FJALLAÐ UM FERÐAMÁL

MAGNÚS ODDSSON

BLAÐAGREINAR
PISTLAR
OG RÆÐUR

UM

FERÐAMÁL

1990-2007

1. HLUTI

MAGNÚS ODDSSON

FERÐAMÁLASTJÓRI

INNGANGUR.

Á árunum 1990-2007 skrifaði Magnús Oddsson ferðamálastjóri ýmislegt um ferðamál í blöð og tímarit. Þá flutti hann ávörp og ræður við mismunadi tilefni.

Flest af þessu fjallar eðlilega um þau málefni ferðaþjónustunnar sem voru efst á baugi á hverjum tíma og því meira í umræðunni en önnur. Þó má segja að hluti þessa efnis fjalli um ferðamál almennt bæði hvað varðar innlendan hluta þeirra og einnig umræðu um þau í víðara samhengi.

Sumt af því sem hér er birt er eðlilega barn síns tíma , en er samt hér birt til að sýna þá umræðu sem var á hverjum tíma um málefnið

Tekinn hefur verið saman hluti þessara skrifa á þessum árum og eðlilega er á stundum verið að fjalla um sömu hlutina. En þó með mismunandi áherslum eftir tilefninu hverju sinni.

Þetta efni er ákveðin heimild um hvernig þá umræðu sem var um ferðamál á þessum árum.

Í fyrsta hlutanum eru tveir flokkar greina; pistlar sem birtust undir heitinu *Ferðamál á föstudegi* og árlegir pistlar með heitinu *Við áramót.*

NOKKRAR UPPLÝSINGAR UM AÐKOMU HÖFUNDAR AÐ FERÐAMÁLUM.

Vann ferðaskrifstofustörf árin 1974-1979 og var m.a. fararstjóri erlendis á þeim árum.

Markaðsdeild Arnarflugs hf. 1980-1982

Svæðisstjóri Arnarflugs hf í Evrópu 1982-1983

Markaðs- og sölustjóri Arnarflugs 1983-1989

Settur ferðamálastjóri 1990-1991

Markaðsstjóri Ferðamálaráðs Íslands 1991-1993

Ferðamálastjóri 1993- ársloka 2007

Stjórnarstörf tengd ferðamálum:

Í Ferðamálaráði Íslands 1984-1990

Í framkvæmdastjórn Ferðamálaráðs Íslands 1984-1990

Í stjórn Arnaflugs Innanlands hf 1987-1989

Í stjórn Upplýsingamiðstöðvar ferðamála 1987-1989

Í stjórn Útflutningsráðs Íslands 1991-1993

Formaður framkvæmdastjórnar Nordic Travel Mart 1990-1991

Í stjórn Ferðavakans hf 1991-1993

Í stjórn Ráðstefnuskrifstofu Íslands 1992-1997 og stjórnarformaður 1993 og 1996.

Í stjórn Scandinavian Tourism Inc. í Bandaríkjunum frá 1996 og stjórnarformaður 2000- 2002.
Í stjórn Ferðamálaráðs Vestur-Norðurlanda 1990-1991 og frá 1994, formaður 1999-2000 og 2005-2007 er ráðið var lagt niður

Í skólanefnd Leiðsöguskóla Íslands frá 1996

Í stjórn Náttúruverndar ríkisins 1996-1999 er hún var lögð niður

Í stjórn Ferðamálaráðs Norðurlanda frá 1993- ársloka 2007 og formaður 2000-2002

Í Náttúruverndarráði 2000-2002 er ráðið var lagt niður

Í framkvæmdastjórn Ferðamálaráðs Evrópu (ETC) 1999-2003 og 2007-

Stjórnarformaður Nordatlantisk Turistselskab Aps frá stofnun 2003 til 2006 er félagið var lagt niður.

Í stjórn NATA (North Atlantic Tourism Assc.) frá stofnun 2007

Nefndarstörf tengd ferðamálum

Hefur átt sæti í ýmsum opinberum nefndum og starfshópum.

M.a.

Skipaður í nefnd samgönguráðherra árið 1991 til að semja námsskrá fyrir Leiðsöguskólann

Skipaður í starfshóp samgönguráðherra 1995 til að annast málefni Evrópsku ferða- og umhverfisverðlaunanna.

Skipaður í starfshóp umhverfisráðherra 1992 um umhverfisvernd og ferðamennsku á miðhálendi Íslands

Skipaður í starfshóp samgönguráðherra 1993 til undirbúnings átaks til að hvetja Íslendinga til ferðalag um eigið land árið 1994

Skipaður af forsætisráðherra 1995 í nefnd til að endurskoða lög um þjóðfána Íslendinga

Skipaður af samgönguráðherra 1995 sem formaður stýrihóps sem vann stefnumótun í ferðaþjónustu fyrir tímabilið 1996-2005

Skipaður af samgönguráðherra 1997 í nefnd vegna byggingar ráðstefnu- og tónlistarhúss.

Skipaður í nefnd samgönguráðherra 1999 til að kanna áhrif væntanlegrar Schengenaðildar Íslands á ferðaþjónustu.

Skipaður af utanríkisráðherra 1999 í framkvæmdastjórn EXPO 2000

Skipaður í starfshóp umhverfisráðherra 1999 til að gera tillögu um tekjuöflun af náttúruperlum.

Skipaður í nefnd samgönguráðherra 2001 til að fjalla um málefni Ferðamálasjóðs.

Skipaður í nefnd samgönguráðherra 2001 til að vinna að gerð samgönguáætlunar

Skipaður af utanríkisráðherra 2003 í samráðsnefnd atvinnulífs og stjórnvalda um utanríkisviðskipti og útflutningsaðstoð.

Skipaður af samgönguráðherra 2003 í nefnd til að leggja mat á afkomu gististaða utan höfuðborgarsvæðisins.

Skipaður af samgönguráðherra 2003 sem formaður í stýrihóp til að vinna að gerð ferðamálaáætlunar fyrir árin 2006-2015

Skipaður af samgönguráðherra 2007 sem formaður í stýrihóp til að vinna að endurskoðun ferðamálaáætlunar 2006-2015

FERÐAMÁL Á FÖSTUDEGI

Vorið 1992 hóf höfundur að skrifa pistla í Morgunblaðið undir samheitinu *Ferðamál á föstudegi.*

Hér eru nokkrir þessara pistla sem voru birtir á þriggja ára tímabili 1992-1995

18. júní 1992

ÍSLENDINGAR JUKU TEKJUR AF FERÐAÞJÓNUSTU MEST EVRÓPUÞJÓÐA 1985-1990

Í framhaldi af fréttum um fækkun erlendra ferðamanna það sem af er ári og mögulegri fækkun í sumar hefur verið óskað eftir því að ég skrifaði örlítið um málið.

Það er eðlilegt að það vekji athygli að eftir aukningu undanfarinna ára stefni nú jafnvel í fækkun í ár. Og því skal reynt að nefna hér nokkrar af þeim skýringum sem líklegastar eru fyrir þessu.

Verð á Íslandsferðum á markaði á meginlandi Evrópu hækkaði yfirleitt á bilinu 4-9% í þarlendum gjaldmiðlum milli áranna 1991 og 1992. Þetta gerðist þrátt fyrir að flugverð væri það sama í flestum tilfellum. Hækkun á öðrum hluta ferðanna var því yfirleitt á bilinu 9-18%. Þetta er veruleg hækkun á Íslandsferðum og verulega umfram verðbólgu í flestum þessara landa. Þessi hækkun kemur á sama tíma og ferðir til tveggja af helstu samkeppnislöndum okkar á þessum markaði, Svíþjóðar og Finnlands lækkuðu . Í Svíþjóð var virðisaukaskattur lækkaður og gengi finnska marksins var fellt. Þá er vaxandi samkeppni frá löndum, sem hafa aðgang að sjóðum EB.

SAMKEPPNI FRÁ LÖNDUM MEÐ AÐGANG AÐ EB- SJÓÐUM OG "NÝ" LÖND Í AUSTRI

Á árunum 1989-1993 er úthlutun styrkja til ferðaþjónustuaðila innan EB um 150 milljarðar króna. Samkvæmt könnunum meðal ferðamanna frá þessum markaði er a.m.k. eitt þessara landa Írland í mikilli samkeppni við okkur. Írar hafa á ofangreindu tímabili fengið um 14 milljarða króna í beina styrki til ferðaþjónustuverkefna og kynningar úr sjóðum EB. Þá mun EB nota um 1500 milljónir króna til sameiginlegra verkefna í ferðaþjónustu á næstu 3 árum.

Þetta er einungis nefnt hér sem ein af ástæðum þess að útlit er fyrir að við förum nokkuð hallloka í samkeppni þetta árið, m.a. vegna þessarar niðurgreiddu ferðaþjónustu í öðrum löndum en ekki sem innlegg í umræðuna um EB. Ekki verður horft framhjá efnahagsástandi í sumum þessara landa á meginlandinu. Hækkun skatta í Þýskalandi vegna sameiningarinnar dregur úr kaupgetu fólks. Þá höfðu verkföll og vinnudeilur einnig sín áhrif í vor.

Þá má benda á að margir höfðu ákveðið að fara hvergi í sumar vegna ýmissa atburða, sem tækni sjónvarpsins mun flytja heim í stofu. Margir Evrópubúar fylgjast nú með Evrópukeppni í knattspyrnu og Olympíuleikar verða síðar í sumar og eðlilega verður mikið um ferðalög innan meginlandsins vegna ofangreindra atburða og Heimssýningarinnar. Loks má minna á að ódýr samkeppni frá "nýjum" löndum í austri hefur freistað margra.

Hér að framan hafa verið taldar upp nokkrar af þeim ástæðum sem komið hafa upp í umræðunni um fækkun erlendra ferðamanna. Sumar þeirra eru tímabundar og aðrar viðvarandi. En það þýðir nægir ekki að lista upp ástæðurnar og nota þær sem afsökun fyrir þessu ástandi eins og einhverjum gæti sýnst af þessari upptalningu. Nei atvinnugreinin er ekki og þarf reyndar ekki að biðja nokkurn aðila afsökunar á ástandinu.

63% AUKNING GJALDEYRISTEKNA AF FERÐAÞJÓNUSTU 1985-1990

Ferðaþjónustan sem atvinnugrein hefur vaxið nokkuð jafnt og þétt frá því um 1950. Á síðustu árum hefur vöxtur hennar verið mjög mikill og gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum hafa t. d. rúmlega tvöfaldast milli áranna 1985 og 1991 á verðlagi ársins 1991, en þá voru þær rúmlega 12,4 milljarðar króna. Ég held að hægt sé að fullyrða að engin atvinnugrein hafi aukið gjaldeyristekjur sínar hlutfallslega jafn mikið á þessu tímabili.

Gjarnan er gerður samanburður á árangri okkar og annarra þjóða OECD. Gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum milli áranna 1985 og 1990 jukust um 63% á verðlagi ársins 1990. Meðaltalsaukning OECD landanna er 32% þennan sama tíma. Af Evrópuþjóðum tókst engum að auka tekjur sínar hlutfallslega jafn mikið og Íslendingum. Þessi árangur hefur alls ekki komið af sjálfu sér. Fyrirtæki, hagsmunaaðilar, sveitarfélög, opinberir aðilar og eintaklingar hafa lagt af mörkum mikla vinnu og fjármagn til að ná þessum árangri.

FERÐAÞJÓNUSTAN VIÐ SAMA BORÐ OG AÐRAR GJALDEYRISSKAPANDI ATVINNUGREINAR

Nú er það er verkefni okkar í ferðaþjónustu að fara yfir vandamálið og leita lausna. Sú vinna er þegar hafin. Hluti af þeirri vinnu hlýtur að felast í að skapa ferðaþjónustu hliðstæð rekstarskilyrði og öðrum gjaldeyrisskapandi atvinnuvegum. Hér er ekki verið að ræða um forréttindi , ölmusu eða styrki, heldur einfaldlega að sitja við sama borð og aðrir. Við verðum að vera samkeppnishæf,ef atvinnugreinin á að verða það "ljós í myrkrinu" sem hún er nefnd í Hvítbók ríkisstjórnarinnar. Atvinnugreinin sjálf þarf einnig að laga ýmislegt til að vera betur samkeppnisfær.

Tilefni þessa pistils var sú spurning sem vaknaði í kjölfar upplýsinga um fækkun erlendra ferðamanna ,hvort eitthvað hefði misfarist í markaðssetningunni. Svarið við þeirri spurningu er ekki einfalt. Það er bæði já og nei. Sumt hefur tekist vel og annað mistekist. Spurningin gefur tilefni til enn frekari upplýsinga um ferðaþjónustu svo hver og einn geti svarað fyrir sig.

10. júlí 1992

FJÁRFESTING Í AÐSTÖÐU, VÖRUÞRÓUN OG MARKAÐSSETNINGU VERÐUR AÐ HALDAST Í HENDUR

Í síðasta pistli , þar sem rætt var nokkuð um vöxt ferðaþjónustu undanfarin ár sagði ég að reynt yrði í þessum pistlum að gefa upplýsingar um hina margvíslegu þætti ferðaþjónustu
Í dag langar mig að fara nokkrum orðum um umfang atvinnugreinarinnar þessa dagana og nefna nokkrar tölulegar stærðir í því sambandi

Nú liggur fyrir hver fjöldi erlendra ferðamanna varð í júní. Um var að ræða fækkun. Veruleg breyting varð á samsetningu ferðamannahópsins í samræmi við það sem spáð hefur verið. Fækkun nálægt 1400 farþegum frá meginlandi Evrópu og Bretland , en aukning um 800 ráðstefnu og fundargesti frá Norðurlöndum. Þó heildarfækkunin sé hlutfallslega lítil hefur þessi breyting veruleg áhrif.

Farþegar frá Evrópu dvelja hér samkvæmt könnunum um 13 daga hver að meðaltali á þessum tíma árs og ferðast mun meira um landið en norrrænir ráðstefnu og fundargestir. Því má gera ráð fyrir að um 18000 gistinátta fækkun vegna Evrópufarþeganna, sem að verulega leyti er þá á landsbyggðinni. En á sama tíma má gera ráð fyrir að milli 5-6000 gistinátta aukningu vegna Norðurlandabúannna, mest á höfuðborgarsvæðinu. Þetta er nefnt hér sem dæmi um að ferðamannafjöldinn segir ekki alla söguna heldur samsetningin, dvalarlengd, dvalarstaðir o.fl.
Það er mitt mat að þessi breyting hafi ekki haft mikil áhrif á heildartekjurnar miðað við fyrra ár. En auðvitað áttu þessir norrrænu gestir að vera viðbót og hinir að skila tekjum um allt land.

Nú í júlímánuði má gera ráð fyrir að um 8000 erlendir ferðamenn komi til landsins á viku hverri auk þeirra sem koma með skemmtiferðaskipum. Þessir erlendu ferðamenn dvelja að meðaltali 2 vikur í landinu í júlí. Samkvæmt því eru nú ekki færri en 16000 erlendir ferðamenn á ferð um landið.

Erfiðara er að fá upplýsingar um fjölda innlendra ferðamanna, en ef litið er til ýmissa þátta m.a kannanna er ekki ástæða til að ætla að þeir séu færri en þeir erlendu á þessum tíma og í reynd ýmislegt sem gefur til kynna að þeir séu fleiri. Má þar nefna sem dæmi að alls munu nú í landinu um 8000 sumarbústaðir og orlofshús. Og má áætla að verulegur hluti þessara húsa sé í fullri notkun nú í júlí. Svo ef þú lesandi góður ætlar í ferðalag á morgun 11. júlí ert þú síður en svo einn á ferð þar sem yfir 30.000 ferðamenn verða á ferð um landið.

Ég er ekki viss um að allir geri sér grein fyrir þessu umfangi og enn síður því að viðskipti erlendu ferðamannanna við innlend fyrirtæki verða um 100 milljónir á dag nú á háannatímanum eins og kom fram í frétt hér í Ferðablaðinu sl. föstudag. Líklega finnst einhverjum þessi tala há og stærstur hluti hennar fer til flutningsaðila, gististaða og veitingastaða. En það eru líka gjaldeyristekjur sem láta lítið yfir sér en safnast þegar saman kemur . Get ég nefnt þar sem lítið dæmi að á síðasta ári voru seld yfir ein milljón póstkort í landinu, sem þýðir að ferðamenn eyddu kr 80-90 milljónum í póstkort og frímerki á þau. Hver verða viðskipti innlendu ferðamannanna er ekki eins ljóst, en þessa dagana fer fram könnun meðal innlendra ferðamanna, þar sem m.a. er spurt um eyðslu þeirra á ferðalögum.

Einn mælikvarði á aukið umfang innan ferðaþjónustunnar er gistirými, sem hefur aukist mikið á undanförnum árum. Nú í sumar eru í landinu um 8.600 gistirými til afnota fyrir ferðamenn á hótelum og gistiheimilum alls konar. Þá eru ekki talin svefnpokapláss, tjaldsvæði eða sumarbústaðir og orlofshús.

Hér hefur orðið um 35% aukning á sl. 5 árum í fjölda gistirýma á hótelum og gistiheimilum. Á sama tíma hefur erlendum ferðamönnum fjölgað um 10%. Þessu til viðbótar eru gistirými hjá Ferðaþjónustu bænda um 1700 rúm þannig að alls eru um 10.300 gistirými til leigu auk svefnpokaplássa, tjaldsvæða og orlofshúsa. Hjá Ferðaþjónustu bænda hefur aukningin verið mjög hröð á undanförnum árum og er framboð þar orðið nálægt fimm sinnum framboð Hótel Sögu svo þekkt viðmiðun sé tekin.

Skipting gistirýmisins í hótelum og gistiheimilum er sem næst þessi:

- Vesturland og Vestfirðir 1300
- Norðurland 1950
- Austurland 800,
- Suðurland/Reykjanes 1550
- Reykjavík 2900

Þá er ótalin gisting Ferðaþjónustu bænda sem öll er utan Reykjavíkursvæðisins. Af heildargistirýminu er því innan við 30% í Reykjavík enda er ferðaþjónusta landsbyggðarvæn atvinnugrein og verður alltaf, þar sem það sem ferðafólk sækist eftir verður ekki dregið milli landshluta.

Eins og áður sagði hefur orðið um 35% aukning gistirýmis auk aukningar hjá Ferðaþjónustu bænda á sl. 5 árum á sama tíma og erlendum ferðamönnum hefur fjölgað um 10%. Það segir sig sjálf að þegar aukning gistirýmis er svo langtum meiri en aukning eftirspurnar hlýtur nýting að minnka. Það þarf því ekki endilega að þýða samdrátt í ferðaþjónustu þó einstakir gististaðir finni verulega fyrir fækkun. Sama á reyndar við um ýmsa aðra þætti en gistiþáttinn. En hér verður að benda á að þessi mikla aukning gistirýmis kallar á mikla fjármuni í markaðssetningu, sem ég er ekki viss um að allir fjárfestar hafi gert sér ljóst. Hér verður að haldast í hendur fjárfesting í aðstöðu , vöruþróun og markaðssetningu Það krefst mikils kostnaðar að markaðssetja og selja þær rúmlega 900.000 gistinætur sem í boði eru í sumar. Þá veldur það áhyggjum hve mikið hefur verið fjárfest í ferðaþjónustu, sem við óbreyttar aðstæður skapar aðeins tekjur 2-3 mánuði á ári. Sýnist mér að enn frekari ásókn sé í fjárfestingar fyrir þetta stutta tímabil í stað þess að nota nú fjármagn í vöruþróun og markaðssetningu til betri nýtingar á þeim fjárfestingum sem fyrir eru.

Og hér verða fleiri að koma til . Gera verður kröfu til þeirra, sem hafa verulegar beinar og óbeinar tekjur af ferðaþjónustu að þeir leggi fé af mörkum til kynningar og markaðsstarfs. Stór og lítil sveitarfélög sem hafa miklar tekjur af atvinnugreininni m.a. í formi aðstöðugjalda verða að taka þátt , eins og sum hafa gert af miklum myndarskap, en ekki öll. Slík kynning skilar sér því aukning í ferðaþjónustu kemur fram í aukinni veltu í allri verslun og þjónustu. Ótrúlega margir hafa hag af vaxandi markaðsstarfi og geta ekki vænst þess og varla fundið sig í því til frambúðar að "fá að sitja í" frítt.

7. ágúst 1992

BEINAR TEKJUR RÍKISSJÓÐS AF FERÐAMÖNNUM VORU 1200 MILLJÓNIR ÁRIÐ 1991

Í tveim fyrri pistlum mínum undir heitinu , " Ferðamál á föstudegi" hef ég farið nokkrum orðum um ýmsar tölulegar stærðir í ferðaþjónustu ,svo sem gjaldeyristekjur af atvinnugreininni , gistirými í landinu og fleira. Í framhaldi af því hafa margir óskað eftir alls konar upplýsingum og svör við þeim spurningum sem mér hafa borist væru efni í fjölda pistla.

Ég ætla því í dag að reyna að svara tveimur þeirra spurninga, sem beint hefur verið til mín nýlega, en þær eru nokkuð tengdar: Hverjar eru beinar tekjur ríkissjóðs af ferðaþjónustu? og hve margir hafa atvinnu af atvinnugreininni ?

Rétt er að benda á það strax að þessum spurningum verður aldrei svarað með einni tölu. Ef litið er fyrst á beinar tekjur ríkissjóðs þá er það nú svo að erfitt er að skilgreina nákvæmlega aukna eyðslu Íslendinga vegna þess að þeir eru á ferðalagi. Allir innlendir ferðamenn kaupa sér matvæli og tekjur ríkissjóðs aukast ekkert við það þó matvælin séu keypt í viku á Selfossi í stað þess að vera keypt í heimabæ ferðamannsins.

Sama á við um ýmsa aðra þjónustu, sem í reynd færist bara til innanlands Nú má enginn misskilja þetta svo að tekjur séu litlar af innlendum ferðamönnum, þær eru miklar og vaxandi og mikilvægar atvinnugreininni. Ýmsar beinar tekjur ríkissjóðs aukast að sjálfsögðu vegna ferðalaga Íslendinga í eigin landi eins og tekjur af bensíngjaldi , flugvallargjaldi og bílaleigubílum svo dæmi séu tekin. Og að sjálfsögðu nýtur ríkissjóður góðs af auknum viðskiptum við gististaði, veitingastaði og flutningsaðila.

BEINAR TEKJUR RÍKISSJÓÐS AF ERLENDUM GESTUM 1200 MILLJÓNIR

Miklu aðveldara er að átta sig á tekjum ríkissjóðs af erlendum ferðamönnum og verður nú reynt að svara spurningunni með tilliti til þeirra.

Eins og áður hefur komið fram í þessum pistlum voru gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum á síðasta ári um 12,4 milljarðar. Fargjaldatekjur vegna flutnings til og frá landinu voru um 5,4 milljarðar og tekjur vegna eyðslu í landinu um 7 milljarðar. Virðisaukaskattur er ekki innheimtur af flugfargjöldum innanlands eða milli landa svo og ekki af gistingu. Flestir aðrir þættir þeirrar þjónustu, sem erlendir ferðamenn kaupa er virðisaukaskattsskyldir.Af þeim 7 milljörðum, sem erlendir ferðamenn skildu eftir í landinu á síðasta ári eru tæpir 5 milljarðar vegna kaupa á virðisaukaskattsskyldri þjónustu og vörum.

Beinar tekjur ríkissjóðs eru þá þessar:

- Innheimtur virðisaukaskattur af seldum vörum og þjónustu til erlendra ferðamanna 1991 1000 milljónir
- Endurgreiddur virðisaukaskattur til erl. ferðam. - 54 milljónir
- Innheimt flugvallargjald og innritunargjald af erlendum ferðamönnum 190 milljónir
- Innheimtur þungaskattur af erlendum ferðamönnum 10 milljónir
- Bensíngjald vegna aksturs erlendra ferðam. (áætlað) 30 milljónir

Þessar beinu tekjur ríkissjóðs ,sem hér hafa verið taldar, voru því um 1200 milljónir á síðasta ári, eða 17% af allri eyðslu erlendra ferðamanna í landinu. Þessu til viðbótar koma svo ýmsar aðrar beinar tekjur eins og álagning á áfengi og tóbak, skemmtanaskattur o. fl.

Ég vil ítreka að hér er einungis rætt um beinar tekjur.Hér hefur t.d. ekkert verið reynt að reikna sparnað ríkissjóðs í útflutningsbótum vegna neyslu landbúnaðarvara erlendra ferðamanna í landinu en svo dæmi sé tekið er gert ráð fyrir að erlendir ferðamenn neyti nálægt 100 tonna af lambakjöti hér á ári. Að sjálfsögðu eru svo ýmsar aðrar tekjur ríkissjóðs af ferðaþjónustu.. Þar vega eðlilega þyngst skattar af launum starfsfólks.

ÁRSVERK VIÐ FERÐAÞJÓNUSTU VORU 5200 ÁRIÐ 1989

Þá liggur því beinast við að reyna að svara seinni spurningunni hve mörg ársverk eru í ferðaþjónustu og hverjar séu launagreiðslur í atvinnugreininni.

Samkvæmt skilgreiningu Þjóðhagsstofnunar voru ársverk við atvinnugreinina áætluð um 5200 árið 1989. Þjóðhagsstofnun telur hér öll störf við gististaði, 40% starfa á veitingastöðum, 90 % starfa í flugrekstri , 30% starfa við strætisvagna og langferðabíla 8% starfa við verslun o. s. frv.. Það er að sjálfsögðu álitamál hvernig skuli telja störf við ferðaþjónustu, en atvinnugreinin teygir anga sína víða
Ég hef áður bent á að mér þykir nauðsynlegt að endurskoða skilgreiningu Þjóðhagsstofnunar í heild.

Benda má á nokkrar starfsstéttir, sem ekki eru taldar eiga nokkra aðild að ferðaþjónustu í skilgreiningunni, en yrðu nokkuð þunnskipaðri ef ekki væri nein ferðaþjónusta til staðar.
Má þar nefna tollgæslu, lögreglu, starfsfólk flugmálastjórnar, starfsmenn bensínstöðva , starfsfólk Pósts og síma svo örfá dæmi séu tekin. Hvað skyldu mörg ársverk í prentiðnaði sinna bæklingaflóðinu til innlendra og erlendra ferðamanna? Hvað með 140 ferðaþjónustubændur og fjölskyldur þeirra? Fleiri starfsstéttir mætti nefna.

LAUN OG LAUNATENGD GJÖLD 6,7 MILLJARÐAR ÁRIÐ 1989

En laun og launatengd gjöld í ferðaþjónustunni samkvæmt ofangreindri skilgreiningu Þjóðhagsstofnunar voru árið 1989 um 6,7 milljarðar. Nú er talið að um 16 hvert ársverk í heiminum sé í ferðaþjónustu. Það er mitt mat eftir skoðun á málinu að hér á Íslandi sé, þegar allt er talið ,a.m.k. 20 hvert ársverk við ferðaþjónustu eða um 6000 ársverk og laun og launatengd gjöld um 8 milljarðar. Tekjukatt til ríkissjóðs af þessum launatekjum má áætla á bilinu 900 - 1100 milljónir.

Hér hefur einungis verið reynt að svara spurningunni um beinar tekjur ríkissjóðs af ferðaþjónustu , svo og fjölda ársverka og áætlaðar tekjur ríkis af launaveltu í atvinnugreininni.

Það er svo aftur efni í annan pistil hver eru framlög hins opinbera bein og óbein til atvinnugreinarinnar og hvort ekki er hægt að stórauka tekjumöguleika ríkissjóðs með tiltölulega litlum breytingum á skattheimtu.

21. ágúst 1992

FERÐAÞJÓNUSTAN SKAPAR SVEITARFÉLÖGUNUM MARGFALDA VELTU

Í síðasta pistli var reynt að svara spurningunni um hverjar væru beinar tekjur ríkissjóðs af ferðamönnum.

Ekkert var þar rætt um tekjur sveitarfélaga af þessari atvinnustarfsemi, en þær eru fyrst og fremst í formi aðstöðugjalda og útsvara af launatekjum. Hér er í reynd enn erfiðara að komast að endanlegri tölu, en þegar reynt var að svara spurningunni með tekjur ríkissjóðs. Kemur þar til m.a. vandamálið við að skilgreina hvert er umfang atvinnugreinarinnar.Hve stór hluti aðstöðugjalds fyrirtækja er til kominn vegna aukinnar veltu þeirra af ferðamönnum? Það er mitt mat eftir nokkra skoðun að þessar tekjur séu mun meiri , en margir sveitarstjórnarmenn og íbúar sveitarfélaganna geri sér yfirleitt grein fyrir.

Ég hef stundum velt því fyrir mér ,að til þess að sýna hve margþætt áhrif ferðaþjónustan hefur og þá mikilvægi hennar í veltu sveitarfélaga, væri hægt að ímynda sér "ferðamannaverkfall" einhvers staðar á landinu t.d. á Akureyri. Öllum vegum til og frá Akureyri yrði lokað fyrir ferðamönnum þannig að enginn ferðamaður innlendur né erlendur kæmist til bæjarins Sama gilti um flugvöllinn og höfnina. Fyrstu áhrifin yrðu þau að gististaðirnir myndu loka, síðan veitingahús. Engin verslun ferðamanna þar með talin verslun. sumarbústaðafólks. Bensínsala yrði nær eingöngu vegna ferðalaga innanbæjar og vegna vöruflutninga.Minna þyrfti að baka í bakaríum staðarins, færri kæmu í sundlaugina, notkun leigubíla minnkaði og ekki þyrfti að prenta upplýsingar fyrir ferðamenn sem ekki kæmu. Tekjur fjölmiðla vegna auglýsinga ferðaþjónustuaðila yrðu engar. Einungis heimamenn sæktu mannamót og aðra viðburði í bænum. Hér var Akureyri tekin sem dæmi, en að sjálfsögðu hefði verið hægt að nefna ýmis sveitarfélög stór eða smá.

Ég læt lesendur um að halda áfram að rekja þessa hugsanlegu lokun Akureyrar og staðfæra hana hver á sína heimabyggð þó áhrifin yrðu að sjálfsögðu mismunandi. Hefur þú velt því fyrir þér, þegar þú greiðir fyrir mat á veitingastað frá hve mörgum fyrirtækjum veitingamaðurinn kaupir vörur og þjónustu.? Og síðan þau fyrirtæki aftur sína þjónustu o.s.frv. Margföld velta skapar auknar tekjur sveitarfélaga í formi aðstöðugjalda.

Auk þess sem sveitarfélög hafa tekjur af ferðaþjónustu í formi aðstöðugjalda og útsvara þá hafa mörg þeirra beinar tekjur af ferðamönnum. Ber þar hæst tekjur af sundlaugum og tjaldsvæðum Þess eru dæmi að tekjur af ferðamönnum yfir sumartímann greiði heilsársrekstrarkostnað sundlauga í sveitarfélagi. Sund er einmitt dæmi um afþreyingu, sem dregur ferðamenn að. Ég hef áður bent á það að í þeim sveitarfélögum, sem ætla að fá tekjur af ferðaþjónustu verður að vera til staðar afþreying. Afþreying í einhverju formi er oftast það sem veldur því að ferðafólk stansar og jafnvel dvelur í sveitafélagi á ferð sinni. Það dvelur enginn á stað vegna þess að þar er gistiaðstaða eða veitingasala.

