

FERÐAMÁLARÁÐ ÍSLANDS



ÁRSSKÝRSLA 1993

338.4791
Fer

NOKKRAR TÖLULEGAR UPPLÝSINGAR UM REKSTUR FERÐAMÁLARÁÐS 1993

Inneign hjá Seðlabanka Íslands 01.01. 1993	112.269	
Framlag Ríkissjóðs á árinu	91.415.957	
Innheimt vegna þátttöku í ferðasýningum	2.490.000	
Innheimt vegna Íslandsbæklings	2.400.000	
Laun og almennur rekstur skrifstofu í Reykjavík		18.089.467
Rekstur skrifstofu í Frankfurt (hlutur FMR)		13.940.850
Skrifstofa í New York (hlutur FMR)		11.305.196
Skrifstofa í Japan (hlutur FMR)		4.047.347
Ráðstefnuskrifstofa Íslands		9.815.632
Rekstur Upplýsingamiðstöðvar í Reykjavík (hlutur FMR)		5.312.500
Þátttaka í Nordisk Turistråd og European Travel Commission		1.866.771
Þátttaka í ferðasýningum		4.184.944
Til Ferðamálasamtaka landshlutanna		5.000.000
Önnur verkefni, þ.m.t. fundir og ráðstefnur		2.820.831
Ýmis landkynningarverkefni þ.m.t. kostnaður v/Íslandsbæklings		13.754.655
Ýmis verkefni í umhverfismálum		3.335.402
Vestnorden samstarfið		2.614.857
Alls tekjur og gjöld.	96.418.226	96.088.452
Inneign 31.12. 1993		329.774
	96.418.226	96.418.226

FORMÁLI

Þó ársskýrsla Ferðamálaráðs sé eðlilega fyrst og fremst skýrsla um starfsemi ráðsins hverju sinni, hefur sú hefð verið að skapast að rætt sé almennt um atvinnugeininna, árangur, stöðu og framtíðarhorfur í ársskýrslum ráðsins.

Því mun ég fara nokkrum orðum um þessa þætti á þessum vettvangi.

TÖLULEGUR ÁRANGUR 1993

Þegar þeir, sem starfa við ferðaþjónustu á Íslandi, líta til baka yfir árið 1993 og freista þess að meta árangur af starfi sínu er líklegt að niðurstaðan verði mismunandi eftir fyrirtækjum, landshlutum og fleiru.

En þegar lítið er til heildarárangur þá blasir það við að umsvif atvinnugreinarinnar jukust verulega og hlutur hennar í tekjuöflun þjóðarbúsins var stærri en nokkru sinni fyrr.

Erlendir gestir, sem heimsóttu okkur urðu alls 157.326, sem er rúmlega 10% fleiri gestir en komu árið 1992.

Þá er það ekki síður athyglisvert að aukningin er hlutfallslega mun meiri utan háannatímans en að sumrinu, og er það í samræmi við markmið atvinnugreinarinnar.

Auk þessara erlendu ferðamanna komu hér 15.699 ferðamenn með skemmtiferðarskipum í alls 38 ferðum, sem er einnig meir en nokkru sinni fyrr.

Gjaldeyrstekjur þjóðarbúsins af þessum erlendu gestum okkar urðu tæplega 15 milljarðar króna, eða 2,3 milljörðum meiri en árið áður.

Gerð er betri grein fyrir gjaldeyrismálunum í sérstökum kafla í ársskýrslunni.

Vægi ferðaþjónustunnar hefur stöðugt verið að aukast og atvinnugreinin nú önnur stærst í gjaldeyrsiöflun, næst á eftir sjávarútvegi.

ÁSTÆÐUR GÓÐS ÁRANGURS

Ástæður þess árangurs sem náðst hefur á undanfönum árum og áratugum eru auðvitað margar. Hér er að skila sér árangur af gífurlegu starfi fyrirtækja, einstaklinga og hagsmunaaðila í ferðaþjónustu, sem unnið hafa af mikl-



um dugnaði að uppbyggingu, landkynningu og mót-töku ferðafólks.

Þá hefur varan sjálf verið að þróast til samræmis við þarfir neytenda.

Það er auðvitað ekki nóg að benda á hina sérstæðu náttúru landsins. Hún ein er ekki nægt aðdráttarafl.

Ferðamenn nútímans vilja láta hafa ofan af fyrir sér skemmta sér.

Í landinu hefur verið unnið að uppbyggingu afþreyingarmöguleika og alls konar „viðburðarferðaþjónusta“ hefur vaxið mikið. Boðið er til héraðshátíða stofnað til ráðstefna, og síðast en ekki síst er stöðugt boðið upp á fleiri möguleika til þess einfaldlega að skemmta sér á ferð um Ísland, sumar og vetur.

Þessi vöruþróun hefur farið fram um allt land. Ferðaþjónustan er byggðavæn.

Hún teygir anga sína um allt land.

Gjörbreytt samgöngukerfi hér á landi á undanförunum áratugum hefur gert þessa þróun mögulega og er í reynd hluti af henni.

Uppbygging vegakerfis, flugvellir og hafnir eru frumskilyrði til frekari þróunar.

Ljóst er að fyrirtæki og einstaklingar hafa lagt mun meiri áherslu á allan markaðsþáttinn á undanförunum árum en fyrr var gert.

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. Opnast hafa dyr að nýjum svæðum með nýjum áætlunarstöðum í flugi og aukinni tíðni, sem ýtir undir aukna markaðssetningu á þeim svæðum.

Á fáum árum hafa Íslendingar opnað 8 ferðaskrifstofur í 4 löndum erlendis 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.

Einnig vil ég nefna hér til sögunnar þátt, sem ég hef kosið að kalla óbeina landkynningu.

Við höfum síðastliðinn áratug notið þess við ótal tækifæri að kastljós fjölmiðla hefur beinst að einstaklingum þessarar þjóðar, hópum eða framleiðsluvörum.

Þessarar athygli höfum við að vísu notið lengi og þá sérstaklega vegna bókmenntaarfsins, en með vaxandi fjölmiðlun berast tíðindin hraðar, áhrifin koma fyrr í ljós og möguleikarnir stórukast.

Þessi tímabundna athygli skapar tækifæri. Ferðaþjónusta, framleiðendur og útflytjendur vöru eiga að nýta sér hana þar sem kastljósið beinist að okkur þá og þá stundina, því þessi óbeina kynning ein og sér skilar ekki fleiri erlendum ferðamönnum, né selur vatn eða fisk.

Hér er vakin forvitni til frekari kynna.

NAUÐSYN GISTINÁTTATALNINGAR

Þegar rætt er um árangur í ferðaþjónustu, þá er það nú svo að allur samanburður við aðrar þjóðir er erfiður þar sem gistináttatalning er sá mælikvarði sem flestar þjóðir nota.

Ferðamálaráð hvatti mjög til þess á síðasta áratug að þessi talning yrði tekin upp hér á landi. Hún var lög-leidd og Hagstofunni falið að annast framkvæmdina.

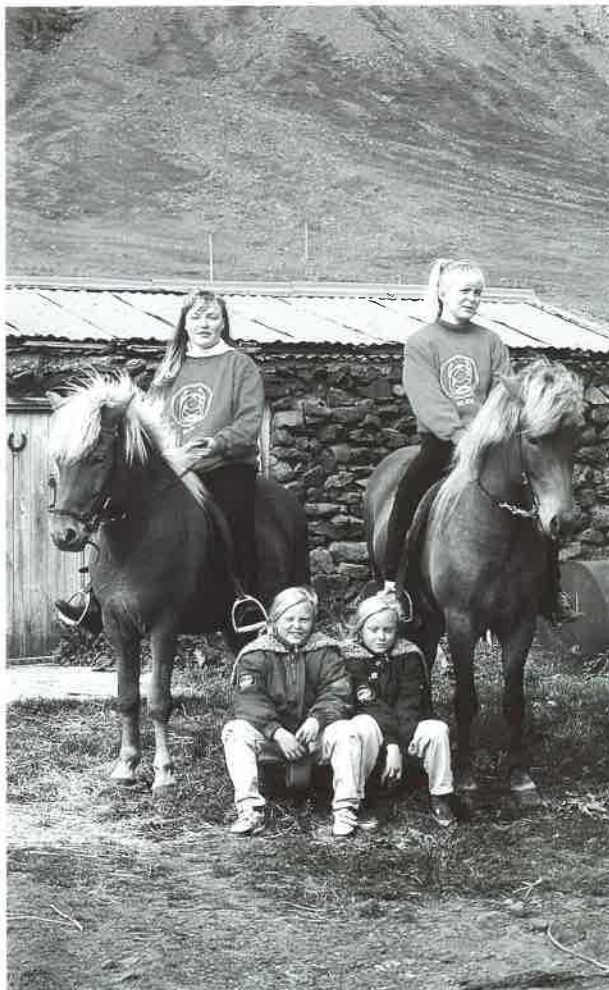
Mjög erfiðlega hefur gengið að fá þessar upplýsingar á þeim tíma, sem alþjóðlegar stofnanir óska eftir þeim.

