

# Ferðamálaáætlun

2006 - 2015



# Formáli

Haustið 2003 ákvað samgönguráðherra, Sturla Bøðvarsson, að unnið skyldi að gerð ferðamálaáætlunar fyrir Ísland. Í framhaldi af því skipaði hann í nóvember 2003 stýrihóp til þess að leiða vinnu við gerð hennar. Magnús Oddsson ferðamála-stjóri var skipaður formaður stýrihópsins. Aðrir í stýrihópnum voru Helga Haraldsdóttir, skrifstofustjóri í samgönguráðuneyti og Erna Hauksdóttir, framkvæmdastjóri SAF.

Með stýrihópnum starfaði Jón Gunnar Borgþórsson, verkefnisstjóri, frá áramótum 2003/2004.

Stýrihópnum bar einnig að hafa samráð við sérstakan vettvang hagsmunaaðila og leita þar m.a. sjónarmiða og tillagna um það sem betur mátti fara. Tilnefningar til þessa vettvangs voru eftirfarandi:

## Frá Ferðamálasamtökum Íslands:

- ▣ Ásbjörn Björgvinsson, FSNA
- ▣ Hildur Jónsdóttir, FSH
- ▣ Hjörtur Árnason, FSVL
- ▣ Jóhanna G. Jónasdóttir, FSVF
- ▣ Kristján Pálsson, FSS

## Frá Samtökum ferðaþjónustunnar (SAF):

- ▣ Anna G. Sverrisdóttir, Bláa lónið ehf.
- ▣ Áslaug Alfreðsdóttir, Hótel Ísafjörður
- ▣ Matthías Kjartansson, Ráðstefnur og fundir ehf.
- ▣ Steinn Logi Björnsson, Icelandair
- ▣ Sævar Skaptason, Ferðaþjónusta bænda hf.

## Frá Sambandi ísl. sveitarfélaga:

- ▣ Garðar Vilhjálmsson, Reykjanesbæ
- ▣ Gunnar Sigurðsson, Akranesi
- ▣ Sigrún B. Jakobsdóttir, Akureyri
- ▣ Steinunn Kolbeinsdóttir, Hvolhreppi
- ▣ Svanhildur Konráðsdóttir, Reykjavík

## Frá stjórnmalaflokkum á þingi:

- ▣ Ásta R. Jóhannesdóttir, Samfylking
- ▣ Guðmundur Hallvarðsson, Sjálfstæðisfl.
- ▣ Jóhanna B. Magnúsdóttir, Vinstri hreyf.-grænt framb.
- ▣ Kjartan Már Kjartansson, Framsóknarf.
- ▣ Magnús Þór Hafsteinsson, Frjálslyndi fl.

Í skipunarbréfi stýrihópsins er miðað við að:

*..áætlunin geri tillögur um úrbætur á sem flestum sviðum íslenskrar ferðaþjónustu og geri tillögur um ráðstöfun fjárveitinga samkvæmt áætluninni og eftir ákvörðun fjárlaga hverju sinni... [og] skili tillögu sinni að nýrri ferðamálaáætlun eigi síðar en 1. september 2004 en stefnt er að því að áætlunin verði lögð fyrir Alþingi næsta haust ([2004]) í formi þingsályktunar.*

Í greinargerð með skipunarbréfinu kom jafnframt fram að hópnum væri ætlað að móta skýra áætlun um þau skref sem hann telur nauðsynlegt að taka svo vöxtur ferðaþjónustunnar verði í samræmi við væntingar m.a. varðandi atvinnusköpun, gjaldeyris-tekjur og arðsemi.

Við vinnslu áætlunarinnar var byggt að miklu leyti á skýrslum, úttektum og greinargerðum sem gerðar hafa verið á vegum ráðuneytisins og annarra aðila. Þá var og rætt við marga aðila sem vinna að ferðamálum og tengdri starfsemi.

Sett var upp vefsvæði fyrir verkefnið í því augnamiði að auðvelda samskipti, gera grunnögn aðgengileg á einum stað og gera vinnuna við áætlunina gagnsærri. Haldin voru málþing með áður nefndum aðilum hagsmunavettvangsins um starf stýrihópsins og umfjöllunarefni hans. Hið fyrra 20. febrúar og hið seinna 15. júní. Skil þingsályktunartilöggunnar til ráðherra urðu í lok ágúst 2004 eins og ráð var fyrir gert.