Það getur vafist fyrir okkur að skilgreina hvað eru ferðamenn og sjálfsagt ekki allir á eitt sáttir um það. En ferðamenn eru ekki aðeins útlendingar í regngalla eða íslendingar í útilegu.
Svo ég haldi mig enn við Akureyri þá má nefna að dagana 15-18. júni voru um 600 ferðamenn á Akureyri, sem afmælisárgangar frá Menntaskólanum . Ég geri ráð fyrir að þessi hópur hafi skapað ca. 10-12 milljóna frumveltu innan bæjarfélagsins þessa daga. Nokkru síðar var haldið stórt vinarbæjamót í bænum og ekki má gleyma Andrésar - Andar leikunum í vetur. Hér eru nefnd nokkur dæmi um ferðalög, sem verða til vegna þess að stofnað er til samkomu.
Þetta er mjög vaxandi þáttur og má hér nefna niðjamót, hestamannamót,árshátíðir utan heimabyggðar, samkomur um verlunarmannhelgi, peyjamót í Vestamannaeyjum , síldarævintýri á Siglufirði o.fl. o. fl. Gífurlegum fjármunum er velt á ferðalögum alls þessa fólks vítt og breitt um land vegna þessara og hliðstæðra atburða.

Nú segir sjálfsagt einhver: Þetta er engin ferðaþjónusta. Þá vil ég minna á að til þess að þessir atburðir geti átt sér stað verða að vera fyrir hendi fyrirtæki í ferðaþjónustu, flutningsfyrirtækin, gististaðir, veitingastaðir o.fl. Og varla hefði nokkrum manni dottið í hug að halda HM 95 í handbolta hér á landi, ef þjónusta þessara fyrirtækja væri ekki fyrir hendi

Allt styður þetta hvað annað; uppbygging aðstöðu, auknir flutningsmöguleikar og viðburðirnir eða tilefnin, sem verða eða hrint er í framkvæmd. Þessi samvinna eykur svo tekjur sveitarfélag vítt og breytt um landið Þessi vöxtur ferðaþjónustu hefur víðtæk áhrif á daglegt líf landsmanna. Hún eykur fjölbreytni þjónustu á ýmsum sviðum. Sem dæmi má nefna að við Íslendingar hefðum ekki notið þeirrar ferðatíðni í flugi jafnt innanlands sem á milli landa , ef ekki væri verið að flytja ferðamenn á milli staða. Þá er jafn augljóst að fjöldi hótela og matsölustaða væri ekki sá sami ef einungis ætti að byggja á heimafólki. Hér hefur ekki verið reynt að reikna tekjur sveitarfélaganna af ferðamönnum. Ástæðurnar eru margar, en ekki síst hve þetta er misjafnt eftir sveitarfélögum og mismunandi hver marfeldisáhrif veltunnar eru.

Ég læt sveitarstjórnarmönnum á hverjum stað það því eftir, og bendi á aðferðina sem að ofan er nefnd. Að reyna að gera sér í hugalund hver velta sveitarfélagsisn yrði, en ekki kæmi nokkur erlendur eða innlendur ferðamaður í sveitarfélagið. Ég vona, og reyndar veit,að í mörgum tilfellum verður niðurstaðan sú að þessir gestir skili verulegum fjármunum til sveitarfélagsins. Og því hagkvæmt fyrir mörg sveitarfélög að stuðla að aukinni aðstöðu til afþreyingar, sem fær gesti til að stansa á ferð sinni um landið. Það dvelur enginn ferðamaður á stað, nema hann hafi einhverja ástæðu til að stansa þar Slíka ástæðu þarf oft að búa til eða sé hún til staðar þarf að kynna hana og fjármunir til þess hljóta að koma frá þeim sem mestra hagsmuna hafa að gæta.

Og talandi um atburði og ástæður. Er ekki kominn tími til að ákveða með hvaða atburðum verður haldið upp á 50 ára afmæli lýðveldisins 1994 og kynna síðan atburðina og gefa öllum Íslendingum erlendis ástæðu til að "skreppa heim"?

11.september 1992

ER UMRÆÐAN UM „ SÖLUSAMTÖK FERÐAÞJÓNUSTUNNAR“ TÍMABÆR?

Í fyrsta pistli mínum " Ferðamál á föstudegi" ræddi ég um verðhækkanir á Íslandsferðum í sumar og hugsanleg áhrif þeirra. Síðan hafa miklar umræður orðið um verðlagsmál ferðaþjónustunnar. Ferðamálaráð hefur haldið nokkra fundi með ýmsum lykilaðilium í verðlagningu og verðbreytingar síðustu ára hafa verið kannaðar og ræddar. Þessi umræða og þessar kannanir hafa fyrst og fremst beinst að því hvort mögulegt væri að gera Ísland ódýrara ferðamannaland bæði fyrir útlendinga að heimsækja og einnig fyrir okkur Íslendinga. Inn í þessa umræðu hafa að sjálfsögðu blandast umræður um gæði söluvörunnar. Verð og gæði verða að haldast í hendur.

Verðlag á Íslandi er orðið þröskuldur í sölu Íslandsferða, sérstaklega utan háannatíma og dregur úr ferðum Íslendinga innanlands Og ef við ætlum að halda áfram að byggja upp þennan atvinnuveg verðum við einfaldlega að vera samkeppnisfær í verði og gæðum. Stóra spurningin er því þessi: Er hægt að lækka verðlag í ferðaþjónustunni? Já það er hægt, en málið er margþætt. Lítum nánar á einn þeirra þáttta, sem snýr að ferðaþjónustuaðilum sjálfum. Í fréttum í sumar hefur verið rætt um mikinn samdrátt í sölu á skipulögðum tjaldferðum um Ísland og nokkurn samdrátt í skipulögðum hótelferðum. Aðalástæðan er sögð verðhækkun. Lítum nánar á hver hækkunin var á dæmigerðum tveim ferðum:

Hér er hlutfallsleg hækkun milli áranna 1991 og 1992 í erlendum myntum og síðan raunhækkun eftir að tekið hefur verið tillit til verðlagsbreytinga í löndunum. Um er að ræða 19 daga tjaldferð og 12 daga hótelferð.

	Hækkun		**Raunhækkun**	
	Tjaldferð	**Hótelferð**	**Tjaldferð**	**Hótelferð**
Þýskaland:	20%	9%	15%	4,5%
Bretland:	19,2%	11,7%	13%	5,9%
Bandaríkin:	9,9%	3,9%	6,2%	0,4%

19 daga skipulögð tjaldferð um Ísland hækkaði því um 20% í þýskum mörkum milli áranna 1991 og 1992 og um 15% umfram almennar verðlagshækkanir í Þýskalandi á sama tíma. Slíkar hækkanir hljóta að segja til sín í vaxandi samkeppni um viðskiptavini.

Rýmisins vegna verða ekki birtar hér fleiri tölur um verðbreytingar, þó slíkt gæti verið mjög upplýsandi. Þessi tvö dæmi eru tekin ,þar sem mest var rætt um verðbreytingar skipulagðra ferða í sumar. Hér verður enginn dómur lagður á nauðsyn þessarra verðhækkana fyrir fyrirtækin. Þróun gengismála hafði þau áhrif að mörg fyrirtæki töldu sig þurfa á verulegum hækkunum að halda.
En hægt er að skoða málið enn nánar og skoða verðbreytingar einstakra þátta í skipulögðum ferðum. Sumir þættir hækkuðu nær ekkert milli ára enda eru sumir þeirra annaðhvort háðir hækkunum launataxta eða verðbreytingar háðar samþykki stjórnvalda. Allar breytingar á flugfargjöldum milli Íslands og annarra landa svo og innanlands eru háðar slíku samþykki svo dæmi sé tekið Sama á við um hópferðataxta og sérleyfisgjöld.

Því hlýtur maður að staldra nokkuð við álagningu, sem er kostnaður við skipulagningu og framkvæmd ferðarinnar, sölu- og markaðskostnaður og fleira. Íslenskar ferðaskrifstofur raða saman mismunandi mörgum einingum í þessar skipulögðu ferðir og síðan bæta þær við sinni álagningu. Síðan er ferðin seld erlendum, ferðaheildsala , sem selur hana til ferðasmásala, sem loks selur neytandanum ferðina. Kostnaður við þetta kerfi er allt að 35% af heildarverði ferðarinnar.

Hvort það er mikið eða lítið skal ósagt látið hér, en nú er ég loks kominn að þeirri spurningu, sem ég hef varpað fram opinberlega áður: Er möguleiki að fækka milliliðum milli framleiðanda og kaupanda og lækka þennan kostnað? Það liggur fyrir að erlendir ferðaheildsalar sækja í vaxandi mæli inn á verksvið íslenskra ferðaskrifstofa. Erlendu skrifstofurnar kaupa beint frá framleiðendum og setja saman ferðirnar og sleppa innlendu ferðaskrifstofunni úr keðjunni. Fyrir liggur að ásókn í þetta er meiri fyrir næsta sumar en fyrr hefur verið. Hve mikil nákvæmlega mun koma í ljós nú í september.

Ég hef því varpað því fram, við litla hrifningu erlendra ferðaheildsala ,hvort ekki sé núna rétta tækifærið til að snúa dæminu við og íslenskir ferðaheildsalar komi sér fyrir á markaðsvæðunum og sjá um markaðssetningu og sölu okkar vöru þar .. Mér hefur verið bent á að það sé ekkert gefið að þessi breyting myndi hafa í för með sér lækkun sölu- og markaðskostnaðar. Það má vera , en tekjurnar rynnu þá til íslenskra fyrirtækja. Og spyrja má hvernig gengið hefði að selja ferðir til Íslands ef Flugleiðir hefðu ekki komið sér fyrir á markaðssvæðunum og þess í stað fengið erlenda umboðsaðila til að selja farseðla og ferðir til Íslands?

Þá hefur mér einnig verið bent á að íslenskar ferðaskrifstofur væru of litlar til að ráðast í markaðs- og sölustarfsemi erlendis. Ég get tekið undir það enda sannfærður um að meiri samvinna um markaðs- og sölumál ferðaþjónustunnar myndi skila betri árangri með minni kostnaði og veit að fjöldi aðila í ferðaþjónustunni er sömu skoðunar. Er umræða um "Sölusamtök ferðaþjónustu" eins og sölusamtök í öðrum útflutningsgreinum. e.t.v. tímabær.

Hvort sem tekst að lækka sölu-og markaðskostnað með eða án fækkunar milliliða eða á annan hátt innan ferðaþjónustunnar verður að leita fleiri leiða. Þá verður að tryggja að gæði þeirrar þjónustu sem seld eru séu í samræmi við verðlag. Vöxtur atvinnugreinarinnar byggist á því að við getum staðið okkur í vaxandi samkeppni um ferðamenn heimsins, bæði hvað snertir verð og gæði.
Í næsta pistli verður rætt um mögulegan þátt stjórnvalda í lækkun verðlags,því hvað sem öllu öðru líður þá er það fyrst og fremst almennt verðlag í landinu þar með taldar skattheimtuaðferðir, sem mestu ráða um það hvort Ísland er "dýrt" eða "ódýrt".

13. nóvember 1992

FERÐAMÁLARÁÐ HEFUR FENGIÐ 800 MILLJÓNUM MINNA EN LÖG ÁÆTLA FRÁ 1976

Í pistlum þessum hefur verið reynt að fjalla um ferðaþjónustu frá ýmsum hliðum.
Í framhaldi af þeim hafa mér oft borist spurningar um marga þætti ferðaþjónustunnar.
Í dag ætla ég að fjalla um mál, sem oft hefur verið spurt um. Hver eru verkefni Ferðamálráðs og hvernig eru þau fjármögnuð? Í lögum um skipulag ferðamála, sem eru frá 1985 eru verkefni ráðsins talin upp í 13 liðum. Meðal þeirra verkefna sem þar eru talin eru m.a.:skipulag ferðamála , þátttaka í alþjóðlegu samstarfi um ferðamál, landkynning, forganga um upplýsingagjöf til ferðamanna , umhverfismál, menntun leiðsögumanna og ráðstefnuhald um ferðamál svo nokkur séu talin.

Til þess að framkvæma þessi verkefni var ráðinu markaður tekjustofn með lögum árið 1976. Til verkefnanna skyldu renna 10% af söluverðmæti Fríhafnarinnar á Keflavíkurflugvelli. Og til að þessir fjármunir færu ekki á flakk er þess getið í lögunum að Fríhöfnin skuli greiða þá beint til ráðsins fyrir 15. næsta mánaðar á eftir. Þessi lög hafa nú verið í gildi um 200 mánuði án þess að þessar greiðslur hafi borist. Alþingismenn á hverjum tíma hafa ákveðið að þessar greiðslur fari ekki til ráðsins þrátt fyrir ákvæði laganna. Ferðamálaráð hefur síðan fengið fjárveitingu, sem er aðeins hluti af því sem lögin segja til um. En þessir sömu alþingismenn hafa ekki séð ástæðu til að breyta skyldum ráðsins og verkefnin eru þau sömu og voru miðuð við óskertan tekjustofn.

Á þessum árum, sem liðin eru frá setningu laganna er mismunur þess, sem Ferðamálaráð hefur fengið og þess, sem lögin kveða á um að það eigi að fá um 800 milljónir á núvirði. Ef talan er skoðuð betur þá er þetta sem vantar 10% af 8 milljarða sölu. til erlendra og innlendra ferðamanna. Og þessir ferðamenn hafa greitt þessar 800 milljónir aukalega því , þegar lögin voru sett þá var ákveðið að hækka verðlag í Fríhöfninni um þessi 10%, svo tekjurnar kæmu beint frá ferðamönnum og tekjur ríkissjóðs yrðu ekki skertar!

Það segir sig sjálft að við þessar aðstæðu er alls ekki hægt að sinna öllum þeim verkefnum, sem lagaskyldan leggur Ferðamálaráði á herðar. Sum verkefni sitja algjörlega á hakanum, önnur eru unnin að hluta og einstaka vel. Og miklar kröfur eru gerðar til ráðsins um alls konar mál í samræmi við lögin og einnig um framkvæmd ýmissa verkefna, sem álitamál er um hvort eru innan þess verksviðs. Í umhverfismálum eru verkefnin nær óþrjótandi og mörg dýr í framkvæmd. Sem dæmi má nefna að kostnaður Ferðamálaráðs við að koma upp snyrtihúsi við Gullfoss varr um 15 millj. króna, en heildarkostnaður yfir 20 milljónir.

Ferðamálaráð skal samkvæmt lögunum sjá um landkynningu. Það er m.a. gert með rekstri 3ja skrifstofa erlendis , í Frankfurt, New York og Tokyo. Kostnaður við rekstur þessara skrifstofa í ár er tæplega 40 milljónir króna,.En hér leggja fyrirtæki og hagsmunaaðilar til fjármuni, svo hlutur ráðsins í rekstri skrifstofanna er um 27 milljónir í ár. Þá gefur Ferðamálráð út bæklinga í miklu upplagi á íslenskan mælikvarða, þó mikið vanti á að upplag sé í samræmi við upplag samkeppnislanda okkar. Bæklingarnir eru gefnir út á 8 tungumálum. Loks má nefna kostnað vegna blaðamannaheimsókna o.fl. o.fl , sem er kostnaður af landkynningu.

Ráðstefnuskrifstofa Íslands var stofnuð í sumar til að markaðssetja möguleika Íslands til ráðstefnuhalds. Árlega mun Ferðamálaráð greiða 9 milljónir króna til þess kynningarþáttar.
Kostnaður við ofangreinda landkynningarstarfsemi er um 75 milljónir á ári. þar af er hlutur Ferðamálaráðs um 40 milljónir. Það segir sig sjálft að ef ekki hefði tekist samkomulag milli ráðsins og hagsmunaaðila,fyrirtækja og sveitarfélaga um þessi verkefni , hefði ráðið illa getað staðið að þessum verkefnum og sumum alls ekki. Auk þessara 35 milljóna, sem þessir aðilar greiða til sameiginlegra verkefna með Ferðamálaráði bera þeir stærstan hlutann af kostnaði við kynningu á Íslandi sem ferðamannalandi, en sá kostnaður er alls áætlaður milli 400 og 500 milljónir.

Til að sjá um upplýsingasöfnun og miðlun rekur Ferðamálráð , Upplýsingamiðstöð Ferðamála í samvinnu við Ferðamálsamtök landshlutanna. Rekstarkostnaður er um 14 milljónir og hlutur ráðsins tæpar 7 milljónir í ár.

Þetta er talið hér upp til að sýna hver verkefnin eru og hver kostnaður er við nokkur þeirra.
Mikið vantar á að nóg sé að gert og listinn langur yfir ógerðu verkin. Oft veltir maður því fyrir sér hvernig staðan væri , ef þær 800 miljónir, sem ferðamenn hafa greitt ofan á vöruverðið í Fríhöfninni hefðu skilað sér.

Ef til vill sýnir það best þörfina fyrir að þetta fé skili sér nú og þá ekki hvað síst til aukinna landkynningarverkefna að nú er til í landinu aðstaða, sem skilað gæti um 27 milljörðum á ári, en gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu á síðasta ári voru 12,4 milljarðar. Óseld er því aðstaða fyrir ferðamenn hér á landi fyrir ca. 14,6 milljarða í erlendum gjaldeyri árlega., þó enginn geri að sjálfsögðu ráð fyrir að nýta aðstöðuna 100%. Áður hefur verið bent á það hér í þessum pistlum að nauðsynlegt sé að fjárfesta nú í markaðssetningu en ekki meira framboði. Hér eru birgðir, sem þarf að selja.

Fyrirtæki og hagsmunaaðilar í ferðaþjónustu leggja nú fram yfir 90% af þeim fjármunum, sem varið er til kynningar á Íslandi sem ferðamannalandi og það hlýtur að teljast nokkuð ósanngjarnt að sá aðili, sem mestra hagsmuna hefur að gæta skuli komast upp með það ár eftir ár að standa ekki við sitt.

Og í fjárlagafrumvarpi fyrir árið 1993 er enn gert ráð fyrir að 112 milljónir, sem ferðamenn eiga að greiða ofan á vöruverð í Fríhöfninni á því ári vegna verkefna Ferðamálaráðs, verði haldið eftir. Atvinnugreinin er hér ekki að fara fram á neina styrki eða aðstoð frá ríkinu. Hér er aðeins verið að tala um að fjármunum sem ferðamenn hafa greitt samkvæmt lögum sé skilað. Verði það gert verður aðveldara að fá fleiri til samvinnu og þá aukast líkurnar á því að ferðaþjónustan geti nýtt þá miklu möguleika sem fyrir hendi eru og skilað þjóðarbúinu meiri tekjum og atvinnutækifærum.

12. febrúar 1993

GJALDEYRISTEKJUR AF FERÐAMÖNNUM MINNKUÐU UM 900 MILLJÓNIR ÁRIÐ 1992

Eins og fram kom í fréttum Morgunblaðsins fyrr í vikunni hafa heildargjaldeyristekjur af ferðaþjónustu dregist saman á síðasta ári um rúmlega 900 milljónir miðað við 1991. Tekjurnar urðu alls. 11.494. millj. en voru 12. 417 millj.árið 1991. Þar af eru gjaldeyrisskil vegna eyðslu erlendra ferðamanna hér á landi á síðasta ári 6.256 milljónir króna. Þetta er tæpum 700 milljónum minna en árið áður. Þá eru fargjaldatekjur af erlendum ferðamönnum samkvæmt upplýsingum Seðlabankans um 240 milljónum minni en árið 1991.

Það hlýtur að vekja athygli og e.t.v koma á óvart að heildargjaldeyristekjur af ferðaþjónustu skuli dragast saman um meira en 900 milljónir á síðasta ári miðað við 1991. Sérstaklega þar sem fjöldi erlendra ferðamanna, sem heimsótti okkur var nær sá sami bæði árin.. Mikið hefur verið talað um "ljósið í myrkrinu" , ferðaþjónustan væri í miklum vexti og þar væri mikill vaxtarbroddur, sem að mínu mati orkar ekki tvímælis, en vöxturinn gerist ekki sjálfkrafa. Mikið hefur verið fjárfest ,sérstaklega í gistiaðstöðu, en eins og oft hefur verið bent á í þessum pistlum hefur ekki alltaf verið fjárfest samhliða í markaðssetningu á fjárfestingunni. Og nú blasir það við að fjöldi erlendra ferðamanna er nær sá sami árin 1990, 1991 og 1992 og á síðasta ári hefur orðið umtalsverður tekjusamdráttur í fyrsta skipti í langan tíma.

Sjálfsagt er að reyna að leita skýringa til þess að freista þess að laga það sem er á okkar færi að laga til að auka tekjurnar og bæta afkomu greinarinnar. Margir skýringar verða sjálfsagt nefndar og mismunandi skoðanir á ástæðu þessa samdráttar, en sumar blasa við sem atvinnugreinin sem slík getur ekki haft áhrif á. Eins og fram hefur komð þá var t.d. lægsta gengi áranna 1991 og 1992 á Bandaríkjadollar sumarmánuðina 1992, þegar flestir ferðamenn voru hér og mestar tekjur af þeim það árið. En heildargjaldeyristekjurnar í Bandaríkjadollurum eru um 4% lægri árið 1992 en 1991.

Ef til vill kemur fáum á óvart að fargjaldatekjur minnki. Fargjöld hafa farið lækkandi á undanförnum árum auk þess, sem fyrrnefnd skýring vegna gengismála á að sjálfsögðu þar við. Á undanförnum árum hafa gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu aukist jafnt og þétt og þrefaldast á síðasta áratug. Á sama tíma hafa gjaldeyristekjur af hverjum erlendum ferðamanni einnig aukist. Getur verið að miðað við þetta höfum við gert ráð fyrir sjálfvirkri aukningu áfram? Hægt væri að hækka verðin og fjárfesta meira í ljósi þess að hér yrði áfram sama þróun? Í þessum pistlum hafa mörg varnaðarorð fallið um nauðsyn þess að fara varlega í fjárfestingar, verðhækkanir og nauðsyn þess að efla markaðsstarfið í vaxandi samkeppni.

AUKIN SÓKN Í STYTTRI FERÐIR OG ÓDÝRARI GISTIMÁTA?

Á síðastliðnu ári varð aukin sala í styttri ferðum á kostnað lengri ferða miðað við 1991.
Þetta er bein afleiðing af háum verðum. Fólk sem heimsækir okkur freistar þess að sjá sem mest af landinu á sem fæstum dögum og kaupir þjónustu í færri daga en ella.

Þessi þróun hefur ekki áhrif á fjölda ferðamanna en veruleg áhrif á gjaldeyristekjurnar. Því verður enn einu sinna að minna á að fjöldi ferðamanna er ekki hinn eini sanni mælikvarði á árangur í ferðaþjónustu frekar en tonnafjöldi úr sjó í sjávarútvegi. Vonandi styttist í að Hagstofan sinni því hlutverki sínu að vinna jafnt og þétt úr skýrslum um gistináttatalningu. Slík talning er miklu betri vísbending um árangur í ferðaþjónustu en talning ferðamanna.Þá veita þær upplýsingar mikla vitneskju um notkun gistirýmis og dreifingu ferðamanna um landið.

Verðlag hér á landi leiddi ekki eingöngu af sér beytingu á ferðamynstri margra með aukinni sölu styttri ferða á síðasta ári. Þegar litið er til nýtingar gistirýmis virðist einnig sem aukning sé í notkun ódýrari gistimáta. Bíaleigubílar voru einnig minna notaðir á síðasta ári en fyrr. Þetta sem að framan segir eru allt áhrif af verðlagi, sem mikið var rætt um sl. sumar og varað við hugsanlegum afleiðingum sem við erum nú að sjá að hluta með minni tekjum.

Fleiri þætti mætti nefna, en plássins vegna verður það ekki gert nú. Fróðlegt hlýtur að vera að velta því fyrir sér, hvort einhverjar breytingar hafi orðið sem gefi tilefni til bjartsýni fyrir árið 1993. Eini þátturinn , sem í fljótu bragði er séð að hafi breyst ,af þeim sem nefndir hafa verið hér ,er gengi íslensku krónunnar. Þar sem aðrir kostnaðarþættir eru nær óbreyttir munu ferðamenn að öllu líkindum halda áfram að sækja í styttri ferðir, ódýrari gistingu og enn hafa ekki orðið neinar breytingar á skattlagningu á bílaleigubíla, þó nefnd hafi verið skipuð til að kanna möguleika á því síðastliðið sumar eftir umræðuna um samdrátt vegna verðlags.

Skyldi auknu fjármagni hafa verið veitt til markaðsmála? Ekki frá opinberum aðilum. Fjárveitingar til þessara mála eru þær sömu 1993 og þær voru 1991 og 1992. Og 1994 skal leggja virðisaukaskatt á alla gistingu og innanlandsferðir með flugi og bílum. Þegar horft er til þessara þátta raunsætt, getum við þá gert ráð fyrir því að árið 1993 skili okkur verulegum bata í ferðaþjónustu.? Og þá hef ég ekkert rætt um aðrar utanaðkomandi aðstæður. Gengisfelling í sumum okkar samkeppnislanda , sem var mest í Finnlandi ,hefur lækkað verð á ferðum til þessara landa verulega.

Innan EB hefur frjálsræði í flugi leitt a.m.k. til tímabundins hruns á fjargjöldum innan þessarra landa. Þetta er ákveðin samkeppni við aðra ferðamöguleika þar með talið Íslandsferðir.
Afkoma íslenskra fyrirtækja í ferðaþjónustu og framlög ríkisins gefa ekki mikið svigrúm til neinna stórátaka í markaðssetningu og Flugleiðir hafa ákveðið að spara m.a. á því sviði.
Í síðasta lagi er efnahagsástand á mörgum okkar markaðssvæðum ótryggt, og getur það haft áhrif á ferðalög almennt. Við þessar aðstæður get ég því miður ekki séð neinar forsendur fyrir miklum vexti í ferðaþjónustunni á þessu nýbyrjaða ári.

Ég tel það reyndar góðan árangur , þegar litið er á fyrrnefndar forsendur ef tekst að halda í horfinu.
Vonandi verða þessar skoðanir mínar ekki til að draga kjarkinn úr neinum, en aftur á móti vona ég að þær verði til þess að menn ígrundi betur nýjar fjárfestingar í greininni og minnist þess að ferðaþjónusta er samkeppnisatvinnugrein, þar sem mikla fjármuni þarf í kynningar- og markaðskostnað .Þá leyfi ég mér einnig að vona að stjórnvöld sjái að hér eru engar forsendur til aukinnar skattheimtu. Þvert á móti myndu skattalækkanir , sem leiddu til verðlækkunar í atvinnugreininni auka möguleika okkar til að auka gjaldeyristekjur af ferðamönnum. Ég eins og fleiri hef tröllatrú á þessari atvinnugrein hér á landi, en það krefst mikillar vinnu og aukins fjármagns að ná árangri.

5. mars 1993

ÍSLENDINGAR EYÐA MIKLU Í ELDSNEYTI EN LITLU Í GISTINGU

Niðurstöður könnunar ,sem gerð var meðal innlendra ferðamanna síðastliðið sumar og fjallað var lauslega um í Mbl. í síðustu viku hafa vakið verulega athygli. Sérstaklega hafa menn staldrað við niðurstöður um gisti- og ferðamáta, eyðslu, , hvert ferðast er og einnig í hvaða tilgangi er ferðast um Ísland Að þessu sinni ætla ég að fjalla um niðurstöðurnar hvað varðar eyðslu íslenskra ferðalanga og gistimáta þeirra

Gerðar hafa verið nokkrar kannanir meðal erlendra ferðamanna á ferð um landið á undanförnum árum, en nokkuð langt er um liðið síðan ferðir Íslendinga í eigin landi hafa verið kannaðar.
Kannanir eru auðvitað ekki neinn "stóri sannleikur", en þó eru þar ákveðnar upplýsingar frá þeim sem spurðir eru og oftar en ekki gefa menn sér að niðurstöðurnar hefðu orðið í samræmi við svör úrtaksins, ef allir sem málið snertir hefðu verið spurðir. Eigi það við í þessu tilfelli held ég að megi segja að niðurstöðurnar hljóti að koma verulega á óvart í mörgum tilfellum.

þær niðurstöður, sem hér verðir fjallað um eiga eingöngu fjalla um Íslendinga í fríi, þ.e. gista eina nótt eða fleiri að heiman. Niðurstöðurnar eiga því ekki við þá sem eru á dagsferðalagi eins og t.d. íbúa Reykjavíkursvæðisins, sem fara í dagsferð til Þingvalla, Hverageröis o.s.frv., né heldur þá sem ferðast vegna atvinnu sinnar.

Samkvæmt niðurstöðunum fóru um 210.000 íslendingar í frí innanlands árið 1992 þar sem gist var a.m.k. eina nótt. Þessir Íslendingar ferðuðust að meðaltali í 15 daga um landið og eyddu 2400 kr. hver á dag að meðaltali. Sjálfsagt finnst einhverjum þetta háar tölur, en þá má minna á að á síðasta ári fóru tæplega 150.000 Íslendingar útkanda. Hve margir þeirra fóru í frí er ekki vitað, en samkvæmt könnunnni má ætla að þeir hafi verið nálægt 110.000.

Heildareyðsla Íslendinga vegna ferðar um eigið land í frí er því samkvæmt þessu um 7.5 milljarðar. Þó þarna sé um að ræða einhverja eyðslu, sem aðeins færist til þ.e. eyðsla vegna matarkaupa o.fl., þá kemur þar á móti að hér er ekki meðtalin eyðsla þeirra sem fara í dagsferðir eins og áður sagði. Þessir 210.000 Íslendingar eyða því nokkurn veginn sömu upphæð og um 150.000 erlendir ferðamenn á ferð um landið. Hér munar um 30% , sem hver Íslendingur eyðir minna en útelndingurinn. Skipting eyðslunnar er allt önnur og vekur það líklega athygli margra hvernig eyðsla Íslendinga á ferð í fríi skiptist, en það sést á mynd 1.

Nær fjórðungur er vegna eldsneytiskaupa og viðgerða. Samkvæmt þessu eru olíufélögin stærsti hagsmunaaðilinn hvað varðar ferðir Íslendinga um eigið land , þegar litið er til veltu. Aftur á móti er það enn staðfest hér , ef niðurstöðurnar eru réttar ,að ríkið er stærsti hagsmunaaðilinn, því Íslendingar á ferð um eigið land í fríi greiða yfir 1 milljarð í vegaskatt með bensínkaupum. Gæti ekki talist sanngjarnt að eitthvað af þessum skatti fari til úrbóta á ferðamannastöðum , sem verið er að heimsækja og eru forsenda þess að þessi skattur er geiddur?

Þá hlýtur að vekja athygli hve litlu er eytt í gistingu eða " aðeins " 1,1 milljarði fyrir rúmlega 3 milljónir gistinátta eða um 360 krónur á gistinótt. En það skýrist ,að nokkru leyti a.m.k., þegar litið er á þá tegund gistingar sem Íslendingar nota í fríi, en það sést á töflu 2. Hér er ekki átt við fjölda þeirrra ,sem notuðu hvern gistimáta heldur er skiptingin eftir gistinóttum, enda skiptir það höfuðmáli, þegar skoðuð er nýting gististaða. Langflestar gistinætur eru í tjaldi/hjólhýsi yfir 1 milljón gistinátta , um 35% af heildinni.

