

# Ferðapjónustan

Greiningardeild • greiningardeild@arionbanki.is • arionbanki.is

## Atvinnugrein á unglingsaldri

### • Uppgangur ferðapjónustunnar (bls. 3-6)

Hlutdeild ferðapjónustunnar í útflutningi hefur tvöfaldast á undanförunum árum. Beint framlag greinarinnar til vergrar landsframleiðslu er á við helming framlags sjávarútvegs auk þess sem rúm 5% vinnuafsisins starfa í ferðapjónustu. Kemur þetta til af mikilli fjölgun ferðamanna undanfarinn áratug, ekki síst á síðustu tveimur árum.

### • Horfur um fjölgun ferðamanna: Spá greiningardeildar 2013-2015 (bls. 7-10)

Þjóðhagsspá greiningardeildar gerir ráð fyrir því að þjónustuútflutningur verði dráttarklárinn í myndarlegum vexti heildarútflutnings á komandi árum. Sú sýn helst í hendur við spá okkar um áframhaldandi fjölgun ferðamanna til landsins, en grunnsþá okkar gengur út frá því að ferðamenn verði 36% fleiri á árinu 2015 en þeir voru á síðasta ári. Í frávíksspá reynum við að leggja mat á það sem við köllum „eldgosaáhrifin“ á komur erlendra ferðamanna til landsins, en ef þau reynast varanleg gæti ferðamönnum fjölgað um meira en helming á sama tímabili.

### • Þolmörk ferðamennsku á Íslandi (bls. 11-22)

Við teljum litlar líkur á því að þolmörkum innviða, þ.e. gistirýmis, samgangna o.s.frv., verði náð í bráð í ljósi þess hve sveigjanlegir og þenjanlegir innviðir ferðapjónustunnar eru. Þar að auki er mikið vannýtt svigrúm til staðar í innviðum greinarinnar. Hins vegar gæti ferðamennska hér á landi verið farin að nálgast þolmörk náttúru og samfélags á ákveðnum svæðum. Möguleg lausn gæti falist í gjaldtöku, svæðisbundinni eða með öðru sniði. Við teljum að tekjur af slíkri gjaldtöku gætu hæglega numið á bilinu 3-5 milljarðar króna árlega.

### • Fjárhagslegur ávinningur ferðapjónustu á Íslandi (bls. 23-27)

Eftir að tekið hefur verið tillit til fjölgunar ferðamanna og gistinátta hefur neysla ferðamanna farið minnkandi á undanförunum árum að raunvirði. Þrátt fyrir að velta miklu birtist lítil arðsemi innan ferðapjónustunnar í lágri framleiðni og erfiðri stöðu margra fyrirtækja. Nauðsynlegt er að auka gjaldeyrissköpun og framleiðni innan greinarinnar með því að skapa aðstæður fyrir „verðmætari“ eða eyðsluglaðari ferðamenn hér á landi með hnitmiðaðri markaðssetningu, aukinni fjárfestingu í ferðapjónustu og uppbyggingu lúxusferðapjónustu.

### Greiningardeild Arion banka

Hafsteinn Gunnar Hauksson  
s: 444 6993

Erna Björg Sverrisdóttir  
s: 444 6991

[greining@arionbanki.is](mailto:greining@arionbanki.is)

**Ábyrgðarmaður:**  
Ásdís Kristjánsdóttir

Sjá fyrirvara í lok greiningar

## Inngangur

Á meðan sjósókn hefur verið stunduð á Íslandi frá landnámi og álframleiðsla í hátt í hálfa öld má segja að ferðaþjónustan sé tiltölulega ung atvinnugrein í samanburði við þessar rótgrónu atvinnugreinar. Þótt áratugahefð sé að vísu fyrir margvíslegri grunnþjónustu við ferðamenn, t.d. hvað varðar gistingu og leiðsögu, hefur greinin tekið út mikinn vöxt og þroska á skömmum tíma og stendur nú fullkomlega jafnfætis hinum tveimur eldri. Nýsköpun í greininni hefur aukist á undanförunum árum; gistikostum fjölgað og flóra afþreyingarkosta stækkað í takti við mikla fjölgun ferðamanna, og stenst nú samanburð við margt af því besta sem gerist á heimsvísu. Útflutningstekjur ferðaþjónustunnar tóku fram úr álframleiðslu á síðasta ári, og horfur eru á að greinin taki að veita sjávarútvegi samkeppni sem aðalútflutningsatvinnuvegur þjóðarinnar, jafnvel strax á þessu ári.

Þótt bæði sjávarútvegur og álframleiðsla gegni veigamiklu hlutverki fyrir þjóðarbúið hefur ferðaþjónustan þannig svarað kallinu um „eitthvað annað“ – um að fleiri og fjölbreyttari stoðum verði skotið undir útflutning hagkerfisins. Þannig er greinin nú óðum að festa sig í sessi sem rótgróin atvinnugrein. Á meðan hún er enn í röskum vexti og vörumerkið „Ísland“ er enn ekki fullmótað væri þó langt seilst að kalla greinina fullvaxta. Við viljum frekar lýsa henni sem *atvinnugrein á unglingsaldri!*

En unglingsárin eru ekki alltaf dans á rósum. Þau einkennast af því að áhyggjuleysi æskunnar víkur fyrir þeirri ábyrgð sem fylgir því að vaxa úr grasi. Þess vegna höfum við lagt stóran hluta skýrslunnar undir þær áskoranir sem ferðaþjónustan stendur frammi fyrir eftir því sem ferðamönnum fjölga og mikilvægi atvinnugreinarinnar eykst, en þær felast einkum í því að umgangast helstu auðlind ferðaþjónustunnar – náttúruna – með slíkum hætti að vöxtur í komum ferðamanna verði sjálfbær um ókomna tíð. Sem betur fer höfum við óverulegar áhyggjur af því að átrodningur og mannmergð séu beinlínis tekin að valda ferðaþjónustunni skaða enn sem komið er, allavega hvað meirihluta ferðamannasvæða landsins áhrærir. Ef vöxtur í komum ferðamanna verður hinsvegar jafnmyndarlegur og við spáum á komandi árum er ekki seinna vænna en að byrja að huga að sjálfbærni atvinnuvegarins.

Þá fjallar einn kafli skýrslunnar sérstaklega um tekjur og arðsemi í greininni. Vísbendingar eru um að framleiðni í greininni sé lítil, og hægt sé að gera betur í því að breyta komum ferðamanna í beinharda peninga. Við reynum að draga fram helstu álitaeftin í því hvernig hægt sé að auka vinnsluvirði greinarinnar, en kjarni þess er að leggja aukna áherslu á virði hvers ferðamanns, fremur en fjölda þeirra.

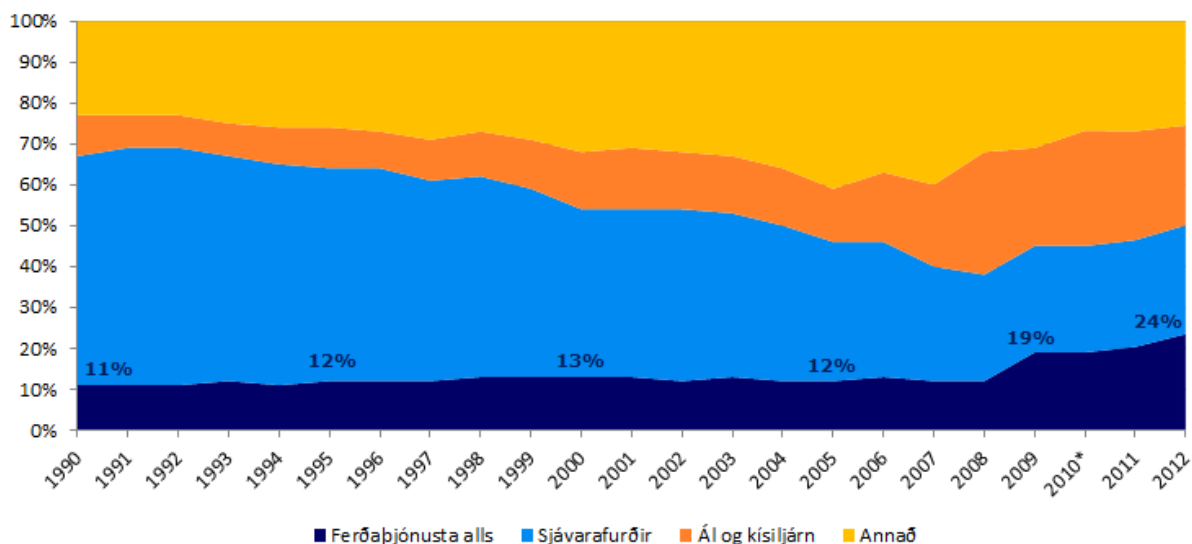
Takist ferðaþjónustunni að mæta þessum áskorunum og vinna úr þeim er ljóst að hún á sér bjarta framtíð sem einn af grunn-útflutningsatvinnuvegum landsins.

## Uppgangur ferðapjónustunnar

Uppgangur ferðapjónustunnar undanfarin ár hefur hjálpað mikið við að jafna dreifingu útflutningstekna og draga úr líkum á efnahagsskellum, t.d. vegna breytinga á viðskiptakjörum, með því að breikka þann grunn er útflutningur hvílir á. Við lok síðustu aldar var sjávarútvegur meginstoð útflutnings landsmanna, en hlutdeild sjávarútvegs í útflutningi vöru og þjónustu var yfir helmingur að jafnaði. Í kjölfar mikilla fjárfestinga í áliðnaði upp úr aldamótum varð breyting á samsetningu útflutnings og jókst hlutdeild áls, kísiljárns og annarrar iðnaðarframleiðslu á kostnað sjávarafurða. Við þessar breytingar festi áliðnaðurinn sig í sessi sem önnur stoð útflutningsins.

Eftir efnahagskreppuna árið 2008 má segja að ferðapjónustan hafi öðlast fullt tilkall til þess að kallast þriðja stoð útflutningsins. Hlutdeild ferðapjónustunnar í útflutningi tvöfaldaðist á árunum 2008-2012<sup>1</sup> og er nú komin í 24%. Enn sem komið er hefur sjávarútvegur haldið sínum sessi sem mikilvægasta útflutningsgrein landsmanna en ef þróun síðustu ára felur í sér vísbendingu um framtíðina getur svo farið að ferðapjónustan taki von bráðar við keflinu.

Hlutdeild í útflutningi vöru og þjónustu



Mynd 1

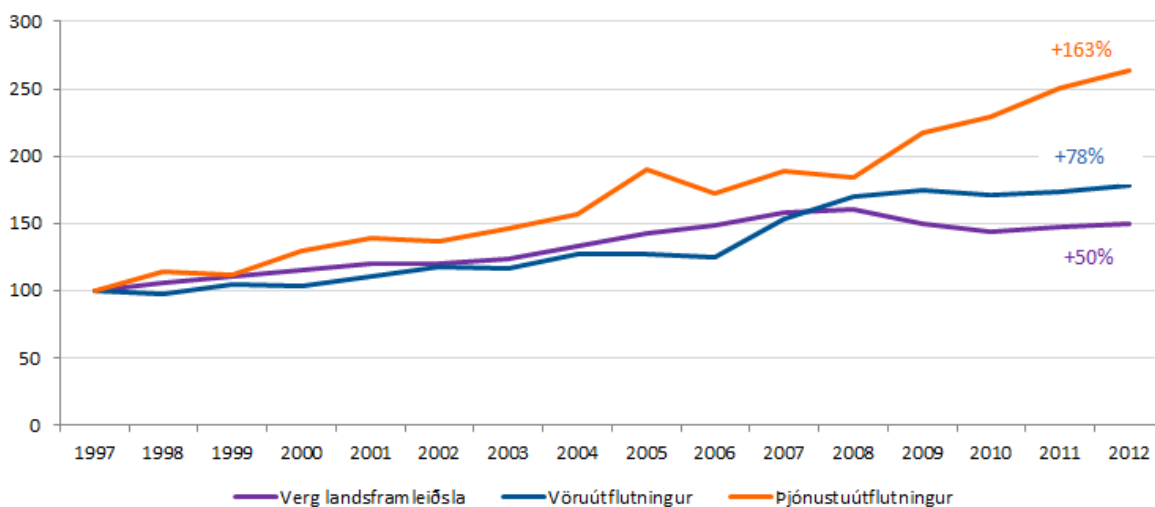
Heimild: Hagstofa Íslands

Aukin hlutdeild ferðapjónustu í útflutningi endurspeglast í röskum vexti þjónustuútflutnings undanfarin ár. Merkja má mikinn vaxtarkipp í útflutningi á þjónustu í kjölfar efnahagskreppunnar árið 2008 en lágt raungengi krónunnar hefur stutt við þá þróun. Eins og sjá má á mynd 2 hefur þjónustuútflutningur vaxið talsvert hraðar en landsframleiðslan í heild eða útflutningur á vörum (þó hafa beri í huga að í þjónustuútflutningi eru taldar með ýmsar þjónustutekjur aðrar en eingöngu af ferðapjónustu). Á síðustu fimmtán árum hefur þjónustuútflutningur farið úr því að vera ríflega 9,5% af landsframleiðslu árið 1997, í að vera yfir 16% af landsframleiðslu árið 2012.

<sup>1</sup> Nokkrir annmarkar eru á samanburði þessum sökum breytinga sem gerðar hafa verið á úrvinnslu gagna.

## Landsframleiðsla og útflutningur

- vísitala, 1997 = 100



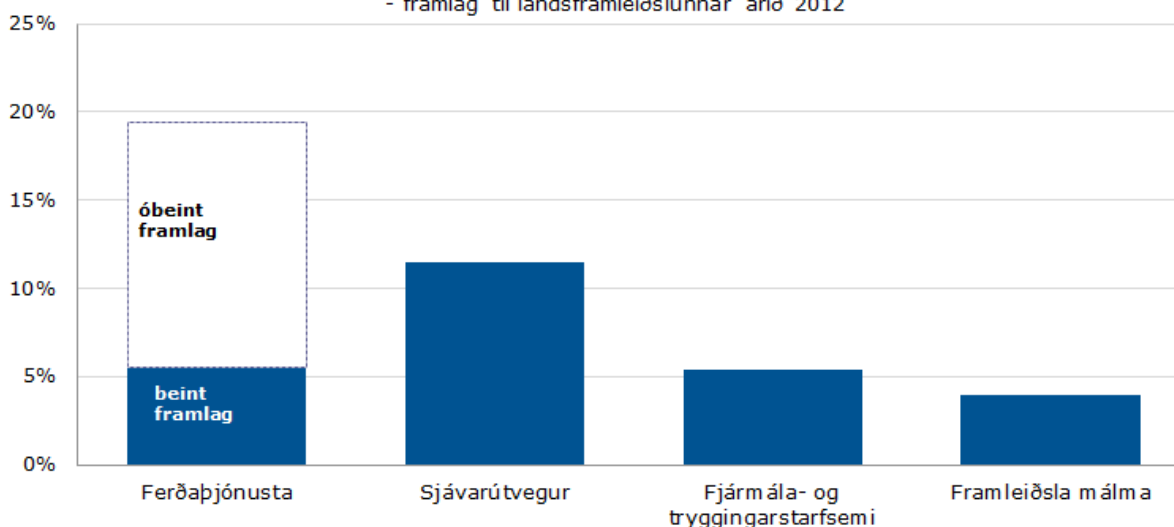
## Mynd 2

Heimild: Hagstofa Íslands

Mikilvægi ferðapjónustunnar fyrir þjóðarbúið kemur skýrt fram þegar litið er til framlags einstakra atvinnugreina til vergrar landsframleiðslu. Líkt og sést á mynd 3 leggur ferðapjónustan talsvert til landsframleiðslunnar og er beint framlag greinarinnar til vergrar landsframleiðslu á við helming framlags sjávarútvegs. Áhrifin eru aftur á móti umfangsmeiri en það og er í því samhengi gjarnan talað um heildarframlag atvinnugreinar, það er beint framlag að viðbættu óbeinu framlagi. Með óbeinu framlagi ferðapjónustunnar til landsframleiðslu er átt við þann virðisauka sem verður til utan ferðapjónustunnar vegna starfsemi hennar, en undir það fellur t.d. safnarekstur hins opinbera og önnur menningarstarfsemi, ýmisleg markaðsstarfsemi, viðskipti gististaða við innlend matvælafyrirtæki eða hreingerningarpjónustur, viðskipti ferðaskrifstofa við hugbúnaðar- og tölvufyrirtæki o.s.frv. World Travel & Tourism Council áætla að heildarframlag ferðapjónustu gæti verið allt að fimmtungur landsframleiðslu Íslands að meðtöldu óbeinu framlagi greinarinnar – þótt varast beri að taka slíkum útreikningum of hátíðlega, enda er það eðli hagkerfisins að mismunandi greinar leggja sitt af mörkum hver til annarrar með margvíslegum hætti.