# Efnisyfirlit

Formáli.....	3
Efnisyfirlit .....	5
- Myndir .....	6
- Tölur .....	6
Inngangur.....	7
Tillaga til þingsályktunar um ferðamál .....	9
- Rekstrarumhverfi ferðapjónustunnar .....	9
- Kynningarmál.....	9
- Nýsköpun og þróun.....	10
- Menntun.....	10
- Rannsóknir.....	10
- Grunngerð.....	10
- Fjölbjóðasamstarf.....	10
- Gæða- og öryggismál.....	11
- Umhverfismál.....	11
- Athugasemdir.....	11
Athugasemdir við þingsályktunartillögu .....	14
- Rekstrarumhverfi.....	13
- Kynningarmál.....	14
- Nýsköpun og þróun.....	15
- Menntun.....	15
- Rannsóknir.....	15
- Grunngerð.....	15
- Fjölbjóðasamstarf.....	16
- Gæða- og öryggismál.....	16
- Umhverfismál.....	17
FYLGISKJAL MEÐ FERÐAMÁLÁÆTLUN 2006-2015 .....	19
- Þjóðhagsleg áhrif .....	19
Grunnhluti – staða og framtíðarhorfur .....	25
1. Þjóðhagsleg áhrif .....	34
2. Líkleg þróun næstu áratugi .....	40
3. Afkastageta .....	47
4. Rekstrarumhverfi.....	55
5. Aðkoma hagsmunaaðila .....	58
6. Markaðsmál .....	62
7. Grunnskýrslur.....	67
8. Menntun, rannsóknir, tölfræði .....	78
9. Náttúruvernd, umhverfis- og skipulagsmál .....	81
10. Gæða- og öryggismál .....	87
Heimildaskrá .....	89
Ítarefni.....	91
Drifkraftar breytinga liðinna ára .....	91
Árangursmælingar .....	93

## Myndir

Mynd 1 - Yfirlit áætlunar .....	8
Mynd 2 - Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar .....	25
Mynd 3 - Fjöldi erlendra ferðamanna til landsins 1960 – 2003 .....	27
Mynd 4 - Fjöldi erlendra ferðamanna til landsins 1985 – 2003 .....	27
Mynd 5 - Fjöldi ferðamanna 2003 eftir mánuðum og svæðum .....	28
Mynd 6 - Fjöldi gistinguáttá á hótélum og gistiheimilum á Íslandi 1997 – 2003 .....	28
Mynd 7 - Þróun gjaldeyristekna af ferðaþjónustu á Íslandi 1969 – 2003 .....	29
Mynd 8 - Skipting útflutningstekna á atvinnugreinar .....	29
Mynd 9 - Hlutfall gjaldeyristekna af landsframleiðslu m.v. önnur lönd .....	30
Mynd 10 - Gjaldyristekjur af erlendum ferðamönnum .....	30
Mynd 11 - Dreifing erl. ferðamanna á mán. 1994 og 2003 .....	30
Mynd 12 - Fjöldi erl. ferðamanna e. mán. 1994 og 2003 .....	31
Mynd 13 - Erlendir og innlendir ferðamenn e. mánuðum á Íslandi .....	32
Mynd 14 - Mánaðarleg dreifing allra ferða í Evrópu .....	33
Mynd 15 - Bein efnahagsáhrif ferðamanna .....	35
Mynd 16 - Spá og framreikningur um fjölda erl. ferðamanna til 2020 .....	44
Mynd 17 - Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar .....	45
Mynd 18 - Tjaldvagnar og hjólhýsi 1993-2003 .....	49
Mynd 19 - Meðalnýting á hótélum í Reykjavík 1999 – 2004 .....	51
Mynd 20 - Meðalnýting á hótélum á landsbyggðinni 1999 – 2004 .....	51
Mynd 21 - Samanburður meðalnýtingar á hótélum 1999 – 2004 .....	51
Mynd 22 - Hvaða afþreyingu nýta erl. ferðamenn? .....	52
Mynd 23 - Áfengisgjald í nokkrum löndum .....	56
Mynd 24 - Skipurit samgönguráðuneytisins .....	58
Mynd 25 - Skipurit Ferðamálaráðs .....	59
Mynd 26 - Skipurit Samtaka ferðaþjónustunnar .....	60
Mynd 27 - Skipulag ferðamálasamtaka landsins .....	60
Mynd 28 - Tilgangur ferðalaga á heimsvísu .....	62
Mynd 29 - Tilgangur - Erl. ferðamenn að vetri .....	63
Mynd 30 - Tilgangur - Erl. ferðamenn að sumri .....	63
Mynd 31 - Tilgangur ferðalaga Íslendinga innanlands .....	64
Mynd 32 - Hvar gistu Íslendingar 2003 .....	65
Mynd 33 - Hvaða gistinguáttá voru nýttir .....	65
Mynd 34 - Hvaða afþreying var nýtt í nágrenni sumarþéttbýla .....	65
Mynd 35 - Skipting landsins í ferðaþjónustusvæði .....	76
Mynd 36 - Þarfastigi ferðamennskunnar .....	92
Mynd 37 - Þarfir og langanir aðila í dreifikeðju ferðaþjónustunnar .....	93