Yfir 20% gista í sumarhúsum, annað hvort leigðum eða eigin. Yfir 55% gista því í tjöldum/hjólhýsum og sumarhúsum. Þetta skýrir a.m.k að hluta hve gistikostnaður er tiltölulega lágur. Líklega telja þeir sem eru í eigin sumarhúsi gistikostnað lítinn eða engan þó líklega sé þar um að ræða dýrustu gistinætur á Íslandi þegar litið er til fjárfestingar og nýtingar. Þá hlýtur það að vekja athygli að aðeins um 16% gistinátta er á hótelum, gistiheimilum og bændagistingu. Í þessum gistiþætti eru hve mestar fjárfestingar á undanförnum árum og því mest í húfi að nýting sé sem best.

Hér verður að geta þess að könnun á gistimáta er gerð að sumri, en í könnun sem gerð var um heildarfjölda Íslendinga á ferð um landi var spurt um ferðir á heilu ári. Þar sem milli 90 og 100 % fríferða er að sumri má gera ráð fyrir að um óverulega breytingu á heildarniðurstöðu yrði að ræða þó um heilsárskönnun yrði að ræða.

Rýmisins vegna verður ekki farið nánar í einstaka þætti könnunarinnar þó af nógu sé að taka , eins og t.d. dreifingu íslenskra ferðamanna um landið, en nú er að vona að ferðamálayfirvöld og hagsmunaaðilar nýti sér niðurstöðurnar við skipulagningu og uppbyggingu ferðaþjónustu fyrir Íslendinga í eigin landi.

26. mars 1993

ÞOLUM VIÐ 1% FJÖLGUN ÞJÓÐARINNAR?

Fréttamaður á ljósvakafjölmiðli beindi þeirri spurningu til mín í þætti fyrir stuttu hvort ferðamenn væru ekki orðnir allt of margir hér á landi og hvort landið þyldi þennan fjölda. Undanfarið hef ég nokkru sinnum heyrt þessu hent á loft og því ekki úr vegi að skoða málið aðeins nánar. Það er að sjálfsögðu erfitt að nefna einhverja tölu sem eitthvert mögulegt hámark gesta í landinu. Á málinu eru margar hliðar og hægt að skoða það frá mörgum sjónarhornum.

Við búum í einu strjálbýlasta landi Evrópu og þegar litið er til dvalarlengdar erlendra ferðamanna í landinu er það nú svo að tölulega jafngildir dvöl þeirra hér því að Íslendingum fjölgaði um 1%. Ekki býst ég við að nokkrum dytti í hug að halda því fram að landið þyldi ekki 1% fjölgun þjóðarinnar.
Við þessa reikninga má bæta því að slík aukning hefur orðið í ferðum okkar til annarra landa að við dveljum lengur í öðrum löndum á ári , en erlendir ferðamenn í okkar landi þannig að um aukna heildardvöl í landinu er því ekki að ræða.

HÁLENDI ÍSLANDS

En umræðan snýst ef til vill ekki um heildardvöl fólks í landinu heldur hefur verið rætt um ágang á einstaka staði og hálendið verið sérstaklega nefnt í því sambandi. Erlendir ferðamenn heimsækja ekki hálendið og þær náttúruperlur, sem þar eru nema 8- 10 vikur á ári svo þau rök að spyrna verði við fótum vegna ágangs á hálendinu og þeim náttúruperlum sem þar eru eiga því ekki við 42-44 vikur á ári!.

Ég leyfi mér því að vara við því að þessi umræða um of mikið álag skapi neikvætt viðhorf gagnvart þeim mikla fjölda ferðamanna sem kemur hér og dvelur í landinu án þess að heimsækja fjölförnustu ferðamannastaði okkar eða hefur ekki tækifæri til að fara um hálendið og kemur auk þess hér í allt öðrum tilgangi. Nú má enginn misskilja mig svo að ekki sé nauðsynlegt að vernda okkar náttúruperlur enda hef ég rætt í þessum pistlum um skyldur ,fyrst og fremst ríkis, og annarra hagsmunaaðila í þessu sambandi.

ÞEIM ÞARF AÐ FJÖLGA

Ferðamönnum þarf að fjölga , sérstaklega utan háannatíma. Samhliða þarf að vinna að betri dreifingu þeirra og vinna betur að nýjum þáttum samanber ráðstefnur, fundi og heilsuferðir svo eitthvað sé nefnt. Hér er mikið verk óunnið til að ná eðlilegri nýtingu á núverandi fjárfestingum og nýta þá möguleika sem við eigum á þessu sviði. Hér má engin neikvæð umræða sem byggð er á röngum forsendum verða til að draga úr sókn okkar til aukinna gjaldeyristekna. Nú í janúar og febrúarmánuði voru erlendir ferðamenn tæplega 10.000 og skildu eftir sig í landinu yfir 500 milljónir í erlendum gjaldeyri. Varla dettur nokkrum manni í hug að þessir ferðamenn hafi valdið of miklu álagi á landið.

Þá hefur einnig nokkuð verið haldið á lofti þeirri umræðu að erlendir ferðamenn skildu ekkert eftir í landinu, þeir kæmu hingað með allt með sér og keyptu lítið hér á landi. Samkvæmt nýlegum könnunum meðal erlendra og innlendra ferðamanna eyðir hver erlendur ferðamaður á ferð um Ísland yfir 40% meira að meðaltali en íslendingur á ferð um landið í fríi eins og rætt var um í síðasta pistli. Þrátt fyrir þessar tekjur höfum við því miður ekki haldið í við almenna þróun í auknum gjaldeyristekjum af ferðaþjónustu.

EB OG FERÐAÞJÓNUSTAN

Ég hef áður rætt um versnandi samkeppnisaðstöðu og mikinn stuðning EB og einstakra ríkja við ferðaþjónustu. Enn skal minnt á það hér að síðastliðin 4 ár hefur EB varið 152 milljörðum króna til uppbyggingar ferðaþjónustu í aðildarríkjum sínum. Þá var 1992 ákveðið að verja 1400 milljónum á næstu 3 árum til kynningar innan landa EB. Á sama tíma minnka að raungildi þeir fjármunir, sem varið er til kynningar á Íslandi. Verði ekki varið verulegum fjármunum til kynningar- og markaðsstarfa af hálfu Íslands á næstunni er hæpið að sjá hvernig við eigum að halda okkar hlut.. Í framhaldi af umræðum um hvort ekki sé nú þegar búið að gera nóg, hér sé ekki ástæða til að fjölga erlendum ferðamönnum og þar með auka gjaldeyristekjur okkar er fróðlegt að bera árangur okkar saman við árangur annarra í þessu tilliti.

Samkvæmt skýrslu OECD um ferðamál fyrir árið 1992 varð aukning gjaldeyristekna af ferðaþjónustu 10,6% alls í Bandaríkjadollurum í OECD löndunum milli áranna 1991 og 1992. Hér á landi minnkuðu tekjurnar um 7.6%. Aðeins 4 ríki fá minni tekjur 1992 en 1991 og er Ísland með næst mesta samdráttinn, eins og sést á meðfylgjandi töflu.

Í lokin vil ég vitna til áðurnefndrar skýrslu OECD, þar sem vöxtur ferðaþjónustu er skýrður svo:
" Þessar tölur fyrir 1992 sýna bata alþjóðlegrar ferðaþjónustu eftir áföll sérstakra atburða eins og Flóastríðsins. Þennan bata má að verulegu leyti þakka árangursríkum markaðsaðgerðum. Með árangursríkri kynningu á ímynd ferðaþjónustu sinnar hafa aðildarríkin hleypt nýju lífi í þessa efnahagslega mikilvægu starfsemi".

7. maí 1993

ERLENDAR RÁÐSTEFNUR OG FUNDIR SKILA NÆR 700 MILLJÓNUM Í GJALDEYRISTEKJUR

Ráðstefnuskrifstofa Íslands var sett á laggirnar á síðasta ári. Margir hafa spurt mig: Hvers vegna að stofna ráðstefnuskrifstofu ? Í dag ætla ég að fara nokkrum orðum um ráðstefnu- og funda markaðinn og reyna að svara ofangreindri spurningu. Á öllum samkomum þar sem rætt er um ferðaþjónustu er rauði þráðurinn sá að nauðsynlegt sé að lengja ferðamannatímabilið til betri nýtingar á núverandi fjárfestingum. Því hlýtur að vera nauðsynlegt að auka markaðsstarfið meðal þeirra markhópa sem líklegastir eru til að ferðast utan hins hefðbundna 12 vikna háannatíma okkar.

MESTUR HAGNAÐUR AF RÁÐSTEFNUGESTUM

Þeir sem sækja ráðstefnur og fundi eru að þessu leyti athyglisverður markhópur. Stærstur hluti alþjóðlegra funda og ráðstefna er haldinn í apríl maí, júní og síðan í september,október og nóvember. Í heild eru um 70% haldinn utan okkar háannatíma. Af þessari ástæðu einni ætti þetta mál að vera áhugavert. En fleira kemur til. Fjöldi alþjóðlegra ráðstefna er talinn rúmlega 9000 á ári og þar er ekki talinn fjöldi alls konar funda né hvataferðir, sem ekki eru síður áhugaverðar fyrir okkur. Af þessum 9000 ráðstefnum eru milli 5000 og 6000 haldnar í Evrópu. Og síðast en ekki síst skilja þessir gestir eftir sig mun meiri tekjur en aðrir ferðamenn. Samkvæmt könnun, sem gerð var hér á landi 1990 notaði hver ráðstefnugestur um 13.000 krónur á dag sem var þrefalt meira en almennur ferðamaður í fríi notaði samkvæmt sömu könnun. Hér er ferðakostnaður til og frá landinu ekki talinn með.

Þegar allir þessir þættir eru skoðaðir þarf það varla að koma á óvart að stærstu hagsmunaaðilar og fyrirtæki í íslenskri ferðaþjónustu ákváðu að leggja í sameiningu fjármuni til markaðssetningar á möguleikum Íslands til að halda ráðstefnur og fundi. Verkefni skrifstofunnar er auk þess að kynna möguleika okkar á sviði verðlaunaferða, svokallaðra hvataferða , en þar höfum við að áliti sérfræðinga gífurlega möguleika.

RÁÐSTEFNUSKRIFSTOFAN Á AÐ AUKA MARKAÐSSTARFIÐ

Íslenskar ferðaskrifstofur hafa sinnt þessum markaði í vaxandi mæli á undanförnum árum og í reynd hafa sumar sinnt þessu í áratugi. Þeim hefur tekist að ná hingað fjölda arðbærra verkefna og munu þær auðvitað halda því áfram. Með stofnun Ráðstefnuskrifstofunnar var einfaldlega verið að auka markaðsstarfið á þessu áhugaverða sviði ferðaþjónustunnar.

Um það hefur nokkuð verið rætt hvort við höfum rétta aðstöðu hér á landi til að bjóða þessum markhópi. Það er ljóst að enn getum við ekki tekið að okkur 2000 manna alþjóðlega ráðstefnu svo dæmi sé tekið enda spurning hversu æskilegt það er þegar litið er til t.d. flutningsmöguleika og fleiri þátta, sem hugsanlega krefðust mikilla fjáfestinga fyrir mjög fáar ráðstefnur af slíkri stærð. Stærstur hluti funda og ráðstefna er með færri en 500 þátttakendum. Við getum nú strax sótt inn á þann hluta markaðarins, sem hentar þeirri aðstöðu sem er til staðar. Hugsanlegt er að niðurstöður kannanna á möguleikum okkar á þessum markaði verði á þann veg að skortur á fjárfestingum standi í vegi fyrir nauðsynlegum vexti. Verði farið út í fjárfestingar þurfa þær að vera í samræmi við þarfir þessa markhóps en ekki einhvers annars.

SAMKEPPNIN ER GRIMM UM RÁÐSTEFNUR

Af öllu framansögðu liggur í augum uppi að mikil samkeppni og vaxandi hlýtur að ríkja á þessum markaði. Það sést best á því að nú eru tæplega 800 meðlimir í alþjóðasamtökum ráðstefnuskrifstofa . Öll Norðurlöndin keppa á þessum markaði og hafa gert lengi. Íslendingar voru síðastir Norðurlandabúa til að stofna slíka markaðsskrifstofu.

Mjög erfitt er að átta sig á stöðu okkar á þessum markaði nú þar sem erfitt er að afla upplýsinga um þennan afmarkaða þátt. Samkvæmt tölulegum upplýsingum UIA (Union of Int. Associatons) frá 1991 var Ísland í 60 sæti hvað snertir fjölda ráðstefna af 71 landi , sem upplýsingarnar náðu yfir. Árið áður vorum við í 62. sæti. af 89 löndum. Upplýsingar UIA ná ekki yfir þennan markað í heild, en engar slíkar heildarupplýsingar eru til En miðað við sömu upplýsingar er um 5% af fjölda alþjóðlegra ráðstefna sem haldinn er á Norðurlöndunum haldinn hér á landi. Hvað skyldi þessi hlutur vera stór og hvers virði er hann fyrir okkur?

Samkvæmt þeim upplýsingum sem nú liggja fyrir verða tæplega 50 erlendir fundir og ráðstefnur á Íslandi á tímabilinu apríl - september í ár. Fjöldi þátttakenda verður nálægt 5000. Dvalardagar þessara gesta verða rúmlega 25.000, sem þýðir miðað við niðurstöður könnunarinnar, sem fyrr var nefnd að heildareyðsla þessara gesta verður á þessu 6 mánaða tímabili um 325 milljónir án fargjaldatekna sem má gera ráð fyrir að verði um 175 milljónir. Þessir 50 fundir á þessu hálfa ári skila okkur því um hálfum milljarði í gjaldeyristekjur. Útlit er fyrir að á árinu verði alls haldnar um 75 erlendar ráðstefnur og fundir hér á landi, sem skili okkur nálægt 700 milljónum í gjaldeyristekjur. Þá er ótalinn vaxandi fjöldi hvataferða.

EFLUM STARF "SENDIHERRANNA"

Margar leiðir eru til að auka okkar hlut og má nefna eftirfarandi dæmi. Íslendingar eru aðilar að fjölda alþjóðlegra samtaka og félaga. Þessi félög og samtök halda sína fundi og ráðstefnur til skiptis í hinum ýmsu löndum. Þeir sem sækja þessa fundi frá íslandi eru í reynd " sendiherrar " okkar á staðnum og hafa oft haft þau áhrif að alþjóðlegir fundir hafa verið haldnir hér á landi. Þetta starf þarf að auka og sá mikli fjöldi sem sækir þessa fundi þar að gera sér grein fyrir þessum möguleika og mikilvægi þess fyrir okkur að ná miklu stærri hluta af þessari köku en við höfum í dag, sem er örlítil.

Höfum við gert okkur grein fyrir því að sá sem nær hingað 200 manna fundi í 3 daga er að afla þjóðarbúinu um 15 milljóna gjaldeyristekna?

Möguleikarnir eru víða fyrir hendi og hér hef ég aðeins rætt um einn af fjölmörgum ,sem til eru innan ferðaþjónustunnar. Fleiri verða ræddir síðar.

4. júní 1993

GJALDEYRISTEKJUR AF HVERJUM ERLENDUM FERÐAMANNI NÆR ÞÆR SÖMU OG AF HVERJU TONNI AF ÞORSKI.

Þeir sem starfa í ferðaþjónustu hafa átt erfitt með að fá stjórnvöld og aðra til að viðurkenna ferðaþjónustu sem alvöru gjaldeyrisskapandi atvinnugrein. Þegar litið er til umfjöllunar gæti á stundum virst sem öll viðmiðun í atvinnulegu tilliti sé og verði sjávarútvegur. Hér er að sjáfsögðu ekki verið að gera lítið úr mikilvægi hans, en möguleikarnir eru sem betur fer fleiri í þessu landi. Í þessu ljósi ætla ég í dag að ræða mikilvægi ferðaþjónustu á þann hátt að færa það nokkuð í búning þeirrar atvinnugreinar, sem , stjórnvöld almenningur og fjölmiðlar virðast átta sig hvað best á.

Undanfarið hefur gífurleg umræða verið um skýrslu Hafrannsóknarstofnunar um ástand þorsksstofnsins. Forstjóri Þjóðhagsstofnunar hefur sagt að útflutningsverðmæti hugsanlegs niðurskurðar væri nálægt 1 milljarði við hver 10.000 tonn, sem afli minnkaði um. Þessar upplýsingar fannst mér áhugaverðar því að gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum hafa á undanförnum árum verið nálægt 0,9 milljörðum af hverjum 10.000 , sem koma hingað.

Í framhaldi af gengisbreytingum sl. haust er því líklegt að ekki verði um mikinn mun að ræða á þeim gjaldeyristekjum sem hver erlendur ferðamaður skilar á þessu ári og af hverju þorsktonni.
Ekki væri úr vegi að bera þetta samna frá fleiri hliðum. Hver er kostnaðurinn við að afla, vinna og selja 1 tonn af þorski samanborið við kostnaðinn við að selja , sækja og þjóna hverjum ferðamanni? Hér skortir mig enn forsendur til að gera raunhæfan samanburð. Á sama hátt mun ég ekki hér gera samanburð á fjölda starfa við þessa tvo þætti gjaldeyrissköpunar, en minni á að ekki verður þjónustan við ferðamanninn " flutt úr landi". Fróðlegt væri að kanna nettó framlegð annars vegar 10.000 tonna af þorski og hins vegar 10.000 ferðamanna.

Í **FERÐAÞJÓNUSTU MÁ STÓRAUKA AFLANN FYRIR ÁRIÐ 2000**

Rætt hefur verið um offjárfestingar í ferðaþjónustu og sjávarútvegi. En munurinn á meintri offjárfestingu í ferðaþjónustu og í sjávarútvegi er sá að hægt er að auka aflann í ferðaþjónustunni, þar er enginn kvóti annar en takmörk landsins og fjárfestinganna, þar sem enn er gott borð fyrir báru Og það sem meira er ,ferðamannastofninn fer ört vaxandi, öfugt við þorskstofninn og því er spáð að stofninn tvöfaldist á næstu 20 árum. Hvernig ætlum við að ná stærri hluta af þessum kvótalausa vaxandi stofni? Skyldu stjórnvöld, samtök vinnuveitenda, samtök launþega og almenningur hafa kynnt sér þá möguleika?

Ferðamálaráð hefur bent á að með tiltölulega litlum fjárfestingum sé hægt að auka fjölda erlendra ferðamanna þannig að þeir verði 100.000 fleiri árið 2000 en nú er. Ég geri ráð fyrir og í hæsta máta eðlilegt að einhverjar " aðgerðir" hefðu verið settar í gang , ef fréttir bærust um að hægt væri með tiltölulega litlum fjárfestingum að auka þorskafla á sama hátt, þ.e. 100.000 fleiri tonn árið 2000, en nú er.

En við erum ekki ein á veiðum. Það eru nær allar þjóðir heims að fiska í þessu vatni. Samkeppnin er gífurleg og fer vaxandi. Samkvæmt niðurstöðum erlendra kannanna eru ótal þættir sem vinna með okkur í þessari samkeppni. Okkar beita er girnilegri en margra annarra.En það þarf að koma veiðarfærum og beitu á framfæri á markaðssvæðum okkar. Þetta kostar fjármuni. Þau fyrirtæki sem eru á þessum veiðum þurfa því rekstarumhverfi sem gerir þeim fært að afla þjóðinni gjaldeyristekna á sama hátt og annar gjaldeyriskapandi atvinnurekstur. Í sambandi við nýgerða samninga voru gefin út bráðabirgaðrlög, þar sem ákveðið var að fella niður tímabundið tryggingargjald af útflutningsatvinnugreinum. En ekki hjá fyrirtækjum í ferðaþjónustu. Hvers vegna njóta fyrirtæki í ferðaþjónustu ekki sama rekstrarumhverfis og aðrar gjaldeyrisskapandi atvinnugreinar? Einn erlendur ferðamaður skilar þjóðinni nær sömu gjaldeyristekjum og hvert þorsktonn eins og áður sagði.

Og því miður er þorskstofninn minnkandi, en sem betur fer hinn vaxandi. Það sem meira er það er hægt að "veiða" sama ferðamanninn ár eftir ár.

50 ÞÚSUND FERÐAMENN VEGA UPP 50 ÞÚSUND TONNA MINNKUN ÞORSKAFLANS

Til að vega upp á móti 50.000 tonna minnkun þorskafla þarf um 50.000 erlenda ferðamenn. Til er í landinu flutningsgeta, gistirými og flest það sem þarf til að þjóna þessari viðbót. Nokkuð þarf að fjárfesta í afþreyingu og vöruþróun og í markaðssetningu.

Einn af forsvarsmönnum þjóðarinnar sagði í sjónvarpi fyrir stuttu að ekki yrði lifað í þessu landi, ef ekki veiddist þorskur. Þetta er að mínu mati hárrétt, en það verður því síður lifað í þessu landi, ef við horfum bara á þennan minnkandi stofn, sem að sjálfsögðu er okkur gífurlega mikilvægur. En umræðan má ekki eingöngu snúast um hvernig við aðlögum okkar líf að færri þorsktonnum úr sjó.
Það eru sem betur fer aðrir stofnar. Þar eru nú möguleikarnir okkar. En það kostar vinnu og fé að nýta þá. Ferðaþjónustuaðilar hafa lagt mikla vinnu í að sýna fram á hvað þurfi að gera til að nýta möguleikana sem felast í væntingum hins ört vaxandi ferðamannastofns. Nýjir skattar, hækkaðir skattar og álögur umfram aðrar gjaldeyrisskapandi atvinnugreinar eru ekki líklegar til heildartekjuaukningar.

Fyrirtæki í ferðaþjónustu hafa unnið gífurlega mikið starf í erfiðu rekstrarumhverfi og munu á þessu ári að öllum líkindum skila jafnvirði 140.000 tonna þorskafla í þjóðarbúið. Hægt er að stórauka þennan afla. Vilja samtök vinnuveitenda, samtök launþega og stjórnvöld ekki ræða við þá sem náð hafa þessum afla um það hvernig hægt er að bæta 100.000 tonnum á ári við þennan afla fyrir aldamót? Hve stór hluti þeirra 1000 milljóna, sem á þessu ári er ætlaður til sérstakra atvinnuskapandi verkefna fer til þessara "úthafsveiða"?

16. júlí 1993

ÍSLANSFERÐIR ALLT AÐ TVÖFALT DÝRARI EN TIL SAMKEPPNISLANDA

Í pistlum mínum um íslensk ferðamál undanfarið ár hefur nokkrum sinnum verið minnst á samkeppnisstöðu og verðlagsmál. Í framhaldi af þeim skrifum um samkeppnisstöðu íslenkrar ferðaþjónustu með tilliti til verðlags ætla ég nú að reyna að sýna lesendum raunveruleg dæmi um verð á okkar vöru í samanburði við svipaða vöru á nokkrum okkar markaðssvæðum. Nú er það að sjálfsögðu nokkrum erfiðleikum háð að bera Íslandsferð saman við ferð til annars lands. Einhverjir munu segja að það sé ekki hægt. Víst er Íslandsferð sérstök, en eins og öll vara þá á þessi vara í samkeppni. Það má engin trúa því að okkar vara sé svo sérstæð að hún þoli að vera miklu dýrari en hliðstæð vara.

Það kemur að "sársaukamörkum" neytandans. Setjum okkur í spor ferðakaupanda í Evrópu, sem er að velta fyrir sér ferð til Íslands. Hann leitar til ferðaskrifstofu og fær sölubækling. Upplýsingar um Íslandsferðir eru mjög oft í bæklingum með upplýsingum um aðrar ferðir til fleiri landa á norðlægum slóðum. Væntanlegur ferðalangur fær því í flestum tilfellum upplýsingar um ferðir til fleiri landa en Íslands þegar verð eru könnuð. Þetta er eins og þegar við fáum bæklinga um sólarlandaferðir og veljum okkur síðan ferð. Þó svo að við höfum sem næst ákveðið áfangastað getur mjög óhagstæður verðsamanburður breytt fyrirætlunum okkar. Á ferðamarkaði eins og öðrum mörkuðum skipta verð og gæði vörunnar höfuðmáli,þó aðrir þættir hafi auðvitað sín áhrif á val neytandans. En lítum á hvað stendur til boða í nokkrum löndum. Hér verða eingöngu litið á skipulagðar ferðir til Íslands. Ekki verða teknir einstakir þættir þjónustunnar, en alkunna er að einstakir þættir í íslenskri ferðaþjónustu hafa ákveðna sérstöðu eins og glögglega kom fram hér í ferðablaðinu sl. föstudag, þegar rætt var um verð á bílaleigubílum.

ÍSLANDSFERÐ 18-118% DYRARI EN NOREGS-EÐA FINNLANDSFERÐ

Í þýskum bæklingi einnar ferðaskrifstofu er í boði ferð til Íslands. 15 dagar , flug með áætlunarflugi til landsins,rútuferð um Ísland,hótelgisting,hálft fæði og leiðsögn. Þar er einnig ferð til Norður-Noregs. 15 dagar, flug með áætlunarflugi til Tromsö,rútuferð um Norður- Noreg, hótelgisting,hálft fæði og leiðsögn. Íslandsferðin kostar kr. 230.000. , en Noregsferðin kr. 195.000. Verðmunur er 18%. Ekki verður séð að mikill munur sé á keyptri þjónustu í þessum ferðum.

Lítum næst á bækling frá ítalskri ferðaskrifstofu. Þar er boðið upp á 11 daga ferð til Íslands og 10 daga ferð til Finnlands. Í báðum ferðunum er flogið með áætlunarflugi. Rútuferð með hótelgistingu, fullu fæði og leiðsögn. Í Finnlandsferðinni er tekið fram í upplýsingum að gist sé á 1. flokks hótelum alla ferðina. Flugtími í ferðinni til Íslands er alls um 8 klst, en 7,5 klst í Finnlandsferðinni. Íslandsferðin kostar kr. 247.000, en Finnlandsferðin kr. 156.000. Verðmunur er 58% Sama ferðaskrifstofa býður einnig 9 daga ferð til Íslands hliðstæða þeirra sem hér var lýst. Verð kr. 220.000. Verðmunur á 9 daga ferð til Íslands og 10 daga ferðinni til Finnlands er því 41%.

Skoðum loks svissneskan bækling.
Þar er m.a. eftirfarandi Íslandsferð í boði: Flug með leiguflugi um 7,5 klst, 2 nætur á hóteli í Reykjavík, rútuferð um Suður-Ísland með gistingu í 5 nætur á gistiheimilum, hálfu fæði og leiðsögn.
Þar er einnig ferð til Finnlands: Flug með áætlunarflugi um 6 klst, rútuferð um Suður-Finnland með gistingu í 6 nætur,öll hótelherbergi með baði, hálft fæði og leiðsögn. Íslandsferðin kostar kr. 129.000, en Finnlandsferðin kr. 82.500. Verðmunur er 56% Í þessum bæklingi er flug verðlagt sérstaklega og því hægt að bera saman verð þessara ferða án flugs til og frá áfangastað. Þá kostar Íslandsferðin kr. 94.000, en Finnlandsferðin kr. 43.500. Þá er verðmunurinn 116%.

Að því frátöldu að í Íslandsferðinni er um að ræða einni gistinótt meira virðist sem um sé að ræða hliðstæða þjónustu , sem verið er að kaupa í báðum tilfellum. Samkvæmt því má draga þá ályktun að slík Íslandsferð sé allt að tvöfalt dýrari en ferð með hliðstæðri þjónustu til Finnlands.Þessar upplýsingar hljóta að vera okkur alvarlegt umhugsunarefni. Ekki verða tekin fleiri dæmi nú, en af nógu er að taka. Fróðlegt væri að bæta ferðum til Svíþjóðar og Írlands í þennan

samanburð svo og ferðum til fjarlægra landa, sem samkvæmt könnunum eru víða meðal okkar samkeppnislanda. Þar stöndum við illa að vígi í hreinum verðsamanburði.

Það skal enn undirstrikað að hér er ekki gerð nokkur tilraun til að verðleggja það aðdráttarafl sem Ísland er , né Ísland sjálft sem áfangastað. Hér hefur eingöngu verið reynt að bera saman verð á þjónustu, sem seld er til ferðamanna, sem hyggja á ferð á norðlægar slóðir. Og hér hefur eingöngu verið litið á einn samkeppnisþáttinn, verðið þjónustunnar. Ekki er hægt að skilja við málið án þess að minnast á gæði þjónustunnar. Eru gæði vörunnar í samræmi við verðið? Eru gæði íslenkrar ferðaþjónustu samkeppnisfær við gæði samkeppnislandanna? Umfjöllun um þann þátt samkeppninnar bíður að sinni. Við þessa skoðun á verði í bæklingum fjölda ferðaskrifstofa í Evrópu var ég enn minntur á hve gífurlegt þrekvirki hefur verið unnið af starfsfólki íslenkra ferðaþjónustuaðila að takast að halda í horfinu við sölu á þessari dýru vöru í samkeppni við miklu ódýrari vöru samkeppnislandanna.

Við þessar samkeppnislegu aðstæður þá standa íslenskir ferðaþjónustuaðilar nú frammi fyrir því á næstu vikum að verðleggja Íslandsferðir næsta árs. Sú vinna verður ekki auðveld. Hér að ofan hafa verið nefnd raunveruleg dæmi um samkeppnisstöðuna. Og nú þarf að meta áhrif gengisfellinganna. Tekjur hækka, en skuldir flestra hækka einnig. Þá hækka innlend aðföng vegna gengisfellinganna þar með talin innlend flugfargjöld , rútukostnaður og annað. Þá hækkar kostnaður vegna markaðssetningar erlendis og fleiri þættir, sem greiddir eru beint í erlendri mynt. Þegar tekist hefur að meta áhrif gengisfellinganna þá er næst að meta áhrif 14% virðisaukaskatts á alla gistingu, flugferðir og rútuferðir innanlands frá næstu áramótum og tengdar aðgerðir.

SVÍAR STÓRLÆKKA VSK. Á FERÐAÞJÓNUSTU

Þegar þessir reikningar eru að baki , eða ætti ég að segja áður, þá verður að skoða samkeppnisstöðu atvinnugreinarinnar. Til viðbótar því sem rætt var hér að framan, þá hafa Svíar ákveðið að frá 1. júlí er virðisaukaskattur á hótelgistingu og fólksflutninga lækkaður úr 21 % í 12 % . Þar í landi hafa menn komist að þeirri niðurstöðu að verðin verði að lækka. Íslenskir ferðaþjónustuaðilar eru þessu sammála og dæmin hér að framan um verð á okkar þjónustu samanborið við aðra, staðfesta enn frekari nauðsyn þess. Fylgjum við ekki lögmálum marakaðarins um verð og gæði náum við ekki árangri.

En þrátt fyrir allar þessar staðreyndir er ákveðið að leggja virðisaukaskatt á ferðaþjónustu til viðbótar við alla hennar sérskatta, svo sem flugvallargjald,vegaskatt,innritunargjald,vopnaleitargjald o.fl. og nýjasta sérskattinn, veðurstofugjald!