Hér verður einfaldlega að verða breyting á. Það er erfið að útskýra hvers vegna þessar upplýsingar eru ekki handbærar hér fljótlega eftir lok hvers mánaðar á sama hátt og milljónaþjóðir hafa þær á hraðbergi.

REKSTRARUMHVERFI

Á miðju ári 1993 var gengi krónunnar fellt. Á það skal enginn dómur lagður hér hvaða áhrif slíkt hafði í heild á afkomumöguleika ferðaþjónustu. Slíkt kemur eðlilega þeim best sem ekki eru með erlendar skuldir og mikinn eða allan hluta tekna sinna í erlendum gjaldeyri.

Almennt bætt rekstrarumhverfi með lækkun vaxta og lítilli verðbólgu bætti möguleika fyrirtækja í ferðaþjónustu á árinu til betri afkomu.



En í lok ársins var sú ákvörðun tekin að leggja virðis- aukaskatt á gistingu.

Hvaða áhrif þetta mun koma til með að hafa á afkomu eða samkeppnismöguleika ferðaþjónustu mun koma í ljós.

Ekki er að sjá að gistiverð fyrir árið 1994 muni hækka sem nemur álagningu þessa skatts. Þar virðast rekstrar- aðilarnir hafa metið það svo að til að vera samkeppnis- hæfir mætti ekki koma til hækkunar í verði. Verði það niðurstaðan mun koma í ljós síðar hvort aðrir þættir í rekstarumhverfinu, sem voru nefndir hér að ofan, svo og lækkun tryggingargjalds í ferðaþjónustu muni vega upp á móti þessari skattlagningu. Óbreytt verð auka einnig möguleika þessara aðila á auknum umsvifum á árinu 1994.

Ekki verður hér nánar farið út í að ræða skattamál og rekstrarumhverfi ferðaþjónustu enda mikil umræða um þau mál á hverjum tíma.

ERLENT OG INNLENT ÁTAK 1994

Í lok ársins kynnti samgönguráðherra áform um aukið kynningarstarf innanlands og utan á árinu 1994.

Annars vegar er um að ræða að við afgreiðslu fjárlaga tryggði ráðherra 40 milljónir króna til erlends kynning- arátaks. Flugleiðir munu leggja 50 milljónir til þessa átaks og framleiðnisjóður landbúnaðarins 10 milljónir.

Alls eru því 100 milljónir króna til ráðstöfunar til við- bótarkynningar á Íslandi sem ferðamannalandi árið 1994.

Hér er um að ræða meira en tvöföldun á því fjármagni, sem fer í almenna kynningu á Íslandi sem ferðamanna- landi á vegum hins opinbera. Þessu ber að fagna sérstak- lega og er þetta að mínu mati stærsta einstaka átak sem ráðist hefur verið í erlendis til kynningar á ferðamanna- landinu Íslandi.

Hins vegar hefur Samgönguráðuneytið haft forgöngu um að fá fyrirtækin Olúfélagið h.f. og Mjólkursamsöl- una til samstarfs um átak til að hvetja Íslendinga til auk- inna ferðalaga um eigið land á 50. afmælisári lýðveldis- ins.

Átakið ber heitið „Ísland, sækjum það heim“

EES

Á árinu varð ljóst að 1. janúar 1994 yrðum við aðilar að EES. Jafnframt erum við orðnir aðilar að aðgerðar- áætlun hins evrópska efnahagssvæðis.

Hér hafa opnast ýmsir möguleikar fyrir íslensk ferða- þjónustufyrirtæki.

Allt upplýsingastreymi um ferðaþjónustu innan EES mun aukast og um leið kröfur til okkar um aukna upp- lýsingasöfnun og upplýsingadreifingu.

Ég hef af því áhyggjur að við séum ekki nógu vel undir

það búin að taka þátt í þessu aukna upplýsingasamstarfi. Okkur skortir ýmsar grunnupplýsingar í atvinnugrein- inni og hér verðum við að taka okkur tak. Til þess þarf aukna fjármuni, en það er krafa þeirra sem vinna við uppbyggingu atvinnugreina að hafa aðgang að öllum nauðsynlegum upplýsingum um þá atvinnugrein til að auðvelda ákvarðanatöku.

Þá verður auk þessara upplýsingasöfnunar, rannsóknar- starfsemi og kannanir, málefni sem verður að finna leiðir til að sinna á næstunni.

Viðræður hófust á árinu um þessi mál meðal annars við Rannsóknarráð ríkisins og fleiri.

Það er von mín að þessi mál komist á nokkurn rekspöl á árinu 1995.

NÝTT FERÐAMÁLARÁÐ

Skipunartími Ferðamálaráðs er samkvæmt lögum 4 ár. Hinn 1. október 1993 var skipað nýtt ráð til 4 ára.

Verulegar breytingar urðu á skipan ráðsins.

Um leið og þeim, sem hurfu úr ráðinu eru þökkuð ánægjuleg samskipti eru nýir aðilar boðnir velkomnir til starfa.

Þá lét Birgir Þorgilsson af starfi ferðamálastjóra 1. október. Því starfi hafði hann gegnt í 9 ár. Hann sat í Ferðamálaráði frá stofnun þess 1964 til þess að hann varð markaðsstjóri ráðsins 1980.

En við munum áfram njóta starfskrafta hans og gífur- legrar reynslu, þar sem hann var skipaður formaður nýs ferðamálaráðs.

SPÁÐ TVÖFÖLDUN Í UMSVIFUM

Þegar horft er til lengri tíma en næsta árs þá hefur Al- þjóða ferðamálaráðið gert spá um þróun ferðaþjónustu, sem gerir ráð fyrir að umfangið tvöfaldist á næstu 15 árum.

Starfsmannafjöldi verði um 350 milljónir í atvinnu- greininni 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 heildar- aukninguna síðastliðinn áratug, er langt frá að það sé sjálfgefið að okkur takist það þann næsta. Við göngum ekki að 300.000 erlendum ferðamönnum vísnum árið 2008. 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 gjaldeyrstekjum. Allt í einu virtist gildi hver erlends ferðamanns orðin þekkt stærð.

Svo ég haldi áfram með hliðstæðan samanburð.

Samkvæmt þeim spám sem að ofan voru nefndar er gert ráð fyrir að ferðamannastofninn tvöfaldist á næstu 15 árum.

Hvaða annar gjaldeyrisskapandi stofn mun tvöfaldast á næsta áratug?

Þar er enginn kvóti, enginn ágreiningur um veiðisvæði, engir samningar við erlend ríki um aflaheimildir.

Þeir fiska sem róa.

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.

ERUM VIÐ SAMKEPPNISHÆF?

Hér að framan var rætt um þær spár sem liggja fyrir um líklega þróun ferðaþjónustu í heiminum á næstunni.

Nokkuð hefur verið rætt um hver væru okkar takmörk og þá hvort rétt væri að stefna að áframhaldandi

hliðstæðri aukningu og annar staðar í heiminum. Nú stefnir í að snemma á næstu öld verði erlendir gestir sem koma hér á ári fleiri en íbúar landsins. Að mínu mati eigum við ekki að líta á þetta sem hugsanlegt vandamál þetta er tækifæri sem við eigum að nýta, en jafnframt að halda áfram á þeirri braut sem mörkuð hefur verið að nýta fleiri möguleika landsins og allar árstíðir.