## Framlag einstakra atvinnugreina

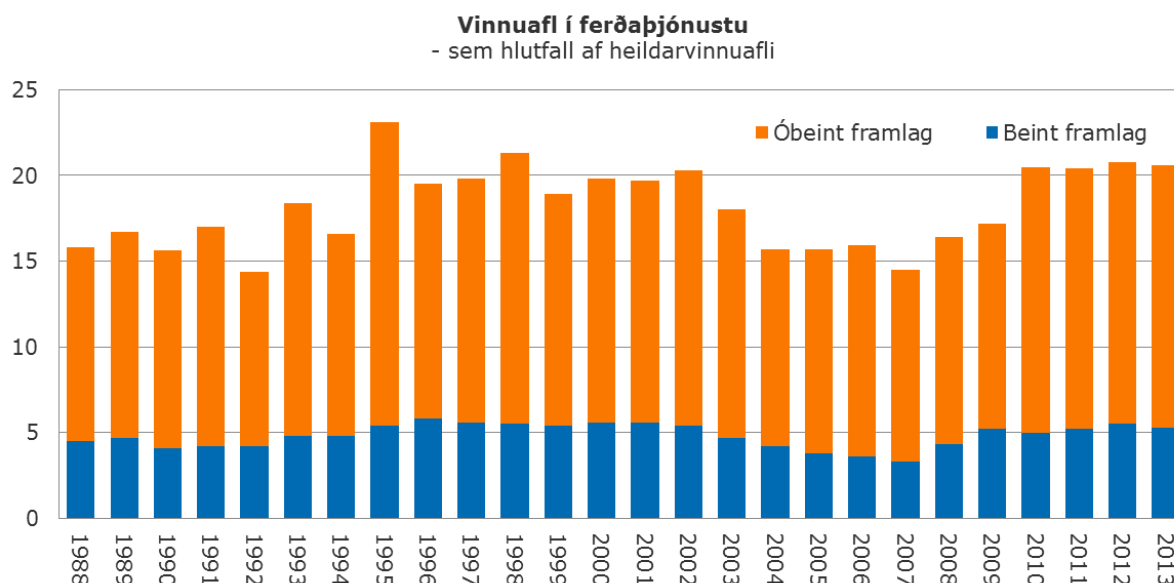
- framlag til landsframleiðslunnar árið 2012



## Mynd 3

Heimild: World Travel & Tourism Council ([www.wttc.org](http://www.wttc.org)), Hagstofa Íslands

Að jafnaði hefur ferðapjónustan haft um 5% vinnuaflsins innan sinna raða, árið 1988 starfaði 4,5% vinnuafls innan greinarinnar en árið 2013 er áætlað að sama hlutfall verði 5,3%. Um fimmtungur starfa á Íslandi tengjast á einhvern hátt ferðapjónustu, ef tekið er mið af beinu og óbeinu framlagi greinarinnar, að mati WTTC.

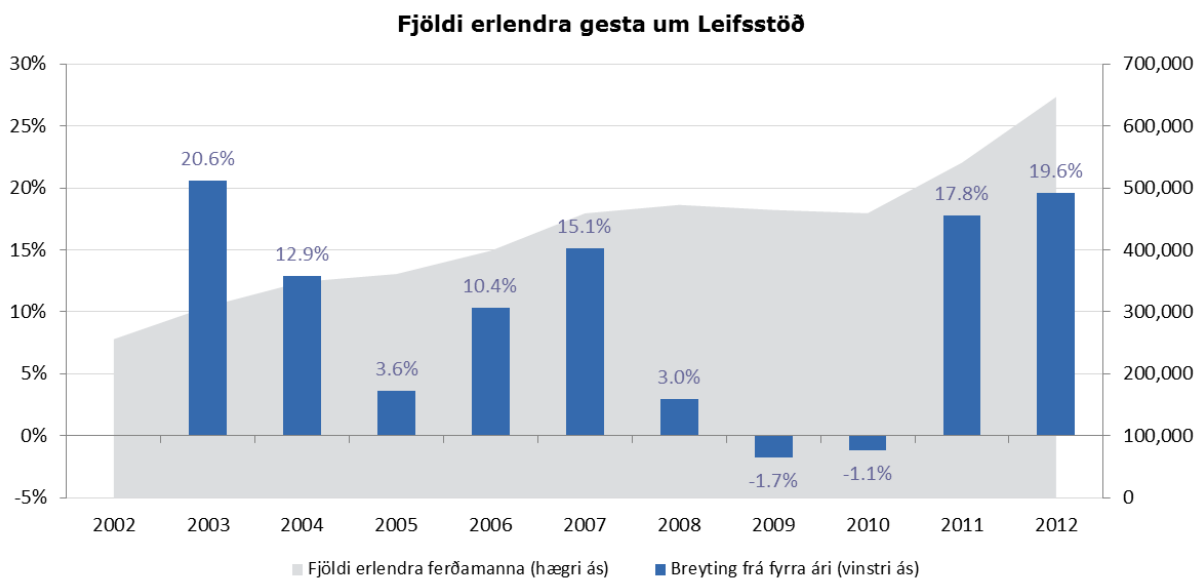


Mynd 4

Heimild: Hagstofa Íslands, World Travel & Tourism Council ([www.wttc.org](http://www.wttc.org))

Hinn kröftugi vöxtur þjónustuútlutnings og aukin hlutdeild ferðapjónustu í útflutningi á vöru og þjónustu kemur til af gríðarlegri fjölgun ferðamanna undanfarinn áratug. Árið 2012 var besta ferðamannaár á Íslandi frá upphafi, en alls sóttu um 647 þúsund erlendir gestir landið heim um Leifsstöð sem er 20% aukning frá fyrra ári. Tölur fyrir fyrstu fjóra mánuði ársins 2013 sýna 34% aukningu í fjölda erlendra gesta um Leifsstöð miðað við sama tíma í fyrra og virðist því sem það stefni í enn eitt metárið í komu ferðafólks til landsins.

Líkt og sést á mynd 5 hefur erlendum ferðamönnum er sækja landið heim fjölgað mikið undanfarinn áratug, að undanskildum árunum 2009-2010 þegar erlendum ferðamönnum fækkaði í takt við samdrátt kaupmáttar og eftirspurnar eftir hvers kyns innflutningi á heimsvísu. Sérstaklega öflugur vaxtakippur hefur komið til undanfarin tvö ár, en aukningin nemur um 40%. Þessa miklu aukningu ferðamanna má þakka samspili þátta sem liggja bæði innan og utan áhrifasviðs stjórnvalda og ferðapjónustunnar. Hér má nefna gengisfallið 2008, gosið í Eyjafjallajökli 2010 og gosið í Grímsvötnum 2011 sem ollu því að Ísland fékk mikla umfjöllun í fjölmiðlum um allan heim, að ógleymdu sameiginlegu markaðsátaki stjórnvalda og ferðapjónustunnar er hófst árið 2010, bæði undir yfirskriftinni *Inspired by Iceland* og *Ísland – Allt árið*.



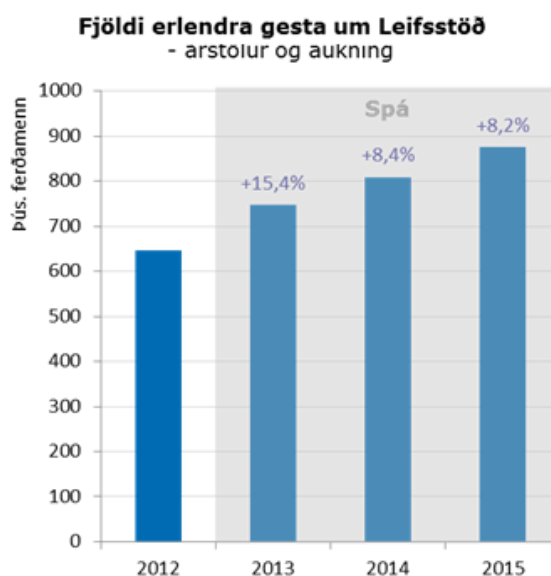
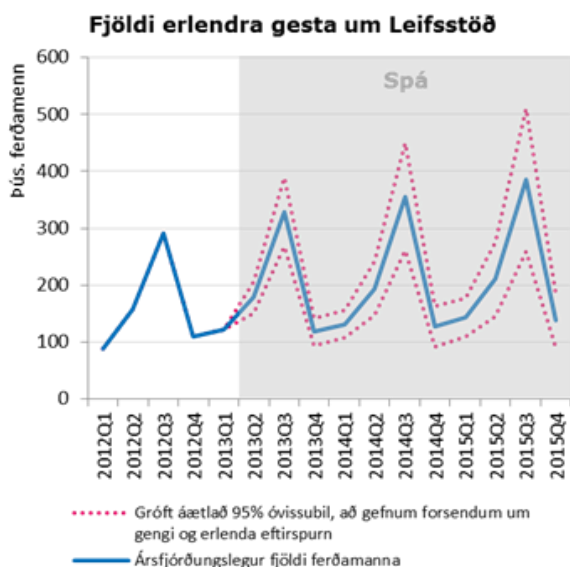
### Mynd 5

Heimild: Ferðamálastofa

## Horfur um fjölgun ferðamanna: Spá greiningardeildar 2013-2015

Það er ekki nema eðlilegt að sú spurning vakni hvort horfur séu á að þessi öra fjölgun ferðamanna haldi áfram. Að okkar mati eru allar líkur á að svo sé, en því til grundvallar leggjum við uppfærða ferðamannspá greiningardeildar. Við spágerðina er notast við einfalt tölfræðilíkan á ársfjórðungsgrunni sem byggir á leitni og árstíðasveiflu síðasta áratugar, þó þannig að vigt nýrri mælinga sé meiri en eldri mælinga að teknu tilliti til þróunar gengis og eftirspurnar viðskiptalanda Íslands eftir innflutningi. Fjallað er nánar um líkanið í tölfræðiviðauka aftast í skýrslunni.

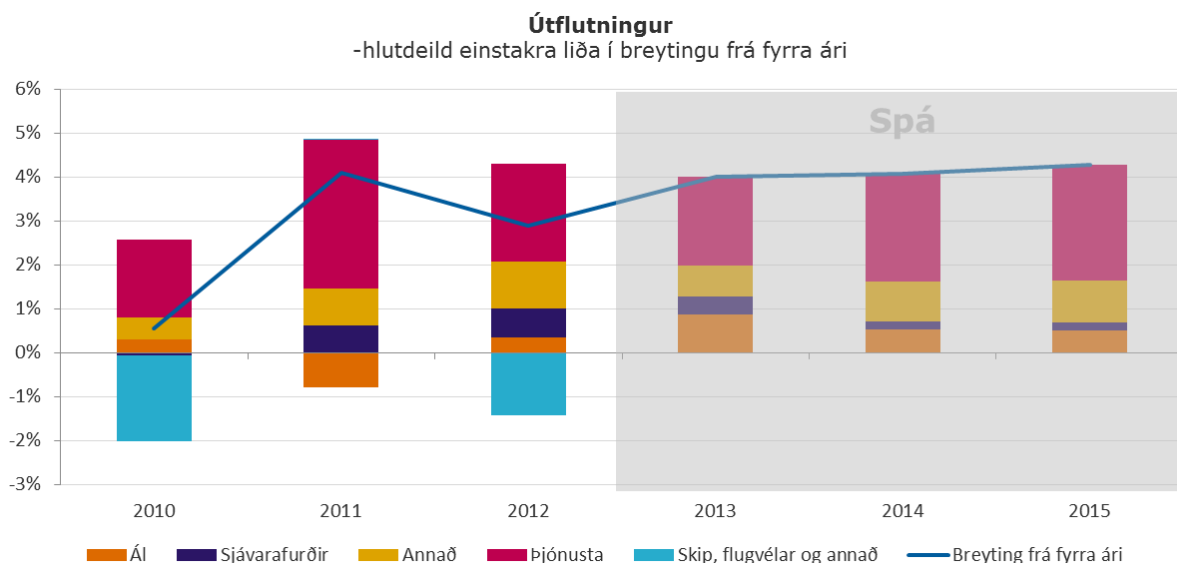
Grunnspá greiningardeildar gerir ráð fyrir því að um 747 þúsund manns sækji landið heim í ár, en þeim fjölgi í 809 þúsund á árinu 2014 og 876 þúsund á árinu 2015. Gangi spáin eftir nemur fjölgunin í ár um 15%, en 8% árin 2014-2015. Það merkir að ferðamenn verða tæplega 230 þúsund fleiri á árinu 2015 en þeir voru á síðasta ári, eða sem nemur um 36%. Það eru um 20 þúsund fleiri gestir á lokaári tímabilsins en spá greiningardeildar síðan í febrúar ráðgerði að myndu heimsækja landið. Vegast þar á annarsvegar mun fleiri gestir á fyrsta fjórðungi en við gerðum ráð fyrir, og hins vegar sterkara raungengi, sem gæti haft lítilsháttar neikvæð áhrif á komu ferðamanna þegar á líður.



### Mynd 6 - Grunnspá

Heimild: Ferðamálastofa, útreikningar greiningardeildar

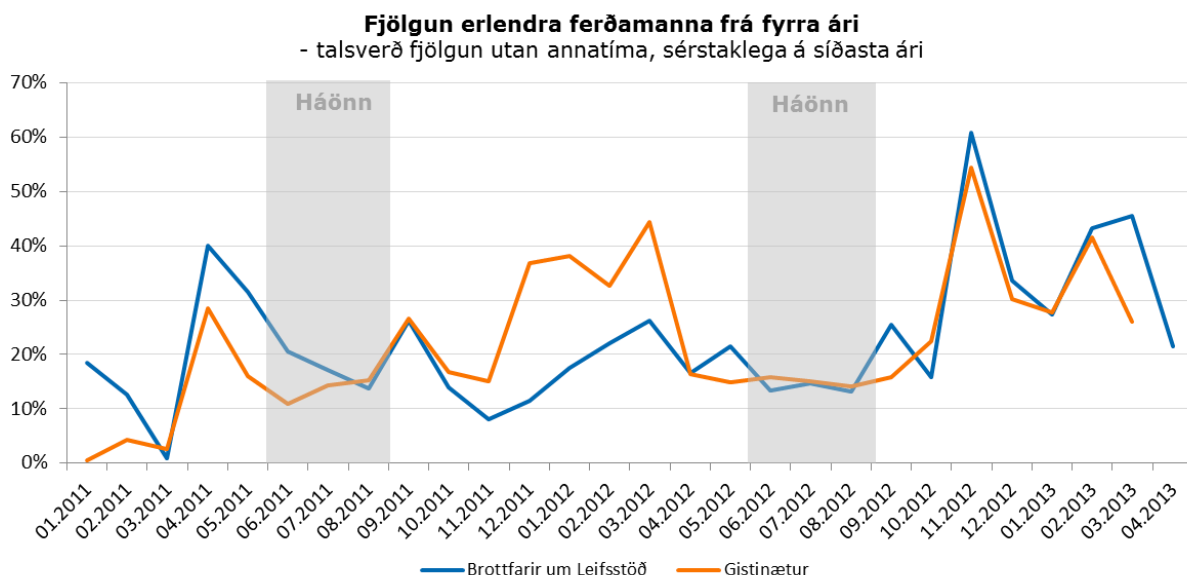
Þetta er í meginráttum í takt við þjóðhagsspá okkar síðan í apríl, en þá spáðum við því að þjónustuútflytningur yrði dráttarklárinn í nokkuð myndarlegum vexti heildarútflytninga á komandi árum.



Mynd 7

Heimild: Seðlabanki Íslands, spá greiningardeildar

Einn hugsanlegur skekkjuvaldur í spánni er sá að hún varpar þróun árána 2002-2012 inn í framtíðina, en undirliggjandi forsenda er þá að sama ferlið orsaki komur ferðamanna á öllu tímabilinu (t.d. að árstíðasveiflan sé nokkuð stöðug o.s.frv.). Hins vegar virðist margt benda til þess að kerfislæg breyting sé að verða í komum ferðamanna til Íslands. Breytingin felst öðru fremur í þeim mikla krafti sem hlaupið hefur í vöxt ferðamannageirans eftir gosið í Eyjafjallajökli 2010, en samhliða henni virðist landið óðum vera að sækja í sig veðrið sem áfangastaður vetrarferðamennsku. Fjölgun ferðamanna gæti því orðið enn meiri á spátímanum en við gerum ráð fyrir ef vetrarmánuðirnir verða áfram sterkir og árstíðasveiflan hopar.



Mynd 8

Heimild: Hagstofa Íslands, Ferðamálastofa

Ennfremur er ekki gert ráð fyrir að ráðist verði í viðbótarmarkaðsátak umfram það sem þegar er í framkvæmd, en áhrifa þess sem þegar hefur verið gert gæti út spátímann. Útgjöld til kynningarmála til viðbótar við þau sem þegar hefur verið varið gætu því aukið ferðamannastrauminn enn.