Stjórnvöld og ferðaþjónustuaðilar verða í sameiningu að finna leiðir til lækkunar á verði íslenkrar ferðaþjónustu. Samkeppnihæfni í verði og gæðum mun skapa ríkissjóði og okkur öllum auknar tekjur

Þó Ísland sé sérstakt ferðamannaland og engu líkt erum við ekki með svo einstaka vöru að hún sé óháð allri samkeppni og verð og gæði skipti ekki máli. Öðru nær. Sérstök vara verður alltaf að vera samkeppnisfær við aðra sérstaka vöru á markaðnum í verði og ekki síður í gæðum, en um þann þátt verður fjallað síðar eins og áður er nefnt.

27. ágúst 1993

KANNSKI ER ÍSLAND EKKI SVO FRÁBÆRT Í AUGUM ANNARRA

Í síðasta pistli var rætt um samkeppnisstöðu íslenskrar ferðaþjónustu með tilliti til verðlags. Þar voru nefnd dæmi sem sýndu að íslensk ferðaþjónusta er vart samkeppnishæf , þegar litið er eingöngu á verð. En nú ætla ég að fara nokkrum orðum um mikilvægi þess að gæði vörunnar sem boðin er séu samkeppnishæf.

Við erum nokkuð gjörn á að nota orðið best þegar rætt er um íslenskt. Höfum við ekki oft fullyrt að hér sé heimsins besti fiskur, besta lambakjöt í heimi, besta vatn í veröldinni, hreinasta loft sem finnst o.s.frv.

EKKI NÓG AÐ OKKUR ÞYKI KJÖTIÐ GOTT

En þegar kemur að því að koma þessum þáttum á framfæri, íslenskum framleiðsluvörum, íslensku landslagi og fleiru þá vegur okkar eigið álit ekki mikils. Varan verður að vera best í augum kaupandans og neytandans. Við getum ekki talið allri heimsbyggðinni trú um að hér sé besta lambakjöt í heimi, ef engum finnst það gott nema okkur, svo dæmi sé tekið.

Íslensk ferðaþjónusta er í meginatriðum ekkert frábrugðin framleiddri vöru að því leyti að varan verður að uppfylla væntingar kaupandans. Bætt og samræmd vörugæði eru því eitt af stærstu verkefnum íslenkrar ferðaþjónustu á næstu árum. Nokkur fyrirtæki í ferðaþjónustu hafa þegar gert gangskör að því að tryggja gæði eigin vöru og sum sett sér eigin gæða staðla

EKKERT ALMENNT GÆÐAEFTIRLIT

Almennt gæðaeftirlit í öllum þáttum íslenkrar ferðaþjónustu er aftur á móti ekki til. Gott eftirlit er með vissum þáttum eins og öryggisatriðum í flutningstækjum, hreinlætisatriðum á veitingastöðum og mörgum fleiri þáttum.

En ekki er um að ræða neina opinbera flokkun gististaða eftir gæðum svo dæmi sé tekið Erlendir ferðamenn verða því oft að treysta á lýsingar gististaðanna sjálfra í sölubæklingum þeirra. og verðlagning er alls ekki í samræmi við gæði þjónustunnar í öllum tilfellum. Gengur neytandinn að sömu gæðum vísum á gististöðum sem seldir eru á sama verði og jafnvel undir sama nafni á mismunandi stöðum?

Gífurleg fjölgun tjaldsvæða hefur orðið á unfanförnum árum. Hvaða eftirlit er með því að þjónusta sú sem greitt er fyrir sé í samræmi við þær reglur sem gilda um tjaldsvæði? Er snyrtiaðstaða miðuð við þann fjölda sem gistir svæðið? Er gæsla allan sólarhringinn á öllum tjaldsvæðu, sem taka greiðslu eins og reglur kveða á um? Ganga ferðamenn að því vísu að geta hvílst í ró og næði á íslenskum tjaldsvæðum? Allir þessir þættir eru verulega mikilvægir, þegar rætt er um það hvort gæði íslenskrar ferðaþjónustu standist samkeppni. Hér hef ég varpað fram nokkrum spurningum sem snerta gæðamál í gistiþættinum. En íslensk ferðaþjónusta er samsett úr fleiri þáttum. Undanfarin ár hefur orðið mikil uppbygging í afþreyingu. Hvaða eftirlit er með gæðum hennar? Ganga ferðamenn að því vísu að öllum öryggisatriðum sé fullnægt í hestaferðum, snjósleðaferðum og á sundstöðum, svo örfá dæmi séu nefnd?

FÁAR KVARTANIR

Er það ekki nær eingöngu undir rekstaraðilum afþreyingar komið hvað öryggisatriðum er fylgt og hvaða aðbúnað er boðið upp á? Eru þeir langferðabílar, sem standa ferðamönnum til boða allir í samræmi við kröfur neytenda?

Öllu þessu er varpað hér fram til umhugsunar og er hugsað sem innlegg í nauðsynlega umræðu um gæðamál ferðaþjónustu. Þó kvartanir frá ferðamönnum séu sem betur fer mjög fáar miðað við fjölda þeirra þá eru þær nokkar á hverju ári og kvartanir hafa borist vegna meintra lítilla gæða í öllum ofangreindum þáttum.

Hér ætla ég að nefna aðeins eitt dæmi , sem er að mínu viti talandi dæmi um hve lítið atriði í okkar augum getur orðið til að bæta gæði Íslandsferðar verulega í heild sé því breytt. Vaxandi fjöldi erlendra ferðamanna ferðast á eigin vegum með áætlunarbílum. Fer það saman að njóta þess að ferðast um landið og upplifa friðsæld þess að vera neyddur til að hlusta í marga klukkutíma í röð á dúndrandi poptónlist í áætlunarbílnum. eins og dæmi eru um? Þó hér hafi aðeins verið tekin dæmi og velt upp spurningum varðandi gistingu, afþreyingu og flutninga er að sjálfsögðu jafn nauðsynlegt að skoða gæðamál allra þátta atvinnugreinarinnar.

GÆÐASTAÐALL UM BROS FLUGFREYJU?

Um marga ofangreina þætti ferðaþjónustunnar hafa verið útbúnir gæðastaðlar. En útilokað er að setja staðla um stærsta þáttinn í ferðaþjónustunni, mannlega þjónustuþáttinn. Það verður enginn númeraður staðall gefinn út um bros flugfreyja eða viðmót í gestamótttöku. Þarna komum við að þeim merkilega þætti að í mannlega þættinum er varan hönnuð, framleidd og afhent á staðnum. Og vonandi verður þessi þáttur aldrei staðlaður. En í mannlega þættinum er hægt að hafa mikil áhrif með þjálfun og kennslu. Og þegar minnst er á það þá komum við að enn einum veigamiklum þætti atvinnugreinarinnar, sem lítil opinber umræða hefur verið um, menntamálum. Um þann þátt verður fjallað síðar.

GEGNHEIL GÆÐI

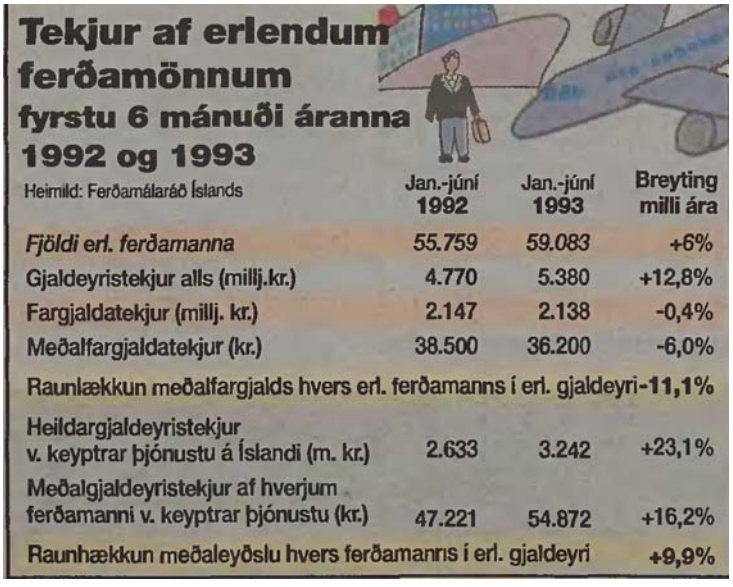
Það verður að kosta kapps um að tryggja að gæði íslenskrar ferðaþjónusta séu gegnheil. Gæði upplýsinga, sem dreift er verða að vera tryggð og allir þættir frá upphafi ferðar til loka verða að vera í samræmi við væntingar ferðamannsins. Gera þarf kannanir á okkar markaðssvæðum til að kanna þarfir og væntingar kaupenda. Síðan þarf að þróa vöruna þannig að hún standist gæðakröfur. Allt þetta er okkur lífsspursmál til að halda í við keppinauta okkar. Þetta er gífurlegt verkefni og mörgum spurningum ósvarað. Á gæðaeftirlitið að vera í höndum opinberra aðila eða hjá atvinnugreininni sjálfri? Gæðamál ferðaþjónustu vera aðalviðfangsefni 23. ferðamálráðstefnunnar, sem haldin verður um miðjan september í Mývatnssveit. Vonandi verður þar upphafið að heildarátaki í þessum málum. Dýr vara á ekki möguleika á markaði nema gæðin séu tryggð, varan þróuð í samræmi við þarfir markaðarins og allt eftirlit með gæðum hennar sívirkt. Við verðum að gera best, ekki að eigin áliti , heldur annarra.

24. september 1993

610 MILLJÓNA AUKING GJALDEYRISTEKNA FYRSTU 6 MÁNUÐI ÁRSINS

Eins og fram hefur komið í fréttum hefur verið nokkur fjölgun erlendra ferðamanna það sem af er árinu. Nokkur umræða hefur orðið um hugsanlega aukningu gjaldeyristekna ferðaþjónustunnar á árinu. Undirritaður hefur sagt í því sambandi að verði hlutfallsleg aukning ferðamanna sú sama til loka ársins og hingað til mætti gera því skóna að raunaukning gjaldeyristekna yrði allt að milljarði miðað við síðasta ár.

Margir hafa látið í ljós efasemdir um að þetta gæti orðið. Þar hafa sérstaklega hótelmenn í Reykjavík bent á að nýting á hótelum í Reykjavík er verulega lægri en í fyrra. Og margir hafa því spurt hvar þessi aukni fjöldi ferðamanna væri og hvort hugsanlegt væri að dvöl þeirra hér væri að styttast. Allar upplýsingar sem þarf til að svara þessum spurningum liggja ekki fyrir ,en nú liggja fyrir tölur Seðlabankans um tekjur af erlendum ferðamönnum fyrstu 6 mánuði ársins og þar er að finna ákveðnar upplýsingar.



Tekjur af erlendum ferðamönnum fyrstu 6 mánuði áranna 1992 og 1993

Heimild: Ferðamálaráð Íslands

	Jan.-júní 1992	Jan.-júní 1993	Breyting milli ára
Fjöldi erl. ferðamanna	55.759	59.083	+6%
Gjaldeyristekjur alls (millj.kr.)	4.770	5.380	+12,8%
Fargjaldatekjur (millj. kr.)	2.147	2.138	-0,4%
Meðalfargjaldatekjur (kr.)	38.500	36.200	-6,0%
Raunlækkun meðalfargjalds hvers erl. ferðamanns í erl. gjaldeyri			-11,1%
Heildargjaldeyristekjur v. keyptrar þjónustu á Íslandi (m. kr.)	2.633	3.242	+23,1%
Meðalgjaldeyristekjur af hverjum ferðamanni v. keyptrar þjónustu (kr.)	47.221	54.872	+16,2%
Raunhækkun meðaleyðslu hvers ferðamanns í erl. gjaldeyri			+9,9%

Þessar tölur eru að mínu mati mjög athyglisverðar. Það er ljóst að fyrstu 6 mánuði ársins aukast gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum um 610 milljónir króna miðað við 1992. Þegar tekið hefur verið tillit til gjaldeyrisbreytinga á tímabilinu er aukningin í erlendum gjaldeyri yfir 300 milljónir króna. Þá vekur það ekki síður athygli að fargjaldatekjur lækka og það verulega í erlendum gjaldeyri mælt. Hér verður ekki farið mörgum orðum um ástæður þess. Fargjöld hafa farið lækkandi og ein af ástæðum þess að veruleg aukning varð í ferðamannafjölda sl. vetur var án efa veruleg lækkun fargjalda til landsins.

Þegar litið er nokkur ár aftur í tímann virðist sem þróunin sé sú að hlutfall fargjaldatekna í heildartekjunum fari lækkandi. Fyrir örfáum árum voru fargjaldatekjurnar um helmingur heildarteknanna, en eins og sést hér að ofan er hlutur þeirra nú komin niður fyrir 40%.

En flest mál hafa fleiri en eina hlið. Því er það svo að vandamál Flugleiða vegna minnkandi fargjaldatekna, sem hljóta að valda íslenkri ferðaþjónustu áhyggjum, þar sem afkoma þess fyrirtækis getur haft mjög mikil áhrif á þróun atvinnugreinarinnar, verður um leið til þessa að auka möguleika okkar til fjölgunar ferðamanna. Ferðaþjónustuaðilar á Íslandi hafa notið þessa það sem af er þessu ári þannig að öll aukning gjaldeyristekna fyrstu 6 mánuði ársins ,yfir 600 milljónir króna er vegna eyðslu erlendra ferðamanna í landinu.

Ég geri ráð fyrir að sú staðreynd að 9,9% raunaukning varð í eyðslu hvers erlends ferðamanns á landinu fyrstu 6 mánuði þessa árs miðað við 1992 komi mörgum á óvart miðað við það sem kom fram hér að ofan um lægri nýtingu á hótelum í Reykjavík.

Þegar litið er til fyrirliggjandi upplýsinga frá fyrri árum má gera ráð fyrir að langstærstur hluti ferðamannanna gisti á því svæði fyrstu 6 mánuði ársins. Hér geta því ekki verið nema fjórar aðalskýringar að mínu mati, en á þessu tímabili hefur orðið mjög óveruleg aukning á hótelrými á þessu svæði. Lækkun nýtingar hótelanna getur að sjálfsögðu verið tilkomin vegna minni hótelgistingar Íslendinga á hótelum höfuðborgarinnar.

Þá getur verið að erlendir ferðamenn noti í auknum mæli aðra tegund gistingar en hótel. Þar hlýt ég að benda á mikla aukningu í heimagistingu og gistiheimilum undanfarið. Í þriðja lagi getur það verið að ferðamenn dvelji styttra í landinu en áður, en eyði meiru á styttri tíma. Og loks er hugsanlegt að fyrstu 6 mánuði ársins hafi stærra hlutfall gesta en árið áður leitað út á land til gistingar og afþreyingar. Að sjálfsögðu getur verið um að ræða sambland af tveim eða fleiri ofangreindra mögulegra skýringa.

Svör við þessum spurningum fást, þegar gistináttatalning fyrir þetta tímabil liggur fyrir. Upplýsinga Hagstofunnar um gistnáttafjölda er því enn beðið með eftirvæntingu. Á það hefur verið bent í fjölda pistla hér hve nauðsynlegt er þessar upplýsingar verði unnar hratt og vel. Hvað varðar gjaldeyristekjur, þá hafa sjálfsagt nokkrir hrokkið við, sem sáu fyrirsögn á baksíðu þessa blaðs fyrir nokkru, þar sem sagði að tekjur af ferðamönnum minnkuðu. Hér var um að ræða samanburð við önnur OECD lönd hvað snert ir hlutfallslega aukningu milli ára. Þetta mál var rætt hér í pistli í mars sl. og engu þar við að bæta öðru en því að við hljótum að sjálfsögðu að stefna að því að ná fyrri stöðu þegar ferðaþjónustan var ár eftir ár með mestu aukninguna milli ára þó Íslendingar næðu því markmiði ekki í heild í gjaldeyrisöflun.

Til þessa að svo megi verða verður rekstarumhverfið að vera þannig að atvinnugreinin eigi möguleika í samkeppninni. Verði raunaukning gjaldeyristekna milljarður á þessu ári verður hlutur ríkissjóðs af þeirri aukningu um 300 milljónir króna. Er það áhættunnar virði að veikja nú möguleika atvinnugreinarinnar til áframhaldandi tekjuöflunar fyrir ríkissjóð með aukinni skattheimtu? Er ekki vænlegra til árangurs að vinna með henni að því að gera hana samkeppnishæfa og fá þannig vaxandi hlut í auknum tekjum af vaxandi fjölda ferðamanna , sem virðast nú eyða meiru hver og einn en nokkru sinni fyrr?

27. október 1993

DREGUR ÁLAGNING VIRÐISAUKASKATTS ÚR LANDKYNNINGU?

Í þessum pistlum hafa oft verið látnar í ljós áhyggjur af hugsanlegum afleiðingum af álagningu virðisaukaskatts á gistingu og fólksflutninga frá og með næstu áramótum. Sérstaklega hefur í því sambandi verið rætt um hugsanlegar afleiðingar þeirra verðhækkanna, sem því fylgdu. Ferðaþjónustan á í gífurlegri samkeppni á öllum okkar markaðssvæðum og í fjölda pistla verið minnt á að þessi gjaldeyrisskapandi atvinnugrein þyldi ekki verðhækkanir. Nú hafa fyrirtæki í ferðaþjónustu kynnt sín verð fyrir næsta sumar á erlendum mörkuðum.

ÓBREYTT VERÐ

Þrátt fyrir ákvarðanir stjórnvalda um álagningu virðisaukaskattsins hafa þau ferðaþjónustufyrirtæki, sem nú hafa kynnt verð sín á stærstu markaðssvæðunum ,eftir því sem næst verður komist ,flest kynnt óbreytt verð í erlendum myntum. Þessu ber að fagna.

Þetta hefur varla verið auðvelt, en að mínu mati hafa þessi fyrirtæki tekið mjög ábyrga ákvörðun.
Ferðaþjónustuaðilar þekkja það enn betur en nokkrir aðrir að íslensk ferðaþjónusta þolir ekki hækkanir og því taka þeir þessa áhættu frekar en tilkynna verðhækkanir ,með ófyrirsjáanlegum afleiðingum, á sama tíma og verðlag ýmissa samkeppnislanda hefur lækkað. Nú verður auðvitað að geta þess að samhliða álagningu virðisaukaskatts komu aðrar aðgerðir. Niðurfelling aðstöðugjalds, lækkun tryggingargjalds og að nú endurgreiðist í reynd greiddur virðisaukaskattur fyrirtækjanna.

GENGISFELLING HAFÐI EKKI ÁHRIF Á VERÐIÐ

Þrátt fyrir þessar aðgerðir var hækkunarþörf fyrirtækjanna metin á bilinu 5-9% eftir því hvers konar og hvaða fyrirtæki átti í hlut. Nú benda sjálfsagt einhverjir á að með gengisfellingunni í sumar hafi rekstrarumhverfi þessara fyrirtækja batnað verulega.

Hér skal ekki farið út í þá reikninga í smáatriðum, en minnt á að fjöldi fyrirtækja eins og t.d. hótel eru með skuldir í erlendum myntum, en verulegan hluta teknanna í krónum. Ekki varð nein hækkun á því verði sem íslenskir ferðaþjónustuaðilar bjóða í krónum í kjölfar gengisfellingarinnar í sumar þó skuldir og afborganir fjölmargra fyrirtækja hækkuðu verulega. Því miður er það svo að áhrif gengisfellinga á rekstur t.d. hótela geta verið neikvæð og dæmi um gjaldþrot sem rekja má til þess að skuldir í erlendum myntum hækkuðu vegna gengisbreytinga á sama tíma og tekjur, sem að verulegum hluta voru innlendar hækkuðu ekki. Það er auðvitað ekki sjálfgefið að markaðslegar aðstæður leyfi að áhrifum vegna gengisbreytinga sé hellt út í verðlagið á hverjum tíma.

Hér er ekki verið að taka neina afstöðu með eða móti gengisbreytingum og gildi þeirra fyrir ferðaþjónustuna í heild ,heldur aðeins bent á rekstarlegar aðstæður hótela og fleiri fyrirtækja sem eru með erlendar skuldir, en innlendar tekjur að verulegum hluta Á þessari stundu er ekki ljóst hvaða verð ferðaþjónustuaðilar kynna á innlenda markaðnum eftir álagningu virðisaukaskattsins. En að viðræðum við nokkra þeirra virðist mér ljóst að vegna markaðsaðstæðna muni verð ekki hækka í samræmi við hækkunarþörf.

AF EINHVERJU ÞARF AÐ TAKA

Af öllu framansögðu virðist blasa við að fyrirtæki í ferðaþjónustu verði að leita leiða til að skera niður kostnað á móti þeim hluta virðisaukaskattsins, sem þau taka á sig. Nú er öllum ljóst að fyrirtæki hafa verið að hagræða og lækka alla mögulega kostnaðarliði og takmörk fyrir hve langt er hægt að ganga án þess að slíkt komi niður á gæðum þeirrar vöru , sem verið er að selja en slíkt má auðvitað ekki gerast.

Nú hefur nýlega í fjölmiðlum verið bent á að hugmyndir séu uppi hjá bókaútgefendum að draga úr auglýsingakostnaði til að geta boðið sína vöru á óbreyttu verði þrátt fyrir álagningu virðisaukaskatts. Því setur að manni þá hugsun að álagning virðisaukaskatts í ferðaþjónustu muni í reynd minnka þá fjármuni, sem fara til markaðssetningar og landkynningar. Það verði sá kostnaðarliður, sem mörgum finnist fljótt á litið að þeir geti lækkað. Í þessum pistlum hefur oft verið bent á nauðsyn þess að auka verulega kynningarþáttinn ekki síst vegna ört vaxandi samkeppni og aukinnar kynningar annarra þjóða. Ég skil vel stöðu þeirra fyrirtækja sem vita að markaðurinn þolir ekki að hækkunarþörf vegna álagningar virðisaukaskatts sé velt út í verðlagið .Og ég veit að þau munu í lengstu lög reyna að halda úti öflugu markaðsstarfi, forsvarsmönnnum þeirra er ljós nauðsyn þess, en hættan er vissulega fyrir hendi og því miður sýnist mér hún raunhæf.

RÍKIÐ Á MESTRA HAGSMUNA AÐ GÆTA

Í umræðum um nauðsyn þess að auka kynninguna hafa ýmsir bent á að það sé fyrst og fremst fyrirtækjanna í greininni að sjá um erlenda kynningu. Fyrirtækin bera nú milli 80 og 90% þess kostnaðar, sem fer beint til landkynningarmála ferðaþjónustunnar . Hagsmunir fyrirtækjanna eru miklir , en enginn einn aðili á þó þar meiri hagsmuna að gæta en ríkið. Ef fyrirtækin eiga að geta tekið enn meiri þátt í þessu starfi verður að skapa þeim rekstrarumhverfi, sem gerir þeim það kleift Með síðustu aðgerðum er það ekki gert, heldur þvert á móti. Og líklegt jafnvel að hlutur þeirra minnki.

Mun þá ríkið taka á sig stærri hluta hinnar almennu kynningar? Það mun koma í ljós á næstu vikum m.a. við umræður og afgreiðslu fjárlaga. Hér að framan hefur verið bent á hættuna á að fyrirtækin neyðist til að draga úr kynningunni, sem þau hafa verið að auka stórlega á undanförnum áratug með þeim árangri sem við öll þekkjum. Ferðaþjónustan siglir nú ákveðinn meðbyr, sem verður að nýta. 15 miljarða gjaldeyristekjur eru ekki sjálfgefnar og hafa ekki orðið til án tilkostnaðar. Stjórnvöld og fyrirtæki í ferðaþjónustu verða á næstu vikum í sameiningu að finna leiðir til að tryggja áframhaldandi aukningu þessara tekna. Þrátt fyrir álagningu virðisaukaskatts virðist sem komið hafi verið í veg fyrir hækkanir erlendis og sú aðgerð má ekki verða til þess að slakað verði á í kynningarþættinum, þvert á móti þarf að stórauka hann. Möguleikarnir eru okkar, en það kostar að nýta þá.

21. janúar 1994

AUKIN LANDKYNNING GEFUR AUKNA MÖGULEIKA

Nú um áramótin hefur verið nokkur umræða um árangur íslenskrar ferðaþjónustu á síðasta ári .
Í ljósi þeirrar umræðu langar mig í þessum fyrsta pistli ársins að fara nánar yfir þennan árangur og ræða nokkur atriði málinu tengd. Að þessu sinni verður eingöngu rætt um erlenda markaðinn, en í öðrum pistli síðar um þann innlenda.

Það liggur nú fyrir að árið 1993 varð að ýmsu leyti gott ár fyrir ferðaþjónustuna. Hingað komu fleiri erlendir ferðamenn en nokkru sinni fyrr, fleiri skemmtiferðaskip en áður og gjaldeyristekjur, sem skiluðu sér í bankakerfið VORU nær 2,5 milljörðum meiri en árið á undan. Hver erlendur ferðamaður notaði meiri erlendan gjaldeyri að meðaltali á ferð sinni um landið en áður.

Atvinnugreinin er orðin önnur stærst í gjaldeyrisöflun næst á eftir sjávarútvegi og samkvæmt upplýsingum Þjóðhagsstofunar skilaði hún á árinu 11,3% af öllum gjaldeyristekjum af útfluttum vörum og þjónustu á móti 10,2 árið 1992. Fleiri tölur mætti nefna um árangur og líta þá yfir lengri tíma og benda t.d. á að samkvæmt upplýsingum Þjóðhagsstofnunar hafa gjaldeyristekjur ferðaþjónustu frá árinu 1982 aukist að raungildi um 140%, en heildargjaldeyristekjur vegna útfluttra vara og þjónustu um rúm 13%.

En nóg af tölum í bili. Á þessu máli eru margar hliðar og mér finnst nauðsynlegt að fara um það nokkrum orðum hér ,þó það eigi auðvitað að vera öllum ljóst ,að auknar tekjur þurfa ekki nauðsynlega að merkja betri afkomu. Á þessari stundu liggur ekkert fyrir um það að afkoma fyrirtækja í ferðaþjónustu hafi almennt batnað á síðasta ári miðað við árið 1992. Það eru fleiri að afla þessara tekna en fyrr, þær dreifast til fleiri aðila og til að mæta aukinni samkeppni var verð, sérstaklega utan háannatíma, lækkað verulega.

Sumarið 1992 fjallaði einn pistla minna hér um hugsanlega offjárfestingu í ferðaþjónustu. Síðan hef ég notað hvert tækifæri til að koma því á framfæri að innan ferðaþjónustunnar væru í aðalatriðum til grunnfjárfestingar til að skapa allt að tvöfaldar þær tekjur sem voru það ár.

Nokkrir hafa komið að máli við mig og talið að fréttir af jákvæðum árangri feðaþjónustunnar væru til þess fallnar að ýta mönnum út í auknar fjárfestingar. Við þessu á ég ekki annað svar en hér að ofan. Ég vara enn við því að slíkar fréttir séu notaðar sem grundvöllur til frekari fjárfestinga í grunnþáttum ferðaþjónustunnar.

Afkoma ýmissa fyrirtækja í þessum grunnþáttum er ekki enn viðunandi og sums staðar því miður langt frá því. Á meðan svo er ,eru nýjar fjárfestingar eingöngu til að gera hlut allra minni. Dæmin um gjaldþrot úr gistiþættinum, veitingaþættinum og flutningaþættinum á undanförnum árum á meðan atvinnugreinin hefur sett hvert tekjumetið af öðru ,ættu að sýna okkur fram á nauðsyn þess að auka nýtingu þeirra fjárfestinga sem fyrir eru áður en ráðist er í nýjar. Nú má enginn misskilja mig svo að ekki þurfi að fara út í ákveðnar fjárfestingar. Þess þarf, en að mjög litlu leyti að mínu mati í grunnþáttunum, heldur í afþreyingarþættinum og nokkrum stuðningsþáttum svo og rannsóknum og vöruþróun Og eins og rætt hefur verið áður er markaðssetning sá þáttur þar sem hvað mestrar fjárfestingar er þörf.

Og hverjar eru svo ástæður þessa árangurs á erlendum vettvangi á undanförnum árum?
Við þeirri spurningu er að sjálfsögðu ekkert einhlýtt svar. Skýringarnar eru margar. Að mínu mati hafa fyrirtæki og einstaklingar í atvinnugreininni lagt mun meiri áherslu á markaðsþáttinn á undanförnum árum en fyrr. Allir gera sér ljóst að við eigum í gífurlegri samkeppni með dýra vöru og það kostar sitt að koma henni á framfæri. Sölunetið hefur verið styrkt. Flugleiðir hafa opnað fleiri dyr að mörkuðunum með nýjum áætlunastöðum og meiri tíðni, sem ýtir undir aukna markaðssetningu á þeim svæðum. Á mjög fáum árum hafa Íslendingar opnað 8 ferðaskrifstofur í 4 löndum til sölu á Íslandsferðum. Árangurinn er því uppskera af vinnu og fjárfestingum og enn meiri vinnu og fjármagn þarf til að halda honum og bæta.

Mér reiknast svo til að á árinu 1994 muni stjórnvöld, sveitarfélög og fyrirtæki verja um 150 milljónum meira en 1993 til markaðsaðgerða bæði á erlendum og innlendum markaði. Meiri fjármunum verður því varið en nokkru sinni fyrr til markaðssetningar íslenskar ferðaþjónustu á einu ári.

Ég er sannfærður um að þessi fjárfesting mun skila aðilum þessum fjármunum margfalt til baka.
Enn verð ég að láta í ljósi þá von að þessar upplýsingar verði ekki hvati til ótímabærra eða óarðbærra fjáfestinga í ferðaþjónustu. Nú er tími til að auka nýtingu og bæta afkomu. Þó svo að ég telji að aukin áhersla á markaðsþáttinn auk breytts vöruframboðs hafi haft afgerandi áhrif á árangur okkar eru þættirnir auðvitað fleiri . Nú um áramótin urðu t.d. miklar umræður um einn þeirra sem að mati margra er mjög mikilvægur , hlutur ýmissa einstaklinga í landkynningu erlendis. Við höfum síðastliðinn áratug notið þess við ótal tækifæri að kastljós fjölmiðla hefur beinst að einstaklingum þessarar þjóðar, hópum eða framleiðsluvörum. Þetta hef ég kosið að kalla óbeina landkynningu. Við höfum að sjálfsögðu notið þessarar óbeinu kynningar lengi og þá sérstaklega vegna bókmenntaarfsins frá forfeðrum okkar, en með vaxandi fjölmiðlun berast tíðindin hraðar, áhrifin koma fyrr í ljós og möguleikarnir stóraukast.

Ég hef áður bent á hve gífurleg kynning hefur orðið vegna heimsókna Forseta Íslands á undanförnum árum til fjölda landa. Ég er ekki viss um að allir geri sér grein fyrir mikilvægi þeirrar kynningar til lengri tíma litið og þá er ég auðvitað ekki eingöngu að tala frá sjónarhóli ferðaþjónustu.
Og fleira kemur til. Það er alltaf hættulegt og erfitt að nefna nöfn , sem hafa beint augum annarra að þessu landi og þeirri þjóð sem þar býr, því fjöldinn er mikill og erfitt að meta framlag hvers og eins. Því verður það ekki gert hér enda þekkjum við flest þá sem hér hafa mest komið við sögu undanfarna áratugi. En öll þessi óbeina landkynning skapar ekki fleiri ferðamenn ein og sér né selur vatn eða fisk, frekar en Pavarotti selur pasta fyrir Ítali,. Óbein landkynning af þessu tagi vekur athygli. Vakin er forvitni til frekari kynna.