## Töflur

Tafla 1 – Markmið 1996 og árangur 2003 (Heimild: Ferðamálaráð) .....	7
Tafla 2 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands .....	21
Tafla 3 - Framleiðslumargfaldarar – óbein og afleidd áhrif .....	22
Tafla 4 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands .....	22
Tafla 5 - Framboð gistirýmis (hótel og gistiheimili) .....	28
Tafla 6 - Samanburður á fjölda erl. ferðamanna 1994 og 2003 .....	31
Tafla 7 - Hlutf. ferðaþjónustunnar innan atvinnugreina .....	34
Tafla 8 - Erlendir ferðamenn og mannfjöldi .....	34
Tafla 9 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands .....	37
Tafla 10 - Framleiðslumargfaldarar - óbein og afleidd áhrif .....	37
Tafla 11 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands .....	38
Tafla 12 - Fjöldi ferðalaga í heiminum og spá WTO til 2020 .....	40
Tafla 13 - Bílaleigubifreiðar 1999 – 2003 .....	49
Tafla 14 - Hóperferðabifreiðar 1999 – 2003 .....	49
Tafla 15 - Fjöldi herbergja hótela og gistiheimila 2000-2004 .....	50
Tafla 16 - Mismunandi virðisaukaskattur eftir löndum .....	55
Tafla 17 - Nýskráningar hlutfélaga í nokkrum greinum .....	57
Tafla 18 - Fjögur útbreidd vottunarkerfi .....	82

# Inngangur

Sturla Böðvarsson samgönguráðherra ákvað að láta vinna sérstaka ferðamálaáætlun fyrir tímabilið 2006-2015 sem leggja skyldi fyrir Alþingi á árinu 2004. Þetta er í fyrsta sinn sem þessi háttur er hafður á, en fyrirmyndin er m.a. ný samgönguáætlun þar sem allir þræðir samgöngunetsins koma saman í einni heildaráætlun.

Áætluninni er ætlað að setja fram forgangsröðun og stefnumótun fyrir mála flokkinn í heild, hagkvæmari notkun fjármagns og mannafla og meiri áherslu á samstarf og samspil milli aðila ferðaþjónustu á landinu, stofnana samgönguráðuneytisins, ráðuneytisins sjálfs og annarra ráðuneyta.

## Tildrög

Árið 1996 kom út stefnumótun samgönguráðuneytisins í ferðamálum til ársins 2005 en á þessu tímabili hefur

átt sér stað mikil þróun í greininni og í raun talsvert meiri en ráð var fyrir gert í stefnumótuninni.

Gjaldeyrstekjur	Markmiði náð 2002		
Ársverk	Markmið næst tæpast 2005		
Fjöldi	Árangur í samræmi við markmið		
Jöfnun árstíðasveiflna	<b>2003</b> - Júlí: - Júní & ágúst: - Aðrir mánuðir:	<b>Markmið</b> 3% 5% 8%	<b>Raun</b> 7,6% 8,7% 11,8%
Gistinætur útlendinga	Markmiði náð 1999		
Gistinætur Íslendinga	Markmiði náð 1999		

**Tafla 1 – Markmið 1996 og árangur 2003**  
(Heimild: Ferðamálaráð)

Fyrirtæki hafa sameinast, önnur hætt rekstri og ný verið stofnuð. Breytingar hafa átt sér stað á sviði farþegaflugs, bæði innanlands og til og frá landinu. Reiknað er með frekari breytingum þar og sér ekki fyrir endann á þeirri þróun. Stóraukin notkun Internetsins, breytingar í fjarskiptatækni og þróun kauphegðunar ferðamanna kalla á breytingar á þeim innviðum sem ferðaþjónustufyrirtæki treysta á.

Umhverfismál hafa öðlast hærri sess í allri umræðu um ferðamál, enda hefur mikil þróun átt sér stað og mikil vinna verið lögð í þann málaflökk innan ferðaþjónustunnar og utan. Hið sama má segja um gæðamál. Einnig á þetta við um menntamálin, en þar er talin nauðsynleg frekari samræming á námsframboði. Þá þurfi að skilgreina betur menntunarpörfina, samstarf opinberra og einkaaðila og hlutverk stjórnvalda í fjármögnun, uppbyggingu og vörubrúnarverkefnum.

Þá hefur aukning orðið á framlögum hins opinbera til íslenskrar ferðaþjónustu og nýrra leiða verið leitað til að hámarka árangur greinarinnar.