Takmörk okkar verða auðvitað geta landsins til að taka við ferðamönnum og þær fjárfestingar sem lagt hefur verið í og lagt verður í á næstu áratugum.

Við eigum enn verulegt borð fyrir báru með innan við 50% nýtingu fjárfestinganna og stór svæði landsins til-tölulega ónýtt enn.

Tvöföldun umfangs ferðaþjónustu hér á hverjum áratug hefur ekki gerst af sjálfu sér. Á bak við árangur íslenskrar ferðaþjónustu liggur gífurleg vinna, áræðni og þrautseigja auk þess að vera með seljanlega vöru.

Hér gefur verið þróuð vara, henni pakkað inn og hún markaðsett innanlands og utan.

Það gengur enginn að áframhaldandi aukningu gefinni.

Við erum engir áskrifendur að okkar hluta af tvöföldun næstu 15 ára.

Hvaða möguleika eigum við á þessu sameiginlega markaðstorgi heimsins. Hver verður söluvara næstu áratuga? Hvað gera samkeppnisaðilarnir? Hverjir eru og verða samkeppnisaðilarnir?

Við vitum ýmislegt um samkeppnisaðilana og þeirra vöru en ekki nóg enn.

Er íslensk ferðaþjónusta samkeppnishæf? Hversu oft veltum við þessari spurningu fyrir okkur? Sem er þó í reynd grundvallarspurning í markaðssetningu Íslands sem ferðamannalands bæði innanlands og utan.

Ef við gleymum eitt augnablik samkeppninni og teljum okkar vöru svo sérstaka að hún sé yfir aðra hafna er leikurinn tapaður.

Oft heyrum spurninguna um samkeppnishæfni varpað fram um aðrar útflutningsvörur okkar. Rætt er um samkeppnisstöðu þorsks, áls, ullar o.fl. Gengismál, vaxtamál o.fl. er leiðrétt eftir samkeppnisstöðu þorsksins. En ekki ferðaþjónustu. Getur verið að margir trúir því að samkeppnin sé ekki til staðar? Við höfum svo sérstaka vöru að fólk standi í biðröðum eftir að koma hingað.

Við hljótum að vera yfir alla samkeppni hafin.

En sannleikurinn er auðvitað sá að við eigum í gífurlegri samkeppni við sölu á okkar vöru. Líklega meiri en nokkur önnur gjaldeyrisskapandi atvinnugrein.

Því miður hefur samkeppnisstaðan farið versnandi á undanförunum árum. Aðrar þjóðir hafa sett gífurlega fjármuni í í vöruþróun og markaðssetningu. Sem dæmi má nefna að innan ESB hafa 152 milljarðar farið í styrki til ferðaþjónustuaðila í ríkjum bandalagsins á síðustu 4 árum.

Þarna er sú niðurgreiðsla, sem íslensk ferðaþjónusta er að keppa við.

Því hljótum við að verða að spyrja okkur um samkeppnishæfni vörunnar bæði í verði og ekki síður í gæðum.

Þessi mál hljóta að vera þau mál, sem hvað mest verða til umræðu innan atvinnugreinarinnar á næstu árum og því þarf að efla samhlíða rannsóknir og kannanir eins og áður var minnst á.

Við verðum að gera okkur ljóst að samkeppnin mun aukast enn frekar, möguleikarnir verða fleiri, frjálsræði eykst í flugmálum og landamæri opnast, framboð í þessum vöruflökki verður einfaldlega meira.

Grunvallaratriðið í markaðssetningunni er að varan sé samkeppnishæf. Hér má þó e.t.v. bæta því við að hér gæti átt sér stað vöruþróun sem leiddi til þess að varan væri svo sérhæfð að ekki væri um neina samkeppni að ræða og verðið því ekki afgerandi. Þessi þróun er að mínu mati langsótt þar sem í reynd öll vara í ferðaþjónustu er ekki aðeins í samkeppni við aðra vöru í ferðaþjónustu heldur ýmsar aðrar vörur.

Ýmislegt í spám um þróun ferðaþjónustu í heiminum gefur okkur tilefni til bjartsýni og sýnir að við eigum sóknarfæri í þeim markhópum sem mest munu næsta áratugi.

Ísland ekki sólarströnd unga fólksins sem fer hlutfallslega fækkandi þar sem meðalaldur hækkar á næstu áratugum. Við erum leikvöllur þeirra lífsreyndu, sem er hinn vaxandi hópur. Sá hópur sem á peninga vill eyða þeim í lífsánægju og dekur og leitar á vit ævintýra og nýrra áfangastaða í hreinni náttúru.

Möguleikarnir eru fyrir hendi, en það er eitt að eygja möguleikana og annað að nýta þá.

INNLEND FERÐAÞJÓNUSTA

Í þessum inngangi hefur lítið verið rætt um innlenda ferðaþjónustu.

Ástæður þess eru fyrst og fremst þær að í samræmi við það sem fyrr var rætt um skort á upplýsingum þá skortir okkur verulega tölulegar upplýsingar um þróun ferðalaga Íslendinga í eigin landi.

Með aukinni bifreiðareign landsmanna, stórbættu samgöngukerfi og uppbyggingu í ferðaþjónustu er engum blöðum um það að fletta að aukning hefur orðið í ferðalögum Íslendinga um Ísland.

Ef miðað er við þær upplýsingar, sem fyrir liggja má gera ráð fyrir að velta ferðaþjónustu vegna Íslendinga sé hliðstæð og velta vegna eyðslu erlendra ferðamanna hér á landi.

Af því sést best mikilvægi heimamarkaðar.

Mjög víða á landinu hefur að frumkvæði heimamanna verið efnt til „viðburðarferðamennsku“ sem fyrst og fremst beinist að heimamarkaði.

Til að nefna örfá dæmi um slíkt má nefna: Síldarævintýri á Siglufirði, Neistaflug á Neskaupsstað, Óshlíðarhlaup, og Ævintýrapáska á Kirkjubæjarklaustri.

Þá eru vonir bundar við það átak sem áður var nefnt „Ísland, sækjum það heim“ að það auki enn frekar ferðalög Íslendinga um landið og ekki síður verði hvatning til ferðaþjónustuaðila til að aðlaga sitt vöruframboð að þörfum heimamarkaðar.

Þessi markaður er næst okkur við þekkjum kröfur hans betur en erlenda markaðarins og öll markaðsvinna er ódýrari.

Mikilvægi hans má ekki gleymast.

Það má ekki taka það sem gefið að Íslendingar þekki svo til hlítar alla hina fjölbreyttu ferðamöguleika innlands að ekki þurfi að kynna þá. Vinna þarf að ræktun hans samhlíða áframhaldandi aukinni erlendri markaðs-sókn.

Sterkur og þróaður heimamarkaður er ein af forsendum þess að okkur takist að efla ferðaþjónustu enn frekar og ná aukinni hlutdeild á erlendum mörkuðum.

Hlutfall innlands markaðar í íslenskri ferðaþjónustu er lágt, þegar litið er til nágrannalanda. Á Norðurlöndum er hlutfall innlands markaðar 55-80%, en hér talið nema nálægt 50%. Í öðrum löndum er hlutfallið jafnvel enn hærra eða um 85% eins og t.d. í Þýskalandi.

Slíku hlutfalli mun innlendir markaður hér vart ná, þar sem fjöldi erlendra gesta er það hátt hlutfall af íbúafjölda landsins, en þessar tölur eru hér nefndar til upplýsinga um vægi heimamarkaðar í ferðaþjónustu.

JÁKVÆTT VIÐHORF NAUÐSYNLEGT

Það er hverri atvinnugrein nauðsynlegt jákvætt viðhorf ríki til hennar.

Þetta á bæði við hvað snerir almenning og stjórnvöld.