Slík athygli skapar tækifæri fyrir ferðaþjónustu , framleiðendur og útflytjendur til að nýta sér hana þar sem kastljósið beinist að okkur þá og þá stundina. Þessi tækifæri þarf að nýta og aðilar verða að vera viðbúnir að nýta sér þau með því að koma á framfæri viðbótarupplýsingum, bjóða fram vöru sína áður en athyglin dofnar og beinst að öðrum í stöðugri leit fjölmiðla að nýjum fréttapunktum.

Stundum erum við viðbúin. Svo var í Þýskalandi, þegar kvikmyndin um Nonna og Manna var sýnd sama veturinn og Ásgeir Sigurvinsson var þar á allra vörum og bækur Halldórs Laxness seldust sem aldrei fyrr. Ferðir til Íslands voru auglýstar samhliða, hægt var að veita upplýsingar um íslenska ferðaþjónustu , varan var til og seldist í miklu magni.

Áhugi erlends fjölmiðlafólks á Íslandi er mikill og greinilega er vaxandi eftirspurn þeirra eftir að koma og kynna sér land og þjóð. Með stöðugt aukinni umfjöllun um Ísland og Íslendinga í fjölmiðlum,með auknum fjármunum til markaðssetningar og gífurlegri vinnu ferðaþjónustuaðila á markaðssvæðunum hljótum við að leyfa okkur ákveðna bjartsýni um árangur þessa árs í ferðaþjónus

30. september 1994

AUKNAR TEKJUR EN AFKOMA VELDUR VÍÐA ÁHYGGJUM

Í fréttum um bætt efnahagsástand undanfarið hefur verið bent á hlut ferðaþjónustu í bættum hagvexti. Þar hefur sérstaklega verið rætt um gjaldeyristekjur. Því mun ég í þessum pistli fara nokkrum orðum um gjaldeyristekjurnar, en umræðan um hlut innlenda markaðarins bíður um sinn.
Sá gjaldeyrisauki, sem atvinnugreinin skilaði á árinu 1993 var um 2,3 milljarðar króna miðað við árið 1992. Þessi aukning var af þeirri stærðargráðu að athygli vakti. Því er ekki óeðlilegt að ferðaþjónustu sé nú getið þegar rætt er um aukinn hagvöxt

1,6 MILLJRAÐA AUKNING GJALDEYRISTEKNA FYRSTU 8 MÁNUÐI ÁRSINS.

Samkvæmt upplýsingum Seðlabanka Íslands um gjaldeyrisskil ferðaþjónustu fyrstu 8 mánuði ársins eru þau nú 8,8 milljarðar á móti 7,6 milljörðum fyrir sömu mánuði í fyrra. Í báðar þessar tölur vantar gjaldeyrisskil vegna greiðslukorta og fargjalda í júlí og ágúst , þar sem þau eru gerð ársfjórðungslega. Heildargjaldeyristekjur 1993 fyrstu 8 mánuðina voru 10,3 milljarðar. Ef gert er ráð fyrir sama hlutfalli viðskipta með greiðslukortum í júlí og ágúst og í fyrra og sömu fargjaldatekjum af hverjum farþega og þá , eru heildargjaldeyristekjur þessa sömu mánuði 1994 um 11,9 milljarðar. Hér er að mínu mati ekki ofáætlað með tilliti til fyrri ára. Því má gera því skóna að gjaldeyrisaukningin sé um 1,6 milljarðar fyrstu 8 mánuðina miðað við árið 1993

TEKJUR OG HAGNAÐUR EKKI ÞAÐ SAMA

Það hlýtur að valda mörgum áhyggjum að þrátt fyrir að gjaldeyristekjur í ferðaþjónustu séu um 27 milljarðar á síðustu 20 mánuðum og aukningin eins og að framan hefur verið lýst virðist afkoma fyrirtækja í í ýmsum grunnþáttum ferðaþjónustu ekki fylgja þessari þróun.

Öll höfum við fylgst með rekstrarerfiðleikum og jafnvel gjaldþrotum í gistihúsa- og veitingarekstri.
Einn stærsti banki landsins telur ekki rekstargrundvöll fyrir hóteli sínu í Reykjavík og ákveður að loka því. Ekki veldur það minni áhyggjum að Flugleiðir h.f. virðast enn eiga í erfiðleikum með að ná nauðsynlegum hagnaði af rekstri sínum þrátt fyrir mikla aukningu í fargjaldatekjum. Afkoma þess fyrirtækis skiptir íslenska ferðaþjónustu gífurlegu máli, svo stóru hlutverki sem fyrirtækið gegnir í þróun uppbyggingu og starfsemi atvinnugreinarinnar.

Hér verður ekki farið nánar í þessi mál, sem tengjast auðvitað því rekstrarumhverfi, sem stjórnvöld skapa,samkeppnisstöðu, fjárfestingu, nýtingu og hagkvæmni í rekstri fyrirtækja í atvinnugreininni auk fleiri þátta. Hér er þó eins og í sjávarútvegi mismunandi afkoma eftir því hvaða rekstur er um að ræða. Þetta mál verður tekið upp síðar í haust, en á það bent hér enn einu sinni í þeim tilgangi að minna sterklega á, að dugnaður einstaklinga og fyrirtækja við gjaldeyrisöflun í þjóðarbúið er því miður engin trygging fyrir bættum hag þeirra.

MEIRI SAMKEPPNI MUN LEIÐA TIL LÆGRA VERÐS

Á fundum og ráðstefnum alþjóðlegra ferðaþjónustusamtaka undanfarið hefur mikið verið rætt um samkeppni og verðlag. Með vaxandi samkeppni í öllum þáttum ferðaþjónustu hefur verð farið lækkandi. Samkeppni í flugi hefur leitt til mikillar magnaukningar, en tekjurnar hafa alls ekki vaxið í neinu hlutfalli við magnið.

Þetta sést best hér á landi ef skoðað er hlutfall fargjaldatekna í heildargjaldeyristekjum af erlendum ferðamönnum. Á árum áður var þetta hlutfall miklu hærra en nú er. Nú bendir margt til að gistiþátturinn í heiminum sé ,vegna mikillar fjárfestingar og samkeppni, að ganga í gegnum hliðstæða þróun. Hér á landi höfum við orðið vitni að því t.d. að verð hækkaði ekki almennt á gististöðum á þessu ári þrátt fyrir álagningu virðisaukaskatts á þennan þátt í í upphafi árs.. Að vísu komu aðrir þættir þar á móti í rekstrinum, en þó ekki sem samsvaraði álagningu skattsins.

Við erum ekki ein á markaðnum og verðum að vera samkeppnisfær. Okkar vara er í samkeppni við aðra vöru í ferðaþjónustu bæði í gæðum og ekki síður í verði. Og nú er því spáð að samkeppni og fleiri þættir, sem of lang mál er að fara í gegnum hér, muni enn þrýsta verði niður. Nú fyrir skömmu voru auglýstar ferðir fyrir Íslendinga til útlanda og verðið sagt lægra enn í fyrra , allt að 14%. Við getum ekki látið okkur detta í hug að ferðir okkar til annarra landa lækki í verði án þess að slíkt hafi áhrif á verð á ferðum annarra til og um Ísland. Viðbrögðin hljóta að verða þau að leita enn frekari hagræðingar í fyrirtækjunum, draga úr kostnaði og bæta rekstrarumhverfi. Það er skoðun þeirra, sem best þekkja til í ferðaþjónustu í heiminum að tekjur af hverjum gesti fari enn lækkandi á næstu árum.

Allir eru að leita lægra verði og sértilboðum Fyrirtæki,ráðstefnuskipuleggjendur, opinberir aðilar og einnig þeir, sem áður voru taldir ferðast án þess að velta fyrir sér verði eins og t.d. Japanir.
Við höfum séð þessa þróun hér á landi. Við eigum kost á alls konar afsláttarmöguleikum og sérverði gegn greiðslu með ákveðnum greiðslukortum og síðan afsláttum á gististöðum og veitingastöðum um allan heim með alls konar kort í vasanum.

SAMKEPPNISHÆFNIN ER HAGSMUNAMÁL RÍKISINS

Því minnist ég á þetta hér að við megum ekki gleyma okkur í því að birta tölur um auknar tekjur, þegar það er ljóst að þær hafa ekki vaxið í samræmi við magnið og teikn á lofti um að líklega muni samræmið á milli tekna og magns breytast enn frekar okkur í óhag á komandi árum.

Hér þarf að bregðast við og margir hafa að sjálfsögðu gert það. Ræða þarf áfram við stjórnvöld um ýmsa þætti í rekstrarumhverfinu, því það er auðvitað stærsta hagsmunamál ríkisins að íslensk ferðaþjónusta sé samkeppnisfær. Sé hún það ekki munu viðskipti tapast og tekjur ríkisins lækka af þessari atvinnugrein.

Umræðan hlýtur að snúast um að rekstrarumhverfið sé sem mest í samræmi við það sem gerust í samkeppnislöndum okkar. Hér er átt við alls konar gjaldtöku, skatta , vörugjöld o.fl.o.fl. En fyrirtækin mega ekki líta svo á að með bættu rekstarumhverfi af hálfu ríkisins sé björninn unnin. Ábyrgðin á því að gæði vörunnar og að rekstur fyrirtækjanne sé samkeppnishæfur verður aldrei lögð á ríkisvaldið.

Áframhaldandi vöxtur er ekki sjálfgefinn. Til að benda á mikilvægi þess fyrir ríkissjóð að atvinnugreinin haldi áfram að vaxa má benda á að á það hefur verið bent að um 30% af gjaldeyristekjunum renni beint í ríkissjóð . Þetta þýðir að gera má ráð fyrir að beinar tekjur ríkisins af erlendum ferðamönnum síðustu 20 mánuði sé um 8 milljarðar króna. Bætt rekstrarumhverfi, aukinn markaðssókn og úrbætur á ferðamannastöðum eru því sameiginlegt hagsmunamál atvinnugreinarinnar og ríkisvaldsins.

Ágúst 1994

LENGRA SKÓLAÁR = STYTTRA FERÐAMANNATÍMABIL?

Nokkur umræða hefur verið undanfarnar vikur um kosti og galla þeirra tillagna, sem kynntar hafa verið um breytingar á skólakerfinu hér á landi. Sérstaklega hefur verið rætt í því sambandi um lengingu skólaársins.

Þegar litið er á málið frá sjónarhóli ferðaþjónustunnar er rétt að athuga núverandi stöðu.
Á landsbyggðinni er því víða svo farið, að aðalferðamannatímabilið virðist haldast nokkuð í hendur við sumarfrí í skólum. Þetta á sér eðlilegar skýringar. Til skamms tíma hefur verulegur hluti heimavista í skólum verið nýttur til gistinga fyrir ferðamenn og vinnuaflið á þessum háannatíma er að nokkrum hluta skólafólk má þar sérstaklega nefna leiðsögumenn, sem margir hverjir eru kennarar. Síðast en ekki síst er skýringin auðvitað sú að íslenskar fjölskyldur eiga erfitt með að taka frí til ferðalaga um Ísland eða erlendis á þeim tíma, sem skólar starfa.

Skoðum nánar tvo þessara þátta og áhrif lengingar skólaársins á þá.

120.000 FÆRRI GISTINÆTUR Í BOÐI Á HÁANNATÍMANUM?

Þar sem gistirými í skólum er nýtt sem gistirými fyrir ferða fólk er það nú nýtt
í 10-12 vikur á sumri. Þetta gistirými er í sumar rúmlega 2500 rúm á landinu. Verði sumarfrí í skólum stytt í 6 vikur yrði nýtingartími þessa gistirýmis 4-5 vikur , þannig að með lenginu skólaársins væri framboð á gistinóttum á landinu minnkað um 120000- 130000 á sumri., eða með öðrum orðum allt að 20% alls gistirýmis á hótelum og gistiheimilum , sem nú í boði er hér á sumrin. Í þessum pistlum hefur að vísu oft verið rætt um hugsanlega offjárfestingu í gistirými hér á landi, en hér er verið að tala um minnkun á framboði á tiltölulega stuttum háannatíma, þegar líklegast er að ná ásættanlegri nýtingu á gistirými.

Um það hefur verið deilt hvort þessi samnýting skóla og ferðaþjónustu sé í samræmi við kröfur neytenda í ferðaþjónustu. Þessi nýting, sem hófst fyrir áratugum hefur skapað aðstæður til þróunar ákveðinnar tegundar ferðamennsku, sem fellur vel að kröfum ákveðins hóps neytenda.. Þessi samnýting er því stór þáttur í þróun undanfarinna áratuga.

Verði ekki hægt að nýta þessar fjárfestingar sem gististaði segir það sig sjálft að það mun leiða til fjárfestinga í gistiaðstöðu á heilsársgrunni eða að þessi ákveðni og mikilvægi þáttur ferðaþjónustu minnkar. Að mínu mati er hætta á því að þetta framboð minnkaði enn frekar en hér var nefnt að ofan, þar sem rekstraraðilar hljóta að velta því fyrir sér hvort það svari kostnaði að opna gististað fyrir 4-5 vikur á ári. Verði það niðurstaðan gæti það leitt til verulega aukinnar fjárfestinga í gistirými ,fyrir háannatímann fyrst og fremst ,með enn lakari heilsársnýtingu en nú er.

ÖLL ÞJÓÐIN Í FRÍ Í ÁGÚST?

Eins og áður sagði fara íslenskar fjölskyldur fyrst og fremst í frí á þeim tíma, sem skólafrí
eru. Að mínu mati er það mjög alvarleg þróun, ef íslenskum fjölskyldum verður beint í frí á 6 vikna tímabili seinni hluta júlí og ágúst. Hvaða afleiðingar hefur slíkt á atvinnustarfsemi í landinu? Munu ekki foreldrar reyna að aðlaga sitt sumarfrí að sumarfríi barna sinna? Leiðir þetta til aukinnar lokunar fyritækja og stofnana yfir hásumarið? Ef svo fer , hvernig verður þá þjónustu okkar háttað á fjölmörgum sviðum þennan tíma?

Nú undanfarið höfum við heyrt fréttir neikvæðum áhrifum slíkrar samþjöppunar fría heilla þjóða eins og t.d. Frakka og Ítala. Á sama tíma og þetta er að gerast er einnig að verða ákveðin þróun í fiskvinnslu, sem af mörgum er tengd upphafi kvótaársins. Stöðugt fleiri fiskvinnslufyrirtæki loka nú í ágúst. Starfsfólk þeirra í þúsundatali og þar með fjölskyldur þess í flestum tilfellum er því " sent" í sumarfrí í þessum mánuði. Þessar vikur eru sá tími, sem flestir erlendir ferðamenn eru í landinu. Hinn mjög svo stutti háannatími í íslenskri ferðaþjónustu myndi því að öllum líkindum enn styttast, þar sem innlendir ferðamenn myndu ferðast þessar sömu 6 vikur.

Veruleg uppbygging í ferðaþjónustu um allt land hefur meðal annars haft það að markmiði að lengja nýtingartíma fjárfestinga og í því sambandi hefur ekki síst verið litið til heimamarkaðar. Með lengingu skólaársins væri að mínu mati verið að gera möguleika þess að ná árangri, hvað snertir innlenda markaðinn, verulega minni en ella.

Atvinnuþátttaka skólafólks í atvinnugreininni hefur hentað eðli hennar vel. Álagið er árstíðarbundið. Vinnuaflið er til staðar á þeim tíma,sem þess er helst þörf. Mun skólafólk koma til þessara starfa í 6 vikna sumarfríi?

Þá er mér ekki síður ofarlega í huga mikilvægi þess að skólafólk kynnist atvinnulífi til sjávar og sveita . Það hafa verið forréttindi okkar hér á landi vegna langs sumarfrís. Ég er einn í þeirra hópi sem tel mig hafa haft ómetanlegt gagn af því að fá tækifæri til að læra til verka og kynnast atvinnulífinu áður en skólagöngu lauk. Eftir á að hyggja tel ég það mér mikilvægara en að ljúka þess í stað skólagöngu ári fyrr en ella. Ferðaþjónustan hefur ályktað um nauðsyn þess að koma hér á vetrarfríum í skólum. Því ber að fagna að tillögurnar gera ráð fyrir slíku. Ég tel að slíku vetrarfríi sé hægt að finna stað á skólaárinu án þes að lengja skólaárið. Það er spurning um nýtingu skólaársins .

Hér að framan hef ég lauslega fjallað um áhrif þessara tillagna á ferðaþjónustu. Nú geri ég mér auðvitað ljóst , að stefna í mennatmálum er tekin út frá öðrum forsendum en forsendum ferðaþjónustu. En þó hljótum við að skoða sem flesta fleti á máli, sem í reynd snertir allar fjölskyldur landsins. Gangi tillögurnar eftir munu þær gjörbreyta lífsmynstri okkar Íslendinga og ferðalög eru sífellt stærri þáttur í því mynstri.

Desember 2004

AUKIN UMSVIF UTAN HÁNNATÍMA

Í áratugi hefur verið rætt um nauðsyn þess að ná betri heildarnýtingu í atvinnugreininni með betri dreifingu ferðamanna yfir árið. Og oft heyrist að því miður hafi enginn árangur orðið í þessari baráttu. Jafnvel heyrast þær raddir að þetta þýði ekkert, það sé ekki hægt að breyta sumarleyfistíma fólks. En auðvitað hefur frítími fólks breyst. Það ferðast á öllum tímum árs. Hafa ekki tugþúsundir Íslendinga að fara í skemmtiferðir til útlanda undanfarnar vikur? Auðvitað er ferðaþjónusta heilsársatvinnugrein. Hefur þá einhver árangur náðst? Þegar litið er aðeins 10 ár aftur í tímann þá komu hingað um 85.000 erlendir gestir árið 1984. Af þeim komu 37.000 utan sumarmánuðanna, júní, júlí og ágúst.

Áratug síðar, nú í ár, munu nálægt 90.000 erlendir gestir koma hingað utan sumarmánaðanna , eða fleiri en komu hingað allt árið 1984. Þetta er árangur af hugkvæmni og vinnu einstaklinga og fyrirtækja í atvinnugreininni. Þegar litið er á vöruframboð atvinnugreinarinnar á erlendum mörkuðum sést sú mikl þróun, sem hefur átt sér stað. Fyrir 10 árum var yfirgnæfandi hluti framboðsins tengdur Íslandi að sumri. Nú er boðin fram heilsársvara í auknum mæli. Lögð er áhersla á að ná hingað fundum, ráðstefnum,hvataferðum, keppt er við hefðbundar borgarferðir o.fl. o.fl.

Þá er ekki síður athyglisvert að marakaðsetning " viðburða" hefur aukist. Nægir þar að nefna sem dæmi áramótaferðir, sem nú laða hingað á annað þúsund erlenda gesti frá um 10 þjóðlöndum. Og hér virðast möguleikarnir miklir, þar sem tekist hefur til dæmis að selja Bandaríkjamönnum ferðir til Íslands til að snæða Þakkargjörðarkalkún og Dönum til að snæða "julefrokost" hér í desember! Nú þegar fjöldi erlendra gesta að vetri skiptir tugum þúsunda þarf að þróa vöruna frekar, sem eykur möguleika á aukinni dvalarlengd og meiri gjaldeyristekjum í þjóðarbúið. Þetta er "Smuga" ferðaþjónustunnar utan hins hefðbundan tíma.

7-8 MILLJARÐA GJALDEYRISTEKJUR UTAN SUMARMÁNUÐANNA.

Ég geri ráð fyrir að það komi mörgum á óvart að samkvæmt upplýsingum Seðlabanka Íslands um gjaldeyrisskil ferðaþjónustu eru tekjur af erlendum gestum, sem hingað koma utan mánaðanna júní, júlí og ágúst milli 7 og 8 milljarðar. Í huga margra er ferðamannatíminn hér á landi sumarmánuðirnir 3. Í pistlum þessum hefur enda verið rætt áður um nauðsynlega hugarfarsbreytingu margra í atvinnugreininni til ferðaþjónustu sem heilsársatvinnugreinar. Slíkt er okkur nauðsynlegt til að ná betri nýtingu fjárfestinga.

90 % ERLENDRA GESTA AÐ VETRI GISTA Á HÖFUÐBORGARSVÆÐINU

Þeir 90.000 erlendu gestir, sem hingað koma utan háannatímans í ár dvelja að langmestu leyti á höfuðborgarsvæðinu. Þetta sést , þegar litið er á gistináttatalningar. Samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar voru um 90% allra gistinátta erlendra gesta utan háannatímans árið 1993 á höfuðborgarsvæðinu og þær tölur, sem liggja fyrir vegna þessa árs gefa ekki tilefni til að ætla ða mikil breyting hafi orðið þar á.

Enda er svo komið að í maí og september er gistirými á þessu svæði stundum fullnýtt. Auðvitað er ekki hægt að dreifa fólki um allt land allt árið. En það á að byrja á jaðartímum. Það hlýtur að valda okkur áhyggjum , hve erfiðlega gengur að ná betri nýtingu utan höfuðborgarsvæðisins í maí og september.

Samgöngukerfið hefur verið stórbætt, svo það kemur tæplega í veg fyrir aukna dreifingu þessa tvo mánuði. Það sýnir ef til vil enn frekar nauðsyn þess að ná betri dreifingu að gistirými hefur hlutfallslega aukist mun meira á landsbyggðinni en höfuðborgarsvæðinu á undanförnum árum. Hér verður því að eiga sér stað enn frekari vöruþróun og markaðssetning þeirrar vöru á innlendum og erlendum mörkuðum. Þá er eins og áður sagði sú hugarfarsbreyting nauðsynleg hjá sumum rekstraraðilum að ferðaþjónusta sé ekki eingöngu bundin við 12 vikur á ári. Loks vil ég nefna nauðsyn svæðasamvinnu. Það gengur ekki fyrir einn aðila á landssvæðinu að hefja vöruþróun eða kynningu. Það er t.d. lítil von í að það skili árangri ef eingöngu gististaðurinn á einhverju svæði setur aukið fjármagn til slíkra verkefna. Flutningsaðilar, gistiaðilar, veitingaaðilar og

afþreyingaraðilar verða að starfa saman að þróunarverkefni, sem beinist fyrst að jaðartímanum.

JÓLAHLAÐBORÐ OG ÁRAMÓT

Nú í desember sjáum við tvö dæmi um árangur af markaðssetningu vöru í ferðaþjónustu.
Á innlendum markaði eru svonefnd jólahlaðborð nú eftirsótt vara. Það eru ekki mörg ár síðan að desember var frímánuður starfsfólks á veitingahúsum. Nú er öldin önnur og nýtur nú þessi grein ferðaþjónustunnar góðs af hugmynd, þróun og framkvæmd þessa viðburðar. Þá er ekki síður athyglisvert að hingað skuli koma í ár á annað þúsund erlendir gestir um jól og áramót. Hótel í Reykjavík voru fyrir fáum árum flest lokuð á þessum tíma og sem dæmi má nefna að fyrir 6 árum voru hér aðeins um 50 erlendir gestir um jól og áramót.

Möguleikarnir til að þróa vöru tengda sérstökum viðburðum eru auðvitað óteljandi, en það gerist ekkert af sjálfu sér. Nú í desember munu um 10.000 erlendir gestir koma með 100 leiguflugvélum og heimsækja þá tvo staði í Finnlandi, sem hafa verið markaðssettir sem heimkynni jólasveinsins. Gífurlegt fjármagn hefur verið sett í þróun og markaðssetningu þessa. Að baki liggur mikið samstarf allra aðila í ferðaþjónustu á þessu afmarkaða svæði.

Þetta er nefnt hér sem dæmi um árangur af miklu vöruþróunar- og kynningarstarfi og til að minna á að það er líklegra að ná árangri í ferðaþjónustu með samvinnu og samnýtingu fjármagns .

Árangur utan hánnatímans er mögulegur eins og dæmin sýna og tækifæri eru til að ná enn frekari árangri. Þau verður að nýta til að eiga von um að ná viðunandi nýtingu og arðsemi fjárfestinga í ferðaþjónustu.

Maí 1995

NÆR 20% FJÖLGUN GISTINÁTTA ÍSLENDINGA ÁRIÐ 1994

Í pistlum þessum hefur margoft verið rætt um nauðsyn þess að upplýsingar um fjölda gistinátta lægju fyrir hér á landi. Þar hefur spjótum verið beint að Hagstofunni, sem samkvæmt lögum skal sjá um söfnun og úrvinnslu þessara upplýsinga. Einnig hefur verið bent á gistiaðila, sem sumir hafa verið tregir til að standa skil á þessum upplýsingum. Þessar upplýsingar eru meðal þeirra grundvallarupplýsinga,sem ferðaþjónusta þarf á að halda og nýtast bæði til að mæla árangur og ekki síður vegna markaðsmála og ótal fleiri þátta í atvinnugeininni.

AUKIÐ OG BÆTT UPPLÝSINGASTREYMI

Nú hafa skil gististaða batnað verulega og jafnframt hefur Hagstofan tekið málið fastari tökum. Því er ánægjulegt að sjá hve upplýsingar eru farnar að berast fljótt og þannig fram settar og unnar að þær nýtast atvinnugreininni á margvíslegan hátt. Fyrir þetta ber að þakka og er von mín að öll upplýsingasöfnun og úrvinnsla um þessa atvinnugrein vaxi nú í samræmi við vöxt hennar og mikilvægi. Þær upplýsingar,sem nú liggja fyrir frá Hagstofunni ,eru flokkaðar niður eftir þjóðerni gesta, tegund gistingar, mánuðum og landshlutum. Segja má að hér sé kominn ákveðinn talnagrunnur um ferðamenn á Íslandi því með þessar tölur í höndum er hægt að sjá ótal þætti eins og t.d. meðaldvalarlengd gesta eftir þjóðerni, gistinætur í hverjum mánuðum , hverjum landshluta o.fl. o. fl. Þá má einnig benda á að hér eru upplýsingar um notkun gististaða eftir þjóðernum gesta. Þar má t.d. sjá að Bandaríkjamenn gista hlutfallslega minnst allra þjóða á tjaldsvæðum o.s.frv. Ekki verður hér farið út í frekari dæmi um notkunarmöguleika en ferðaþjónustuaðilar hvattir til að kynna sér og nýta sér þessar upplýsingar.

VERULEG FJÖLGUN GISTINÁTTA 1994

Hagstofan hefur í reynd gefið út tvenns konar töflur . þ.e. fjöldi gistinátta þar sem um er að ræða beinar upplýsingar og ákveðnar leiðréttingar og áætlaður fjöldi gistinátta,þar sem bætt er við vegna slakra skýrsluskila frá tjaldsvæðum og svefnpokagistingu samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar. Þessi áætlaði þáttur hefur farið minnkandi með betri skilum hin síðari ár. Það skal tekið fram að tölur vegna 1994 eru bráðabirgðatölur. Þó eru tölur vegna gistingar á hótelum og gistiheimilum endanlegar, sem eru langstærsti hluti heildarinnar. Vegna rýmis verður hér nær eingöngu litið á tölur áranna 1993 og 1994

Fjöldi gistinátta: 1993 - 1994			
Heild:	965.496	1.097.204	+13,6%
Íslendingar:	332.272	298.056	+19,8%
Útlendingar:	633.224	699.148	+10,4%

Áætlaður heildarfjöldi gistinátta 1993-1994			
Heild:	1.022.300	1.142.200	+11,7%
Íslendingar:	359.100	420.300	+17%
Útlendingar:	663.200	721.900	+8,8%

Samkvæmt þessum upplýsingum hefur gistinóttum ferðamanna á íslandi fjölgað um 12-13% árið 1994 miðað við 1993. Gistinóttun Íslendinga um 17-20% og erlendra gesta um 9-10%.

Á síðasta ári var efnt til átaks undir heitinu "Ísland sækjum það heim." Miklar umræður urðu um það hvort það hefði skilað sér. Ýmsir fullyrtu að engin aukning væri í ferðalögum Íslendinga um eigið land .

Hvort umrætt átak sem slíkt skilaði árangri verður auðvitað ekkert fullyrt hér , en nú liggur fyrir að gistinóttum innlendra ferðamanna fjölgaði um nær fimmtung á árinu eftir fækkun næstu tvö ár á undan. Þá hlýtur það að vekja athygli að aukingin er öll utan höfuðborgarsvæðisins og meira en það, þar sem fækkun verður á höfuðborgarsvæðinu.

Nú eru bæði Norðurland eystra og Suðurland með fleiri gistinætur Íslendinga en höfuðborgarsvæðið.
Þar sem vitað er um fjölda erlendra gesta sem heimsækja okkur er ljóst að meðaldvalarlengd erlendra gesta hefur verið styttri 1994 en 1993, þar sem fjölgun gesta var um 14%, en fjölgun gistinátta 9-10%. Þetta kemur í reynd ekki á óvart, þar sem vitað var um verulega aukningu í dagsferðum og styttri ferðum. Þessi breyting á þó ekki við gesti af öllum þjóðernum. Dvalarlengd sumra eykst á milli ára.

ÞJÓÐVERJAR MEÐ NÆR ÞRIÐJUNG GISTINÁTTA ERLENDRA GESTA

Hlutfallsleg breyting í fjölda gistinátta er verulega mismunandi eftir þjóðernum:
Nokkur dæmi:

Þjóðerni:	1993	1994	%
Þjóðverjar	190.859	211.597	+10,9%
Svíar	53.418	61.987	+16%
Bretar	53.335	60.330	+13,1%
Danir	33.803	46.873	+38%
Svisslendingar	35.504	32.032	+9,6%
Bandaríkjamenn	39.529	38.861	+1,7%

Á þessu má sjá að Þjóðverjar eru með nær þriðjung allra gistinátta erlendra gesta hér á landi árið 1994. Þá er um fjórðungur allra gistinátta útlendinga vegna komu frá Norðurlöndunum. Alls eru Norðurlöndin og Þýskaland með 55% allra gistinótta erlendra gesta hér á landi. Samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar má sjá verulega aukninu í framboði og breytta notkun mismunandi tegundar gistingar. Mjög athyglisverðar eru upplýsingar um nýtingu gististaða, sem er efni í annan pistil og hefur oft verið rædd á þessum vettvangi. Ég vil í lokin hvetja aðila í ferðaþjónustu til þess að kynna sér skýrslu Hagstofunnar , þegar hún kemur út enda eru upplýsingar grundvöllur réttra ákvarðana jafnt í ferðaþjónustu sem öðrum atvinnugreinum.

ATHUGASEMD.

Pistill minn 3. mars sl. hefur orðið Jónasi Hallgrímssyni tilefni til skrifa. Í umræddum pistli fjallaði ég um möguleika og nauðsyn þess að mínu mati að þróa nýja vöru í íslenskri ferðaþjónustu, þ.e. "flug og sumarhús" sérstaklega fyrir fjölskyldur,sem væri hrein viðbót við núverandi vöruframboð. Þar benti ég á að eitt af grundvallarforsendum fyrir þeirri þróun væri lækkun á verði bílaleigubíla, sem myndi stuðla að aukinni og betri dreifingu ferðamanna um allt land. Nú hefur þessi lækkun orðið og því hafa skapast betri forsendur fyrir umræddri vöruþróun. Þessu ber að fagna og ekki síst fyrir hönd landsbyggðarinnar og þá helst þeirra ,sem liggja lengst frá höfuðborgarsvæðinu ,þar sem 95% allra erlenda gesta koma inn í landið. Pistill minn fjallaði ekki á nokkurn hátt um Smyril-Line eða einstök fyrirtæki í ferðaþjónustu, sem hafa unnið gífurlega gott starf og ég hef margoft bent á í ræðu og riti.

