnum samvinnu eftl ímynd svæðisins og náð að laða fleiri að, eftir að hafa gengið í gegnum tímabil harðar samkeppni.

Bakkaflöt virkjar kerfið inn á við og er einangrað við þröng net sem sér hið opinbera sem hindrun og vill eyða samkeppni. Samkeppnin er þannig ekki sá drifkraftur sem ætla mætti og hefur frekar klofið ferðaþjónustu svæðisins. Með aðgerðum sveitarfélagsins er markmið að skapa meðvitund einstaklinga um mikilvægi ferðaþjónustu og samstarfs við sveitarfélagið, menntastofnanir, fulltrúa frá stoðkerfi hins opinbera, sem og einstaklinga í öðrum fyrirtækjum. Að færa þekkingu, reynslu og fjármagn inn í ferðaþjónustu með því að gera einstaklingum grein fyrir hlutverki sínu í að virkja nýsköpunarkerfi greininni í hag, gæti haft mikil áhrif á stjórnun fyrirtækja og möguleika í markaðssetningu.

Ef tekið er með í reikninginn endurskoðun ferðamálaáætlunar og sú sýn sem kynnt er í núgildandi ferðamálaáætlun (sjá: Samgönguráðuneytið, 2005) gæti rekstrarumhverfi fyrirtækja í ferðaþjónustu breyst. Eitt skýrt dæmi er að ef ferðamálaáætlun öðlast hljómgrunn gæti opinber stefna í ýmsum málum tekið frekar tillit til ferðaþjónustu. Hér er t.d. ekki verið að kalla eftir hvalveiðibanni, heldur viðurkenningu þess að hvalaskoðun er vænlegur atvinnuvegur. Sama fyrir miðlunarlón og vatnsaflsvirkjanir, viðurkenning virðis og gildis þeirra starfsemi sem fram fer á ám gæti vegið á móti hag af vatnsafl og það sem það á að notast til. Annað dæmi sem nefna mætti er það skilningsleysi sem Bakkaflöt telur sig mæta hjá Útlendingastofu, og að ekki sé á vísan að róa með leyfi áður en tímabil hefst. Þetta þýðir að virkja þarf gerendum hjá hinu opinbera í nýsköpunarkerfi ferðaþjónustu ef það á að skapa árangur.

Af dæmunum leiðum við líkur að því að hið íslenska nýsköpunarkerfi almennt styður ekki nægjanlega við bakið á ferðapjónustu og að reglugerðaumhverfið og löggjöf hafi ekki verið löguð að þörfum greinarinnar og hennar þverfagleik. Við leiðum einnig líkur að því að Norðursigling sé komin lengra í að virkja nýsköpunarkerfi, sem kalla mætti sértækt fyrir íslenska ferðapjónustu, og birtist það í viðtækri samvinnu og sterkri samfélagslegri sýn þar sem allir hagnast.

Heimildir

- Árnadóttir, S. & Malkenes, S. (2004). „*Þlokkjfskur*“ *Íslensk strandmenning sem grunnur fyrir ferðapjónustu í framtíðinni*. Akureyri og Florø: Bjálkinn og Ráðgjefningsfirmaet LAURA.
- Björgvinsson, Á. (2007). Commercial Whaling v/s Whale Watching Iceland. Húsavík: The Icelandic Whale Watching Association.
- Edquist, C. (2001). *The Systems of Innovation Approach and Innovation Policy: An account of the state of the art*. Grein kynnt á DRUID ráðstefnunni um þjóðleg nýsköpunarkerfi, stofnanir og opinbera stefnu, Álaborg, 12.-15. júní 2001. (óbirt).
- Edquist, C., Håkanson S. & Flodström, A. (2002). *The new Economy, Innovations and Innovation Systems from a Swedish Perspective*. Grein kynnt á the International Symposium on Economic Development through Commercialization of Science and Technology, Hong Kong, 19.-22. mars 2002. (óbirt).
- Edquist, C. (2004). Systems of Innovation – A Critical Review of the State of the Art. Í J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Ritstj.), *The Oxford Handbook of Innovation* (bls. 181-208). Oxford: Oxford University Press.
- Fagerberg, J. (2005). Innovation a guide to the literature. Í J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Ritstj.), *The Oxford Handbook of Innovation* (bls. 1-26). Oxford: Oxford University Press.
- Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance. Lessons from Japan*. London: Continuum.
- Gunnarsdóttir, G. Þ. & Árnason, Þ. (Ritstj.) (2006). *Ferðapjónusta í Skagafirði, stefnumótum 2006-2010*. Sauðárkrókur: Hólaprent.
- Helgason, J. G. (2007). *Comparison of two companies in tourism in Northern Iceland - Case studies of innovation systems* -. B.Sc. thesis at the department of Business and Science. Akureyri: University of Akureyri.
- Ferðamálastofa (2007). *Talnaefni*. Sótt 20. ágúst 2007 af www.ferdamalastofa.is.

- Jónsson, Á. (2004). Þjóðhagslegur ábati ferðaþjónustu og hlutverk ríkisins. *Landabréfið*, 20, 51-67.
- Metcalf, S. (1997). Technology Systems & Technology Policy in an Evolutionary Framework. Í D. Archibugi & J. Michie (Ritstj.) *Technology, Globalisation & Economic Performance* (bls. 268-296) Cambridge: Cambridge University Press.
- Nilsson, J.E. (Ritstj.) (2006). *The Role of Universities in Regional Innovation Systems – A Nordic Perspective*. Kaupmannahöfn: Copenhagen Business School Press.
- OECD. (1999). *Managing National Innovation Systems*. Paris: OECD.
- Samgönguráðuneytið. (2005). *Ferðamálaáætlun 2006-2015*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Brothers Publishers.
- Seale, C. (2004). *Researching Society and culture 2nd edition*. London: Sage publications.
- Tribe, J. (2004). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism 3rd edition*. Burlington: Elsevier.
- Trott, P. (1998). *Innovation Management & New Product Development*. London: Financial Times Management