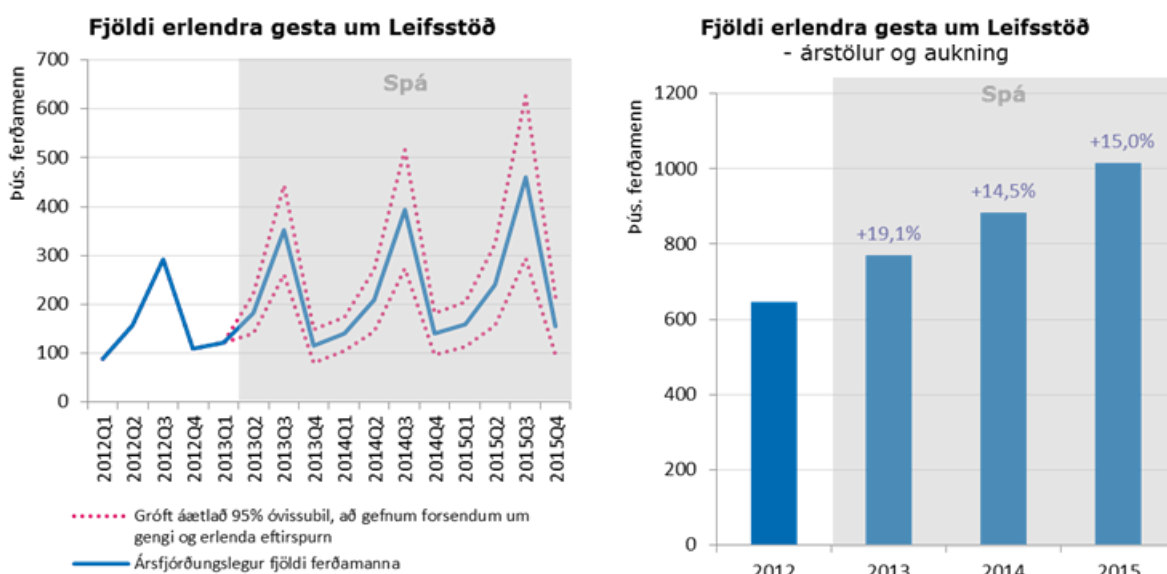
## Fráviksspár: Hafði eldgosið áhrif?

Fjölgun ferðamanna á Íslandi var meiri yfir árin 2011 og 2012 en nokkur önnur samliggjandi ár síðan mælingar hófust, eða um 40% samtals. Það bendir enda margt til þess að komur ferðamanna hafi tekið kerfislægum breytingum á þessum skamma tíma, en marka má upphaf breytinganna með gosinu í Eyjafjallajökli árið 2010.

Þá gerðust margir hlutir samtímis; fyrir það fyrsta beindust augu heimsins að Íslandi þegar umfjöllun um röskun flugumferðar vegna gjósku í háloftunum tröllreið heimsbyggðinni. Þótt gosið hafi þannig komið niður á ferðapjónustunni á árinu 2010 bendir ýmislegt til þess að það hafi hjálpað í framhaldinu. Sama ár var aukinn kraftur settur í kynningarsamstarf stjórnvalda og ferðapjónustunnar, fyrst undir merkjum markaðsáttaksins *Inspired by Iceland* og nú undir merkjum *Ísland – allt árið*. Til viðbótar hefur handfylli kvikmyndavera verið við tækur á alþjóðlegum stórmyndum hér á landi síðan sem enn hefur aukið við hróður landsins á erlendri grund, ekki síst því þekktir leikarar sem sótt hafa Ísland heim hafa ljáð aðdráttarafi þess máls á opinberum vettvangi. Sennilegast hefur veikt gengi ekki skemmt fyrir, þótt gengisáhrif séu ekki marktæk í neinu líkani sem við höfum metið og því sé það tæpast afgerandi þáttur.

Til þess að sporna við hættunni á skekkjum vegna kerfisbundinna breytinga á komum ferðamanna sem gætu hafa leitt af ofangreindum þáttum gerðum við tilraun til að meta nýtt spálíkan fyrir tímabilið eftir að eldgosið hófst (sjá nánar í viðauka). Þannig getum við spáð fyrir um hver fjölgun ferðamanna verður ef við gefum okkur að eldgos, markvisst kynningarstarf og önnur landkynning hafi aukið áhuga ferðamanna á áfangastaðnum Íslandi varanlega. Hér ber þó að athuga að mælingarnar sem lagðar eru til grundvallar tölfræðimatínu eru fáar, og óvissubilið því stórt.

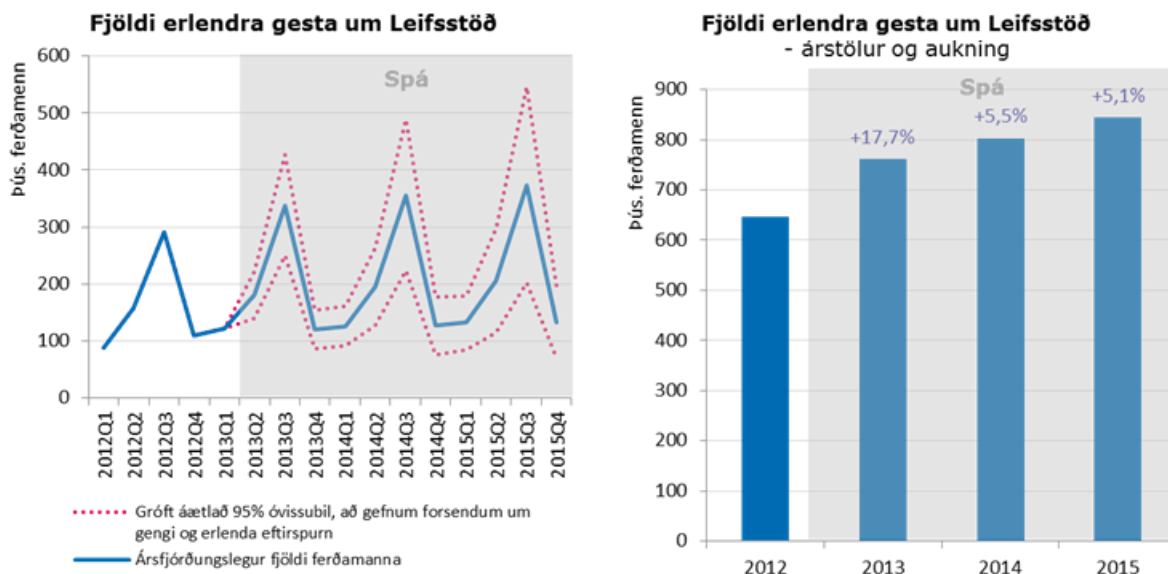
Slík fráviksspá gerir engu að síður ráð fyrir því að ferðamönnum muni fjölga í eina milljón og fimmtán þúsund betur strax á árinu 2015, en það er um 57% fjölgun á þremur árum.



### Mynd 9 – Háspá (með eldgosaáhrifum)

Heimild: Ferðamálastofa, útreikningar greiningardeildar

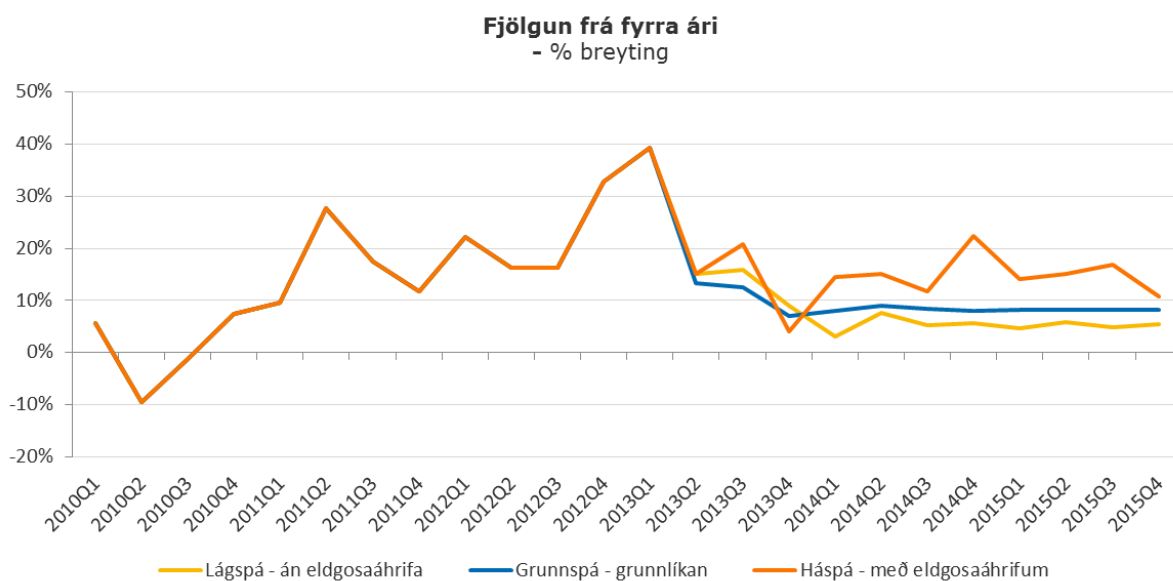
Ef við göngum hins vegar út frá því að eldgosaáhrifin hafi aðeins vakið athygli á landinu tímabundið, en ekki varanlega, breytist myndin. Á mynd 10 höfum við gefið okkur þá forsendu að eldgosaáhrifin deyi út frá og með þriðja fjórðungi þessa árs. Þá sést hvernig vöxturinn hægir verulega á sér þegar líður á tímabilið og verður nær því stigi sem var á árunum fyrir 2010, heldur en þeim ævintýrlega vexti sem sést hefur síðustu 2 ár.



**Mynd 10 – Lágspá (án eldgosaáhrifa)**

Heimild: Ferðamálastofa, útreikningar greiningardeildar

Með því að skoða spárnar þrjár saman, þ.e. grunnspána og fráviksspárnar með og án eldgosaáhrifa, er hægt að fá einhverja hugmynd um á hvaða bili fjölgun ferðamanna gæti legið.



**Mynd 11**

Heimild: Ferðamálastofa, útreikningar greiningardeildar

## Þolmörk ferðamennsku á Íslandi

Útbreidd kenning ferðamálafræðanna<sup>2</sup> felur í sér að ferðamannastaðir hafi ákveðinn líftíma, sem einkennist af stigvaxandi fjölgun ferðamanna þar til ákveðnum þolmörkum er náð, en eftir það fari ferðamönnum fækkandi sé ekkert að gert.

Þolmörkunum má skipta upp í flokka eftir þanþoli hvers áfangastaðar fyrir sig hvað varðar...

1. **...umhverfi** – hefur náttúran látið á sjá upp að því marki að það skemmi fyrir upplifun ferðamannsins?
2. **...innviði** – geta gistirými, samgöngur og afþreying þjónustað alla þá ferðamenn sem vilja sækja landið heim, eða eru flöskuhálsar til staðar?
3. **...samfélagslega þætti** – er fjöldi ferðamanna orðinn svo mikill að tekið er að þrengja að annaðhvort innfæddum eða ferðamönnum sjálfum?

Það er auðvelt að ímynda sér hvers vegna ferðamönnum fer fækkandi eftir að þolmörkum er náð. Ástæðan er sú að upplifun þeirra breytist til verri vegar. Þess vegna er mikilvægt að lönd sem vilja viðhalda sjálfbærri fjölgun ferðamanna til langframa hugleiði vel hvar þolmörk þeirra sem áfangastaða liggja, og hvað hægt sé að gera til að þenja út þolmörkin og/eða hamlar offjölgun ferðamanna. Hér að neðan verður gerð tilraun til að draga fram álitafni um þolmörk Íslands sem áfangastaðar á mismunandi sviðum til þess að nálgast svar við því hvort landið sé farið að nálgast þau.

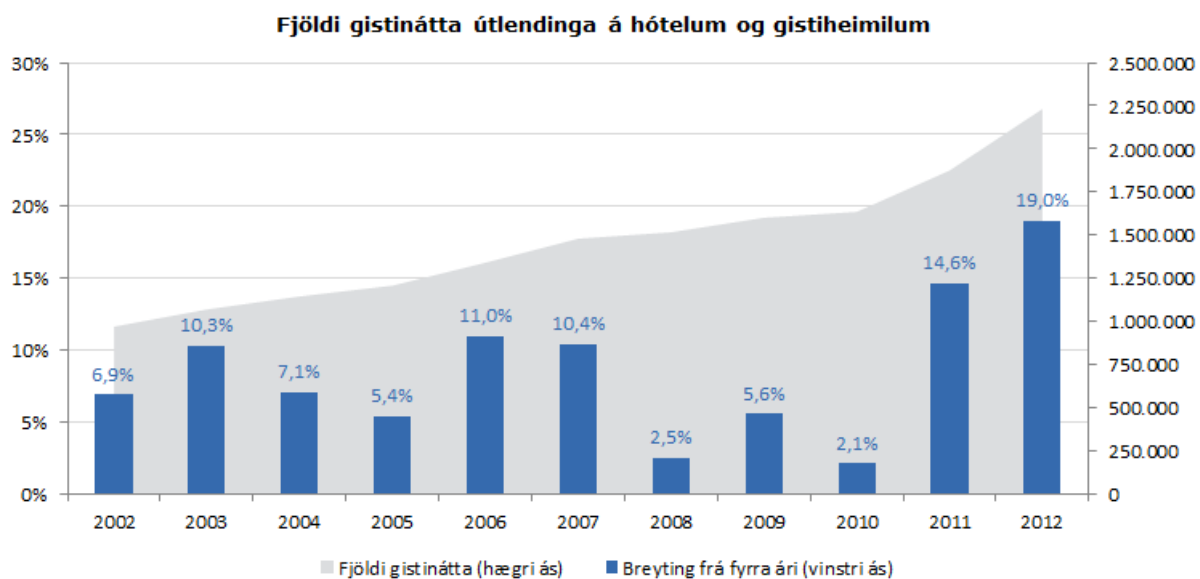
Þar sem þolmörk innviða eru einna hlutbundnust eru þau fyrst tekin til skoðunar í umfjöllun greiningardeildar. Að okkar mati eru þolmörk innviða mjög sveigjanleg hér á landi, en flest bendir til þess að ferðaðþjónustan sé fljót að fjárfesta í gistirými, samgöngum og afþreyingu og auka framboð þjónustu til að mæta fjölgun ferðamanna. Að öðru jöfnu eru því fáir hlutbundnir flöskuhálsar sjáanlegir. Hins vegar gæti ferðamennska hér á landi verið farin að nálgast þolmörk náttúru og samfélags – allavega á ákveðnum svæðum.

### Þolmörk innviða

Það liggur í augum uppi, að ef trekkja skal til landsins síaukinn fjölda ferðamanna þarf ferðaðþjónustan að vera í stakk búin til að taka á móti öllu þessu fólki – t.d. þarf að vera nóg til af gistirými, rútum, bílaleigubílum, afþreyingarfyrirtækjum o.s.frv. Sú sprenging sem verið hefur í komu ferðamanna til landsins hefur skilað sér í mikilli aukningu gistinátta erlendra ferðamanna á hótélum og gistiheimilum. Aldrei hefur fjöldi gistinátta erlendra ferðamanna á hótélum og gistiheimilum verið meiri en árið 2012, en alls töldu þær um 2,2 milljón, sem er 19% aukning frá fyrra ári. Tölur fyrir fyrsta ársfjórðung 2013 sýna 31% aukningu í gistináttum erlendra ferðamanna á hótélum (ekki eru fánleg gögn um gistinætur á gistiheimilum að svo stöddu) miðað við sama tíma í fyrra og bendir því allt til þess að enn eitt metárið sé í uppsiglingu.

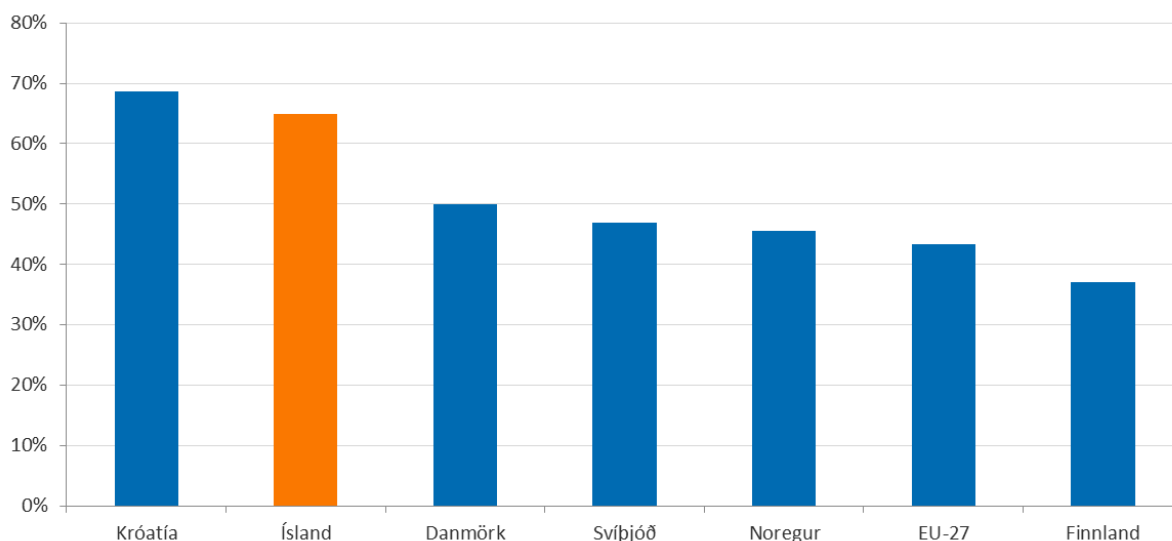
Líkt og sést á mynd 12 hefur gistináttum erlendra ferðamanna á hótélum og gistiheimilum fjölgað mikið undanfarinn áratug. Sérstaklega öflugur vaxtakippur hefur komið til undanfarin tvö ár, en aukningin nemur um 36%. Þessa miklu aukningu má einkum rekja til mikils vaxtar í fjölda erlendra ferðamanna á sama tímabili.