Með árangri sínum hefur henni tekist að mínu mati að skapa jákvætt viðhorf gagnvart ferðaþjónustu sem atvinnugrein á Íslandi.

Um það má aftur á móti deila hvort þetta bætta viðhorf hafi skilað atvinnugreininni þeirri stöðu í huga stjórnvalda, sem hún á skilið.

Hvort hún njóti árangurs síns.

Þessi umræða er og verður sívakandi og því ekki meira rými varið í hana á þessum vettvangi.

Ferðaþjónustan hefur í vaxandi mæli hvatt til bættrar umgengni um auðlindina, Ísland. Það má ekki gerast að tiltölulega fámennur hópur erlendra og innlendra ferðamanna, sem ganga illa um náttúru landsins skapi neikvætt viðhorf gagnvart atvinnugreininni í heild.

Það er hlutverk okkar, sem vinnum í ferðaþjónustu að reyna að skapa jákvætt viðhorf til þessarar mikilvægu atvinnugreinar á öllum sviðum.

Það er til mikils að vinna.

Hún verður aldrei stunduð hér til frambúðar nema í sátt við þjóðina og landið.

FJÖLDI ERLENDRA FERÐAMANNA

Heildarfjöldi erlendra ferðamanna árið 1993 varð 157.326, en árið 1992 142.561. Um er að ræða mesta fjölda erlendra ferðamanna, sem hefur heimsótt okkur frá upphafi og er aukningin 10,4% á milli árunna 1992 og 1993.

Á árinu hófst sala á sérstökum viðvalarferðum, þar sem erlendum gestum var boðið að heimsækja Bláa Lónið í stað þess að bíða eftir tengiflugi í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Þessir farþegar eru taldir með í fjölda þeirra gesta, sem heimsóttu okkur á árinu. Alls þáðu 5.530 ferðamenn þetta boð. Auking „hefðbundinna“ erlendra ferðamanna er því 6,5% eða rúmlega 9.000 ferðamenn. Aukningin er mun meiri utan hins hefðbundna ferðatíma og má segja að það sé í samræmi við þau markmið, sem atvinnugreinin hefur stefnt að.

Flestir komu frá Þýskalandi 31.443, frá Bandaríkjunum komu 25.061 og frá Bretlandi, Svíþjóð og Danmörku komu rúmlega 15.000 frá hverju landi.

Komur erlendra ferðamanna til Íslands árin 1949-1993

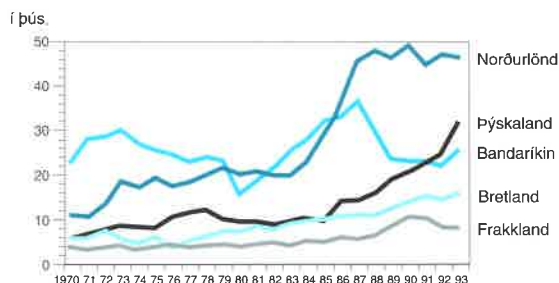


Auk þessara erlendu ferðamanna komu hér 15.699 ferðamenn með skemmtiferðaskipum í alls 38 ferðum, sem er einnig meir en nokkru sinni fyrr.

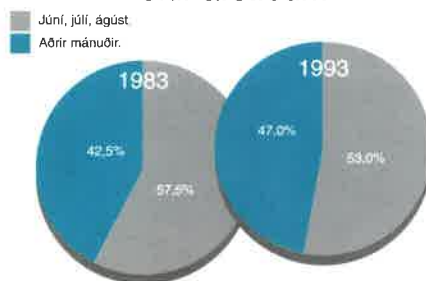




Komur erlendra ferðamanna frá ýmsum löndum árin 1970-1993



Komur erlendra ferðamanna eftir árstíðum



Heimild: Útlendingaeftirlitið

SKIPTING EFTIR ÞJÓÐERNI OG BREYTING MILLI ÁRA:

ÞJÓÐERNI:	1993	1992	BREYTING
Bandaríki Norður-Ameríku	25.061	21.706	15,5%
Önnur lönd Ameríku	1.960	1.598	22,7%
Danmörk	16.263	14.396	13,0%
Svíþjóð	15.533	16.050	-3,3%
Noregur	12.628	11.218	12,6%
Finnland	2.699	4.866	-44,6%
Bretland	15.498	13.900	11,5%
Írland	685	542	26,4%
Þýskaland	31.443	24.520	28,2%
Frakkland	7.522	7.925	-5,1%
Belgía	1.204	1.223	-1,6%
Holland	5.314	3.808	39,5%
Luxembourg	489	332	47,3%
Austurríki	3.102	3.123	-0,7%
Sviss	5.191	5.852	-11,3%
Ítalía	3.617	4.158	-13,0%
Asía og Afríka	3.811	1.840	107,1%
Ástralía og Nýja-Sjálund	667	611	9,2%
Aðrir	4.639	4.889	-5,1%
Samtals	157.326	142.561	10,4%

Auk þessara erlendu farþega heimsóttu 15.699 erlendingar gestir landið með 38 skemmtiferðaskipum á árinu.

GISTINÁTTATALNING

Hér á landi hefur um rúmlega 40 ára skeið farið fram talning erlendra ferðamanna eftir þjóð-
erni.

Í flestum ferðamannalöndum hefur um langt skeið verið gerð gistináttatalning.

Með slíkum upplýsingum er hægt að fara nokkuð nærri um meðaldvalarlengd ferðamanna frá einstökum löndum, en slíkar upplýsingar eru mjög nauðsynlegar, ekki síst með tilliti til mikilvægis einstakra markaðs-
svæða

Þá eru upplýsingarnar ekki síður mikilvægar vegna ferðalaga Íslendinga í eigin landi.

Hér á landi var gistináttatalning tekin upp vorið 1984.

Hagstofa Íslands hefur séð um framkvæmd talningarinnar og átt í nokkrum erfiðleikum, sérstaklega í byrjun, við innheimtu upplýsinga.

Mjög mikilvægt er að þessar upplýsingar skili sér frá öllum gististöðum, þar með talin tjaldsvæði, skálar ferðafélaga, bænda-
gisting og einkagisting svo hægt sé að taka ákvarðanir í samræmi við niðurstöður talningarinnar.

Samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar voru gistinætur 1987-1993 sem hér segir á *bótelum og gistiheimilum*:



	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Íslendingar	258.274	250.020	223.985	221.481	236.439	224.631	216.624
Danir	36.909	34.242	34.662	35.659	28.688	32.542	28.742
Svíar	48.175	53.571	53.499	62.759	51.859	56.046	48.056
Norðmenn	30.539	28.171	25.362	31.352	27.557	32.117	38.398
Finnar	8.679	11.403	13.390	15.629	10.745	13.773	6.707
Bretar	37.478	35.479	43.560	49.554	45.455	45.667	41.450
V-Þjóðverjar	48.351	50.037	67.883	74.734	91.781	98.480	113.963
Hollendingar	4.910	5.246	4.616	6.709	5.867	7.802	13.099
Frakkar	14.513	15.840	26.006	27.705	32.410	26.676	25.842
Svisslendingar	10.944	12.699	18.157	20.127	25.044	23.551	23.830
Aðrir Evrópubúar	27.007	27.194	32.921	42.520	52.081	48.887	45.543
Bandaríkjamenn	70.536	50.475	42.268	34.868	35.549	30.811	35.432
Aðrir	16.667	18.771	17.715	16.690	21.952	20.155	23.349
Samtals	612.981	593.149	603.984	639.787	665.427	661.138	661.035

GJALDEYRISTEKJUR AF FERÐAÞJÓNUSTU

Samkvæmt upplýsingum Seðlabanka Íslands urðu gjaldeyristekjur af erlendum ferðamönnum árið 1993 alls kr. 14. 928.000.000.

Aukningin frá árinu 1992 er 2.286 milljónir króna eða rúm 18%.

Meðaltalstekjur af hverjum erlendum gesti eru um 95.000 krónur á árinu.

Atvinnugreinin er nú orðin önnur stærst í gjaldeyrisöflun, næst á eftir sjávarútvegi.