Maí 1995

HVERS VEGNA AÐ FERÐAST?

Þessi spurning hljómar ef til vill undarlega í eyrum. Hún er þó grundvallarspurning, sem allir í ferðaþjónustu verða að velta fyrir sér. Hver er hvatinn til ferðalaga? Þarf að skapa hvatann til ferðar á einstökum stöðum?

UPPBYGGING GRUNNÞÁTTA ER EKKI NÓG

Forsendur þess að ferðaþjónusta geti þróast er eðlilega að fyrir hendi séu samgöngur. Þetta á bæði við samgöngumannvirkin og samgöngutækin. Á Íslandi hefur orðið bylting í þessum þætti á undanförmnum áratugum. Vegakerfið hefur tekið stakkaskiptum, flugvellir hafa verið gerðir og ný hafnarmannvirki verið tekin í notkun.

Þá hefur mikið af nýjum samgöngutækjum, flugvélum, bílum og bátum verið flutt inn.
Annar grunnþátturinn í ferðaþjónustu er gisti- og veitingaþátturinn. Gífurlega mikið hefur verið fjárfest í þessum þætti undanfarið. Í þessum pistlum hefur verið rætt um offjárfestingu í gistiþættinum. Þar hefur verið fjárfest verulega umfram þarfir markaðarins. En þrátt fyrir nauðsyn þessara þátta og að þeir tveir grunnþættir séu undirstaða vaxtar og nauðsynlegir þá eru þeir ekki ástæða ferðalags. Það ferðast enginn vegna þess ,að það er vegur, eða vegna þess að það er hótel. Það verður að vera ástæða , tilefni til að nota samgöngumannvirkið, samgöngutækið og ,ef um lengri ferð er að ræða , gistinguna.

Hve margir myndu aka veginn að Bláa Lóninu, ef þar væri ekkert Bláa Lón? Þar væri ágætis vegur, en ekkert lón. Örugglega mjög fáir. Það væri ekki lengur tilefni til að aka þennan ágæta veg. Ástæðu ferðarinnar vantaði. Ekki geri ég ráð fyrir að nokkur fari í ferðalag til Stykkishólms vegna þess að þar er hótel. Hótelið er ekki tilefni ferðarinnar. Ég vona að ég hafi nú sýnt fram á að það er ekki nóg að fjárfesta í samgöngum og gistingu til að ferðaþjónusta dafni. Þetta eru nauðsynlegir stuðningsþættir.

Óþrjótandi tilefni til ferða. Það verður að vera tilefni til ferðalags. Tilefni til ferða eru óteljandi. Hér nægir að nefna náttúruna. Hún ein er okkur oft tilefni til að ferðast. Tilefnið getur verið, fjall, foss,dalur,hraun. Saga og menning þjóðarinnar er okkur stöðugt tilefni.
Oft eru tilefnin samkomur, hestamannamót, þorrablót, íþróttamót, árshátíðir o.fl. o.fl.

Hér erum við farin að ræða um þá þætti þar sem tilefni eru sköpuð til ferðalags. Þar hafa margir gripið tækifærið og í vaxandi mæli hafa sveitarfélög komið þar við sögu. Nægir hér að nefna sem dæmi: Andrésar Andar leika á Akureyri, íþróttamót víða um land, Síldarævintýri á Siglufirði, Vopnaskak í Vopnafirði, Neistaflug á Neskaupsstað, Humardagar í Hornafirði, Sandur og sól á Akranesi, Danskir dagar í Hólminum, Bjartar nætur í V-Húnavatnssýslu, Víkingahátið í Hafnarfirði o.fl.o.fl. að ógleymdu 100 ára afmæli Seyðisfjarðar. Þessi "tilbúnu tilefni" hafa aukist mjög og er ljóst að á árinu 1995 verða þau fleiri en nokkru sinni fyrr.

Tilefni margra erlendra gesta nú í apríl voru fundir og ráðstefnur. Það var átæða þess að farið var til Íslands. Ekki að samgöngur voru góðar til landsins, þó slíkt væri nauðsynlegt. Og nú í maí verða hér líklega tvö til þrjú þúsund gestir af því tilefni að hér er haldið mót í handknattleik. Hingað koma gestir af um 30 þjóðernum og skilja hér eftir hundruð milljóna í gjaldeyri af því að hér er skapað tilefni til ferðar.

NAUÐSYN FREKARI UPPBYGGINGAR AFÞREYINGAR

Oftast er orðið afþreying notað yfir þennan þátt, þ.e. tilefnið til ferðlags. Allir þarfnast tilefni til ferðalags og í vaxandi samkeppni er það því afþreyingin, sem þarf að leggja rækt við. Skapa þarf ný og fleiri tilefni til ferðalaga. Mikið hefur verið gert í þessum þætti á Íslandi , sérstaklega síðustu ár. Nú er boðið upp á siglingar víða við landið, bátsferðir á ám, snjósleðaferðir, jeppaferðir á jökla, hestaferðir til viðbótar við þá atburði, sem nefndir voru fyrr svo ekki sé minnst á allar þær ráðstefnur og fundi, sem stofnað er til og menningarþáttinn.

Hve margir velja ekki ferð til London vegna leikhúslífs? Það er af mörgu af taka , en ég ætla að leyfa mér að nefna einn afþreyingarþátt, sem er í miklu vexti um allan heim og einnig hér á landi.. Nú eru orðnir á Íslandi um 45 golfvellir og á þeim verða haldin yfir 800 mót í sumar þar af yfir 200 opin mót. Golfiðkun er því vaxandi tilefni til ferðalags.

Nýting grunnþátta í ferðaþjónustu á Íslandi er enn allt of lítil. Bæta þarf nýtingu í samgöngu, gisti- og veitingaþættinum. Það verður best gert með því að byggja upp afþreyingarþáttinn í víðustu merkingu þess orðs. Hér eru hagsmunir rekstraraðila samgöngutækjanna , gisti- og veitingastaðanna mestir svo og sveitarfélaga.

Sund er ein vinsælasta afþreying á Íslandi. Í einu sveitarfélagi hér á landi komu 10.000 færri gestir í sundlaugina í fyrra en árið áður. Ástæðan var fyrst og fremst nýrri sundlaug í nágrannasveitarfélagi. Það var komin samkeppni. En það komu ekki bara 10.000 færri gestir í sundlaugina. Það komu 10.000 færri gestir í sveitarfélagið. Færri keyptu bensín, færri komu í ísbúðina, bakaríið, kaupfélagið o.s.frv. Það er því hagsmunamál allra í sveitarfélaginu að gera sundlaugina samkeppnisfæra, eða standa að annari afþreyingu, sem laðar gesti að sveitarfélaginu.

Ég vona að ég hafi sýnt fram á að það er ekki nægjanlegt að byggja gistiaðstöðu eða leggja góðan veg. Það verður að vera ástæða til að fara þann veg og ástæða til að heimsækja þann stað, sem gistiaðstaða hefur verið byggð á. Það ferðast enginn til að gista. Frekari uppbygging og vöruþróun í öllum tegundum afþreyingar er það sem þjóðir heims leggja nú áherslu á til að vera samkeppnishæfar. Þar skipta eðlilega gæði um umhverfi þeirrar afþreingar miklu. Flugvélar, bílar, vegir og gisting er í reynd nokkurn vegin eins um allan heim. Samkepnnin nú liggur í því að skapa betri tilefni til ferðalags en samkeppnisaðilinn.

VIÐ ÁRAMÓT

Árin 1994-2000 skrifaði ferðamálastjóri grein um hver áramót í Morgunblaðið þar sem farið var yfir liðið ár og horft fram til þess næsta.

Áramót 1993-1994

AUKIÐ VÆGI FERÐAÞJÓNUSTUNNAR

Þegar þeir sem starfa við ferðaþjónustu á Íslandi líta til baka yfir árið 1993 og freista þess að meta árangur af starfi sínu hlýtur niðurstaðan að verða mismunandi eftir fyrirtækjum,landshlutum og fleiru. Í upphafi árs höfðu ferðaþjónustuaðilar verulegar áhyggjur af samkeppnisstöðu atvinnugreinarinnar og allar spár báru merki varfærni.En nú í lok árs er ljóst að heildarárangurinn er betri en gert var ráð fyrir í byrjun árs. Erlendir ferðamenn sem heimsóttu Ísland á árinu urðu fleiri en nokkru sinni fyrr á einu ári eða um 156.000, sem er um 10% aukning miðað við árið 1992. Þá er það ekki síður athyglisvert að aukningin er miklu meiri utan háannatímans en að sumrinu og er það í samræmi við markmið atvinnugreinarinnar.
Auk þessara erlendu ferðamanna komu hér 15.699 ferðamenn með skemmtiferðaskipum í alls 38 ferðum, sem einnig er meir en nokkru sinni fyrr.

Gjaldeyristekjur þjóðarbúsins af erlendum ferðamönnum stefna í að verða um 15 milljarðar á árinu eða um 2,5 milljörðum meiri en árið 1992. Gjaldeyrisöflun atvinnugreinarinnar er því að meðaltali yfir 40 milljónir á hverjum degi allan ársins hring.
Raunaukningin er meiri en nemur fjölgun ferðamannanna svo hver ferðamaður hefur notað meiri gjaldeyri í landinu að meðaltali en fyrr. Fjöldi erlendra ferðamanna hefur tvöfaldast á síðustu 10 árum og gjaldeyristekjur aukist mun meira.

Vægi ferðaþjónustu í þjóðarbúskapnum er stöðugt að aukast og atvinnugreinin nú önnur stærst í gjaldeyrisöflun næst á eftir sjávarútvegi.
Ástæður þessa árangurs eru margar og of langt mál að rekja þær allar hér. Hér er að skila sér árangur af því starfi einstaklinga og fyrirtækja í ferðaþjónustu, sem unnið hafa af miklum dugnaði að uppbyggingu,landkynningu og mótttöku ferðamanna. .

Verulega færri Íslendingar ferðuðust til útlanda á árinu en árið 1992. Af þeirri ástæðu svo og af þeim upplýsingum sem fyrir liggja má gera því skóna að Íslendingar hafi ferðast meir um eigið land en áður. Hér hefur orðið mjög ánægjuleg þróun á undanförnum árum. Ástæður eru margar eins og bætt vegakerfi, aukin bifreiðaeign, uppbygging ferðaþjónustu á landsbyggðinni o.fl., en að mínu mati vegur hvað þyngst það jákvæða viðhorf, sem hefur skapast til okkar eigin lands. Mjög mikil og jákvæð umfjöllun hefur verið um Ísland í dagblöðum,tímaritum og ljósvaka miðlum .Neikvæð umræða um "Skerið" og "Klakann" hefur vikið. Fólk er hvatt til að njóta landsins og bent á þá möguleika sem bjóðast á öllum árstímum.

Innlend verðmætasköpun atvinnugreinarinnar var því veruleg á árinu og miðað við nýlega könnun má gera ráð fyrir að innlendir ferðamenn hafi notað allt að 10 milljarða króna á ferðum sínum um landið. Heildarvelta í atvinnugreininni er því áætluð um 25 milljarðar á árinu.

Þrátt fyrir mikla aukningu í umsvifum ferðaþjónustu eru auðvitað mörg mál atvinnugreinarinnar, þar sem árangur hefur ekki orðið sem skyldi. Það er engum ljósara en þeim sem starfa við atvinnugreinina. Þau mál verða ekki rædd hér , en innan atvinnugreinarinnar eru vandamálin rædd og leitað sameiginlegra leiða til lausnar.

Þegar horft er til ársins 1994 eru þrjú mál, sem munu verulega einkenna störf okkar sem vinnum í atvinnugreininni.
Í fyrsta lagi þá mun á árinu vera unnið að átaki til að efla ferðalög okkar um eigið land.
Tekist hefur víðtækt samstarf um að á Ári fjölskyldunnar og 50. afmælisári lýðveldisins verði kynnt "Íslandsferð fjölskyldunnar" undir kjörorðinu:
"Ísland, sækjum það heim".
Með þessu átaki verður þess freistað að kenna Íslendingum enn frekar að ferðast um landið . Hvetja fjölskyldur til að kynna sér sögu og menningu þjóðarinnar. Átak verður gert til að kynna fólki áhugaverða sögustaði.
Takmarkið er að á árinu fái sem flestar íslenskar fjölskyldur að njóta þess að ferðast um landið , skynja fegurð þess og dvelja í því umhverfi sem saga okkar og menning er sprottin úr.

Í öðru lagi hefur samgönguráðherra gengist fyrir því að á árinu eru tryggðar 100 milljónir króna , sem koma að jöfnum hluta frá ríkisvaldinu og Flugleiðum til aukinnar kynningar á Íslandi erlendis. Hér er um að ræða meira en tvöföldun á því fjármagni, sem fer í almenna kynningu á Íslandi sem ferðamannalandi á vegum hins opinbera.
Þessu ber að fagna sérstaklega og er þetta að mínu mati stærsta einstaka átak sem ráðist hefur verið í erlendis til kynningra á ferðamannalandinu Íslandi . Þetta er hrein viðbót við þá fjármuni sem varið er á öðrum vettvangi til landkynningar erlendis. Gert hefur verið ráð fyrir að þessar 100 milljónir muni skila 1 milljarði í aukinni veltu. Tekjur ríkissjóðs af slíkri veltu yrðu 200-300 milljónir. Fjárfesting í markaðssetningu í ferðaþjónustu hlýtur því að teljast verulega arðbær fyrir ríkissjóð.
Það er sérlega ánægjulegt að nú skuli tryggðir fjármunir og samvinna ríkis og einkaaðila að kynningarverkefnum annars vegar á innlendum markaði og hins vegar erlendis.

Þriðja stórverkefnið sem bíður okkar á nýju ári er tengt aðild okkar að EES. Við þessi áramót verðum við aðilar að aðgerðaáætlun um ferðamál í löndum hins evrópska efnahagssvæðis.
Hér er um mjög viðamikla aðgerðaáætlun að ræða í 13 liðum og hvet ég aðila í ferðaþjónustu til að kynna sér áætlunina og hvernig hægt er að nýta sér aðild að henni.
Þá er ekki síður forvitnilegt að kynna sér á hvern hátt íslensk fyrirtæki í öðrum atvinnugreinum geta hugsanlega komið að einstökum verkefnum sem verktakar.
Allt upplýsingastreymi um ferðaþjónustu innan EES mun aukast mjög og um leið kröfur til okkar um upplýsingasöfnun og upplýsingadreifingu.
Í stuttum áramótapistli verður ekki farið nánar út í mál EES og ferðaþjónustunnar en nánari grein verður gerð fyrir málinu á öðrum vettvangi á næstunni.

Þegar horft er til lengri tíma en næsta árs þá hefur Alþjóða ferðamálaráðið gert spá um þróun ferðaþjónustu, sem gerir ráð fyrir að umfangið tvöfaldist á næstu 10 árum .
Starfsmannafjöldi verði um 350 milljónir í atvinnugreininni að þeim tíma liðnum í stað 200 milljóna nú.

Þar er því spáð tvöföldun á umfangi atvinnugreinar, sem í dag er stærst allra atvinnugreina í veröldinni.
Þessi spá er byggð á könnunum og þegar niðurstöður þeirra eru skoðaðar með tilliti til þess um hvers konar aukningu verði að ræða í ferðaþjónustu ættu þær að fylla okkur bjartsýni.

En þó að okkur hafi tekist að halda í við heildaraukninguna síðastliðinn áratug, er langt frá að það sé sjálfgefið að okkur takist það þann næsta. Við göngum ekki að 300.000 erlendum ferðamönnum vísum árið 2003. Og að sjálfsögðu erum við ekki tilbúin að taka við þeim nú frekar en við vorum tilbúin að taka við 150.000 erlendum ferðamönnum árið 1983, þegar þeir voru um 75.000.
Það gerist ekkert af sjálfu sér. Ef við eigum að halda okkar hlut þarf mikla vinnu. Öll samkeppni mun aukast og fleiri möguleikar opnast.
Gífurleg samkeppni verður um að ná athygli neytenda.
Möguleikarnir eru okkar, en það kostar mikla fjármuni að nýta þá.
Ekki óraði mig fyrir þeirri athygli sem það myndi vekja , þegar ég í júnímánuði benti á að hver erlendur ferðamaður væri jafngildi tonns af þorski í gjaldeyrisverðmæti.
Allt í einu virtist gildi ferðamannsins orðin þekkt stærð.
Og svo ég haldi áfram með hliðstæðan samanburð.
Samkvæmt þeim spám sem að ofan voru nefndar er gert ráð fyrir að ferðamannastofninn tvöfaldist á næsta áratug.
Hvaða annar gjaldeyrisskapandi stofn mun tvöfaldast á næsta áratug?
Og þar sem er enginn kvóti, enginn ágreiningur um veiðisvæði, engir samningar við erlend ríki um aflaheimildir.
Þeir fiska sem róa.
Takmörk þess hvað við getum veitt eru eingöngu fjárfestingarnar í atvinnugreininni og takmörk landsins.
Við verðum að sjálfsögðu að gæta þess að ofbjóða ekki landinu, en landið ber vel fleiri ferðamenn en nú er með ákveðnum aðgerðum á ferðamannastöðum og meiri dreifingu.
Til þess verðum við að finna trygga leið til að skila landinu aftur hluta þeirra tekna , sem það gefur okkur.
Ísland og Íslendingar hafa mikla möguleika til að ná í sinn hluta af hinum ört vaxandi ferðamannastofni, en það kostar að sækja. Það er undir okkur einum komið hvort og þá hvernig við nýtum möguleikana.
Ég þakka öllum innan ferðaþjónustunnar, opinberum aðilum og öðrum, sem með miklum dugnaði hafa enn aukið umsvif og mikilvægi atvinnugreinarinnar, einstaklega ánægjulegt samstarf .

MEIRI UMSVIF Í FERÐAÞJÓNUSTU EN NOKKRU SINNI FYRR

Þegar þeir, sem starfa við ferðaþjónustu á Íslandi líta yfir árið sem er að líða og freista þess að meta árangurinn verður niðurstaðan mismunandi eftir fyrirtækjum, landshlutum og fleiru
Þegar hins vegar er litið á fyrirliggjandi upplýsingar um heildarárangur er ljóst að umsvifin hafa aldrei verið meiri en í ár.

Erlendir gestir, sem heimsæka okkur á þessu ári verða um 180.000 eða nærri 15% fleiri, en árið áður og hafa aldrei fyrr verið svo margir á einu ári. Aukningi nemur um 25% á síðastliðnum 2 árum.
Hingað komu því að meðaltali 500 erlendir gestir hvern einasta dag ársins. Þessu til viðbótar komu hingað 17.662 ferðamenn með skemmtiferðarskipum í alls 38 ferðum og hafa þeir aldrei verið fleiri og hefur fjölgað um 50% á síðastliðnum 2 árum.

Þá er ekki síður athyglisvert að á árinu mun um helmingur erlendu gestanna eða um 90.000 þeirra koma utan hins svonefnda hefðbundna ferðamannatíma. Hér er að skila sér árangur af nýjum áherslum í vöruþróun og markaðssetningu, sem unnið hefur verið að árum saman í þeim tilgangi að ná betri nýtingu fjárfestinga allt árið og minnka álagið á náttúru landsins. Gjaldeyristekjur þjóðarinnar af erlendum gestum verða á milli 16 og 17 milljarðar eða allt að 4 milljörðum meira en var fyrir 2 árum , sem er yfir 30% aukning.

Samkvæmt upplýsingum, sem nú liggja fyrir frá Hagstofunni um gistinætur ferðamanna á landinu fyrstu 8 mánuðina hefur gistinóttum bæði innlendra og erlendra ferðamanna fjölgað verulega..
Ástæður þessara auknu umsvifa í ferðaþjónustu hér á landi á undanförnum árum eru auðvitað margar og of langt mál að rekja þær allar hér . Það er að skila sér árangur af starfi einstaklinga og fyrirtækja, sem hafa unnið af miklum dugnaði að uppbyggingu,markaðssetningu og móttöku ferðamanna. Þá var á árinu auk hefðbundinna verkefna ráðist í tvö ný kynningarverkefni að frumkvæði samgönguráðherra; 100 milljóna króna auglýsingaátak á erlendum mörkuðum, þar sem ríkið lagði fram 40 milljónir, Framleiðnisjóður landbúnaðarins 10 milljónir og Flugleiðir 50 milljónir.

Og innlent átak undir heitinu " Ísland sækjum það heim", sem var fjármagnað af hálfu ýmissa hagsmunaaðila, þeirra stærstir voru Olíufélagið h.f. og Mjólkursamsalan. Enn vantar nákvæmar upplýsingar um gistinætur Íslendinga til að sjá hve mikil aukning hefur orðið í ferðalögum þeirra , en um aukningu er að ræða.

FAGLEGUR UNDIRBÚNINGUR FJÁRFESTINGA.

Á þeim tölum , sem hér hafa verið nefndar sést að vægi atvinnugreinarinnar í þjóðarbúskapnum er stöðugt að aukast. Þessar tölur segja aftur á móti ekkert um afkomu greinarinnar. Ég hef áður á þessu ári látið í ljós áhyggjur vegna afkomu í nokkrum þáttum atvinnugreinarinnar þrátt fyrir aukna heildarveltu. Enn skal hér varað við ógrunduðum fjárfestingum, sem á stundum virðast byggðar á allt of mikill bjartsýni, þar sem ekki er tekið tillit til reynslu, né byggt á niðurstöðum kannanna eða rannsókna. Fagleg vinnubrögð við undirbúning fjárfestinga þarf að taka upp í vaxandi mæli til að koma í veg fyrir óarðbærar fjárfestingar og ekki síður til að fjárfest sé í þeim þáttum, sem líklegastir eru til að skila arðsemi , ekki eingöngu fyrir viðkomandi fjárfesta heldur atvinnugreinina alla og þjóðarbúið í heild. Ferðaþjónusta er ekki einyrkjaatvinnugrein. Allar fjárfestingar og aðgerðir hafa áhrif á fjöldann. Fjárfesting sem dregur ferðafólk til einhvers staðar hefur áhrif á afkomu flutingsaðila, eldsneytissala, verslun á staðnum ,aðsókn að afþreyingu t.d. sundlaug á svæðinu, auk gistingar o.fl.o.fl. Þessu samspili, hve einstakir þættir eru háðir öðrum í ferðaþjónustu, má aldrei gleyma. Því er svæðasamvinna , samvinna innan hvers landshluta mikilvæg í uppbyggingu,markaðssetningu og móttöku. Það verður að eiga sér stað heilstæð vöruþróun innan hver svæðis.

ÁFRAMHALDANDI STÖÐUGLEIKI MIKILVÆGUR

Ferðaþjónustuaðilar höfðu verulegar áhyggjur í upphafi árs af áhrifum álagningar virðisakaskatts á gistingu. Það varð niðurstaða margra eigenda gististaða að ekki væru fyrir hendi markaðslegar forsendur til að hækka hér gistiverð til samræmis við álagningu virðisaukaskatts. Því hefur í reynd þessi álagning virðisaukaskatts almennt ekki komið fram í verðlagi og ekki reynt á heildaráhrif hennar.

Það er of snemmt að sjá hver áhrifin verða á afkomu einstakra gististaða, en ljóst er að þessi ákvörðun , sem leiddi til þess að verðlag í ferðaþjónustu hækkaði almennt ekki heldur lækkaði frekar gerði okkur samkeppnishæfari og á sinn þátt í auknum umsvifum atvinnugreinarinnar á árinu. Almennt bætt rekstrarumhverfi í íslenskum atvinnurekstri hefur auðvitað skilað sér til fyrirtækja í ferðaþjónustu.

Það mun koma í ljós á næstu vikum hver afkoman verður og hve vel fyrirtækin eru í stakk búin til að takast á við aukna samkeppni, þar sem verð fer lækkandi á alþjóðamarkaði. Stöðugleiki kemur þessari atvinnugrein betur en flestum öðrum. Semja þarf um verð og selja ferðir og gistingu allt að 3-4 árum fram í tímann. Á þetta hefur atvinnugreinin oft bent , þegar skyndilega hafa verið teknar ákvarðanir um hækkun flugvallargjalds, vopnaleitargjalds, vegaskatts og annarra skatta á ferðaþjónustu með mjög stuttum fyrirvara, svo ekki sé talað um nýja skatta eins og virðisaukaskatt á gistingu.

Það er von þeirra, sem starfa í ferðaþjónustu, að sá stöðugleiki, sem hér hefur verið undanfarið verði tryggður til frambúðar. Hann gerir allar áætlanir og vinnubrögð markvissari. Ferðaþjónusta er líklega mesta samkeppnisatvinnugrein heims. Stöðuleiki og sambærilegt rekstrarumhverfi og samkeppnisþjóðirnar bjóða ferðaþjónustuaðilum er forsenda þess að við getum verið samkeppnishæf og keppt á þessum alheimsmarkaði.

NAUÐSYNLEGT SAMSTARF OG SAMVINNA

Hér að framan ræddi ég um mikilvægi samstarfs og samvinnu í ferðaþjónustu. Það er mín skoðun að þau samstarfsverkefni, sem ráðist hefur verið í síðastliðinn áratug eigi mikinn þátt í þeirri gífurlegu aukningu umsvifa sem orðið hefur á þessu tímabili. Stærstu samstarfssverkefnin eru: Landkynningar- og upplýsingaskrifstofa í Þýskalandi 1985, Upplýsingamiðstöð ferðamála 1987, skrifstofa í Japan 1991 og Ráðstefnuskrifstofa Íslands 1992.
Auk þessara samvinnuverkefna hefur verið ráðist í ýmis smærri.

Á árinu 1994 var varið til framagreindra verkefna og annarra sameiginlegra verkefna í markaðs- og upplýsingamálum um 80 milljónum króna, sem skiptist nokkuð jafnt milli ríkisins annars vegar og hagsmunaaðila, fyrirtækja og sveitarfélaga hins vegar.

Ég hef ástæðu til að ætla að áhugi og vilji sé til að stofna til fleiri slíkra samstarfsverkefni atvinnugreininni til hagsbóta. Þar geri ég ráð fyrir að samstarfsverkefni á sviði rannsókna og kannana, hvort sem slíkt samstarf leiði til þess að hér verði sett á stofn Rannsóknarstofnun ferðaþjónustu eða annars konar samstarf um þennan mikilvæga grunnþátt. Hér er mikið verk óunnið og atvinnugreininni lífsnauðsyn að ná saman um verkefnið. Einnig vil ég nefna nauðsynlegt samstarfsverkefni um gæðamál atvinnugreinarinnar í sem víðustum skilningi. Tryggja verður að sú vara, sem boðin er á innlendum og erlendum mörkuðum sé gegnheil og í samræmi við verð og væntingar ferðamannsins. Einnig þarf að vinna sameiginlega að menntunarmálum atvinnugreinarinnar. Þá geri ég ráð fyrir að sölumál atvinnugreinarinnar á erlendum mörkuðum muni í vaxandi mæli færast í hendur okkar Íslendinga sjálfra. Mörg fleiri verkefni bíða okkar á næstu árum til að tryggja samkeppnishæfni íslenskar ferðaþjónustu. Tryggja að við náum okkar hlut af þeim mikla vexti sem verður í þessari stærstu atvinnugrein heims á næstu árum.

Þá er ekki síður mikilvæg samvinna starfsfólks í ferðaþjónustu. Hún hefur aukist mikið að undanförnu og á árinu voru stofnuð þrenn samtök starfsfólks í greininni; Samtök ferðamálafulltrúa, Félag ferðamálafræðinga og Félag háskólamenntaðra ferðamálafræðinga. Öllum þessum samtökum svo og öðrum í ferðaþjónustu óska ég alls hins besta og vænti mikils af góðu samstarfi. Miðað við árangur okkar undanfarið og almennar horfur í ferðaþjónustu má gera ráð fyrir að íslensk ferðaþjónusta verði að búa sig undir að taka á móti rúmlega einni milljón erlendra ferðamanna fram að aldamótum. Það er von þeirra, sem starfa við atvinnugreinina að hún muni þá skila um 20% af heildargjaldeyristekjum þjóðarinnar.

Enginn árangur er sjálfgefinn og til að ná þessum markmiðum þarf aukna samvinnu um mörg mikilvægustu málefni ferðaþjónustu. Samvinnu innan atvinnugreinarinnar svo og samvinnu hennar og sjórnvalda.

Um leið og við aukum gjaldeyristekjur og veltu, verðum við að tryggja nauðsynlega arðsemi til að hægt sé byggja upp og endurnýja fjárfestingar. Landið sjálft er okkar auðlind. Starfsfólk í ferðaþjónustu er sér mjög vel meðvitað um mikilvægi þess að ofbjóða ekki auðlindinni og hefur stuðlað að aukinni dreifingu ,bættri umgengni ferðafólks og úrbótum á ferðamannastöðum. Landið verður að fá til baka hluta þeirra tekna , sem það gefur okkur. Skapa þarf jákvætt viðhorf ferðamanna til landsins og jákvætt viðhorf fólks til ferðaþjónustu. Ferðaþjónusta verður ekki stunduð á Íslandi til frambúðar nema í sátt við landið og þjóðina.

Ég þakka öllum innan ferðaþjónustunnar, opinberum aðilum og öðrum, sem með miklum dugnaði hafa enn aukið umsvif og mikilvægi atvinnugreinarinnar, einstaklega ánægjulegt samstarf.

Gleðilegt og gæfuríkt ár.

ÁFRAMHALDANDI VÖXTUR KREFST MIKILLAR VINNU

Það er hefð og reyndar öllum nauðsynlegt að líta til baka um áramót og skoða árangur liðins árs og freista þess að meta möguleika sína á nýju ári. Þetta gerir íslensk ferðaþjónusta eins og aðrar atvinnugreinar þjóðarinnar. Þegar árangur ársins 1995 er skoðaður er það eðlilega mjög misjafnt hver niðurstaða einstakra fyrirtækja, landshluta og einstaklinga verður.

Sá árangur heildarinnar , sem fram kemur í ýmsum fyrirliggjandi tölulegum upplýsingum, staðfestir, að umsvif í öllum þáttum ferðaþjónustunnar hafa aldrei verið meiri hér á Íslandi en á þessu ári.

Gjaldeyristekjur fyrstu 9 mánuði ársins eru rúmlega 1600 milljónum meiri en sömu mánuði í fyrra samkvæmt upplýsingum Seðlabankans. Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu verða því um 19 milljarðar króna á árinu. Það er milli 6 og 7 milljörðum meir en fyrir 3 árum , sem er yfir 50% aukning.

Samkvæmt upplýsingum sem fyrir liggja frá Hagstofunni um gistinætur erlendra og innlendra ferðamanna fyrstu 8 mánuði ársins á hótelum og gistiheimilum þá hefur gistinóttum fjölgað verulega. Sérlega ánægjulegt er að sjá þá aukningu sem orðið hefur í ferðalögum Íslendinga um eigið land. Fyrirtæki í ferðaþjónustu og sveitarfélög hafa víða tekið höndum saman og skapað tilefni til ferðalaga. Á árinu var t.d. efnt til fleiri héraðsviðburða en nokkru sinni fyrr og árið 1996 verða okkur gefin enn fleiri tilefni til að "sækja Ísland heim"

Erlendir gestir, sem heimsóttu okkur á árinu voru um 190.000, sem er um 6% aukning frá fyrra ári. Auk þess komu hér 21.348 erlendir gestir með skemmtiferðarskipum, sem er 20% aukning frá fyrra ári.