<sup>2</sup> Sjá The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources e. Butler (1980)

**Mynd 12**

Heimild: Hagstofa Íslands

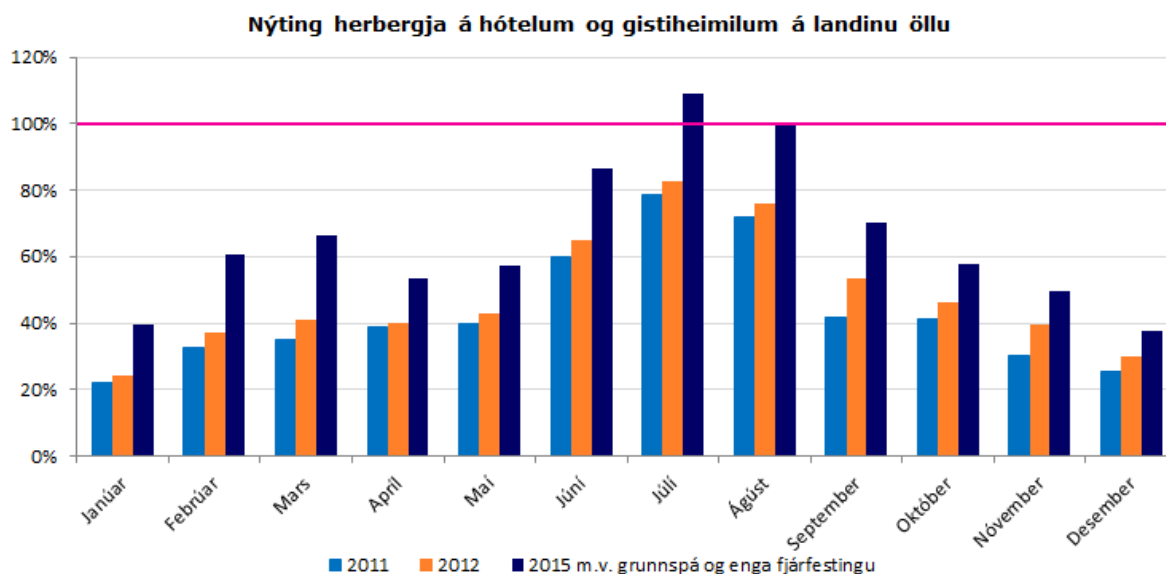
Að jafnaði er meira en nóg svigrúm til að mæta fjölgun ferðamanna, sérstaklega utan háannarinnar í júní, júlí og ágúst. Er það afleiðing mikillar árstíðarsveiflu er einkennir rekstur ferðapjónustu á Íslandi. Því fer fjarri að Ísland sé eina landið sem standi frammi fyrir slíku mynstri í komu ferðamanna, þ.e. mun fleiri ferðamenn leggja leið sína til landsins yfir sumarmánuðina heldur en aðra mánuði ársins, en árstíðarsveiflan hér á landi er þó töluvert meiri en þekktist á hinum Norðurlöndunum. Árstíðarsveiflan dregur úr nýtingu gistirýmis, sem og annars fjármagns í greininni, þar sem eftirspurn eftir slíkum þáttum er dræm yfir lágönnina og jaðartímann. Þannig standa mörg gistirými nærri auð yfir vetrartímann en anna varla eftirspurn yfir hásumarið.

**Hlutfall heildargistinátta á þremur annasömustu mánuðum ársins 2009****Mynd 13**

Heimild: Efnahags- og nýsköpunarráðuneyti

Gangi spá greiningardeildar um fjölgun ferðamanna eftir er ljóst að hótél og gistiheimili sprengja utan af sér yfir hásumarið 2015, ef ekki kemur til neinnar fjárfestingar. Þó ber að athuga að fræðilega væri hægt að taka á móti miklum fjölda ferðamanna án aukinnar fjárfestingar, líkt og sést á hinum mikla fjölda vannýtttra gistirýma utan háannarinnar, að því gefnu að það tækist að

draga úr árstíðarsveiflunni. Markvissar aðgerðir til þess að draga úr árstíðarsveiflunni munu bæta nýtingu fjármagns í ferðaþjónustu, auka þannig við hagkvæmni hennar og arðsemi og auðvelda greininni að taka á móti auknum fjölda ferðamanna. Þannig gæti betri nýting á núverandi fjármunum komið í staðinn fyrir aukna fjárfestingu.

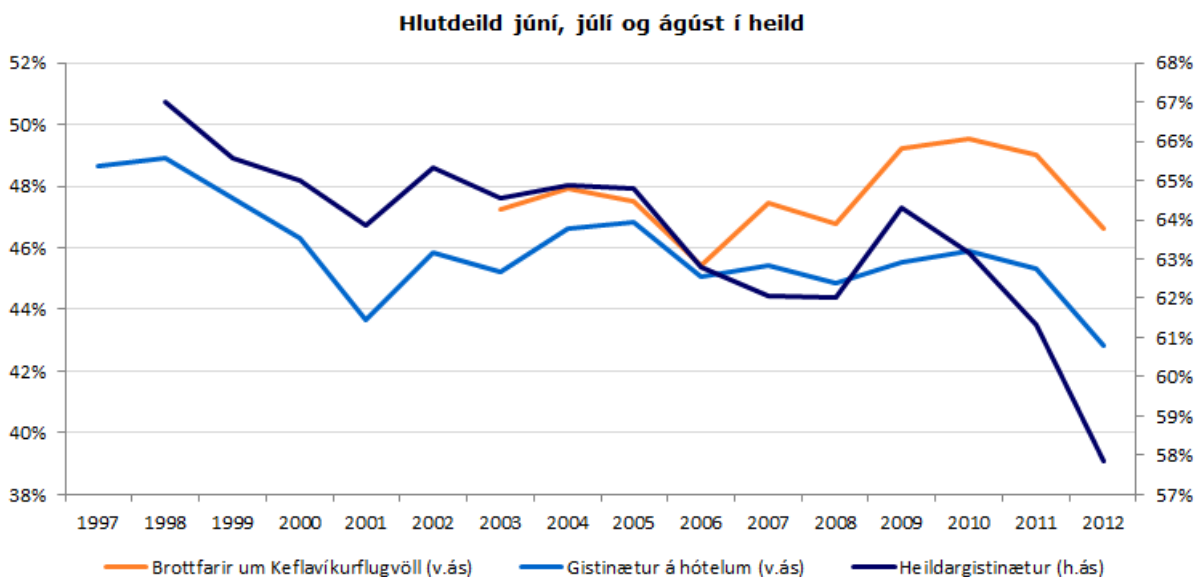


**Mynd 14**

Heimild: Hagstofa Íslands, útreikningar greiningardeildar

Að okkar mati stendur íslensk ferðaþjónusta því frammi fyrir tvenns konar áskorunum sem gætu í senn stuðlað að betri nýtingu fjármuna og dregið úr hættunni á að ferðamenn sprengi af sér innviði greinarinnar.

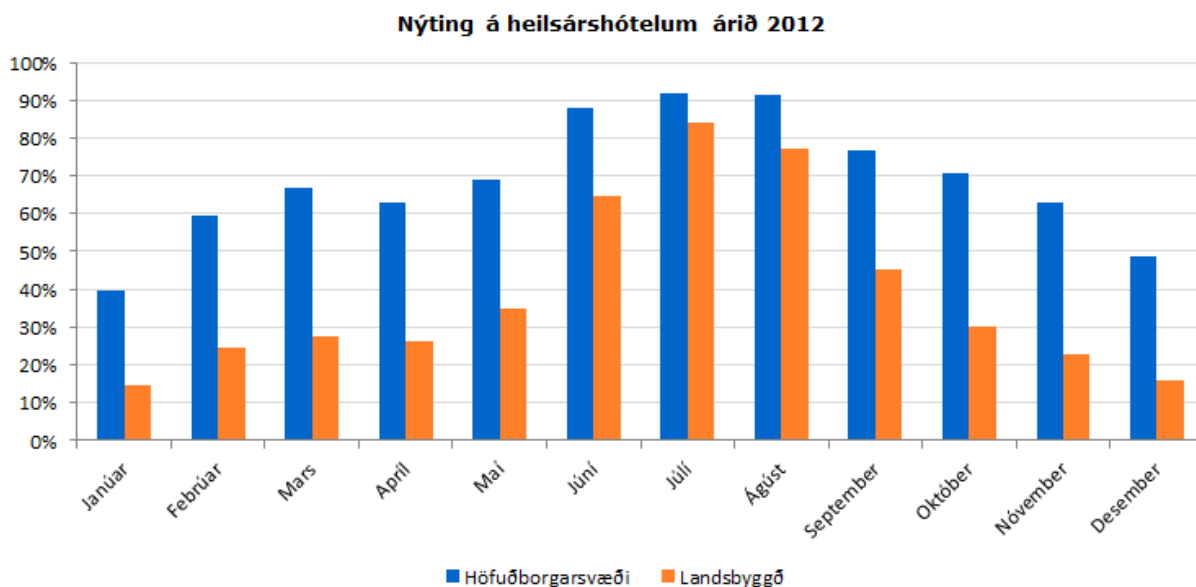
- **Í fyrsta lagi þarf að dreifa ferðamönnum betur í tíma.** Þessu þarf að ná fram með því að draga úr árstíðarsveiflu í komu ferðamanna til landsins og breyta vetrartímanum í ferðamannatímabil. Þarf það sjónarmið að vera ríkjandi í allri vöruþróun og markaðsvinnu ferðaþjónustunnar, en þegar hafa verið stigin stór skref í rétta átt í þessum efnum, t.d. með áttakinu *Ísland – allt árið* og fjölda viðburða utan háannarinnar á borð við Iceland Airwaves, Hönnunarmars, Rainbow Reykjavík o.fl. Ljóst er að þessi skref hafa borið árangur, því árstíðarsveiflan hefur verið á hægu undanhaldi síðastliðin ár á flesta mælikvarða. Árið 2012 var hlutdeild júní, júlí og ágúst í heildargistináttum komin niður í 58% og hefur hún ekki verið lægri frá því að mælingar hófust hér á landi.



**Mynd 15**

Heimild: Hagstofa Íslands, Ferðamálastofa

- Í öðru lagi þarf að dreifa ferðamönnum betur í rúmi.** Dreifing gistinátta<sup>3</sup> er mun jafnari á höfuðborgarsvæðinu heldur en landsbyggðinni; rúmlega tveir þriðju allra gistinátta á landsbyggðinni árið 2012 voru yfir sumarmánuðina en á höfuðborgarsvæðinu var sama hlutfall 37%. Mikil árstíðarsveifla á landsbyggðinni gerir það að verkum að gistirými þar nýtist verr en ella. Þannig er mikið svigrúm á landsbyggðinni til að mæta fjölgun ferðamanna án verulegrar fjárfestingar sem akkur er í að virkja betur. Ef litið er á nýtingu á heilsárshótélum þá hefur hún batnað lítillega síðastliðin tvö ár, bæði á landsbyggðinni sem og höfuðborgarsvæðinu. Helst sú þróun í hendur við hægfara minnkun í árstíðarsveiflu, hvar sem er á landinu. Þá má ljóst vera af mynd 20 að sumar náttúruperlur eru tiltölulega lítið heimsóttar í samanburði við aðrar, en með því að auka áhuga á þeim væri hægt að létta álagi af vinsælli svæðum.

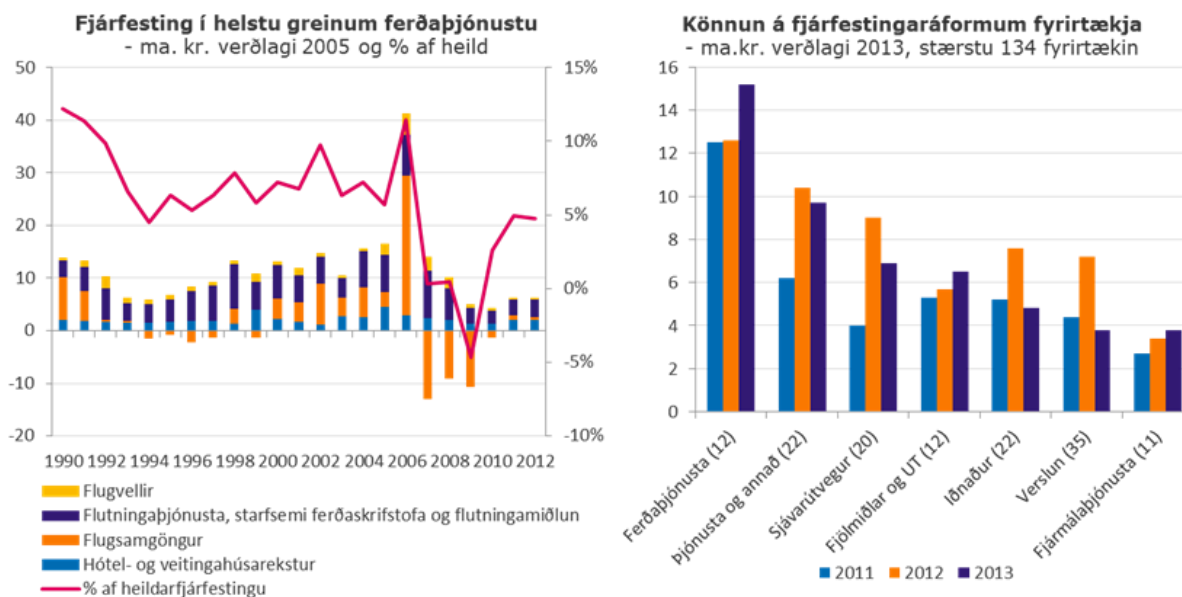


**Mynd 16**

Heimild: Hagstofa Íslands

<sup>3</sup> Gistinætur á hótélum og gistiheimilum

Líkt og sést á mynd 17 hefur umtalsverð fjárfesting átt sér stað í ferðaþjónustunni undanfarin tuttugu ár, en ef marka má könnun Seðlabankans á fjárfestingaráformum fyrirtækja eru viðlíka fjárfestingar og í ferðaþjónustunni ekki fyrirhugaðar meðal stærstu fyrirtækja í nokkurri annarri grein á árinu.