Samkvæmt upplýsingum Þjóðhagsstofnunar skilaði ferðaþjónustaan 11,3% af öllum gjaldeyristekjum þjóðarinnar, en árið 1992 skilaði hún 10,2%.

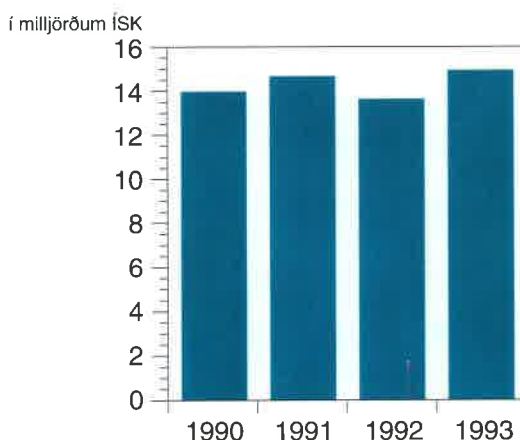
Þessar tölur sýna aukið vægi atvinnugreinarinna í þjóðarbúskapnum og ekki síst ef litið er 10 ár aftur í tímann, en þá skilaði ferðaþjónustan um 5% af gjaldeyristekjunum. Þannig að hlutfallið hefur tvöfaldast á síðasta áratug.

Umræðan um hlut ferðaþjónustu í gjaldeyrisöflun er stundum villandi.

Rætt er annars vegar um útflutningstekjur og hins vegar um gjaldeyristekjur. Atvinnugrein, sem skilar t.d. 30% af öllum okkar útflutningstekjum hefur auðvitað ekki það hlutfallslega vægi í gjaldeyrisöflun okkar.

Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu árin 1990-1993

á verðlagi ársins 1993
miðað við meðalgengisvísitölu 1993



Ferðaþjónusta og fleiri greinar skipta stöðugt meira máli í gjaldeyrisöflun án þess að þeirra sé í nokkru getið þegar rætt er um útflutningstekjur.



FJÖLMIÐLABIKAR FERÐAMÁLARÁÐS

Í júní 1982 varð sú hugmynd til innan Ferðamálaráðs Íslands að veita árlega viðurkenningu fyrir umfjöllun um ferðamál í fjölmiðlum.

Fjölmiðlabikar Ferðamálaráðs var afhentur í fyrsta sinn sama ár og hlaut hann Sæmundur Guðvinsson fyrir skrif um ferðamál 1981.

Eftirtaldir aðilar hafa síðan hlotið bikarinn:

- 1982 Haraldur J. Hamar vegna útgáfu Iceland Review.
- 1983 Sigurður Sigurðsson fyrir útgáfu ferðablaðsins Áfanga.
- 1984 Magnús Magnússon fyrir umfjöllun um Ísland í Bretlandi.
- 1986 Ríkisútvarpið vegna Stiklu-þátta Ómars Ragnarssonar.
- 1987 Örlygur Hálfðánarson fyrir útgáfu bóka um Ísland.
- 1990 Hjálmar R. Bárðarson fyrir bókaútgáfu.
- 1991 Sólarfilma fyrir útgáfu póstkorta og fleira því tengt.
- 1992 Skyggna-Myndverk fyrir gerð og útgáfu myndbanda.



Ljóssm.: MBI.

Vilhjálmur Knudsen kvikmyndagerðarmaður fékk Fjölmiðlabikar Ferðamálaráðs sem nú var veittur í 10. sinn fyrir landkynningarmyndir sínar, ekki síst þá nýjstu, Ísland Villa Knudsens.

Hún var talsett strax á þýsku, ensku og frönsku og nú er hafin talsetning á sjö tungumál til viðbótar. Myndin fékk viðurkenningu á kvikmyndahátíð á Ítalíu í nóvember og verður sýnd á fjölmörgum hátíðum á næstunni. Er talið að um 30 þúsund eintök komist í dreifingu á næstunni.

FERÐAMÁLARÁÐSTEFNAN 1993

23. ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs Íslands var að þessu sinni haldin í Mývatnssveit dagana 16. og 17. september 1993 og sóttu hana á annað hundrað fulltrúar fyrirtækja í ferðaþjónustu auk annarra gesta.

Kristín Halldórsdóttir, formaður Ferðamálaráðs Íslands, setti ráðstefnuna og síðan ávörpuðu Halldór Blöndal, samgönguráðherra og Sigurður Rúnar Ragnarsson sveitarstjóri í Mývatnssveit ráðstefnugesti.

Gerard Alant, forstjóri Alant's Tours í Frakklandi flutti framsöguerindi um „Gæðamál íslenskrar ferðaþjónustu“ og kom þar margt athyglisvert fram um íslenska ferðaþjónustu frá sjónarhóli erlends söluaðila.

Að loknu framsöguerindi tóku fjórir starfshópar til starfa.

Erla Sigurðardóttir stjórnaði hópi um gæðamál í ferðaþjónustu almennt, Ingiveig Gunnarsdóttir stjórnaði umræðum um gisti- og veitingaþáttinn, Haukur Birgisson annaðist stjórn á flutningaþættinum og Rögnvaldur Guðmundsson var í forsæti fyrir hópnum sem fjallaði um afþreyingarþátt ferðaþjónustunnar.

Hóparnir lögðu fram mikla vinnu og skiluðu tillögum og hugmyndum, sem síðan voru ræddar á fundinum.

Heimamenn tóku vel á móti fundarmönnum og var aðbúnaður og viðurgjörningur allur þeim til mikils sóma.

Ráðstefnan þótti takast með miklum ágætum en henni var slitið að kvöldi 17. september.

SKRIFSTOFUR ERLENDIS

NEW YORK

Skrifstofa Ferðamálaráðs í Bandaríkjunum er starfrækt á sjálfstæðum grundvelli hjá Landkynningar- miðstöð Norðurlandanna sem staðsett er í New York. Rekstraradilar að skrifstofunni eru auk Ferðamálaráðs: Flugleiðir, Félag Íslenskra ferðaskrifstofa og S.V.G. Öllum þessum aðilum er þakkað mjög gott samstarf og stuðningur við starfsemina á árinu.

Markaðsástand hér í bandaríkjunum árið 1993 ein- kenndist af mikilli óvissu framan af. Neytendur voru varkárir í eyðslu og afleiðingin varð heiftúdugt verðstríð og barátta um markaðshlutdeild. Flugfélögin á Atlants- hafi höfðu mikið offramboð sæta og lækkuðu verulega fargjöld til að auka eftirspurn. Fargjöld til Íslands frá Bandaríkjunum urðu ódýrari en verið hafði um árabíl og að hluta til er það þeirri ákvörðun að þakka hve góð út- koma okkar endanlega varð. Þegar upp var staðið í lok ársins höfðu 15% fleiri Bandaríkjamenn heimsótt Ísland en árið áður. Þetta má einnig þakka að markhópar þeir, sem við höfum frá upphafi sóst eftir eru mun efnameiri heldur en gengur og gerist og eru þar af leiðandi ekki eins háðir niðursveiflum í efnahagslífinu.

Það athyglisverðasta við útkomuna hér er samt sú að við náðum 25% aukningu utan háannatíman og er nú svo komið að tveir af hverjum þremur Bandaríkja- mönnum sem heimsækja Ísland koma á því tímabili. Mikil áhersla hefur verið lögð í þessa þróun frá byrjun og er sú fjárfesting nú að skila sér. Einnig hafa Flugleiðir verið með nýjar og skemmtilegar áherslur á markaðnum sem gengið hafa vel þrátt fyrir erfiða stöðu og mikla samkeppni.

Á árinu var gengið frá nýjum samstarfssamningi til fimm ára við hin Norðurlöndin um áframhaldandi sam- starf og þátttöku Íslands í landkynningarstarfseminni hér vestra. Einnig var starfsemin endurskoðuð og tölu- verð hagræðing innleidd, sem leiddi til fækkunar starfs- fólks, lækkun kostnaðar og aukinnar hagkvæmni í rekstri.