Fróðlegt er að skoða þær breytingar, sem eru að verða á komutíma erlendu gestanna. Það hefur verið eitt af meginverkefnum í íslenskri ferðaþjónustu að auka hlut þeirra sem koma utan hins hefðbundins háannatíma til að ná fram betri nýtingu fjárfestinga. Á þetta hefur verið lögð mikil áhersla og verulegur árangur hefur náðst. Á þessu ári er aukning sumarmánaðanna þriggja í komu erlendra gesta um 2,5% miðað við síðasta ár, en aukning utan þess tíma rúm 10%. Þá er það ekki síður athyglivert að mánuðina janúar - maí á þessu ári fjölgar gistinóttum erlendra gesta á hótelum og gistiheimilum um 20% , en komumþeirra um 7,5%. Þessar tölur tala sínu máli um árangur í lengingu ferðamannatímans. Aftur á móti hlýtur það að valda ferðaþjónustufyrirtækjum, sveitarfélögum og einstaklingum í ferðaþjónustu á landsbyggðinni áhyggjum, að sáralítið af aukningunni í ferðaþjónustu utan hánnatímans skilar sér út fyrir höfuðborgarsvæðið. Það er er ekkert náttúrlögmál að ferðamannatíminn á landsbyggðinni sé 8-10 vikur.. Þessu er hægt og verður að breyta með vilja og samvinnu allra og ekki síst ákveðinni hugarfarsbreytingu.

GJÖRBREYTT UPPLÝSINGA- OG SÖLUUMHVERFI

Mikilla fjárfestinga er þörf í íslenskri ferðaþjónustu á næstu árum . Á það ekki síst við um rannsóknar- og þróunarstarf auk gæðamála og í markaðsmálum í viðasta skilningi.

Sá þáttur ,sem mun þó líklega skipta mestu á komandi árum um árangur okkar, er hvernig okkur tekst að byggja upp upplýsinga - og sölukerfi. Kröfur um auðveldari aðgang að upplýsingum í ferðaþjónustu og um betri svörun verða sífellt meiri. Tölvubókunarkerfi, margmiðlunareinkatölvur og samtengingarmöguleikar þessarar tækni færa okkur stöðug nær því að ferðalög verði sniðin að séróskum hvers ferðamanns. Óskir eru settar fram á markaðstorgi margmiðlunar og þar eru möguleikarnir kannaðir. Þeir ákvörðunarstaðir, sem eru í stakk búnir til móts við þessar breyttu kaupaðferðir og tryggja að vara þeirra sé í boði á þessu sameiginlega markaðstorgi, munu njóta þessa breytta kaupferils.

Vöxtur er nú einmitt hve mestur í einstaklingsferðum, þar sem neytendur velja einstaka hluta, jafnvel á Interneti, og raða saman í ferð að eigin vali. Að mínu mati mun verða mikil aukning á næstu árum í í sölu "klæðskerasaumaðra" einstaklingsferða.

Þessi þróun, sem er hraðari en okkur grunar mun því hafa í för með sér enn styttra söluferli og beinna samband milli neytanda og veitanda þjónustunnar en nú er. Tíminn frá því áhuginn er vakinn til endanlegra kaupa styttist stöðugt. Þessar dreifileiðir eru einnig ódýrari en þær hefðbundnu , sem er ákaflega mikilvægt í vaxandi verðsamkeppni komandi ára. Ferðamenn næstu áratuga eru börn , sem nú alast upp við margmiðlunamöguleika. Þeir móttökustaðir ferðamanna , sem svara kröfum þeirra munu njóta þess. Við verðum að vera meðal þeirra. Íslensk ferðaþjónusta þarf að búa sig undir frekari stórbreytingar í sölu-og dreifikerfi. Geri hún það ekki, er sú hætta fyrir hendi að við verðum ekki samkeppnishæf eða að upplýsinga- og sölukerfið færist í enn frekara mæli í annara hendur.

SAMGÖNGUR VIÐ UMHEIMINN ERU UNDIRSTAÐAN

Á þessu ári var þess minnst að 50 ár eru síðan reglubundið millilandaflug hófst milli Íslands og annarra landa. Við njótum enn áræðni og framsýni frumherjanna í flugrekstri. Byggð með 265.000 íbúa fjarri öllu vega- og járnbrautakerfi stórra markaðssvæða virðist ekki við fyrstu sýn vera álitlegur staður til að byggja upp ferðaþjónustu. Ekki aðeins erum við fjarri markaðssvæðunum heldur er heimamarkaður lítill. Sú hugmynd ,og síðan sú framkvæmd, að hefa flug milli Evrópu og Banadríkjanna með Ísland sem tengistöð var og er enn forsenda þess að við getum byggt hér upp ferðaþjónustu fyrir erlendan markaða allt árið. Hvers konar flugsamgöngur væru milli Íslands og annarra landa ef eingöngu væri verið að sinna þörfum 265.000 manna byggðar fyrir samgöngur við umheiminn? Hvaða byggð í heiminum með slíkan íbúafjölda hefur beint flug til 25 staða í Evrópu og Ameríku? Hver væri tíðnin milli Íslands og Bretlands, svo dæmi sé tekið, ef þessarar tengingar nyti ekki við? Daglegt flug allt árið gerir okkur kleift að vera með í samkeppni um farþega, sem kjósa hvaða ferðalengd sem er , hvenær sem er.

Framtíð ferðaþjónustunnar hér á landi og þá ekki síst frekari dreifing erlendra gesta yfir allt árið á verulega undir því hvernig Flugleiðum tekst að þróa þetta tengikerfi enn frekar og á næsta ári munu möguleikarnir aukast enn með tilkomu nýrra ákvörðunarstaða Í Evrópu og Ameríku. Það er auðvitað ekki einugnis ferðaþjónustan,sem hefur notið þessa. Þróun þessa kerfis hefur skipt sköpum fyrir íslenskt viðskiptalíf almennt og útflutning. Matvælaframleiðendur, eins og við erum fyrst og fremst ,eiga mikið undir því að vera samkeppnishæfir í að koma vöru sem oftast og ferskastri á markað. Hvernig ættum við möguleika á því að koma ferskum sjávarafurðum daglega beint till neytenda í Bandaríkjunum, ef umrætt flutningakerfi ferðaþjónustunnar væri ekki til staðar? Hvernig gætum við tekið þátt í alþjóðlegum viðskiptum samið um sölu á afurðum, raforku og öðru , ef við hefðum einungis þá tíðni í flugi, sem heimamarkaður þarfnast? Frekari uppbygging Flugleiða á þessu leiðakerfi og markaðssetning þeirra og annarra samhliða því , skiptir því ekki einungis ferðaþjóustuna í landinu miklu, heldur í reynd er það grundvöllur þess að við getum haldið áfram að auka hlut okkar í alþjóðlegum viðskiptum og eflt enn frekar samkeppnishæfni okkar í útflutningi.

Þetta er gert að umtalsefni hér á 50 ára afmælisári millilandaflugsins, þar sem mér finnst oft á tíðum að mikilvægi þessarar framsækni frumherjanna og frekari þróun og vinnsla þeirrar hugmyndar í höndum Flugleiða gleymist og við Íslendingar lítum á það sem sjálfsagðan hlut að við höfum þessar frábæru samgöngumöguleika til allra átta allt árið. En það er auðvitað ekkert sjálfgefið að rekstri alþjóðaflugfélags sé haldið út frá okkar litla samfélagi.

Samhliða því að þessi hugmynd var sett í framkvæmd á sjötta áratugnum hófst sölu- og markaðsstarf í tveimur heimsálfum. Í áratugi hafa íslensk fyrirtæki í ferðaþjónustu því starfað erlendis og byggt upp markaði . Sú vinna var frá upphafi í höndum íslenskra fyrirtækja , enda áttum við Íslendingar mest undir því að vel tækist til. Ég hef áður látið í ljós þá skoðun mína að við Íslendingar eigum í vaxandi mæli að koma okkur enn betur fyrir á helstu markaðssvæðum okkar.

Á síðustu 8 árum hafa 11 íslenskar ferðaskrifstofur opnað á Meginlandi Evrópu og á Norðurlöndum. Á þessum stöðum hefur náðst hvað mestur árangur í sölu ferða til Íslands utan háannatímans. Þessa sókn þarf að auka enn frekar og fjölga íslenskum söluaðilum á enn fleiri svæðum Því fólki fjölgar stöðugt sem hefur menntað sig í markaðsmálum í alþjóðlegu umhverfi. Við eigum því meiri tækifæri en áður til að stórauka eigin markaðssetningu og sölu , sem er að mínu mati okkur lífsnauðsynlegt til að auka okkar hlut enn frekar og með hliðsjón af því breytta sölukerfi, sem áður var rætt.

Þegar litið er til þeirra upplýsinga, sem liggja fyrir um væntingar ársins 1996 þá er því spáð að einkaneysla aukist talsvert og atvinnuleysi fari minnkandi í mikilvægum markaðslöndum okkar .Hagvöxtur þar verði á bilinu 2-3,5% og allt að 5% í einstökum löndum .Innlendur markaður mun njóta aukins kaupmáttar. Ferðalög hafa aukist undanfarin ár verulega umfram aukningu hagvaxtar. Það er tilhneiging til að nota aukinn kaupmátt til ferðalaga frekar en annarra þátta. Áframhaldandi aukningu er spáð í einstaklingsferðum og stuttum ferðum oft sem öðru eða þriðja fríi ársins.

Neikvætt er aftur á móti áframhaldandi lágt gengi bandaríkjadals, hærri skattar og vextir á Vesturlöndum vegna stöðugs fjárlagahalla. Miðað við aukið framboð í flugi á næsta ári milli Íslands og annara landa og annarra væntinga auk þeirra upplýsinga sem liggja nú fyrir frá mörkuðunum, er ekki óeðlilegt að gera ráð fyrir að umfangið aukist hliðstætt því sem raunin varð í ár. Enn skal þó á það minnt að ekkert gerist af sjálfu sér og mikil vinna framundan til að ná hlutfallslega sama vexti og á þessu ári. Þá verður að tryggja að aukin umsvif leiði ekki til frekari óarðbærra fjárfestinga, heldur skili sér sem aukin arðsemi, en frekari arðsemi er okkur nauðsynleg til að endurnýja og til að bæta samkeppnishæfni.

Íslensk ferðaþjónusta hefur notið þess stöðugleika, sem hér hefur ríkt undanfarin ár. Það er von þeirra sem starfa við ferðaþjónustu að sá stöðugleiki, sem hér hefur verið undanfarin ár verði tryggður til frambúðar. Ferðaþjónustan er líklega mesta samkeppnisatvinnugrein heims. Stöðugleiki og sambærilegt rekstarraumhverfi og samkeppnisþjóðirnar bjóða ferðaþjónustuaðilum er forsenda þess að við getum verið samkeppnishæf og keppt á þessum alheimsmarkaði.

Að frumkvæði samgönguráðherra hófst á árinu vinna við opinbera stefnumörkun í ferðaþjónustu.
Stefnumörkunin á að ná til sem flestra þátta atvinnugreinanrinnar. Vinna við stefnumörkunina er í fullum gangi og að mínu mati mun margt af þeirri vinnu nýtast atvinnugreininni við sína stefnumörkun, hvort sem um er að ræða í fyrirtækjum eða við stefnumörkun sveitarfélaga í atvinnumálum. Tillögurnar verða kynntar á árinu 1996 og er það mín von að stjórnvöld muni á árinu samþykkja og koma í framkvæmd stefnu í ferðaþjónustu til framtíðar. Stefnumörkun, sem tryggir frekari uppbyggingu arðvænnar atvinnugreinar þjóðarbúinu til hagsældar, sem ekki gengur of nærri auðlindinni, landinu sjálfu. Atvinnugrein, sem tvöfaldar umfang sitt á næstu 15 árum og skapar 50% fleiri atvinnutækifæri en nú eru í greininni. Atvinnugrein, sem skilar þjóðinni,sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum þeirri arðsemi, sem nauðsynleg er samkeppnisatvinnugrein, sem verður ein af undirstöðuatvinnugreinum hér á landi á næstu öld.

Nú er ljóst að forsetaskipti verða hér á næsta ári. Með störfum sínum hefur Vigdísi Finnbogadóttur tekist að beina kastljósi að þessu landi og þessari þjóð í norðri, sem við höfum síðan notið ríkulega. Vakin hefur verið forvitni til frekari kynna. Þá hefur hún ekki síður vakið hjá þjóðinni ´áhuga á að fara um eigið land og kynna sér sögu og menningu okkar sem víðast. Þegar hún hefur nú ákveðið að hverfa úr starfi þakkar íslensk ferðaþjónusta henni ómetanlegt starf í okkar þágu, starf sem aldrei verður fullþakkað og við munum búa að um ókomin ár. Ég þakka öllum innan ferðaþjónustunnar, opinberum aðilum og öðrum innan lands og utan , sem með miklum dugnaði hafa enn aukið umsvif og mikilvægi ferðaþjónustunnar, einstaklega ánægjulegt samstarf.

Gleðilegt , gjöfult og gæfuríkt ár.

MÖGULEIKAR TIL FREKARI ATVINNUSKÖPUNAR

Fleiri erlendir gestir heimsóttu okkur á árinu 1996 en nokkru sinni fyrr á einu ári og svo virðist sem Íslendingar hafi verið meira á ferð um eigið land en áður. Þannig eru ýmsar vísbendingar um meiri umsvif í íslenskri ferðaþjónustu en fyrr, þó endanlegar upplýsingar liggi á þessari stundu ekki fyrir um fjölda gistinátta, gjaldeyristekjur og fleiri mikilvæga þætti. Þessi vöxtur gefur okkur vonir um að frekari möguleikar séu til áframhaldandi atvinnusköpunar og arðsemi í ferðaþjónustu hér á landi.

"GESTIR ÞJÓÐARINNAR"

Á síðustu 50 árum hafa rúmlega þrjár og hálf milljón erlendra gesta sótt okkur heim, þar af um sextán hundruð þúsund síðustu tíu árin. Það er vitað að í ferðaþjónustu er máttur umtalsins meira virði en öll hefðbundin markaðssetning. Vinir, kunningjar og ættingjar segja frá reynslu sinni af ferðalögum. Þessar milljónir útlendinga, sem hafa dvalið sem gestir hjá okkur hafa flestir sagt frá kynnum sínum af landi og þjóð. Hér gegnir þjóðin lykilhlutverki. Þjóðin er gestgjafinn, við höfum boðið þessum gestum að dvelja hér, skoða okkar heimkynni og verða hluti af okkar daglega lífi um stund. Erlendir gestir eru " gestir þjóðarinnar" og við erum gestir einstakra landshluta á ferðum okkar um eigið land. Viðmót þjóðarinnar, hvort sem er í verslun, á sundstað, safni eða bensínstöð getur skipt sköpum um þá mynd sem við skiljum eftir í huga gestsins . Sú mynd ræður því hvort hann hefur áhuga á að koma aftur í heimsókn og hvernig hann ber okkur söguna.

Við getum í reynd öll átt þátt í því að auka möguleika okkar til enn frekari gjaldeyrisöflunar með því að gera sem flesta okkar gesta að "Íslandsvinum" til lífstíðar. Eins einfalt og það kann að virðast, getur kurteisi, hlýlegt viðmót og bros verið verulega gjaldeyrisskapandi samhliða hefðbundinni markaðsvinnu.

En það er ekki einungis viðmótið sem hefur áhrif á líðan gestsins. Umhverfið sem stendur gestum okkar til boða skiptir miklu máli. Við tökum til, hendum rusli og látum allt líta vel út, þegar von er á gestum. Hver skyldu áhrif umhverfis á Íslandi vera á gesti okkar?

Hið náttúrulega umhverfi fær samkvæmt könnunum ágætiseinkunn erlendra gesta.
En hvað með hið manngerða? Við höfum frá náttúrunnar hendi fengið sérstakt land í hendur, sem við erum búin að breyta með búsetu okkar í 1100 ár. Því er ekki að neita að farið er að bera á athugasemdum gesta um þær breytingar okkar. Hvað með hönnun? Allar byggingar og framkvæmdir eru hluti af umhverfinu. Höfum við lagt okkur nægilega eftir því að skapa íslenska hönnun, sem fellur að og samræmist hinu náttúrulega umhverfi?

Eru stór alþjóðleg auglýsingaskilti í íslenskri náttúru, svo dæmi sé tekið, hluti þess umhverfis sem á að tryggja okkur ágætiseinkunn í umhverfismálum á næstu öld? Höfum við lagt okkur eftir því að skapa þjóðlega hönnun í samræmi við okkar menningararf, eða eru byggingar okkar í ósamræmi við okkar náttúrulega umhverfi og menningu? Þessu er varpað fram hér til umhugsunar um það framtíðarútlit, sem við viljum hafa á umhverfi okkar. Það er nefnilega ekki nóg að móta stefnu um verndun og nýtingu hins náttúrulega umhverfis, ef ekki er hugsað til framtíðar í hinu manngerða umhverfi. Þjóðin sýnir gestum viðmót og þjóðin málar þá mynd sem gestir fara með héðan að lokinni heimsókn.

STEFNUMÓTUN OG FRAMTÍÐARSKIPULAG

Á árinu kynnti samgönguráðherra stefnumótun í ferðaþjónustu til næstu tíu ára og á vegum hans er nú unnið að frekari úrvinnslu einstakra leiða stefnumótunarinnar. Meginmarkmið hennar er að tryggja frekari uppbyggingu samkeppnishæfrar og arðvænnar atvinnugreinar til hagsældar þjóðarbúinu og almenningi. Atvinnugrein, sem skili þjóðinni, sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum þeirri arðsemi sem nauðsynleg er samkeppnisatvinnugrein, sem verði ein af undirstöðuatvinnugreinum landsmanna á næstu öld.

Þá var mikil umræða vegna vinnu við framtíðarskipulag Miðhálendisins á árinu , en lokafrágangur þess skipulags skiptir ferðaþjónustuna á Íslandi gífurlegu máli. Tillögur um þetta munu verða lagðar fram á næsta ári og um þær fjallað. Hér er verið að taka endanlegar ákvarðanir um nýtingu verulegs hluta Íslands og ábyrgð okkar er mikil. Við erum að taka ákvörðun um ásýnd lands fyrir ókomnar kynslóðir. Við erum að ýmsu leyti í sömu sporum og sú kynslóð sem tók ákvörðun um nýtingu skóga landsins, ákvörðun sem snerti ófædda Íslendinga næstu alda. Við erum þó betur í stakk búin en sú kynslóð. Við höfum vítin að varast og reynsluna af sambúðinni við landið um aldir sem hefur skilað okkur þekkingu sem ásamt nútímarannsóknum eiga að gera okkur kleift að taka ábyrga ákvörðun. Hvers konar Íslandi viljum við skila til afkomenda okkar? Hvernig ætlum við að lifa af landinu og hvernig munu einstakar atvinnugreinar nýta það?

MIKILVÆGI SAMVINNU OG STÆRRI EININGA

Þegar litið er til þeirra þátta, sem koma til með að skipta sköpum í þróun ferðaþjónustu í heiminum á næstu áratugum eru vísbendingar um að við Íslendingar höfum frá náttúrunnar hendi ýmsa þá þætti sem munu höfða til ferðamanna næstu áratuga. En það er ekki nóg að hafa möguleikana. Það þarf að nýta þá og gæta þess að spilla ekki forsendum þeirra. Þá þarf að kynna möguleikana og selja okkar þjónustu innanlands og utan.

Orðið " Iceland" er ekki auðvelt í sölu, svo við verðum að leggja harðar að okkur en samkeppnisaðilarnir og vinna saman að okkar markmiðum. Ísland er raunverulega örlítil sölueining á alþjóðlegum mörkuðum, en ótrúlegur fjöldi aðila er að markaðssetja þessa litlu sölueiningu. Það er mín skoðun að við þurfum stærri fyrirtæki í íslenskri ferðaþjónustu. Nær öll fyrirtæki í íslenskri ferðaþjónustu eru lítil nema Flugleiðir. Í vaxandi samkeppni hlýtur að verða tilhneiging til frekari samvinnu sem leiði til færri og stærri eininga. Þetta er þróunin í öðrum atvinnugreinum á Íslandi og um allan heim. Til að ná árangri á næstu áratugum er það mitt mat að þetta sé okkur lífsnauðsynlegt.

Ferðaþjónustan á Íslandi þarf aukið fjármagn til vaxtar eins og aðrar atvinnugreinar. Sjávarútvegur og fleiri hafa náð til sín auknu fjármagni með stækkun eininga og með opnun fyrirtækjanna. Ferðaþjónustan hlýtur að leita hliðstæðra leiða. Flugleiðir eru í reynd eina fyrirtækið í ferðaþjónustu, sem er virkt á opnum hlutabréfamarkaði hér á landi. Þeir sem vilja fjárfesta í ferðaþjónustu hafa því aðallega þrjá möguleika; að fjárfesta í Flugleiðum, kaupa fyrirtæki eða hefja eigin atvinnustarfsemi. Margir velja síðasta kostinn og því fjölgar fyrirtækjum í ferðaþjónustu ört. Á þessu ári hafa t. d. verið gefin út 27 ný leyfi til reksturs ferðaskrifstofa, sem flestar eru ennþá lítil fyrirtæki.

Auðvitað verða alltaf til frumherjar , eins og þeir sem með hugmyndum sínum og áræðni lögðu grunninn að íslenskri ferðaþjónustu. Því verður alltaf til og á að vera ákveðinn fjöldi einherjafyrirtækja, ef svo má að orði komast. En aukin samvinna er þeim nauðsynleg. Þau þurfa að vera hluti stærri eininga sem sinna m.a. ýmsum meginþáttum í markaðsmálum og fleiri atriðum svo sem gæðamálum. Með auknu frelsi eru stöðugt fleiri möguleikar að opnast fyrir starfsemi á erlendum mörkuðum. Íslensk ferðaþjónustufyrirtæki eiga því möguleika á því að hasla sér völl á mörkuðum sem telja hundruð milljóna íbúa. Þetta hafa íslensk flugfélög gert og skapað þannig gjaldeyristekjur með "úthafsveiðum".

Þessir möguleikar munu enn aukast árið 1997. Það er mín skoðun að þróunin verði sú að fyrirtækin í ferðaþjónustu stækki og verði opin fyrir fjárfestum , fyrirtæki sem hafa nægjanlega fjárhagslega getu til að standa að vöruþróun og markaðssetningu á þann hátt sem samkeppni næstu áratuga krefst í alþjóðaviðskiptum.
Ég tel ekki að okkur takist að ná til erlendra fjárfesta fyrr en við opnum fyrirtækin frekar og gerum þau aðgengilegri. Það hefur sýnt sig í öðrum atvinnurekstri að fólk er tilbúið að leggja áhættufjármagn í fyrirtæki, þegar það fær tækifæri til þess á hlutabréfamarkaði.

Íslensk ferðaþjónusta hefur sýnt að í henni býr mikill kraftur. Nú þarf að virkja þennan kraft til frekari vaxtar og samvinnu bæði á innlendum markaði og erlendum. Byggja þarf upp arðbærari ferðaþjónustu til næstu aldar.

Það er enginn metnaður fólginn í því að ætla að byggja upp ferðaþjónustu,sem stendur jafnfætis samkeppnisaðilunum að gæðum. Eini mögulegi kosturinn er að vera betri.

Við höfum möguleikana fólgna í landinu og þjóðinni og krafturinn er fyrir hendi í ferðaþjónustunni.
Þessa krafta þarf að virkja til frekari arðsemi. Sú virkjun má ekki vera á kostnað auðlindarinnar sem er grundvöllur vaxtarins, landsins sjálfs.

Ég þakka öllum innan ferðaþjónustunnar, opinberum aðilum og öðrum, sem með miklum dugnaði hafa enn aukið umsvif og mikilvægi atvinnugreinarinnar einstaklega ánægjulegt samstarf.

Gleðilegt , gjöfult og gæfuríkt ár.

TREYSTA ÞARF FORSENDUR TIL FREKARI VAXTAR

Það er hefð og reyndar öllum nauðsynlegt að líta til baka um áramót. Þetta gerir íslensk ferðaþjónusta eins og aðrar atvinnugreinar þjóðarinnar.
Þegar árangur ársins 1997 er skoðaður er það eðlilega mjög misjafnt hver niðurstaða einstakra fyrirtækja, landshluta og einstaklinga verður.

Árangur heildarinnar kemur fram í ýmsum opinberum tölulegum upplýsingum svo og í niðurstöðum þeirra kannana,sem gerðar hafa verið meðal okkar innlendu og erlendu gesta.

Erlendir gestir þessu ári verða um 202.000 og er um hlutfallslega litla aukningu að ræða frá árinu 1996 eða rúm 2%. Er það í fyrsta sinn í nokkur ár sem ekki verður veruleg aukning á fjölda erlendra gesta til landsins á milli ára.

Til viðbótar við þá gesti sem að ofan eru taldir komu hingað um 40.000 dagsferðamenn á árinu.
Á árinu náðist sá áfangi að meira en helmingur erlendu gestanna , eða yfir 100.000 , kom utan hins svonefnda hefðbundna ferðamannatíma. Þessi árangur er í samræmi við þau markmið sem sett hafa verið um að ná hlutfallslega meiri aukningu í umsvifum utan háannatímans og hefur það tekist undanfarin ár. Hér er að skila sér árangur í vöruþróun og markaðssetningu, sem unnið hefur verið að árum saman í þeim tilgangi að ná betri nýtingu fjárfestinga allt árið. Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu voru samkvæmt upplýsingum Seðlabankans fyrstu níu mánuði ársins um 17,8 milljarðar. Því má gera ráð fyrir að heildargjaldeyristekjur af ferðaþjónustu verði um 22 milljarðar á árinu eða 6-7% meiri en árið 1996.

Þegar rætt er um tekjur af ferðaþjónustu á árinu 1997 er ekki úr vegi að benda á þá fjármuni,sem þessir 240 þúsund erlendu ferðamenn greiða beint til ríkisins.

Leiða má að því líkur að erlendir gestir á þessu ári greiði í skatta vegna beinna kaupa á vöru og þjónustu allt að 1,6 milljarða króna. Þá er ekki verið að tala um óbein áhrif eins og skatta af launum starfsfólks, skatta fyrirtækja í ferðaþjónustu og aðra skatta vegna margfeldisáhrifa þessarar atvinnugreinar sem eru þessu til viðbótar og hlutfallslega hliðstæð og í öðrum atvinnurekstri. Virðisaukaskattur er innheimtur beint af gestum af hverri gistinótt,hverri máltíð, öllum vörukaupum og þjónustu,vegaskattur af hverjum bensínlítra, o.s.frv. Endurgreiðsla til erlendra ferðamanna er óverulegur hluti þessarar upphæðar eða um 100 milljónir. Beinar skattgreiðslur gestanna gætu því numið allt að 1,5 milljörðum á árinu á meðan á dvöl þeirra stendur um leið og þeir skapa þúsundir ársverka í landinu.

Þetta er sett hér á blað til að sýna mikilvægi þeirra gesta sem á þessum vettvangi í fyrra voru nefndir "gestir þjóðarinnar" Innlendir ferðamenn greiða svo eðlilega sömu óbeinu skatta af keyptri þjónustu af ferðaþjónustufyrirtækjum og öðrum á ferðalögum um eigið land.

Ekki liggja fyrir hjá Hagstofunni tölur um heildarfjölda gistinátta á þessu ári. Ýmsar upplýsingar gefa þó tilefni til að ætla að aukning hafi enn orðið í ferðalögum Íslendinga um eigið land.

STÓRAUKIN FJÖLMIÐLUN OG MARGMIÐLUN

Á árinu 1997 heimsótti okkur mikill fjöldi erlends fjölmiðlafólks. Mér er til efs að slíkur fjöldi hafi komið áður á einu ári. Mjög mikil áhersla hefur verið lögð á þennan þátt kynningarstarfsins af hálfu ferðaþjónustunnar á undanförnum árum.

Milli sex og sjö hundruð fjölmiðlamenn komu á árinu á vegum ferðaþjónustuaðila og kynntu sér land og þjóð og mun fleiri sýndu áhuga á Íslandsferð. Sjónvarpsstöðvar voru áberandi í þessum hópi og hefur fjöldi þátta um land og þjóð verið sýndur víða um lönd undanfarið. Þegar litið er til prentmiðlanna er víða að sjá ómetanlegar upplýsinga- og myndagreinar. Í þýskalandi einu hafa t.d. á þessu ári birst rúmlega 300 greinar og fréttaklausur um Ísland í blöðum og tímaritum. Með þessari auknu umfjöllun er vakin forvitni til frekari kynna.

Þess misskilnings gætir stundum að fjölmiðlaumfjöllum ein og sér selji ferðir til Íslands. Þessu er auðvitað ekki svona farið. Til þess að hún nýtist þarf samhliða henni að efla allt annað markaðsstarf og sölu- og dreifingarkerfi ferðaþjónustunnar verður að vera í stakk búið til að þjóna auknum áhuga á viðkomandi svæði. Þá hefur umfjöllun innlendra fjölmiðla um ferðaþjónustu og ferðamöguleika á Íslandi stóraukist og á sinn þátt í vaxandi fjölda þeirra sem " sækja Ísland heim"

Öll margmiðlun skiptir okkur stöðugt meira máli í kynningarstarfinu. Samkvæmt könnunum er ljóst að stöðugar breytingar eru að verða á kauphegðun ferðamanna. Nærri helmingur okkar erlendu sumargesta kaupir nú t.d. sína ferð á síðustu sex vikum fyrir brottför. Internetið er sá kynningarmiðill sem er í mestri sókn . Þar er kynningin aðgengileg kaupandanum nær hvar sem er í heiminum á þeim tíma sem hann er að taka sínar ákvarðanir um ferðakaup. Og hér er ekki eingöngu um upplýsinga- og kynningarmiðil að ræða. Internetið sem gagnkvæmur miðill er í vaxandi mæli hluti sölukerfis þar sem hægt er að kaupa miða hjá fjölda flugfélaga og bóka beint dvöl á gististöðum um allan heim svo dæmi sé tekið. Kaupandinn sjálfur ákveður hvaða einingar hann kaupir og velur þær í vaxandi mæli í hinni rafrænu kjörbúð, Internetinu og raðar saman sínum eigin ferðapakka. Því er spáð að þau lönd,sem þrói hraðast sín rafrænu upplýsinga- og bókunarkerfi muni ná ákveðnu markaðslegu forskoti á næstu árum. Hér eigum við alla tæknilega möguleika á því að standa a.m.k. jafnfætis öðrum. Hér er fjarlægðin ekki afsökun og hér er smæðin kostur, þegar litið er til svörunartíma og möguleika á uppbyggingu heildargagnagrunns ferðaþjónustunnar,sem vinna hófst við á árinu til notkunar á þessum margmiðli.