Mynd 17

Heimild: Hagstofa Íslands, Seðlabanki Íslands

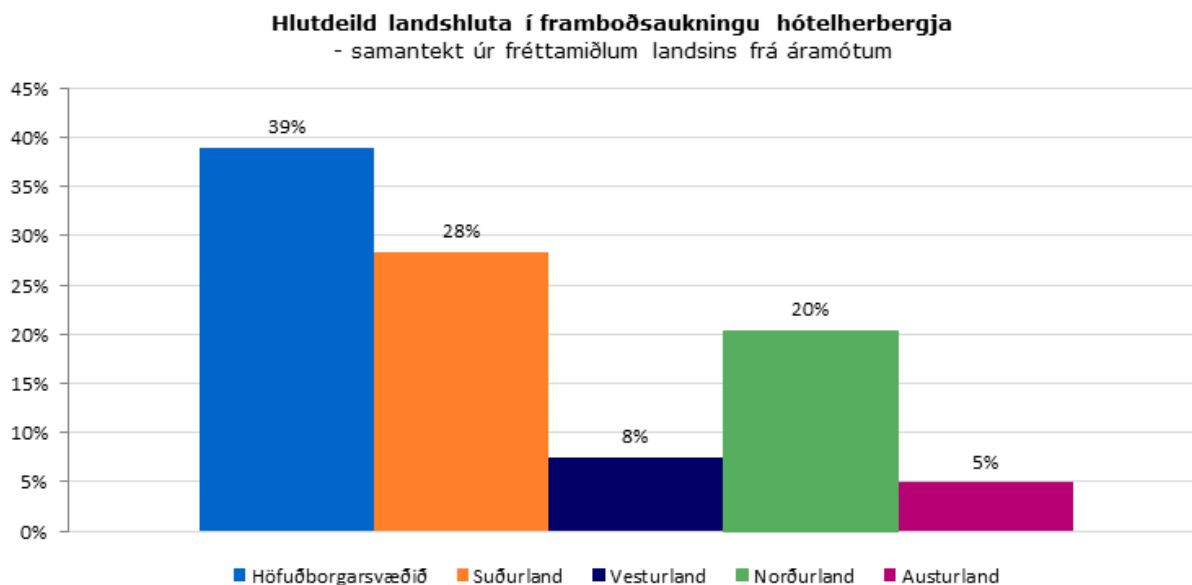
Það gefur auga leið að ef nýting á fjármagni greinarinnar batnar ekki (eða m.ö.o. ef það tekst ekki að draga úr árstíðarsveiflum) þá eru auknar fjárfestingar í ferðaþjónustunni nauðsynlegar ef taka á við enn fleiri ferðamönnum, þ.e.a.s ef spá greiningardeildar gengur eftir. Ef miðað er við ársnýtingu og meðaldvalarlengd síðustu ára þarf um 2.000 gistirúm á hótelum og gistiheimilum til að mæta fjölgun ferðamanna um 100 þúsund. Ef okkar spá gengur eftir, og ferðamönnum fjölgar um 230 þús. til ársins 2015, mun þurfa um 4.700 gistirúm á landsvísu á næstu þremur árum (hér er ekki tekið tillit til dreifingar þeirra um landið) til að mæta þeim miðað við núverandi nýtingu og dvalarlengd á hótelum/gistiheimilum – en töluvert færri ef nýtingin batnar, t.d. með aukinni vetrarferðamennsku.

| Fjöldi gistirúma sem nægir til að þjónusta 100.000 ferðamenn á ári |    |        |       |       |       |       |       |       |       |
|--|----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| -eftir meðalfjölda gistinátta og meðalnýtingu yfir árið            |    |        |       |       |       |       |       |       |       |
|  |    | Nýting |       |       |       |       |       |       |       |
|  |    | 100%   | 90%   | 80%   | 70%   | 60%   | 50%   | 40%   | 30%   |
| Meðalfjöldi gistinátta   | 1  | 274    | 304   | 342   | 391   | 456   | 547   | 684   | 913   |
|  | 2  | 547    | 608   | 684   | 782   | 913   | 1.095 | 1.369 | 1.826 |
|  | 3  | 821    | 913   | 1.027 | 1.174 | 1.369 | 1.643 | 2.054 | 2.739 |
|  | 4  | 1.095  | 1.217 | 1.369 | 1.565 | 1.826 | 2.191 | 2.739 | 3.653 |
|  | 5  | 1.369  | 1.522 | 1.712 | 1.956 | 2.283 | 2.739 | 3.424 | 4.566 |
|  | 6  | 1.643  | 1.826 | 2.054 | 2.348 | 2.739 | 3.287 | 4.109 | 5.479 |
|  | 7  | 1.917  | 2.130 | 2.397 | 2.739 | 3.196 | 3.835 | 4.794 | 6.392 |
|  | 8  | 2.191  | 2.435 | 2.739 | 3.131 | 3.653 | 4.383 | 5.479 | 7.305 |
|  | 9  | 2.465  | 2.739 | 3.082 | 3.522 | 4.109 | 4.931 | 6.164 | 8.219 |
|  | 10 | 2.739  | 3.044 | 3.424 | 3.913 | 4.566 | 5.479 | 6.849 | 9.132 |

Tafla 1

Heimild: Útreikningar greiningardeildar

Samkvæmt úttekt greiningardeildar á fréttamiðlum landsins frá áramótum eru mörg verkefni í pípunum, og bendir allt til þess að framboð á gistirými eigi eftir að aukast á næstu árum. Sé tekið mið af frásögn fréttamiðla má gera ráð fyrir að hótélherbergjum fjölgi um rúmlega 2.000 á næstu misserum. Framboðsaukningin er ekki bundin við höfuðborgarsvæðið, þvert á móti, þar sem miklar framkvæmdir eru komnar á stað, eða fyrirhugaðar, víðs vegar um landið. Sé fyrirhuguðum hótélbyggingum skipt niður á landsvæði er ljóst að höfuðborgarsvæðið og Suðurland eiga stærstu hlutdeildina, en rúmir tveir þriðju nýrra hótélherbergja munu rísa á þeim svæðum – ef marka má þau fjárfestingaráform sem ratað hafa í fjölmiðla.



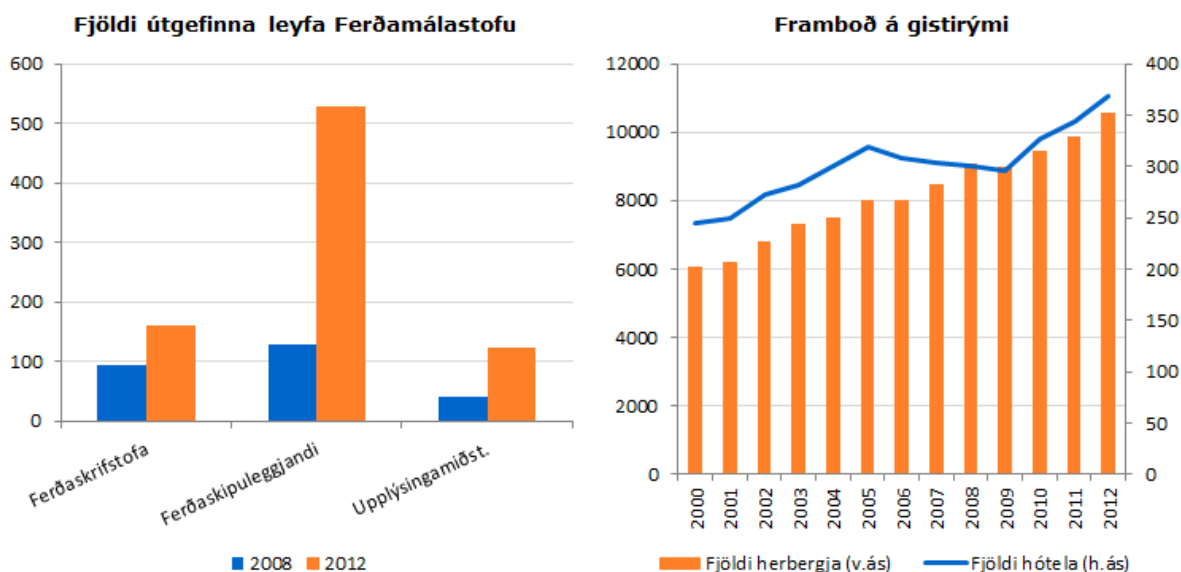
#### Mynd 18

Heimild: Fréttamiðlar landsins

Sú fjölgun ferðamanna sem verið hefur á síðastliðnum árum setur talsverða pressu á markaðinn til að bregðast snarlega við svo hægt sé að taka á móti öllu þessu fólki. Flest allt bendir til þess að markaðurinn sé sveigjanlegur og mæti aukinni eftirspurn hratt, hvort sem horft er til afþreyingar eða gistingar.

Fjöldi ferðapjónustuaðila hefur margfaldast frá árinu 2008 samhliða fjölgun ferðamanna. Fjöldi útgefina leyfa Ferðamálastofu hefur aukist úr 261 árið 2008 í 811 árið 2012. Mest hefur aukningin verið í útgáfu ferðaskipuleggjendaleyfa, en útgáfa þeirra hefur fjórfaldast frá árinu 2008. Sömu sögu er að segja af framboði á gistirými, sem hefur stórukist undanfarin ár. Framboð gistirýmis tók við sér árið 2010 eftir að hafa dregist nokkuð saman árið áður í kjölfar efnahagsþrenginga. Frá árinu 2009 hefur hótélum fjölgað um 24% á meðan herbergjum hefur fjölgað um 17%.





Mynd 19

Heimild: Nýsköpunar- og atvinnuvegaráðuneytið, Hagstofa Íslands

Í ljósi þess hve mikið vannýtt svigrúm er til staðar í innviðum ferðaþjónustunnar, einkum þegar kemur að gistirými, og þess hve ferðaþjónustan bregst hratt og örugglega við auknum fjölda ferðamanna, teljum við litlar líkur á því að þolmörkum innviða verði náð í bráð – ef frá eru taldir stöku dagar þegar umferð dags gesta frá skemmtiferðaskipum er með mesta móti. Þvert á móti virðast innviðir ferðaþjónustunnar vera mjög sveigjanlegir og þenjanlegir og laga sig hratt að markaðsaðstæðum með auknum fjárfestingum og þjónustuframboði þegar ferðamönnum fjölga. Lykillinn að hagkvæmri nýtingu fjármuna og aukinni arðsemi gæti engu að síður legið í því að dreifa komum ferðamönnum betur í tíma og rúmi.

### Þolmörk náttúru og ferðamanna sjálfra

Þrátt fyrir að við höfum litlar áhyggjur af þolmörkum innviða horft fram á veginn, gegnir öðru máli um þolmörk náttúru og samfélags. Að vísu er mun erfiðara að mæla þessi þolmörk, en vísbendingar eru um að á vissum landsvæðum sé neikvæðra áhrifa þegar tekið að gæta sökum ásóknar ferðamanna. Takmarkað er til af gögnum til að meta þolmörk náttúrunnar. Hér að neðan er stuðst við eldri kannanir (allt frá árinu 2000) sem hugsanlega endurspeglar ekki eins vel stöðuna í dag, einkum þar sem talsverðar breytingar hafa orðið í greininni á síðustu árum.

Dreifing ferðamanna yfir landið er mjög ójöfn og verða vinsælustu ferðamannastaðirnir fyrir mun meiri ágangi en aðrir, til að mynda fóru þrír af hverjum fjórum erlendum ferðamönnum Gullna hringinn sumarið 2011.

Hvaða landssvæði og staði heimsóttu erlendir ferðamenn sumarið 2011?

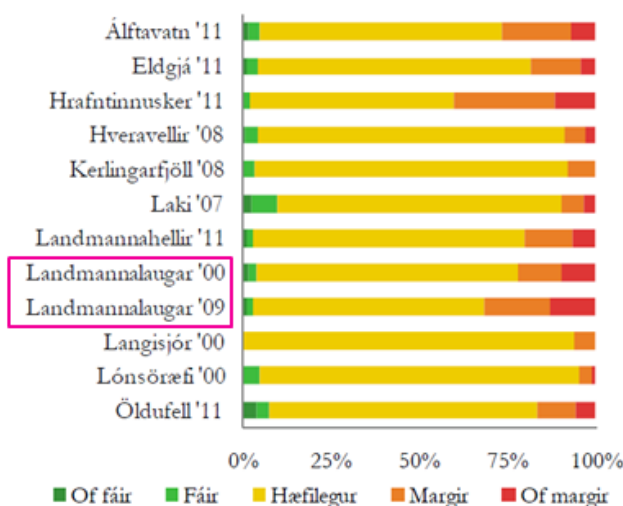
| Reykjanes                        | 46,6%        | Norðurland                 | 41,8%        | Suðurland                   | 72,0%        |
|----------------------------------|--------------|----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
| Reykjanesbær                     | 21,3%        | Akureyri                   | 42,2%        | Þingvellir/Geysir/Gullfoss  | 72,0%        |
| Reykjanesviti/Gunnuhver ofl.     | 14,7%        | Mývatn                     | 42,1%        | Vík                         | 52,4%        |
| <b>Vesturland</b>                | <b>45,0%</b> | Húsavík                    | 32,3%        | Skafafell                   | 47,6%        |
| Snæfellsnesþjóðgarður            | 30,9%        | Ásbyrgi/Dettifoss          | 30,9%        | Skógar                      | 45,3%        |
| Borgarfjörður                    | 23,7%        | Skagafjörður               | 17,6%        | Hornafjörður                | 20,5%        |
| Stykkishólmur/Breiðafjarðareyjar | 18,9%        | Hvammstangi/Hvítserkur     | 11,5%        | Vestmannaeyjar              | 14,1%        |
| Búðardalur - Dalir               | 9,7%         | Melrakkaslétta/Þórshöfn    | 4,0%         | Eyrarbakki                  | 13,7%        |
| <b>Vestfirðir</b>                | <b>13,9%</b> | <b>Austurland</b>          | <b>32,2%</b> | <b>Hálendið</b>             | <b>36,3%</b> |
| Ísafjörður                       | 11,1%        | Egilsstaðir/Hallormsstaður | 27,5%        | Landmannalaugar             | 23,4%        |
| Hólmavík/Strandir                | 8,8%         | Seyðisfjörður              | 20,2%        | Þórsmörk                    | 13,5%        |
| Látrabjarg                       | 6,7%         | Djúpivogur                 | 15,5%        | Kjölur (þ.m.t. Hveravellir) | 12,4%        |
| Arnarfjörður/Dynjandi            | 6,6%         | Borgarfjörður eystri       | 7,6%         | Herðubreiðalindir/Askja     | 7,2%         |
|                                  |              | Neskaupsstaður/Norðfjörður | 6,4%         | Kárahnjúkar/Snæfell         | 5,7%         |
|                                  |              |                            |              | Sprengisandur               | 4,8%         |

Mynd 20

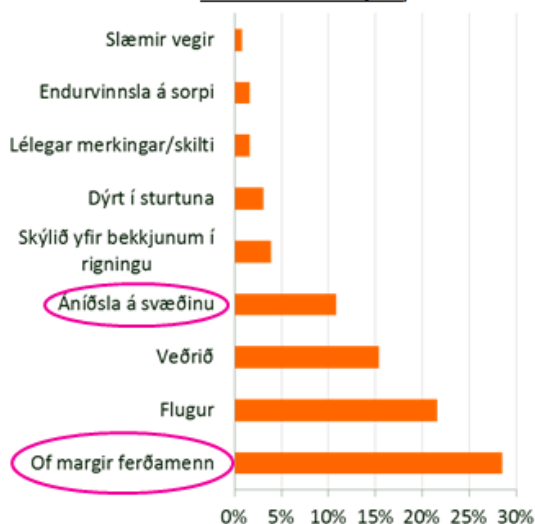
Heimild: Ferðamálastofa

Samkvæmt könnunum Ferðamálastofu Íslands er einstæð náttúra helsta aðdráttarafli landsins, en 80% ferðamanna sem heimsóttu landið sumarið 2011 og tóku þátt í könnun Ferðamálastofu sögðu að íslensk náttúra hefði haft mikil áhrif á ákvörðunina um að ferðast til Íslands. Meirihluti þeirra var einnig sammála um að styrkleiki Íslands í ferðaþjónustu lægi í náttúrunni. Örfæin hafa einkum lokkandi áhrif en aðdráttarafli þeirra felst einna helst í kyrrð og fámenni. Sennilegast eru því þolgæði ferðamanna gagnvart hver öðrum minni eftir því sem áfangastaður þeirra hefur frekar á sér ímynd óbyggða. Með aukinni ásókn ferðamanna á vissa staði getur mannmergð og áníðsla dregið úr eiginleikum þeirra og laskað ímynd. Slíkt getur í versta falli endað með því að fjölgun ferðamanna breytist í fækkun og fótum ferðaþjónustunnar verði kippt undan henni. Nú þegar eru teikn á lofti um að á ákveðnum svæðum séu ferðamenn bæði farnir að spilla náttúrunni og upplifuninni hver fyrir öðrum, eins og sjá má á mynd 21, þótt sennilegast sé heilt yfir ekki um alvarlegan vanda að ræða – a.m.k. enn sem komið er.

Fjöldi ferðamanna almennt  
- viðhorf erlendra ferðamanna



Varðst þú fyrir vonbrigðum með eitthvað í Landmannalauquum, 2009?



Mynd 21

Heimild: Anna Dóra Sæþórsdóttir, *Er þolmörkum náð á vinsælum ferðamannastöðum? og Ferðamennska á miðhálandi Íslands: Staða og spá um framtíðarhorfur*

## Gjaldtaka við ferðamannastaði

Gjaldtaka er dæmi um mögulega lausn á ofangreindu vandamáli, þar sem hún getur dregið úr ágangi og aflað fjár til uppbyggingar ferðamannasvæða sem aukið getur þanþol þeirra. Hægt er að haga gjaldtöku með mismunandi hætti.

Sem stendur fer sértæk opinber gjaldtaka af ferðamönnum einkum fram með gistináttaskatti, sem nemur 100 krónum á selda gistinótt. Hún hefur þann kost að vera einföld í framkvæmd og innheimtu. Hins vegar er hún ólíkleg til að draga verulega úr ágangi ferðamanna, auk þess sem hún leggst jafnt á alla – burt séð frá greiðsluvilja og hvort þeir valdi náttúrunni skaða eða séu öðrum ferðamönnum til ama. Til dæmis greiðir ráðstefnugestur í Reykjavík sem aldrei fer út fyrir borgarmörkin jafnmikið og ferðalangur sem eyðir öllum tíma sínum á landinu í jeppaferðum á öræfum – að því einu gefnu að þeir gisti jafnlengi í skráðu gistirými. Þá leggst gjaldtakan hlutfallslega þyngra á gjaldendur eftir því sem þeir gista í ódýrara gistirými.