Þrátt fyrir þetta mun kostnaður okkar hækka þar sem við greiðum nú miðað við hlutfall af notkun, en ekki fasta umsamda upphæð eins og verið hafði. Samstarf sem þetta er Íslandi mjög mikilvægt sökum stærðar markað- arins og styrkir stöðu okkar gagnvart samkeppninni verulega.

Við höfum frá byrjun lagt höfuðáherslur á að örva eftirspurnina eftir Íslandi með miklum og vel skipulögð-

um fjölmiðlaáróðri og ná þar með fram samkeppnishæf- ari stöðu á markaðnum til frambúðar. Ljóst er nú að þetta hefur tekist og er Ísland að verða áberandi áfangastaður fyrir Bandaríkjamenn. Á sl. þremur árum höfum við skipulagt og aðstoðað um 120 fjölmiðlaheimsóknir og er árangurinn sá að greinar og efni um Ísland birtast hér reglulega eða næstum vikulega að meðaltali. Nánast undantekningarlaust er efnið mjög jákvætt og má telja auglýsingaverðmæti þessara birtinga í hundruðum milljóna króna. Mjög kostnaðarsamt er að halda úti starfsemi sem þessari og ef ekki nyti dyggilegs stuðnings Flugleiða og margra ótalra aðila í ferðaþjónustu á Ís- landi þá hefði þetta einfaldlega ekki verið hægt. Þakkir eru færðar öllum þessum aðilum sem af skilningi hafa veitt aðstoð, beina og óbeina.

Mikið hefur verið um sýningar á árinu. Samsýningar okkar sem að þessu sinni urðu 25 talsins í öllum helstu borgum Bandaríkjanna voru sóttar af 2.500 ferðamönnum og tókust mjög vel. Þær fá jafnan mjög góða dóma



og þykja eitt það besta í sýningum í bandarískri ferðaþjónustu. Sérþýningar okkar sem voru um 10 talsins voru haldnar á mörkuðum þar sem Íslandsáhugi er hvað mestur og í mestri sókn og einnig var sótt í ákveðna markaðsgeira sem okkur eru hvað áhugaverðastir. Af aðsókninni má ráða að mun meira þyrfti að vera af sérþýningum um Ísland og þarf að finna fé til þess.

Áfram er unnið að því að fá fleiri ferðaheildsala til að hafa Ísland í bæklingum sínum og er okkur að verða allvel ágengt í því. Það er enginn vafi að búið er að brjóta ísinn hvað varðar hugarfar bandarískra ferðaheildsala um að selja Ísland. Má þar m.a. þakka allri þeirri jákvæðu fjölmiðlaumfjöllun að undanförunu og gera má ráð fyrir verulegri aukningu í þessu mikilvæga atriði á næstu árum. En markaðssetning er bæði áhættusöm og dýr og kallar á enn meira fé af okkar hálfu til að styðja við þá aðila sem áhættuna taka meðan þeir eru að stíga fyrstu sporin. Til þess að þetta geti orðið verða þeir aðilar á Íslandi sem njóta góðs af þróun þessari að taka að einhverju leyti þátt í áhættunni sem fylgir því að setja þeirra varning á markaðinn. Ekkert fæst lengur á silfurfati.

Skrifstofan hér í Bandaríkjunum tekur árlega á móti þúsundum fyrirspurna um Ísland og íslenska ferðaþjón-

ustu, bæði bréflaga og í gegnum síma. Á þessum þremur árum hefur íslensk ferðaþjónusta tekið á móti og selt ferðir til nær 75.000 Bandaríkjamanna sem eru líklegast kröfuhörðustu viðskiptavinir sem til eru. Þessu ber sannarlega að fagna.

Uppbygging og framþróun í íslenskri ferðaþjónustu hefur verið með meira móti á undanförunum misserum og er fjölbreytni vörunnar og gæði sífellt að aukast. Íslendingar þykja vingjarnlegir og góðir heim að sækja. Bandaríkjamenn sækjast mest eftir óspilltri náttúru landsins, menningu, sögu og því öryggi sem við búum við. Einnig vilja þeir sanngirni í viðskiptum sínum. Það er því ljóst að við verðum að standa vörð um og varðveita vel þessa þætti sem svo miklu máli skipta.

Þrátt fyrir sí harðnandi samkeppni og allt of lítil fjárrád þá álit ég útlitið með betra móti. Markaðsástand í Bandaríkjunum fer batnandi, Ísland er að verða áberandi ferðamannastaður og við ættum að ná uppskerunni eftir að hafa sáð hér markvisst og örugglega síðustu ár.

Með þökk fyrir samvinnuna á árinu.

Einar Gustavsson.



FRANKFURT

Ef við lítum til baka á árið 1993, þá teljum við okkur hafa ríka ástæðu til að fagna árangri hér í Þýskalandi. Komum Þjóðverja fjölgaði til muna á milli ára og þótt að við drögum „baðgesti“ í bláa Lóninu frá heildartölunum, höfum við svo að segja farið í gegnum hljódmúrinn þ.e.a.s. ná 30.000 þýskum ferðamönnum (+28%). Til viðbótar komu svo 10.500 Þjóðverjar til Íslands með skemmtiferðaskipum.

Við samgledjumst einnig Flugleiðamönnum í Amsterdam og hollenskum ferðaheildsölum vegna þeirrar miklu fjölgunar á ferðamönnum til Íslands þarlendis. Í Hollandi nam fjölgunin um 39,5% og komu nú 5.300 Hollendingar til Íslands, eða 1.500 fleiri en árið þar á undan.

Í þessum tveim löndum þar sem boðið er uppá flug til Íslands allt árið, á fjölgun gesta á lágönn eflaust drjúgan þátt í aukningunni. Gaman er að fylgjast með vaxandi áhuga bæði ferðaheildsala og blaðamanna, og þ.a.l. ferðamanna, á ferðum til Íslands utan háannar. T.d. heimsóttu um 800 útlendingar Reykjavík um áramótin, flestir þeirra voru frá meginlandinu.

Í Þýskalandi voru nýjar slóðir troðnar við markaðssetningu og sölu á ferðum til Íslands utan hánnar. Íslandsferðir voru kynntar í vörulistum heildsölumarkaða og póstverslana, sem koma út í samtals 5 milljón eintökum og bar þessi óvenjulega kynning góðan árangur. Til gamans má nefna að þegar í fyrstu söluviku METRO markaðarins seldust 168 ferðir.



Því miður gekk ekki eins vel í öllum löndum á okkar svæði. Ástæður fyrir slakari afkomu eru líklega efnahagsferðileikar og pólitísk ólga. En stundum náum við hreinlega ekki til viðskiptavina okkar með okkar núverandi sölukerfi og takmörkuðum fjárráðum.

Auglýsingar á tímabilinu janúar til maí gáfu okkur rúmlega 7.000 fyrirspurnir (alls 1993: 11.300). Meirihluti áhugamanna fékk sent umslag, frá útsendingarþjónustufyrirtæki okkar, með almennum upplýsingum um Ísland og ferðamöguleika á Íslandi, auk auglýsingaþesa helstu ferðaheildsala í Þýskalandi. Aðalmarkmiðið með þessari sameiginlegu kynningu, er að vekja áhuga fólks á skipulögðum ferðum.

Skrifstofan okkar annaðist allan undirbúning og framkvæmd við sýningarbása á hinum ýmsu ferðasýningum. Hér vinna hagsmunaaðilar einnig í vaxandi mæli saman. Þannig reynum við að vinna bug á hinum sívaxandi kostnaði við sýningarhald, en einnig vekjum við meiri eftirtekt hjá sýningargestum með því að vera með stærri og glæsilegri bása. Kostnaði við þessa, sameiginlegu bása er svo skipt á þátttakendur að jöfnuði. Sýningar á árinu voru í: Utrecht - Stuttgart - München - Hamborg - - Milánó - Berlín - Köln - Leipzig - Berlín - Wiesbaden

Af sumarsýningum má nefna IGA, alþjóðleg garðyrkjusýning, í Stuttgart 1993. Íslandsvinafélaginu þar í borg hafði tekist að komast þar inn á dagskrána og fékk úthlutað 3 Íslandsdögum. Sáum við upplýsingabásnum fyrir starfsmanni og lesefni um Ísland.