SAMKEPPNISHÆFNIN MIKILVÆGUST

íslensk ferðaþjónusta á eðlilega allt undir því að vera samkeppnishæf bæði á innlendum og erlendum markaði. Hér er verið að tala um samkeppnishæfni í víðasta skilningi. Stjórnvöld þurfa stöðugt að skoða alla þætti sem að þeim snúa í rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar,enda þeirra hagsmunir að hún sé samkeppnishæf. Á vegum samgönguráðuneytisins hefur á árinu verið unnið að söfnun upplýsinga til samanburðar einstakra þátta í rekstrarumhverfi okkar og nokkurra samkeppnislanda.

En fyrirtækin mega ekki líta svo á að með bættu rekstarumhverfi af hálfu ríkisins sé björninn unnin. Ábyrgðin á því að gæði vörunnar og að rekstur fyrirtækjanna sé samkeppnishæfur verður aldrei lögð á ríkisvaldið. Fyrirtækin þurfa á sama hátt að bera rekstrarlegan árangur sinn saman við samkeppnisfyrirtækin í samkeppnislöndunum.

Á þessum vettvangi hefur áður verið gerð að umræðuefni hin örsmáa sölueining ,Ísland, og rætt um nauðsyn þess að hér myndist stærri markaðseiningar, sem rekstrarlega eru samkeppnisfærari í alþjóðlegum viðskiptum. Ákveðin skref hafa verið stigin á árinu í stækkun markaðseininga m.a í gistiþættinum. Það er mín skoðun að til að auka enn frekar okkar samkeppnishæfni í markaðsmálum verði stigin fleiri skref í þessa átt á næstunni og ferðaþjónustan muni innnan nokkurra ára vinna að sölu- og markaðsmálum sínum erlendis í ekki fleiri en 10-15 markaðseiningum.

Við eigum mikla möguleika á auknum hlut í þeirri atvinnugrein sem talið er að vaxi mest allra í heiminum á næstu árum. Við verðum að nýta tækifærið og það er okkar í sameiningu , þ.e. stjórnvalda og greinarinnar.

Stjórnvöld þurfa fyrir sitt leyti að leita allra leiða til að tryggja áframhaldandi gjaldeyrisaukningu og atvinnusköpun enda eru þeirra hagsmunir mestir. Ýmissa fjárfestinga er þörf í uppbyggingu í landinu til að tryggja að við náum settum markmiðum. Ákvarðanir um nauðsynlegar fjárfestingar ferðaþjónustuaðila verður að taka með það að leiðarljósi að tryggja aukna arðsemi og samkeppnishæfni. Þar er ekki síst vísað til stóraukinna fjárfestinga í öllu okkar markaðsstarfi. Þar þarf að mínu mati að koma til enn frekari samvinnu allra aðila en nú er og enn meiri sóknar okkar Íslendinga sjálfra í sölu og markaðsmálum. Bætt rekstrarumhverfi, aukin markaðssókn og úrbætur á ferðamannastöðum eru sameiginleg hagsmunamál atvinnugreinarinnar og ríkisvaldsins til aukinnar samkeppnishæfni.

Gleðilegt og gæfuríkt ár.

MEIRI UMSVIF Í FERÐAÞJÓNUSTU EN NOKKRU SINNI FYRR.

Heildarumsvif í ferðaþjónustu á Íslandi árið 1998 verða verulega meiri en þau hafa verið nokkru sinni fyrr á einu ári.
Miðað við þær upplýsingar sem nú liggja fyrir má gera ráð fyrir að gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum verði allt að 26 milljarðar á árinu eða um 3,5 milljöðrum meiri en árið 1997.
Þessi tekjuaukning er hlutfallslega meiri en nemur aukningunni í gestafjölda svo tekjur af hverjum gesti aukast.
Fyrir aðeins fimm árum síðan, árið 1993, voru gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu 15,7 milljarðar.

Íslendingar voru verulega meira á ferð um eigið land á árinu en nokkru sinni fyrr.
Erlendir gestir voru rúmlega 230.000, og er aukningin um 30.000 gestir frá 1997. Þessu til viðbótar komu hér um 30.000 erlendir gestir með skemmtiferðarskipum og til dagsdvalar.

Áframhald varð á þeirri þróun undanfarinna ára að ferðamönnum fjölgaði hlutfallslega meira utan hins hefðbundna hánnatíma en yfir sumarið.
Þannig komu nú um 116.000 erlendir gestir eða meira en helmingur heildarinnar hingað á öðrum tíma en í júní,júlí og ágúst.

Undirstaða sóknar ferðaþjónustunnar utan háannatímans er, eins og margoft hefur verið minnt á , leiðakerfi Flugleiða með tengiflugi yfir Norður-Atlantshaf þar sem nú er svo komið að heita má að félagið fljúgi jafn mikið milli Íslands og annarra landa sumar og vetur.

Á næsta ári verður enn frekari áhersla lögð á að jafna framboð sæta til og frá landinu árið um kring og auka þannig enn frekar möguleika til aukinna tekna og nýtingar.

Á þessum grunni ,sem við höfum umfram fjölmarga okkar samkeppnisaðila , þ.e. að hafa nær sömu samgöngumöguleika til landsins allt árið , hafa fyrirtæki og einstaklingar getað byggt fjölbreytt þjónustunet sem styrkist með hverju árinu sem líður. Vaxandi áhersla hefur verið lögð á vöruþróun og markaðssetningu í þeim tilgangi að auka nýtingu fjárfestinga og skapa fleiri atvinnutækifæri allt árið.

Uppbygging undanfarinna áratuga hefur borið þann árangur að ferðaþjónustan er nú orðin ein af þeim atvinnugreinum hér á landi sem litið er til sem einnar af undirstöðuatvinnugreinum næstu aldar.
Sá árangur hefur ekki orðið af engu eða " af því bara". Að baki liggur áræði, kjarkur og gífurleg vinna frumherjanna og þeirra sem fylgt hafa í kjölfarið.

ÁHERSLA Á MENNINGU OG SÖGU

Þeirri skoðun hefur stundum verið haldið fram að með auknum ferðalögum, aukinni margmiðlun og auknu samstarfi þjóða væru landamæri í reynd smám saman að þurrkast út ekki síst menningarleg landamæri; íbúar jarðar væru að skapa einslita menningu,sem mynduð væru á hnattrænum fjölmiðlum.
Það er mín skoðun að aukin ferðalög fólks um heiminn og aðrir ofangreindir þættir hafi virkað þveröfugt og sýnt þjóðum heims fram á nauðsyn þess að mála enn skýrari litum en fyrr á hvern hátt þær greina sig frá öðrum í menningarlegu og sögulegu tilliti.

Sérkenni menningar og sögu einstakra þjóða og héraða í heimi þar sem skil milli landa verða æ óljósari er þannig vaxandi þáttur í því að koma sér á framfæri sem vænlegur áfangastaður fyrir ferðamenn. Menning og saga verða ekki síst til þess að vekja áhuga á landi og þjóð.

Árið 2000 verður mesta ferðaár sögunnar og ljóst að margar þjóðir munu á þessum tímamótum gera sér dagamun og leitast við brydda upp á nýjungum af ýmsu tagi, m.a. til að höfða til áhuga fólks til ferðalaga með áherslu á yfirlit sögu og menningu þess árþúsunds sem kvatt er. Margir munu vilja verða vitni að upphafi sögu og menningu nýs árþúsunds.

Þetta endurspeglast líka í þeim ákvörðunum hér á landi að verja yfir einum milljarði króna til verkefna á árinu 2000 með vísan til sérstakra atburða í sögu okkar og menningu; verkefni tengd landafundum í Vesturheimi, verkefni Kristnithátíðarnefndar svo og verkefninu Reykjavík menningarborg Evrópu svo nokkur séu nefnd. Íslensk ferðaþjónusta hlýtur í ljósi umfangs og sérstöðu verkefnanna að binda vonir við- og reyna að stuðla að - að með þeim skapist enn meiri vitund og áhugi á menningu okkar og sögu, sem hægt er að nýta til lengri tíma og renna þannig enn fleiri stoðum undir þróun atvinnugreinarinnar.

Í samræmi við þessar auknu áherslur og þá sérstöðu sem við höfum þá hefur mikið starf verið unnið við að gera sögu okkar og menningu sýnilega og aðgengilega innlendum og erlendum ferðamönnum og kannanir sýna að sú uppbygging höfðar til ferðafólks og skapar þannig aukin umsvif víða um land.

STÆRRI EININGAR

Undirrituðum hefur orðið tíðrætt um það undanfarin ár að nauðsynlegt væri að stækka einingar í ferðaþjónustu sérstaklega með tilliti til aukinnar samkeppnishæfni.
Í fyrra var því spáð á þessum vettvangi að innan nokkurra ára myndi ferðaþjónustan vinna að sölu- og markaðsmálum sínum erlendis í 10-15 markaðseiningum, þó fyrirtækin í ferðaþjónustu yrðu eðlilega verulega fleiri.
Á þessu ári hefur orðið áframhaldandi þróun í þessa átt í nokkrum grunnþáttum ferðaþjónustunnar,sérstaklega í gistiþættinum.
Nú í lok árs hafa mál t.d. skipast svo að milli 50 og 60% alls gistrýmis á hótelum á Íslandi er selt og markaðssett af tveimur fyrirtækjum.

Í vaxandi samkeppni á alþjóðavettvangi hlýtur að verða tilhneiging til enn frekara samstarfs á fleiri sviðum sem leiði til enn sterkari eininga í sem flestum þáttum atvinnugreinarinnar.
Þetta er í samræmi við þróunina í öðrum þáttum íslensks atvinnulífs og um allan heim.
Í takt við þessa þróun um nauðsyn stærri eininga til aukins slagkrafts voru á árinu stofnuð Samtök ferðaþjónustunnar.
Þar hefur myndast vettvangur fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu á Íslandi til að sinna sínum hagsmunamálum í stærri samtökum en fyrr.
Það er mín von að þetta skref skili sér í enn frekari samvinnu og samstöðu í greininni, sem er henni svo nauðsynleg til frekari atvinnuuppbyggingar og arðsemi.

SAMEIGINLEGIR HAGSMUNIR

Á undanförnum árum hefur samvinna fyrirtækja í ferðaþjónustu ,hagsmunaaðila þeirra og stjórnvalda stóraukist, sérstaklega í markaðsmálum og við vinnu að stefnumótun til framtíðar.

Þessi samvinna hefur skilað öllum aðilum árangri sem staðfestir mikilvægi hennar.
Það er að mínu mati bæði eðlilegt og nauðsynlegt að auka samvinnuna enn frekar , bæði í núverandi verkefnum svo og í nýjum. Stærri hagsmunasamtök fyritækjanna og stærri einingar þeirra eiga að gera þessa samvinnu auðveldari, skilvirkari og arðbærari.

Hagsmunir ferðaþjónustunnar og stjórnvalda fara að verulegu leyti saman og markmiðið það sama : að atvinnugreinin vaxi og dafni, fyrirtækin skili góðri afkomu, sem um leið skilar ríkissjóði þeim tekjum, sem eðlilegt er.
Stærsta samvinnuverkefni okkar á næstu árum er að tryggja samkeppnishæfni íslenskrar ferðaþjónustu í víðasta skilningi þess orðs. Verði markaðssetning, rekstur og þjónusta ekki samkeppnishæf við það sem best gerist í heiminum þá eigum við ekki möguleika til að standa undir þeim væntingum sem nú eru gerðar til atvinnugreinarinnar.
Stöðugleiki og sambærilegt rekstrarumhverfi og hjá samkeppnisþjóðunum er forsenda þess að við getum verið samkeppnishæf og keppt á þessum alheimsmarkaði.
Það er von þeirra sem starfa við ferðaþjónustu að sá stöðugleiki, sem hér hefur verið undanfarin ár og atvinnugreinin hefur notið verði tryggður til frambúðar.
Íslensk ferðaþjónusta hefur með vinnu sinni og stefnumótun tekið þeirri áskorun að verða ein af undirstöðuatvinnugreinum næstu aldar. Samkvæmt þeim spám sem gerðar hafa verið um aukningu í greininni í heiminum og okkar hlut af heildinni á atvinnugreinin að geta skilað þjóðarbúinu 65 milljörðum í gjaldeyristekjur árið 2020 og þá hafi atvinnutækifærum í ferðaþjónustu fjölgað um 60% frá því nú.
Við höfum allar grunnforsendur til að ná þessu marki og það er verkefni okkar með auknu samstarfi á öllum sviðum að tryggja það og það verði gert í sátt við landið.

Gleðilegt og gæfuríkt ár.

FORSENDUR TIL FREKARI VAXTAR

Á árinu sem nú er að líða hafa umsvif verið meiri en nokkru sinni fyrr í ferðaþjónustu hér á landi. Þá urðu miklar breytingar á ýmsum þáttum atvinnugreinarinnar og grunnþættir styrktir enn frekar.
Samkomulag var gert á milli ríkisins, Reykjavíkurborgar og Samtaka ferðaþjónustunnar um stofnun markaðsráðs til enn frekari eflingar og samræmingar í markaðsmálum greinarinnar. Það tryggir rúmlega 400 milljóna króna aukið fjármagn til þessa mikilvæga verkefnis á næstu fjórum árum.

Þá var gert samkomulag á milli nokkurra fyrirtækja sem selja íslenskrar vörur og þjónustu í N-Ameríku og ríkisins um kynningarátak þar og verður til þess varið um 350 milljónum króna.
Stjórnvöld hafa því á þessu ári með gerð þessara tveggja samninga og fleiri ákvörðunum staðfest um 500 milljónir króna í viðbótarfjármagn til markaðs- og kynningarmála á næstu fimm árum.
Samningarnir tryggja nær sömu upphæð frá öðrum hagsmunaaðilum.

Það er því í verulega breyttu umhverfi sem þessum þætti verður sinnt á næstu árum að allt að einn milljarður er tryggður í viðbótarfé og enn frekari samhæfing markaðs- og kynningarstarfsins.
Á árinu var einnig lögbundið að hefja rannsóknir í ferðaþjónustu og fjármagni varið til þeirra.
Ferðaþjónustan þarf eðlilega á sama hátt og aðrar undirstöðuatvinnugreinar á grunnrannsóknum að halda til að geta þróast og tryggt samkeppnishæfni sína til framtíðar. Þá kynntu stjórnvöld í byrjun árs þá ákvörðun að vinna að byggingu ráðstefnu- og tónlistarhúss í Reykjavík.

Með byggingu slíks fjölnota húss skapast enn frekari forsendur en nú eru til að ná til stærri hluta hins mikilvæga og verðmæta markhóps ráðstefnu- og fundargesta. Af fjölmörgum öðrum málefnum sem unnið hefur verið að á árinu skal hér aðeins nefnd sú ákvörðun samgönguráðherra að koma á gæðaflokkun gististaða á Íslandi. Þetta mikilvæga gæðamál hefur verið til umræðu lengi en í ár hefur verið unnið samræmt flokkunarkerfi, sem verður tekið í notkun árið 2000.

Þegar litið er til baka yfir áratuginn sem nú er að líða þá sést ekki aðeins gífurleg aukning í öllu umfangi greinarinnar, sem fyrirtæki og einstaklingar hafa náð heldur einnig gjörbreytt aðkoma stjórnvalda að greininni og hvernig þau hafa í reynd skilgreint breytt hlutverk sitt í samræmi við þróun hennar.

Þetta hefur verið áratugur efnahagslegs stöðugleika. Með því hafa stjórnvöld skapað fyrirtækjunum forsendur til þess vaxtar og árangurs sem raun ber vitni og í því liggur að mínu mati mikilvægasta aðkoma stjórnvalda að uppbyggingu ferðaþjónustu á áratugnum.

Þessi áratugur er sá fyrsti frá upphafi ferðaþjónustu hér á landi þar sem stjórnvöld eru ekki beinir aðilar að rekstri einhvers fyrirtækis í greininni. Rekstur fyrirtækjanna er í höndum einkaaðila, en stjórnvöld skapa þeim rekstrarrammann og forsendur með löggjöf og stjórn efnahagsmála, en sinna jafnframt einnig í vaxandi mæli ýmissi grunnþjónustu. Þannig hafa þau komið enn frekar að fjármögnun og framkvæmd sameiginlegra markaðs-og kynningarverkefna heildarinnar, landkynningunni. Þar er tekist á í samkeppni þjóðanna við að koma sérkennum lands og þjóðar á framfæri, skapa ímynd, vekja athygli til frekari kynna. Fyrirtækin sjá svo eðlilega um kynningar eigin vöru og þjónustu í samkeppni sín á milli og við önnur hliðstæð á öðrum mörkuðum. Þá hafa stjórnvöld á þessum áratug stóraukið framlög til ýmissar grunnþjónustu eins og til úrbóta á fjölsóttum ferðamannastöðum til upplýsingamiðlunar og nú síðast til rannsókna og kannanna. Þá var á áratugnum unnin heildarstefnumótun stjórnvalda í ferðaþjónustu

Við þessi sérstöku áramót er eðlilegt að líta nokkuð fram á veginn. Samkvæmt spám Alþjóða ferðmálaráðsins er gert ráð fyrir að atvinnugreinin tvöfaldi umfang sitt á næstu 20 árum og þrefaldi tekjurnar. Þar sem þessir þættir hér á landi hafa í aðalatriðum fylgt heildarþróuninni hljótum við a.m.k. að stefna að hliðstæðum tekjuauka. Í árslok 2020 gæti þá verið sagt að hingað hefðu komið á árinu rúmlega hálf milljón erlendra gesta, sem hefði skilað yfir 70 milljörðum í gjaldeyristekjum í þjóðarbúið. Nú má enginn ætla sér þá dul að þetta sé svona einfalt að við getum gefið okkur þessa niðurstöðu.

Á þessum næstu 20 árum verður gjörbreyting í fjölmörgum þáttum ferðaþjónustunnar. Ýmsar breytingar eru t.d. fyrirsjánlegar á mörkuðunum með breyttri aldurssamsetningu og vinnumynstri sem breyta kröfum markaðarins. Slíkt krefst eðlilega breytinga í okkar vöruframboði og þjónustu til að tryggja áframhaldandi samkeppnishæfni. Hvernig okkur tekst að aðlaga framboð okkar að breyttum kröfum og bæta gæði þess mun að mínu mati skipta sköpum um árangur okkar.

Eins og kom fram hér að framan hefur nú verið tryggður milljarður til kynningar- og markaðsmála erlendis á næstu árum. Sú vara og þjónusta sem er kynnt og markaðssett verður að vera til og í samræmi við kröfur markaðarins. Annars er til lítils fjárfest í markaðsmálum. Að mínu mati þarf því nú af enn frekari krafti að tryggja gæði móttökuþáttarins í vöru-og þjónustuframboði og það kallar á samvinnnu allra aðila við vöruþróun á hliðstæðan hátt og gert hefur verið í markaðsmálunum. Þá þarf að tryggja að við séum að nýta þau svæði landsins sem eru best fallin til aukinnar arðsemi og atvinnusköpunar.

Hér munum við njóta nýhafinna rannsókna og stóraukinna kannanna. Eins og oft hefur verið bent á og staðsfest með könnunum er það náttúra landsins sem skapar okkur þá ímynd sem markaðssetningin er að meginhluta byggð á, bæði innanlands og utan. Því er það tómt mál að tala um ímyndarsköpun og markaðssetningu, byggða á einstakri náttúru landsins og gæðum vöru og þjónustu ef við tryggjum ekki auðlindina til framtíðar. Það er eðlilega stærsta verkefni okkar til að tryggja þann árangur sem vænst er alla næstu öld og aldir að gæta fjöreggsins með markvissum aðgerðum til verndar og úrbóta.

Okkar styrkur í samkeppni næstu áratuga liggur fyrst og fremst í sérkennum þessa lands, einstakri sögu og menningu þjóðarinnar. Þetta verður meginefniviður í þróun þeirrar vöru sem við bjóðum ferðamönnum næstu kynslóða erlendum og innlendum. Stjórnvöld hafa með sínum ákvörðunum gefið til kynna sinn vilja til að skapa aðstæður stóraukinna umsvifa sem og einkaaðilar með stórauknum fjárfestingum í greininni.

Á þessum áratug hefur ný kynslóð verið smám saman að koma til starfa í ferðaþjónustunni. Með henni kemur nýr hópur starfsfólks sem hefur sótt sér menntun á margvíslegum sviðum greinarinnar og oft flutt með sér heim nýja þekkingu og vinnubrögð. Þessi kynslóð og þær sem á eftir koma munu njóta framsýni, reynslu og dugnaðar frumkvöðlanna á öldinni sem er að líða,sem lögðu með starfi sínu grunn að einni af undirstöðuatvinnugreinum okkar á næstu öld.

Um leið og þeim er þakkað nú í aldarlok ómetanlegt framlag þeirra er sú ósk látin í ljósi að kraftur, áræði, dugnaður og menntun nýrrar kynslóðar ásamt framlagi frumkvöðlanna geri okkur kleift að standa undir þeim væntingum sem við greinina eru bundnar. Við höfum allar forsendur til þess.

Áramót 2000-2001

MARKVISS VINNUBRÖGÐ SKILA ÁRANGRI

Þegar þeir, sem starfa við ferðaþjónustu líta yfir árið sem er að líða og freista þess að meta árangurinn verður niðurstaðan mismunandi eftir fyrirtækjum, landshlutum og fleiru. Þegar árangur heildarinnar er skoðaður er ljóst að umsvifin verða mun meiri en áður á einu ári, en vísbendingar eru hins vegar um að arðsemin í heild sé ekki í samræmi við væntingar

Erlendir gestir sem sækja okkur heim í ár verða yfir 40.000 fleiri en í fyrra eða um 300.000. Það sýnir enn skýrar hve umsvifin hafa aukist á undanförnum misserum að erlendir gestir á þessu ári verða um 50% fleiri en fyrir þrem árum, árið 1997, þegar þeir voru um 200.000. Gjaldeyristekjur af þessum gestum stefna í að verða rúmlega 30 milljarðar á árinu eða um 2,5 milljörðum meiri en í fyrra.

Þá hefur gistinóttum Íslendinga á ferð um landið fjölgað mikið á undanförnum árum eða um 21% á milli áranna 1996-1999. Hlutdeild ferðaþjónustu í vergri landsframleiðslu hefur aukist úr 4,0% árið 1996 í 4,5% árið 1999 og á þessu tímabili hefur vöxtur greinarinnar verið11% umfram almennan vöxt efanhagsstarfseminnar í heild.

Þessi árangur er engan veginn sjálfsagður og því síður sjálfgefinn til framtíðar. Á stundum heyrist að við höfum verið heppin og minnir það á umræður um heppna veiðmenn sem lentu óvænt í laxagöngu eða hittu á síldartorfu. En árangur í ferðaþjónustu á lítið skylt við heppni. Að baki þessum árangri liggur gífurleg vinna fjölmargra aðila í samræmi við þá heildarstefnumótun sem opinberir aðilar og atvinnugreinin unnu í sameiningu og kynntu árið 1996 og hafa síðan í aðalatriðum unnið að.

Ýmsum markmiðum hennar hefur í reynd verið náð fyrr en gert var ráð fyrir sem þýðar breyttar forsendur fyrir áframhaldandi vinnu og uppbyggingu. Gert var ráð fyrir að á tímabilinu 1996-2000 myndi erlendum gestum fjölga um nálægt 34%, en reyndin verður rúmlega 50%. Hliðstæð frávik eru varðandi gjaldeyristekjur og ársverk. Það markmið sem sett var og hefur náðst og skiptir líklega í heild hvað mestu er aukin hlutdeild ferðaþjónustu utan hánnatíma á þessum árum.

Á árinu hafa fjölmörg ný verkefni verið unnin til frekari styrkingar. Nú á haustdögum innleiddi samgönguráðherra samræmt gæðaflokkunarkerfi gististaða sem miklar vonir eru bundnar. Þá lét ráðherra vinna úttekt og tillögugerð varðandi uppbyggingu annars vegar heilsutengdrar ferðaþjónustu og hins vegar menningartengdrar ferðaþjónustu. Stöðugt er þannig rennt fjölbreyttari og fleiri stoðum undir uppbyggingu ferðaþjónustu til framtíðar. Þessa sér einnig stað í fjárlögum árins 2001, þar sem áhersla er lögð á að styrkja ýmsa grunnþætti til eflingar menningartengdri ferðaþjónustu með auknum framlögum til safna, uppbyggingar gamalla húsa og til viðhalds og varðveislu ýmissa annarra menningarminja. Sýnileg,aðgengileg og varanleg menningarverðmæti eru forsenda þess að menning og saga verði virkjuð enn frekar en nú er í þessum tilgangi.

Á árinu varð mikil umræða um öryggismál ferðamanna. Í kjölfar þess lét samgönguráðherra vinna úttekt á þessum málaflokki og nú er að störfum nefnd til að gera tillögur til úrbóta. Þá var á árinu aukin áhersla lögð á kannanir og rannsóknir í ferðaþjónustu, auknu fjármagni var veitt til upplýsingamiðstöðva og upplýsingaþátturinn styrktur í heild og stórauknar framkvæmdir til úrbóta á fjölsóttum ferðamannastöðum.

50% fleiri erlendir gestir, rúmlega 20% aukning innlenda markaðarins og átta milljarða meiri gjaldeyristekjur en árið 1997 þ.e. á aðeins 36 mánaða tímabili auk stóraukins vægis í landsframleiðslu þjóðarinnar hljóta að auka trú okkar á því að leiðirnar sem valdar hafa verið í samvinnu opinberra aðila, fyrirtækja og einstaklinga í greininni séu réttar og hin faglega vinna að settum markmiðum sé í réttum farvegi.

NAUÐSYN AUKINNAR ARÐSEMI

Þrátt fyrir stóraukin umsvif á öllum sviðum í ferðaþjónustunni og aukið vægi hennar í þjóðarbúskapnum þá hefur afkoma greinarinnar í heild ekki verið ásættanleg á síðustu misserum.
Kunnir eru ýmsir utanaðkomandi þættir sem hafa alltaf áhrif á afkomu ferðaþjónustu í heiminum þar sem eldsneytisverð ber hæst. Þá hefur þróun gengismála verið greininni að ýmsu leyti óhagstæð á árinu.

Við þessu hefur þó verið brugðist hér m.a. með aukinni áherslu og árangri á þeim mörkuðum þar sem gengisþróun hefur verið okkur hagstæð. En við getum ekki tryggt okkar samkeppnishæfni til framtíðar nema arðsemi fyrirtækjanna sé næg til uppbyggingar og vöruþróunar. Stjórnvöld þurfa stöðugt að skoða alla þætti sem að þeim snúa í rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar,enda þeirra hagsmunir að hún sé samkeppnishæf.

Á vegum samgönguráðuneytisins var á árinu unnið að skoðun alls rekstrarumhverfisins, tillögur unnar og stjórnvöld gerðu breytingar á ýmsum þáttum umhverfisins. Meðal breytinga má nefna lækkun á vörugjöldum bíleigubíla og vélsleða, hækkun endurgreiðsluhlutfalls virðisaukaskatts veitingahúsa, breytingar á virðisaukskattsreglum vegna hópferðabíla og loks almenn lækkun fasteignagjalda á landsbyggðinni,sem eðlilega bætir rekstrarskilyrði ferðaþjónustu. Þrátt fyrir allar aðgerðir stjórnvalda þá verður ábyrgðin á því að gæði vörunnar og að rekstur fyrirtækjanna sé samkeppnishæfur aldrei lögð á ríkisvaldið. Fyrirtækin þurfa að bera rekstrarlegan árangur sinn saman við samkeppnisfyrirtækin í samkeppnislöndunum.

Á þessum vettvangi hefur áður verið gerð að umræðuefni hin smáa sölueining,Ísland og rætt um nauðsyn þess að hér myndist stærri einingar, sem rekstrarlega eru samkeppnisfærari í alþjóðlegum viðskiptum. Í vaxandi samkeppni hlýtur að verða tilhneiging til frekari samvinnu sem leiði til enn sterkari eininga.Þetta er þróunin í öðrum atvinnugreinum á Íslandi og um allan heim.
Auðvitað verða alltaf til frumherjar, eins og þeir sem með hugmyndum sínum og áræðni lögðu grunninn að íslenskri ferðaþjónustu. Því verður alltaf til og á að vera ákveðinn fjöldi einherjafyrirtækja, ef svo má að orði komast því það eru þeir oftar en ekki sem koma með nýjar hugmyndir að vöru og þjónustu.

MILLJÓNUM BOÐIÐ HEIM.

Árið 2000 hefur verið ár mikilla kynninga erlendis og einnig innanlands.
Við hina hefðbundnu en stórauknu landkynningu og markaðsstarfsemi fyrirtækja í ferðaþjónustu og opinberra aðila bættust nú þrjú tímabundin verkefni sem öll sköpuðu mikla umræðu og umfjöllun um land og þjóð. Það er skoðun mín að íslensk ferðaþjónusta og þar með þjóðin öll eigi eftir að njóta nokkuð lengi áhrifanna af starfi þeirra sem unnu að landafundaverkefninu, Reykjavík menningarborg Evrópu og Kristnihátíð. Þessi tímabundna viðbót við landkynningarstarf okkar hefur enn frekar enn áður komið landinu og þjóðinni á framfæri erlendis og kynnt landið,menningu og sögu þjóðarinnar fyrir okkur sjálfum.

Segja má að búið sé að senda út boðskort til milljóna að að sækja Ísland heim á næstu árum.
Þegar við bjóðum heim gestum þá verðum við að tryggja að við séum reiðubúinn að taka vel á móti þeim. Miðað við þær forsendur sem okkur eru nú kunnar verður að gera ráð fyrir því að um 1,5 milljón gesta muni þiggja heimboðið á næstu 48 mánuðum og skapa um 150 milljarða í gjaldeyristekjur á sama tíma. Nú má enginn skilja þetta sem svo að þetta muni gerast af sjálfu sér. Þetta krefst viðvarandi markaðsstarfs og stóraukins upplýsingastreymis en forsendur eru allar til þess. Útsending boðskorta leggur á okkur skyldur heima fyrir. Nauðsynlegt er á næstu misserum að beina athyglinni mun meir en fyrr að mótttökuþættinum í kjölfar aukinnar áherslu á alla kynningu. Tryggja verður þá upplifun og gæði sem kynnt hefur verið.

Því hófst á árinu skoðun opinberra aðila og greinarinnar á þeim þáttum sem hugsanlega gætu orðið flöskuhálsar á næstu misserum varðandi það að tryggja að við gætum tekið á móti þeim gestum sem við höfum í reynd sent boðskort til og í samræmi við það sem í boðskortinu segir. Eru allir grunnþættir, samgöngukerfið, gisting, afþreying, nægt og fagmenntað vinnuafl o.fl. í stakk búnir bæði hvað snertir magn og gæði til að taka á móti 1,5 milljónum erlendra gesta og auknum fjölda innlendra á næstu 48 mánuðum?

Hér er í reynd allt í húfi, þar sem fáir munu þiggja boðið nema einu sinni og ekki bera gestgjöfunum góða sögu ef boðið er misheppnað að mati gestanna. Þessi skoðun og úrvinnsla hennar er að mínu mati eitt stærsta sameiginlega verkefni opinberra aðila og greinarinnar á næstunni til að tryggja samkeppnishæfni okkar til framtíðar. Við verðum að vera reiðubúin að axla ábyrgð gestgjafans og standa undir þeim væntingum sem við höfum vakið.