Önnur leið væri sú að rukka beint fyrir aðgang að ákveðnum svæðum eða náttúruperlum, annaðhvort með beinum aðgangseyri eða útgáfu e.k. passa eða skírteina. Þótt eftirfylgni og framkvæmd slíkrar gjaldtöku sé bæði flóknari og kostnaðarsamari en almenn gjaldtaka hefur hún marga kosti í för með sér. Einn helsti kosturinn við svæðisbundna gjaldtöku af slíku tagi er sá að hægt er að stjórna hversu há gjaldtakan er eftir vinsældum svæðisins og eftir árstíðum. Þannig endurspeglar gjaldtakan betur þann kostnað sem ferðamaður veldur náttúrunni og öðrum ferðalöngum með heimsókn sinni, en hann er að öðru jöfnu meiri eftir því sem átroðningur á svæði er meiri. Gjaldtakan er í þeim skilningi hagkvæmari. Með því móti er jafnframt komið tæki til aðgangsstýringar inn á svæði sem dregur úr ótæpilegum ágangi og fjölmenni á vinsælustu svæðum og beinir umferð inn á svæði og árstíma sem þola betur fjölgun ferðamanna.

Svipaða tillögu er m.a. að finna í tillögupakka sem vinnuhópur sérfræðinga kynnti á fundi Samráðsvettvangsins um aukna hagsæld fyrr á árinu<sup>4</sup>. Þá hefur Ferðamálastofu jafnframt verið falið að skoða mögulegar gjaldtökuleiðir á ákveðnum ferðamannastöðum.

## Tekjur af aðgangseyri

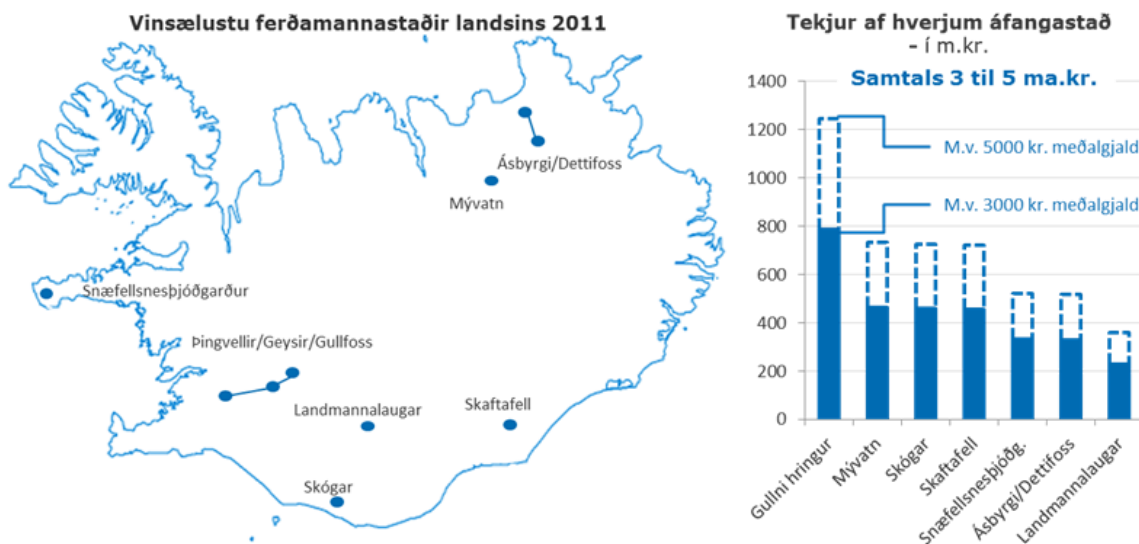
Greiningardeild hefur lagt mat á hugsanlegar tekjur af slíku gjaldi að gefnum ákveðnum forsendum. Við leggjum áherslu á að varast beri að líta á forsendurnar sem tillögur enda eru þær eingöngu hugsaðar til þess að auðvelda útreikninga miðað við þær takmörkuðu rannsóknir sem liggja fyrir á ferðamennsku á Íslandi. Þá ber jafnframt að geta þess að forsendurnar eru frekar varfærnar en ekki.

Við ímyndum okkur að aðgangseyrir verði rukkaður að þeim sex áfangastöðum sem þriðjungur eða fleiri erlendir ferðamenn heimsóttu sumarið 2011, og kalla mætti vinsælustu ferðamannastaði landsins, að viðbættum Landmannalaugum – en í raun þyrfti að rannsaka mun betur hvort átroðningur sé raunverulegt vandamál á þessum svæðum áður en ákveðið væri hvort og hversu háan aðgangseyri væri hagkvæmt að rukka. Við gerum ráð fyrir að aðgangseyrir sé eingöngu rukkaður að sumri til (júní, júlí og ágúst), hann leggist jafnt á Íslendinga og útlendinga og að hver ferðamaður heimsæki að jafnaði þrjá þessara áfangastaða. Við gefum okkur jafnframt að verðteygni eftirspurnar<sup>5</sup> sé -1,23, sem er í samræmi við niðurstöður Blake og Cortes-Jiménez<sup>6</sup> um verðteygni sumarleyfisferðalanga. Á myndinni hér á næstu síðu má sjá mat á bili þeirra tekna sem gjaldtaka að upphæð 3.000 til 5.000 krónum á hverjum áfangastað myndi skila m.v. fjölda sumarferðalanga árið 2012 að gefnum þessum forsendum, en gjaldtaka á því bili myndi draga úr umferð ferðalanga um sem nemur 5-10% og skila í heild um 3-5 mö.kr.

<sup>4</sup> <http://samradsvettvangur.is/>

<sup>5</sup> Mælikvarði á það hversu viðkvæmir neytendur eru fyrir verðbreytingum. Gert er ráð fyrir að eigið verð vörunnar „sumarfrí á Íslandi“ jafngildi meðalútgjöldum ferðamanna sumarið 2012.

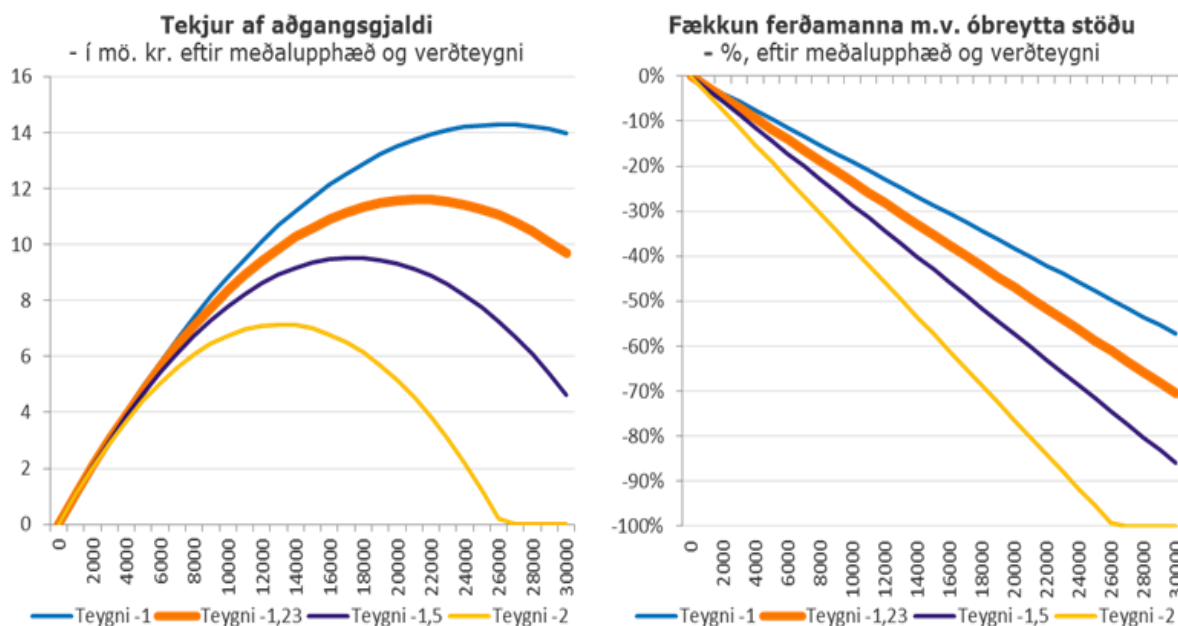
<sup>6</sup> Sjá The Drivers of Tourism Demand (2007).



**Mynd 22**

Heimild: Útreikningar greiningardeildar, Ferðamálastofa

Á mynd 23 má sjá eins konar næmisgreiningu sem sýnir bæði heildartekjur og samdrátt í umferð ferðalanga miðað við það sem ella væri, að gefnum mismunandi forsendum um meðalupphæð gjaldsins að þessum ferðamannastöðum og verðteygni. Líkt og sjá má væri sennilegast hæglega hægt að afla mun meiri tekna með gjaldtöku af þessum toga en við gerum ráð fyrir í okkar forsendum hér að ofan, en það er alls ekki sjálfgefið að slíkt væri fýsilegt vegna höggsins sem hætt er við að greinin í heild verði fyrir vegna fækkunar ferðamanna.



**Mynd 23**

Heimild: Útreikningar greiningardeildar, Ferðamálastofa

Ekki er ljóst hver er hagkvæmasta skipting teknanna, en ef vilji stendur til að eyrnamerkja tekjurnar sérstaklega teljum við nokkra kosti koma til álita.

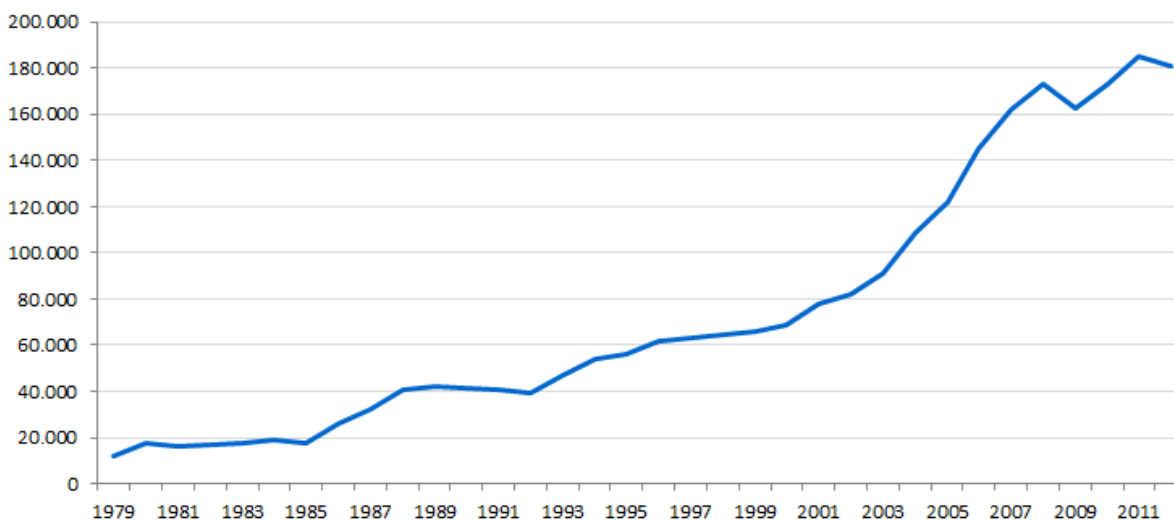
1. Augljóslega yrði hluta þeirra varið til uppbyggingar á svæðunum sjálfum, t.d. fjárfestingar í salernis- og hreinlætisaðstöðu, stígum, útsýnispöllum o.fl.

2. Við teljum vert að skoða hvort álitlegt væri að verja einhverjum hluta teknanna í markaðssetningu á erlendri grundu eða önnur verkefni sem væru ferðapjónustunni allri til hagsbóta. Markaðssetning einstakra fyrirtækja erlendis er ákveðnum vandkvæðum bundin vegna þess hve auglýsingar hafa mikil jákvæð ytri áhrif – m.ö.o. hagnast fleiri á landkynningu en aðeins fyrirtækið sem greiðir fyrir auglýsinguna, og því er hætt við að ferðapjónustan auglýsi minna en hagkvæmt getur talist. Með því að greiða fyrir almenna landkynningu úr sameiginlegum sjóðum væri hægt að vinna gegn því vandamáli, en með sameiginlegu markaðsstarfi stjórnvalda og ferðapjónustunnar, *Inspired by Iceland og Ísland allt árið*, hefur þegar verið stigið stórt skref í rétta átt.
3. Hægt væri að veita auknu fé í gagnasöfnun, rannsóknir og nýsköpun í ferðapjónustu.
4. Hluta teknanna væri hugsanlega hægt að verja til uppbyggingar og markaðssetningar á öðrum ferðamannasvæðum og stuðla þar með að dreifingu ferðamanna um landið.
5. Hluta teknanna mætti nota til þess að fjármagna annan rekstur hins opinbera (t.d. til þess að endurskoða aðrar álögur á greinina), en þar með fengi eigandi náttúruperlanna greidda rentu fyrir afnot ferðamanna af auðlindinni. Séu náttúruperlur staðsettur á landi í einkaeigu væri ekki óeðlilegt að huga að því að eigandur þess nyti góðs af gjaldtökunni.

### Gjaldtaka við þjóðgarð Galápagos eyja

Sem dæmi um ferðamannastað sem tekist hefur vel upp með gjaldtöku má nefna þjóðgarð Galápagos eyja, en frá árinu 1993 hefur verið umtalsverð gjaldtaka inn í þjóðgarðinn<sup>7</sup>. Árið 2011 var metár í komu ferðamanna til þjóðgarðsins en alls lögðu um 185 þúsund erlendir gestir leið sína um garðinn, sem er 6% aukning frá fyrra ári. Þrátt fyrir umtalsverða gjaldtöku, í dag er rukkað 100 USD á mann, hefur ekki dregið úr aðsókn í garðinn en fjöldi ferðamanna sem heimsækir garðinn hefur aukist um 120% undanfarinn áratug.

**Fjöldi ferðamanna er heimsækja þjóðgarð Galápagos eyja**  
- erlendir og innlendir ferðamenn



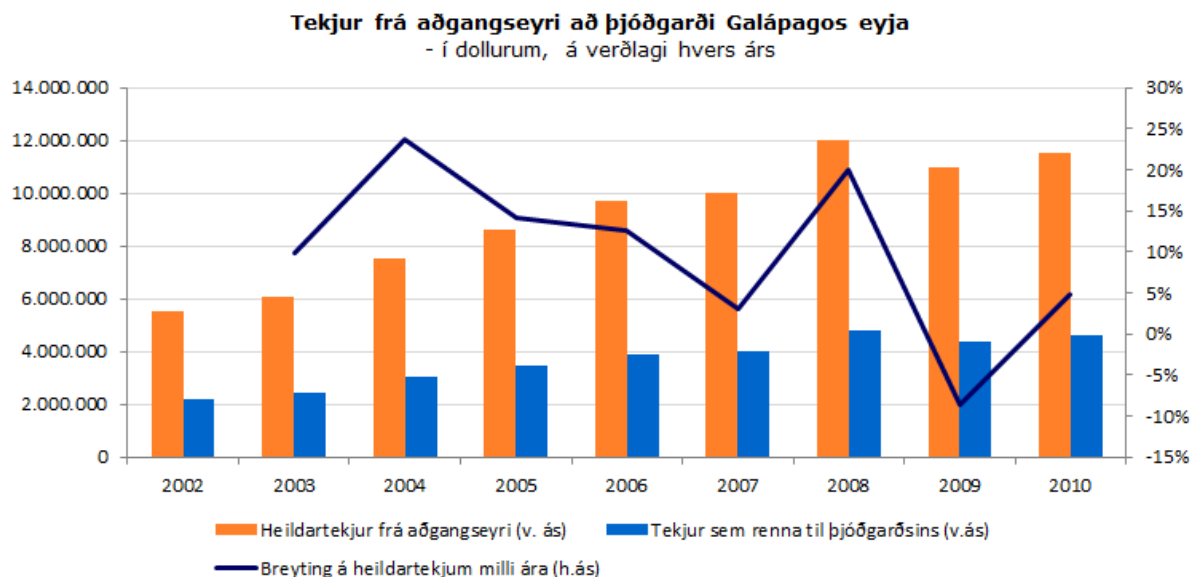
#### Mynd 24

Heimild: [www.galapagospark.org](http://www.galapagospark.org)

Tekjur frá aðgangseyri að þjóðgarði Galápagos eyja hafa farið vaxandi samfara mikilli fjölgun ferðamanna, að undanskildu árinu 2009, líkt og sjá má á mynd 25. Árið 2008 námu tekjur frá aðgangseyri um tólf milljónum USD, andvirði eins og hálf milljarðs króna, og höfðu aldrei verið meiri. Í ljósi töluverðrar fjölgunar ferðamanna má gera ráð fyrir því að árin 2011 og 2012 hafi verið ennþá arðsamari. Tekjur sem gjaldtakan skapar skiptast á milli ólíkra þátta, 40% renna beint til

<sup>7</sup> Árið 1993 voru sett lög sem hækkuðu gjaldtöku úr \$40 í \$80 fyrir hvern erlendan ferðamann

þjóðgarðsins og uppbyggingu hans, afgangurinn rennur óbeint til garðsins til dæmis í gegnum verndun sjávar.