„Reykvískir dagar“ voru haldnir í Bonn um svipað



leyti og þar sáum við einnig um að veita upplýsingar um Ísland í tengslum við alveg stórkostlega ljósmynda-sýningu sem nefndist „Reykjavík - 4 árstíðir“ og var hluti af heilli röð af íslenskum uppákomum.

Um 100 íslenskir listamenn, leikarar, listmálar og tón-listarmenn tóku þátt í þessum kynningardögum og -vik-um, en í þýskum fjölmiðlum var mikið og lofsamlega fjallað um þessar uppákomur.

Þekktir ljósmyndarar voru nú aftur á ferð í u.þ.b. 200 borgum í Þýskalandi, Sviss og Luxemborg og sýndu þar myndir sínar frá Íslandi. Sé gert ráð fyrir að þeir hafi flutt boðskap sinn fyrir að meðaltali 250 áhorfendur í hvert skipti, eða alls 50.000 manns, eru þessar sýningar mjög góð auglýsing. Þeir fengu styrki af ýmsum toga frá okkur, Flugleiðum og ferðaheildsölum, sem kaupa þessar sýningar oft handa viðskiptavinum sínum. Að sjálfsgöðu höfðu þeir alltaf upplýsingarefni frá okkur með sér og/eða sýndu slidesmynd þar sem upplýsingar um okkur var að finna.

Sameiginlegir blaðamannafundir með norrænum starfsbræðrum okkar, voru haldnir í Köln, Stuttgart og Berlín (tvisvar).

Af Íslandskynningum utan Þýskalands má nefna kynningarkvöld í Luxemborg (á Sheraton hótelinu) og 2 samkomur í Róm. Önnur kynningin í Róm var í samvinnu við Flugleiðir og Espero Travel, en hin átti sér stað

á samkomu sem European Business Travel Guide stóð fyrir. Einnig tókum við þátt í kynningu með Vela Viaggi í 7 stærstu borgum Norður-Ítalíu, en Flugleiðir og íslenskir ferðaheildsalar sem skipta við Ítalíu skiptu þeim kostnaði á milli sín.

Við fengum góða umfjöllun í þýskum sjónvarpsþátt-um. Auk margra og síendurtekinnna kvikmynda og fræðsluþátta er vert að nefna framtak sjónvarpsstöðvar-innar ARTE sem fjallaði um Ísland heilt kvöld. ARTE er þýsk-frönsk sjónvarpsstöð og sendir út bæði í Þýskalandi og Frakklandi.

Blaðamenn á okkar vegum á þessu ári komu frá Sviss, Ítalíu, Austurríki og Þýskalandi. Allir hafa þeir verið duglegir við að skrifa greinar, en þeir duglegustu voru kannski tveir blaðamenn, sem voru um borð í þýsku seglskútunum Fridtjof Nansen og Dagmar Aaen sem heimsóttu Reykjavík, Akureyri, Mývatn og Vestmanna-eyjar. Eftir þá voru birtar u.þ.b. 60 blaðgreinar um þessa ævintýralegu ferð í hinum ýmsu blöðum. Skipin voru mönnum skólakrökkum frá 7 löndum, þ.á.m. frá Íslandi.

Starfsmenn skrifstofunnar 1993 voru undirritaður og Stella Björk Kristinsdóttir, auk vaskra námsmanna, sem hjálpuðu á skrifstofu og í sýningarbásum víða um meginlandið.

Dieter Wendler-Jóhannsson.



NOKKRAR UPPLÝSINGAR UM FERÐAMÁLARÁÐ OG STARFSEMI ÞESS

Ferðamálaráð var sett á laggirnar með lögum 1964. Fyrsti fundur ráðsins var haldinn 7. júlí 1964. Í því ráði voru 9 fulltrúar.

1976 samþykkti Alþingi ný lög um ferðamál og í reynd fyrstu lögin um ferðaþjónustu sem atvinnugrein. Með þeim lögum voru Ferðamálaráði falin ákveðin verkefni og í reynd umsjón með ferðaþjónustu á Íslandi undir yfirstjórn samgönguráðuneytis. Þá var í lögnum ákvæði um hvernig verkefni ferðamálaráðs skyldu fjármögnum. 10% álag var sett á vöruverð í Fríhöfninni í Keflavík og skyldi Ferðamálaráð fá þessi 10% til verkefna sinna.

Lögum um ferðamál var síðan breytt 1985 og þá sett núgildandi lög. Samkvæmt þeim sitja 23 fulltrúar í ráðinu, 5 skipaðir beint af samgönguráðherra og 18 samkvæmt tilnefningu. Hvað varðar verkefni ráðsins vísast til 7. gr. ofangreindra laga sem hljóðar svo:

7. gr.

Verkefni Ferðamálaráðs eru þessi:

1. Skipulagning og áætlanagerð um íslensk ferðamál.
2. Landkynning og markaðsmál.
3. Þátttaka í fjölþjóðlegu samstarfi um ferðamál.
4. Ráðgjöf og aðstoð við aðila ferðaþjónustunnar og samræming á starfsemi þeirra.
5. Skipulagning náms og þjálfunar fyrir leiðsögumenn skv. sérstakri reglugerð þar að lútandi.
6. Skipulagning námskeiða fyrir aðila ferðaþjónustunnar um samskipti og þjónustu við ferðamenn.
7. Forganga um hvers konar þjónustu- og upplýsingastarfsemi fyrir ferðamenn.
8. Starfræksla sameiginlegrar bókunarmiðstöðvar í samvinnu við aðila ferðaþjónustunnar.
9. Samstarf við Náttúruverndarráð og aðra hlutadeigandi aðila um að umhverfi, náttúru- og menningarverðmæti spillist ekki af starfsemi þeirri sem lög þessi taka til.
10. Frumkvæði að fegrun umhverfis og góðri umgengni á viðkomu- og dvalarstöðum ferðafólks. Samstarf við einkaaðila og opinbera aðila um snyrtilega umgengni lands í byggðum sem óbyggðum.
11. Könnun á réttmæti kvartana um misbrestir á þjónustu við ferðamenn.
12. Undirbúningur og stjórn almennra ráðstefna um ferðamál.
13. Önnur þau verkefni sem Ferðamálaráði eru falin með lögum þessum eða á annan hátt.

Aðalskrifstofa Ferðamálaráðs er að Lækjargötu 3, Gimli. Starfsmenn eru þar 5.

1985 var opnuð skrifstofa Ferðamálaráðs í Þýskalandi og er sú skrifstofa nú í Frankfurt. Ferðamálaráð greiðir 56% af kostnaði við skrifstofuna. Aðrir stærstu rekstraráðilar eru Flugleiðir, SVG, FÍF, og BSÍ. Skrifstofan sinnir upplýsinga- og markaðsmálum á meginlandi Evrópu.

Starfsmenn eru 2-3.

1987 var opnuð Upplýsingamistöð ferðamála í Reykjavík. Ferðamálaráð greiðir 2/3 þess rekstrarkostnaðar, sem er umfram eigin tekjur skrifstofunnar. Ferðamálasamtök Íslands greiða 1/3. Skrifstofan sér um útgáfu Handbókar ferðaþjónustu, bæklingadreifingu svo og upplýsingagjöf til erlendra ferðamanna, sem hana heimsækja.

Starfsmenn eru 3-5 eftir árstíðum.

Þá hefur í langan tíma verið starfrækt skrifstofa í New York í samvinnu við hin Norðurlöndin, en starfsemi hefur verið endurskipulögð á árunum 1990-1993. Þessi skrifstofa er nú rekin með styrk frá Flugleiðum, Reykjavíkurborg, SVG og FÍF. Skrifstofan sér upp upplýsinga- og markaðsstarf í Bandaríkjunum. Starfsmaður er einn, en Norðurlöndin hafa sameiginlega nokkra starfsmenn á skrifstofunni sem sinna sérstaklega upplýsingagjöf.