#### Mynd 25

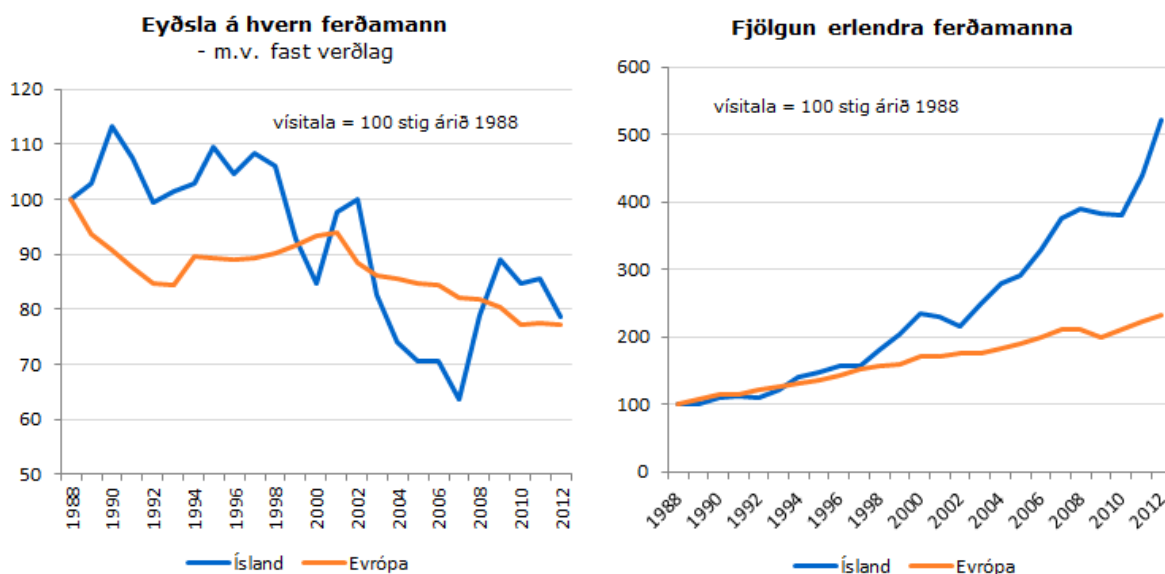
Heimild: [www.galapagos.org](http://www.galapagos.org)

Ísland er ekki eina landið sem rennur hýru auga til gjaldtöku á vinsælum ferðamannastöðum, enda mörg önnur lönd sem standa frammi fyrir miklum átroðningi af völdum ferðamanna. Nýjasta dæmið er Nýja Sjáland en þar hafa verið uppi hugmyndir um svæðisbundna gjaldtöku inn í þjóðgarða landsins. Líkt og hér á landi er hugmyndin um gjaldtöku umdeild enda margir ólíkir hagsmunaaðilar er eiga hluta að máli.

## Fjárhagslegur ávinningur ferðaþjónustu á Íslandi

Ef litið er til eyðslu á hvern ferðamann á föstu verðlagi virðist sem landið hafi í auknum mæli dregið að sér ferðamenn í „hagsýnni“ kantinum. Þróunin síðustu tuttugu ár, og þá sérstaklega undanfarinn áratug, bendir til þess að eyðsla hvers ferðamanns hér á landi hafi lækkað samhliða fjölgun ferðamanna. Ísland er þó alls ekki eitt á báti, enda hafði alþjóðlega fjármálakreppan áhrif á ferðamennsku um heim allan. Þar að auki hefur orðið ódýrara að ferðast á síðustu árum, en sú þróun hófst fyrir 2008 og gæti útskýrt af hverju eyðsla á ferðalögum hefur dalað í Evrópu rétt eins og hér landi, líkt og sjá má á mynd 26.

Á myndinni sést talsverð aukning í eyðslu hvers ferðamanns á Íslandi í kjölfar fjármálakreppunnar og veikingar krónunnar. Til að mynda var eyðslan um 40% meiri árið 2009 heldur en 2007 í krónum talið á föstu verðlagi. Eyðsla hvers ferðamanns er þó langt frá því sem hún var hér áður fyrir, þrátt fyrir aukinn kaupmátt erlendra ferðamanna.

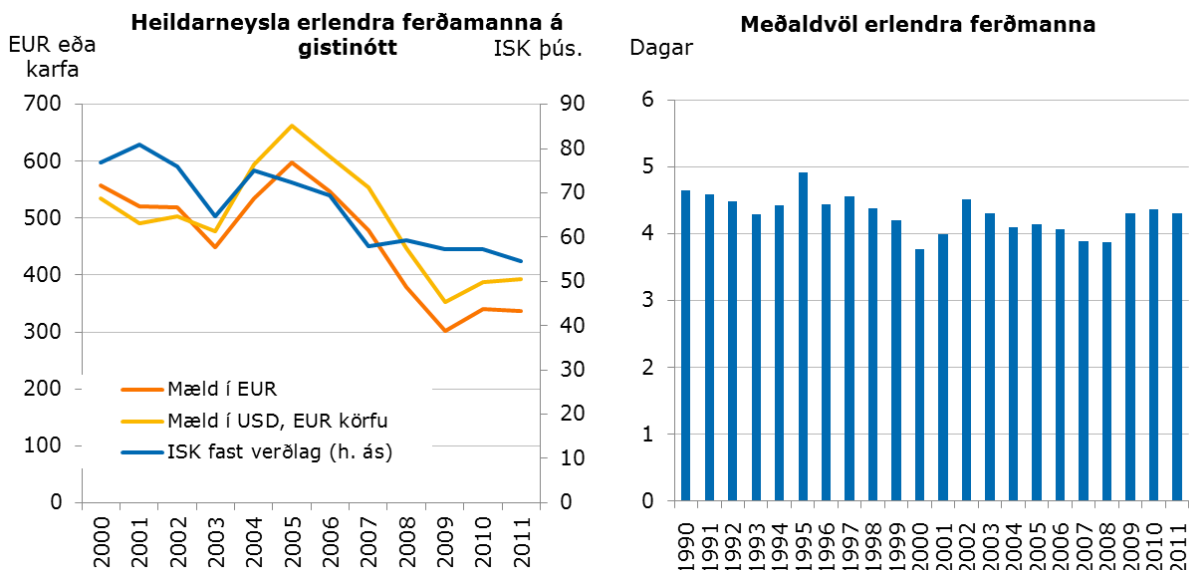


Mynd 26

Heimild: World Travel & Tourism Council ([www.wttc.org](http://www.wttc.org)), Ferðamálastofa, World Tourism Organization ([www.unwto.org](http://www.unwto.org))

Það segir sig sjálft að lengd dvalar hvers og eins ferðamanns hefur áhrif á hversu mikið viðkomandi eyðir á meðan hann er staddur á landinu, og því endurspeglir minni eyðsla hvers ferðamanns styttri meðaldvöl frekar en samdrátt í neyslu. Ef vetrartíminn er að taka við sér gæti það þýtt að meðaldvölin er að styttest, enda er meðaldvöl ferðamanna að vetri (um sex nætur) töluvert styttri en að sumri (um tíu nætur), og þar af leiðandi sé eyðsla á mann að minnka. Tölur Hagstofunnar um meðaldvöl erlendra ferðamanna benda þó ekki til þess að miklar breytingar hafi átt sér stað<sup>8</sup> og sé heildarneysla erlendra ferðamanna leiðrétt fyrir gistináttum kemur í ljós sama þróun og lýst var hér að framan; heildarneysla á gistinótt minnkar hratt eftir miðjan síðasta áratug, hvort sem horft er til krónueyðslu eða gjaldeyris. Góðu fréttirnar eru aftur á móti þær að heildarneyslan, mæld í evrum og dollurum, hefur tekið að hækka á ný.

<sup>8</sup> Við teljum þó ráðlegt að setja fyrirvara við þær niðurstöður þar sem ekki er hægt að útiloka skekkju í gögnum Hagstofunnar. Ef ferðamenn gista t.d. frekar í skráðu gistirými að vetri en að sumri geta auknar vetrarkomur átt sér birtingarmynd í lengri meðaldvöl samkvæmt opinberum gögnum, þótt í raun sé meðaldvölin að styttest.

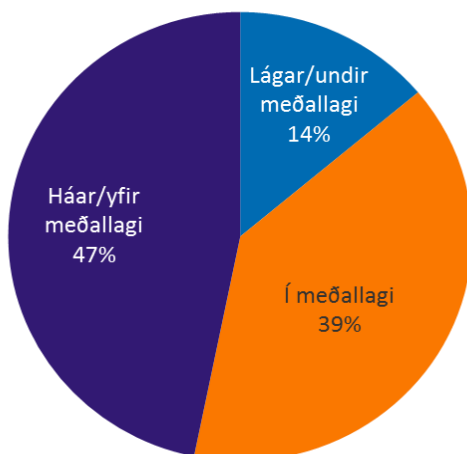


Mynd 27

Heimild: Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands

Bæði eyðsla á hvern ferðamann og heildarneysla erlendra ferðamanna á gistingu hafa farið lækkandi undanfarin ár. Það er því stundum látið í veðri vaka að þeir ferðalangar sem sækja landið heim séu annað hvort efnalitlir eða jafnvel aurasálar! Þessar getgátur virðast þó ekki eiga sér stoð í raunveruleikanum en kannanir Ferðamálastofu benda til þess að það sé ekki síst efnafólk sem sækir landið heim. Í ljósi þess má spyrja sig hvort skýringin á minni eyðslu felist ekki endilega í aðsjálmi ferðamanna heldur því, að íslensk ferðapjónusta bjóði þeim ekki upp á afþreyingarkosti, gistingu og aðra þjónustu sem þeir þurfa að greiða mikið fyrir?

**Erlendir ferðamenn eftir tekjum**



Mynd 28

Heimild: Könnun Ferðamálastofu

**Áhersla á virði ferðamanna, ekki fjölda**

Forðast verður þá gildru að leggja að jöfnu veltu og arðsemi. Lítil arðsemi víða innan ferðapjónustunnar (þótt hún sé fjarri því að vera algild regla) birtist í lágri framleiðni og erfiðri stöðu margra fyrirtækja, þrátt fyrir að fjölmörg tækifæri til tekjusköpunar felist innan greinarinnar.

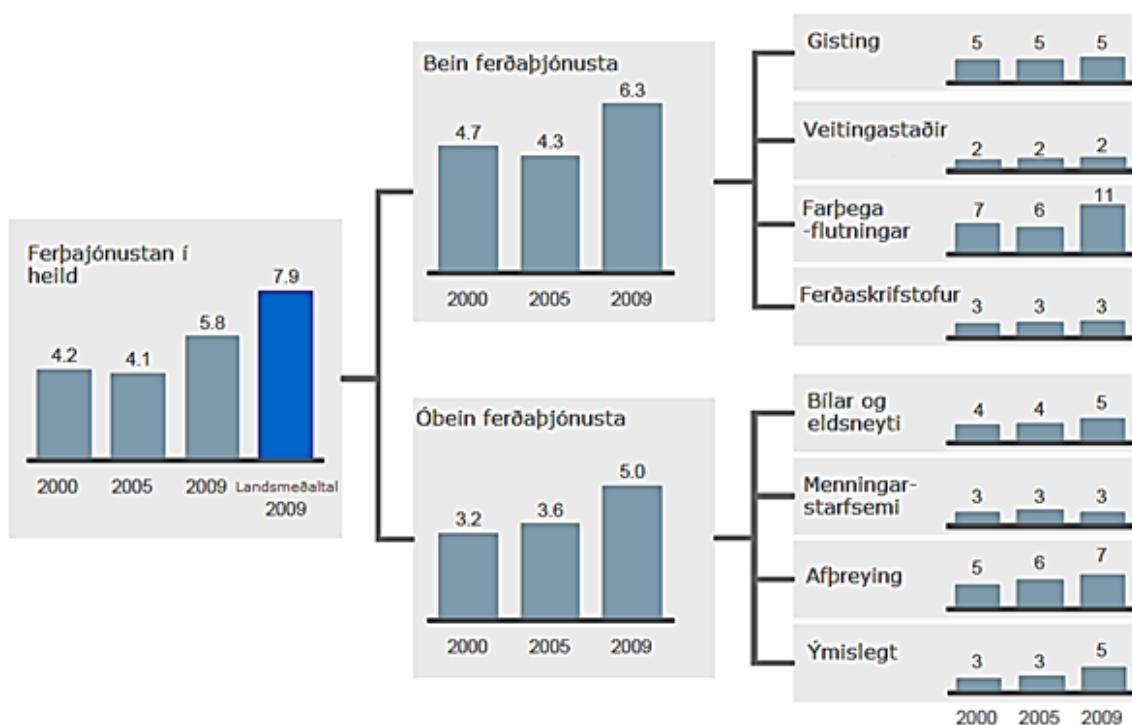


Hægt er að nefna nokkrar ástæður fyrir þessu; t.d. er eflaust bæði óstöðugm rekstrarskilyrðum yfir árið vegna árstíðasveiflunnar og smæð margra íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja um að kenna. Að einhverju leyti felst ástæðan fyrir lakri arðsemi í mikilli samkeppni innan greinarinnar sem setur þrýsting á framlegð fyrirtækja og gerir það að verkum að hún er lægri en ella. Þetta er í takt við grunnstef rekstrarhagfræðinnar; þegar aðgangshömlur eru hverfandi og takmarkanir á framleiðsluþáttum óverulegar mun hagnaður starfandi fyrirtækja laða að samkeppnisaðila þar til aukið framboð hefur þrýst verðlagningu og arðsemi niður. Staðreyndin er enda sú að helsti takmarkaði framleiðsluþáttur íslenskrar ferðaþjónustu, nefnilega náttúran sjálf, er sá eini sem ekki er rukkað beint fyrir að verulegu marki<sup>9</sup>. Möguleg lausn við þeim vanda er að hefja gjaldtöku, rukka fyrir náttúruna, en þar með væri hægt að skapa rentu, eða umframhagnað, fyrir þjódarbúið í heild.

Í skýrslu frá ráðgjafarfyrirtækinu McKinsey, er ber heitið *Charting a growth path for Iceland*, er tekið saman vinnsluvirði á starfsmann í ferðaþjónustu. Samkvæmt niðurstöðum þeirra er vinnsluvirði á starfsmann í ferðaþjónustu undir landsmeðaltali. Gildir það um alla undirflokkja, bæði í beinni og óbeinni ferðaþjónustu, að undanskildum farþegaflutningum.

### Vinnsluvirði á starfsmann í ferðaþjónustu

- m.kr. á verðlagi 2005



#### Mynd 29

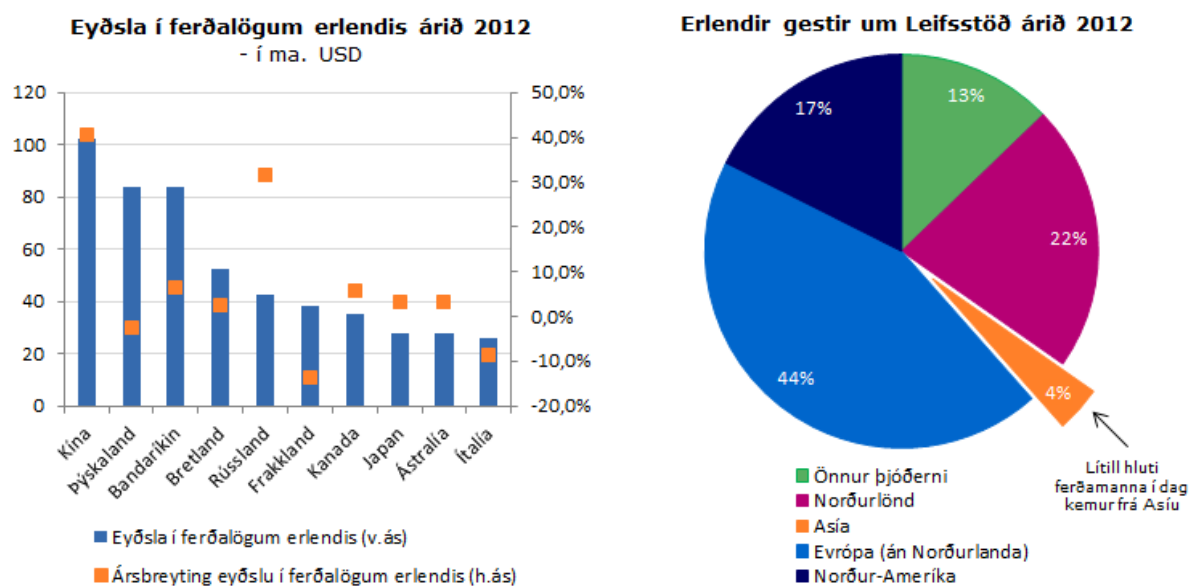
Heimild: Úr skýrslu McKinsey & Company, *Charting a growth path for Iceland*

Nauðsynlegt er að auka framleiðni innan greinarinnar svo að aukinn fjöldi ferðamanna skili sér í auknu vinnsluvirði, meiri gjaldeyrissköpun og framlagi til landsframleiðslu. Í því samhengi hefur oftast en ekki verið lögð áhersla á virði ferðamanna frekar en fjölda, þ.e. færri ferðamenn fyrir sama gjaldeyrinn. Skapa þarf aðstæður fyrir „verðmætari“ eða eyðsluglaðari ferðamenn hér á landi með aukinni fjárfestingu í ferðaþjónustu og uppbyggingu lúxusferðaþjónustu ef ekki á að ganga of nærri náttúrunni.

<sup>9</sup> Með nokkrum undantekningum þó, t.d. þar sem náttúruperlur eru í einkaeigu – gott dæmi er Bláa Lónið, sem stendur afar traustum fótum og skilaði góðri arðsemi árið 2011 ef marka má frásagnir fjölmiðla.

Til að vekja áhuga „verðmætari“ ferðamanna á landi og þjóð þarf að leggja aukna áherslu á markaðssetningu utan Vesturlanda – til dæmis í BRICS löndunum. Í nýjustu tölum frá World Tourism Organization kemur fram að kínverskir ferðamenn eyddu mestu í ferðalögum erlendis árið 2012. Kröftugur vöxtur hefur verið í eyðslu kínverskra ferðamanna, en aukningin nam 40% á milli áranna 2011 og 2012. Rússneskir ferðamenn hafa einnig tekið að losa um budduna þar sem eyðsla þeirra í ferðalögum erlendis hefur aukist um rúm 30% frá árinu 2011. Með því að markaðssetja Ísland í fjarlægum löndum á sér ennfremur stað eins konar sjálfval á gestum sem er íslenski ferðapjónustu einkar hagfellt, þar eð það eru einkum efnameiri ferðamenn sem eru reiðubúnir að leggja á sig langt og dýrt ferðalag. Enn eru það þó evrópskir ferðalangar er eyða mestu hér á landi, sér í lagi Þjóðverjar.

Á mynd 30 ber að líta þjóðerni þeirra ferðamanna er sóttu landið heim um Leifsstöð árið 2012 en líkt og hún sýnir eru ferðamenn frá Asíu nær ósnert auðlind. Að sama skapi voru aðeins 0,7% ferðamanna er komu um Leifsstöð frá Rússlandi.

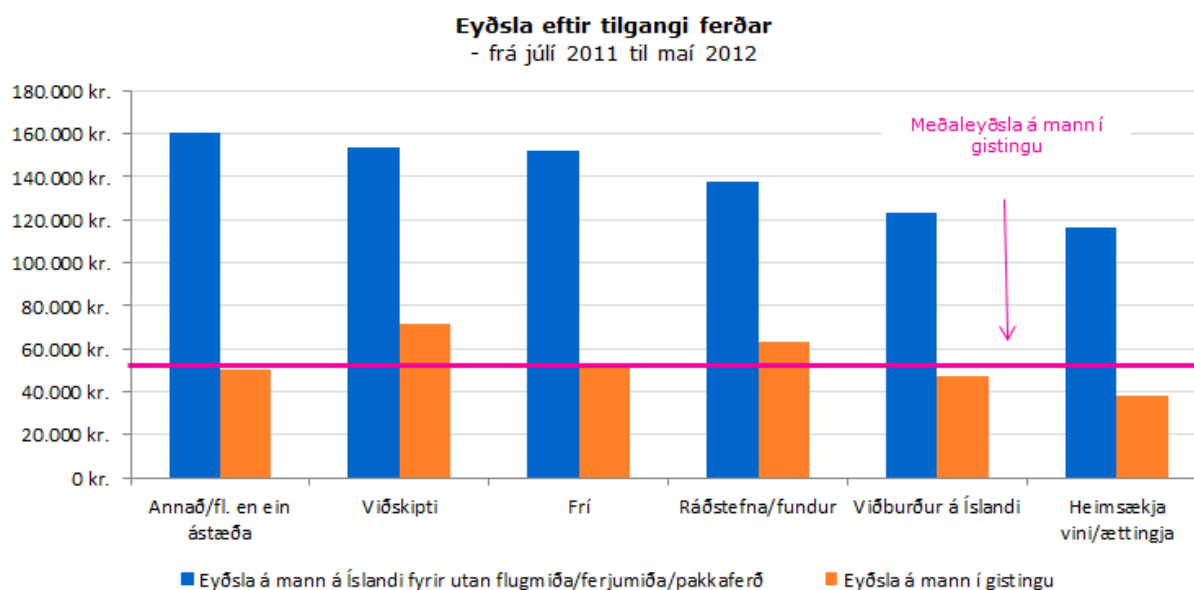


**Mynd 30**

Heimild: World Tourism Organization ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)), Ferðamálastofa

Í skýrslu McKinsey er Portúgal tekið sem dæmi um land sem vel hefur tekist að snúa frá fjöldaframléiddri ferðapjónustu með því að höfða til verðmætari ferðamanna í gegnum golfferðir. Annað gott dæmi er þýska borgin Kóln þar sem nú eru starfandi kínverskumælandi leiðsögumenn auk þess sem gefin eru út sérstök kort fyrir kínverska ferðamenn – slíkt er gott dæmi um hvernig hægt er að skilgreina arðbæran markhóp og klæðskerasníða þjónustuna að hans þörfum.

Ef lokka skal til landsins verðmætari ferðamenn á þó ekki að einblína eingöngu á þjóðerni ferðamanna heldur skal einnig líta til tilgangs ferðar þeirra. Samkvæmt könnun Ferðamálastofu eru ferðamenn í viðskiptaerindum, sem og ráðstefnugestir, oft og tíðum arðbærari en aðrir ferðamenn. Sem dæmi eyddu ferðamenn í viðskiptaerindum að jafnaði meira en þeir sem komu til landsins í fríi þrátt fyrir að dvelja hér skemur. Aukinheldur eyddu ferðamenn í viðskiptaerindum og ráðstefnugestir mun meira en aðrir ferðamenn í gistingu, enda stendur dvöl þeirra oftast nær stutt og þá yfirleitt á betri hótélum bæjarins.



### Mynd 31

Heimild: Könnun Ferðamálastofu

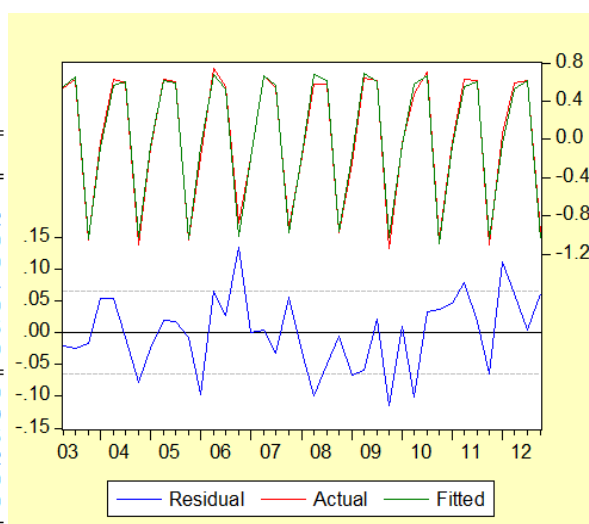
Mikil samkeppni er um MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) markaðinn svokallaða enda MICE ferðamenn arðbærari en hinn almenni ferðamaður, auk þess sem þeir koma gjarnan utan háannarinnar, hvort sem litið er til ársins í heild eða vikunnar. Þannig næst betri nýting á gistirými og öðru fjármagni innan ferðaþjónustunnar, auk þess sem MICE ferðamenn valda ekki átroðningi á náttúru í sama mæli og aðrir ferðamenn sem koma hingað í frí – að svo miklu leyti sem þeir halda sig innan borgarmarkanna. Nú þegar hefur íslensk ferðaþjónusta herjað inn á MICE markaðinn með markaðsáttakinu *Meet In Reykjavik*, sem miðar að því að markaðssetja Reykjavík sem ráðstefnuborg. Út frá könnun Ferðamálastofu má ætla að um 13% ferðamanna sem koma til landsins, eða 84 þúsund manns, séu ráðstefnugestir eða í viðskiptaerindum sem þýðir að hugsanlega sé töluvert svigrúm til sóknar á markaðnum.

## Tölfræðiviðauki

Grunnspá greiningardeildar byggir á einföldu tölfræðilíkani á ársfjórðungsgrunni, sem byggir á leitni og árstíðasveiflu síðasta áratugar, þó þannig að vigt nýrri mælinga sé meiri en eldri mælinga, að teknu tilliti til þróunar gengis og eftirspurnar viðskiptalanda Íslands eftir innflutningi. Hér má sjá útprent af mati líkansins. Einkum vekur athygli að gengisþróun og eftirspurn í helstu viðskiptalöndum Íslands hafa ekki marktæk áhrif á komur ferðamanna til landsins. Þrátt fyrir að líkanið hafi mikinn skýringarmátt (leiðrétt  $R^2=0,991$ ) þá er það engin trygging fyrir því að spár á grundvelli líkansins sýni góða frammistöðu út fyrir úrtak (e. out of sample).

Dependent Variable: DLOG(FJOLDIFER)  
 Method: Least Squares  
 Date: 05/28/13 Time: 09:44  
 Sample (adjusted): 2003Q2 2012Q4  
 Included observations: 39 after adjustments

| Variable            | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.  |
|---------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| C                   | -0.593923   | 0.134215              | -4.425166   | 0.0001 |
| @SEAS(1)            | -0.059106   | 0.241430              | -0.244817   | 0.8082 |
| @SEAS(2)            | 1.080415    | 0.197598              | 5.467754    | 0.0000 |
| @SEAS(3)            | 1.463979    | 0.168214              | 8.703066    | 0.0000 |
| DLOG(FJOLDIFER(-1)) | -0.539322   | 0.134658              | -4.005133   | 0.0004 |
| DLOG(FJOLDIFER(-4)) | 0.106759    | 0.101500              | 1.051813    | 0.3010 |
| DLOG(RAUNGENGI)     | -0.157766   | 0.172136              | -0.916523   | 0.3665 |
| DLOG(ERLENDESP)     | 0.145616    | 0.484972              | 0.300255    | 0.7660 |
| R-squared           | 0.992805    | Mean dependent var    | 0.023380    |        |
| Adjusted R-squared  | 0.991180    | S.D. dependent var    | 0.692629    |        |
| S.E. of regression  | 0.065047    | Akaike info criterion | -2.446735   |        |
| Sum squared resid   | 0.131164    | Schwarz criterion     | -2.105492   |        |
| Log likelihood      | 55.71133    | F-statistic           | 611.0790    |        |
| Durbin-Watson stat  | 1.796879    | Prob(F-statistic)     | 0.000000    |        |



Mynd 32

Heimild: Útreikningar greiningardeildar

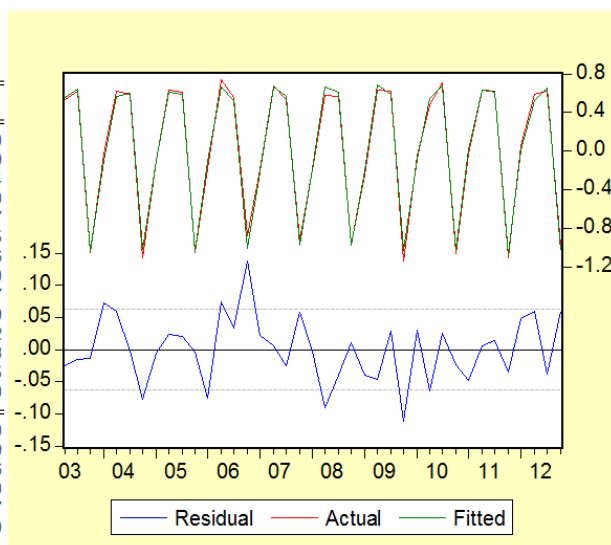
Óháðu breytur líkansins eru eftirfarandi:

- C** – fasti
- SEAS(x)** – árstíðabundnar *dummy* breytur
- FJOLDIFER(-x)** – fjöldi ferðamanna tafinn um x fjórðunga
- RAUNGENGI** – vísitala raungengis krónunnar
- ERLENDESP** – veginn vöxtur innflutnings í helstu viðskiptalöndum Íslands
- ELDGOS** – *dummy* breyta sem tekur gildið 1 eftir eldgosíð í Eyjafjallajökli

Líkanið til að meta „eldgosaáhrifin“ er keimlíkt, en þar er líkanið í raun meira eða minna endurmetið fyrir tímabilið eftir Q2 2010. Athygli vekur að engar „eldgosabreytur“ eru marktækar, en það er sennilegast einkum afleiðing af því hversu fáar mælingar (lítið úrtak) eru lagðar til grundvallar matinu á eldgosáhrifunum – aðeins um tugur fjórðunga. Þá glatast jafnframt þónokkrar frígráður við það að stækka líkanið jafnmikið og raun ber vitni, og það getur enn aukið við dreifni stikanna, og valdið því að þeir verða ómarktækir. Hér skal þó bent á að jafnvel þótt áhrifin mælist ekki marktæk fer því fjarri að þau séu örugglega ekki til staðar.

Dependent Variable: DLOG(FJOLDIFER)  
 Method: Least Squares  
 Date: 05/28/13 Time: 10:05  
 Sample (adjusted): 2003Q2 2012Q4  
 Included observations: 39 after adjustments

| Variable                   | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.  |
|----------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| C                          | -0.579693   | 0.168316              | -3.444084   | 0.0020 |
| @SEAS(1)                   | -0.099566   | 0.303890              | -0.327637   | 0.7459 |
| @SEAS(2)                   | 1.049419    | 0.254283              | 4.126966    | 0.0004 |
| @SEAS(3)                   | 1.435044    | 0.186180              | 7.707836    | 0.0000 |
| ELDGOS                     | -1.006146   | 0.617422              | -1.629592   | 0.1157 |
| ELDGOS*@SEAS(1)            | 1.497740    | 0.988958              | 1.514462    | 0.1425 |
| ELDGOS*@SEAS(2)            | 1.435339    | 0.862470              | 1.664219    | 0.1086 |
| ELDGOS*@SEAS(3)            | 1.261791    | 0.770526              | 1.637571    | 0.1140 |
| DLOG(FJOLDIFER(-1))        | -0.544599   | 0.163476              | -3.331380   | 0.0027 |
| ELDGOS*DLOG(FJOLDIFER(-1)) | 0.387832    | 0.447975              | 0.865746    | 0.3949 |
| DLOG(FJOLDIFER(-4))        | 0.123819    | 0.117284              | 1.055719    | 0.3012 |
| ELDGOS*DLOG(FJOLDIFER(-4)) | -0.700372   | 0.437919              | -1.599317   | 0.1223 |
| DLOG(ERLENDESP)            | 0.228365    | 0.502633              | 0.454336    | 0.6535 |
| DLOG(RAUNGengi)            | -0.113585   | 0.176622              | -0.643096   | 0.5260 |
| R-squared                  | 0.994472    | Mean dependent var    | 0.023380    |        |
| Adjusted R-squared         | 0.991598    | S.D. dependent var    | 0.692629    |        |
| S.E. of regression         | 0.063487    | Akaike info criterion | -2.402686   |        |
| Sum squared resid          | 0.100766    | Schwarz criterion     | -1.805510   |        |
| Log likelihood             | 60.85238    | F-statistic           | 345.9857    |        |
| Durbin-Watson stat         | 2.005436    | Prob(F-statistic)     | 0.000000    |        |



Mynd 33

Heimild: Útreikningar greiningardeildar

Aðrar forsendur spárinnar eru þær að eftirspurn helstu viðskiptalanda Íslands eftir innflutningi aukist um tæp 10% frá því sem þegar er á komandi árum, en það er nokkurnveginn í takti við spár Alþjóðagjaldeyrissjóðsins. Verði þessi erlenda eftirspurn kröftugri en við gerum ráð fyrir má búast við að vöxtur ferðamannageirans verði sterkari, og öfugt. Þá er gert ráð fyrir að raungengi krónunnar verði óbreytt á komandi árum, en verði gengið sterkara má búast við færri ferðamönnum og öfugt. Við tökum þessum þáttum sem gefnum við spágerðina, sem merkir að óvissubilið á myndinni hér að ofan tekur ekki tillit til óvissu vegna gengisþróunar og efnahagsástands erlendis. Gengisforsendan er einkanlega brothætt, þótt raungengið hafi raunar haldist nokkuð stöðugt eftir 2008.

## Fyrirvari

Efni og innihald þessarar útgáfu er unnið af starfsmönnum greiningardeildar Arion banka hf. Greiningardeild styðst þar við upplýsinga- og fréttaveitur, innlendar og erlendar, sem hún telur áreiðanlegar ásamt eigin úrvinnslu og mati á opinberum upplýsingum. Arion banki hf. tekur hvorki ábyrgð á nákvæmni upplýsinganna né viðskiptum sem byggð eru á þeim. Í því sambandi er bent á að umfjöllun greiningardeildar getur verið stytta útgáfa viðameiri greininga og rannsókna og forsendur á fjármálamörkuðum breytast ört. Ráðgjöf og spár greiningardeildar geta því breyst án fyrirvara en þær endurspeglar skoðanir starfsmanna greiningardeildar á þeim tíma sem þær eru settar fram. Þeim sem hafa hug á viðskiptum er bent á að hafa samband við sérfræðinga Arion banka hf. áður en ákvörðun er tekin.