1991 var opnuð upplýsinga- og markaðsskrifstofa í Tokyo. Ferðamálaráð og Reykjavíkurborg greiða stærstan hluta kostnaðar við rekstur hennar. Aðrir greiðendur eru Flugleiðir, hótél og ferðaskrifstofur.

Starfsmenn eru 3.

1992 var opnuð Ráðstefnuskrifstofa Íslands. Verkefni hennar er að koma á framfæri möguleikum Íslands með tilliti til ráðstefnu- og fundarhalds auk hvataferða.

Ferðamálaráð greiðir 30% rekstrarkostnaðar, Flugleiðir og Reykjavíkurborg 25% hvor. SVG og FÍF greiða um 2% hvort og afgangurinn greiðist af 18 öðrum meðlimum skrifstofunnar.

Starfsmenn eru 3.

Þá eru skrifstofur Flugleiða í London, Amsterdam, Zurich, Kaupmannahöfn, Osló, Luxemborg, París og Stokkhólmi umboðsskrifstofur Ferðamálaráðs í viðkomandi löndum.

Ferðamálaráð er aðili að eftirtöldum samtökum:

Ferðamálaráði Evrópu ETC.

Ferðamálaráði Norðurlanda NT (Noregur, Svíþjóð, Finnland, Ísland og Danmörk).

Ferðamálaráði Vestur-Norðurlanda (Ísland, Grænland og Færeyjar).

LOKAORÐ

Sú regla hefur komist á að gefa ársskýrslu Ferðamálaráðs út í tengslum við Ferðamálaráðsstefnu hvers ár. Því er þessi ársskýrsla gerð á haustdögum 1994.

Það liggur því ljóst fyrir að atvinnugreinin hefur enn aukið hlutdeild sína verulega í gjaldeyristekjum þjóðarbúsins.

Veruleg aukning er á árinu í fjölda gesta og jafnframt í gjaldeyristekjum

Þá voru Íslendingar meir á ferð um eigið land en áður.

Það er vissá mín að þau tvö verkefni, sem ýtt var úr vör á árinu 1993 og rætt var um í formála ársskýrslu eigi sinn hlut í þessum árangri.

Annars vegar 100 milljóna króna kynningarátakið erlendis og hins vegar átakið „Ísland, sækjum það heim“.

En fyrst og fremst er það auðvitað varan sjálf, sem verður að vera samkeppnishæf í gæðum og verði.

Því hvað sem öllu fjármagni til kynningar líður, þá skilar slíkt engum árangri ef varan stenst ekki væntingar neytandans.



Því hlýt ég að hvetja til enn frekari vörubrúunar og átaks í gæðamálum atvinnugreinarinnar í sem víðustum skilningi.

Séum við ekki samkeppnishæf er unnið til einskis á mörkuðunum.

Að lokum vil ég þakka ráðherra ferðamála, Halldóri Blöndal fyrir sérstaklega ánægjulegt samstarf á árinu svo og starfsfólki hans í samgönguráðuneytinu.

Öllu starfsfólki atvinnugreinarinnar, sem með gífurlegri vinnu hefur skilað þeim árangri sem raun ber vitni þakka ég gott og vel unnið starf í þágu íslenkra ferðamála. Síðast en ekki síst þakka ég ráðsmönnum öllum og starfsfólki Ferðamálaráðs vel unnin störf og ánægjuleg samskipti.

*Magnús Oddsson
ferðamálastjóri*

FERÐAMÁLARÁÐ,

FRAMKVÆMDASTJÓRN OG NEFNDIR 31.12. 1993

FERÐAMÁLARÁÐ

ÁN TILNEFNINGAR:

Birgir Þorgilsson, formaður
Tómas Ingi Olrich, varaformaður
Þórhallur Jósefsson
Auður Gunnarsdóttir
Arnór Benónýsson

Varafultrúar:

Guðmundur Björnsson
Auður Eydal
Guðbjörg Ársælsdóttir
Hildur Jónsdóttir
Þorbjörg Gardarsdóttir

SAMKVÆMT TILNEFNINGU:

Félag Hópferðaleyfisbafa:
Júlíus Sigurbjörnsson
Þórleifur Þór Jónsson (varamaður)

Félag íslenskra ferðaskrifstofa:
Kjartan Lárusson
Diljá Gunnarsdóttir (varamaður)

Félag Leiðsögumanna:
Kristbjörg Þórhallsdóttir
Þóruna Jónasdóttir (varamaður)

Félag sérleyfisbafa:
Ágúst Hafberg
Gunnar Sveinsson (varamaður)

Ferðafélag Íslands:
Höskuldur Jónsson
Kristján M. Baldursson (varamaður)

Flugleiðir h.f.:
Pétur J. Eiríksson
Sigurður S. Sigurðsson (varamaður)

Náttúruverndarráð:
Kári Kristjánsson
Guðríður Þorvarðardóttir (varamaður)

Samband veitinga- og gistibúsa:
Bjarni I. Árnason
Wilhelm Wessman (varamaður)

Önnur flugfélög en Flugleiðir h.f.:
Ómar Benediktsson
Hörður Guðmundsson (varamaður)

Ferðahjónusta bænda:
Paul Richardson
Ingi Tryggvason (varamaður)

Reykjavíkurborg:
Júlíus Hafstein
Margrét Theodórsdóttir (varamaður)

Ferðamálasamtök Vesturlands:
Pétur Geirsson
Þórdís G. Arthursdóttir (varamaður)

Ferðamálasamtök Vestfjarða:
Áslaug Alfreðsdóttir
Pétur Bjarnason (varamaður)

Ferðamálasamtök Norðurlands vestra:
Heiðar Ingi Svansson
Einar Steinsson (varamaður)

Ferðamálasamtök Norðurlands eystra:
Jón Illugason
Jón Gauti Jónsson (varamaður)

Ferðamálasamtök Austurlands:
Karen Erla Erlingsdóttir
Guðmundur Ingvason (varamaður)

Ferðamálasamtök Suðurlands:
Jóhannes Sigmundsson
Valgeir Ingi Ólafsson (varamaður)

Ferðamálasamtök Suðurnesja:
Jóhann D. Jónsson
Jónína Guðmundsdóttir (varamaður)

Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins (ábyrnarfulltrúi):
Jóna Gróa Sigurðardóttir

FRAMKVÆMDASTJÓRN

Birgir Þorgilsson, formaður
Tómas Ingi Olrich
Kjartan Lárusson, Fél. ísl.
ferðaskrifstofa
Pétur J. Eiríksson, Flugleiðum
Bjarni I. Árnason, SVG

Til vara:

Jón Illugason

FULLTRÚAR FERÐAMÁLARÁÐS Í RÁÐUM OG NEFNDUM:

Nordisk Turistråd:
Magnús Oddsson

ETC
Magnús Oddsson

Vest-Norden ferðamálanefndin:
Birgir Þorgilsson
Pétur J. Eiríksson
Magnús Oddsson

Stjórn Útflutningsráðs Íslands:
Sigurður Helgason
Karl Sigurhjartarson

Stjórn ferðamálasjóðs:
Ágúst Hafberg
Guðmundur Björnsson
Auður Gunnarsdóttir (varamaður)
Ómar Benediktsson (varamaður)

Stjórn Upplýsingamiðstöðvar ferðamála:
Birgir Þorgilsson (formaður)
Pétur J. Eiríksson
Karen Erla Erlingsdóttir

Ferðamálaráð Íslands

Lækjargötu 3
101 Reykjavík
S. 27488
Fax 624749

Iceland Tourist Board

655 Third Avenue New York
N.Y. 10017, U.S.A.
S: (212) 949-2333
Fax: (212) 983-5260

Isländisches Fremdenverkehrsamt

Carl-Ulrich-Straße 11
D-63263 Neu-Isenburg 1
Tourist-Info 06102/254484
Presse, Geschäftsleitung 254388
Telefax 254570
Btx 422420005

Iceland Tourist Board

6th., Harada Bldg.,
1-1-15, Asakusabashi
Taitoh-ku, Tokyo 111 Japan
TEL: 03-5820-0773
FAX: 03-5820-0780
TLX: 222-2061 IPSTYO J