Einstökum aðgerðum í markaðsmálum hefur verið ýtt úr vör á ýmsum markaðssvæðum sem virðast hafa skilað umtalsverðum árangri, sbr. að aukning í fjölda ferðamanna sem sóttu Ísland heim var um 69% tímabilið 1995 - 2004 á meðan að sambærileg aukning í heiminum öllum var um 24% samkvæmt WTO (World Tourism Organization).

Samgönguráðherra hefur látið vinna eftirfarandi skýrslur um stöðu og möguleika ferðaþjónustunnar á ýmsum sviðum og eru þær auk samgönguáætlunar 2003 – 2014 grunnöggn þessarar ferðamálaáætlunar:

- Íslensk ferðaþjónusta: Framtíðarsýn
- Auðlindin Ísland

- Menningartengd ferðapjónusta
- Heilsutengd ferðapjónusta

Með einbeittu og hnitmiðuðu markaðs- og kynningarstarfi hefur undanfarin ár tekist að skapa meiri aukningu í ferðamannastraumi til landsins en í nágrannalöndunum.

Nú er lítið svo á að nægilegur undirbúningur hafi átt sér stað til þess að hægt

sé að gera áætlun um það sem nauðsynlegt er að hrinda í framkvæmd og þau skref sem nauðsynlega þarf að taka á næstu árum og áratug svo vöxtur ferðapjónustunnar verði í samræmi við væntingar um m.a. atvinnusköpun, gjaldeyristekjur og arðsemi.

Það er viðfangsefni þessarar áætlunar að takast á við það verkefni.

## Meginmarkmið

Eftirfarandi atriði eru meginviðfangsefni ferðamálaáætlunar 2006 – 2015:

- Náttúra Íslands, menning þjóðarinnar og fagmennska verði ráðandi þættir í þróun íslenskra ferðamála.
- Tryggð verði samkeppnishæfni ferðapjónustunnar sem stuðli að hámarksafrakstri í greininni.
- Álag vegna ferðapjónustu verði jafnað á landið og íbúa þess og verði innan þolmarka í samræmi við niðurstöður rannsókna.
- Ímynd Íslands sem ferðamannastaðar verði byggð upp og varin.

## Uppbygging áætlunarinnar

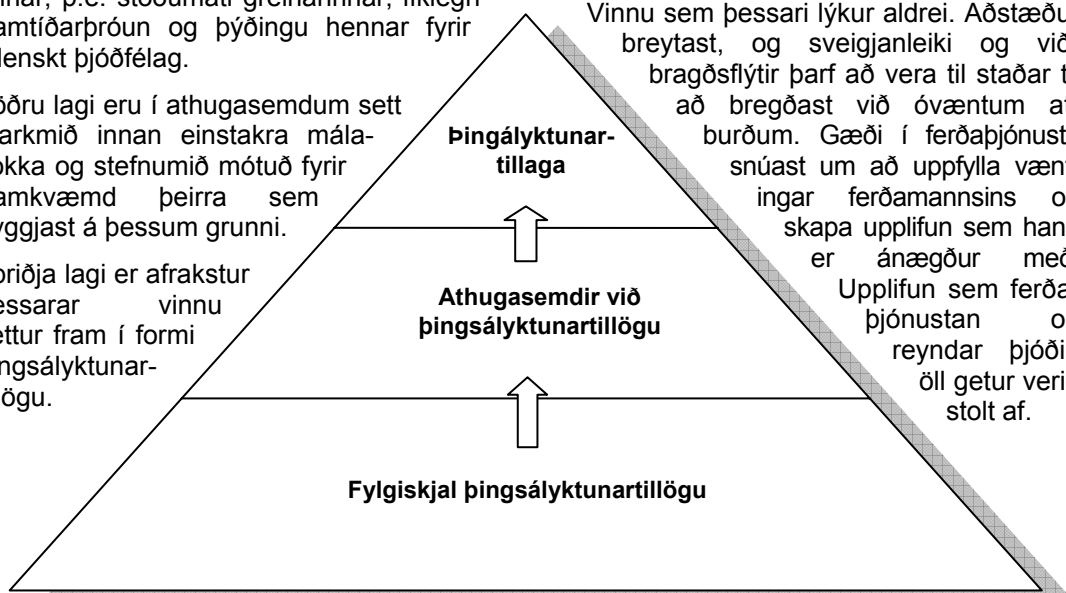
Áætlunin og sú vinna sem að henni snýr er skipt upp í þrjá þætti. Umfangsmikil skýrslugerð hefur átt sér stað undanfarin ár þar sem tekið hefur verið á allflestum þáttum ferðapjónustunnar. Þetta starf er grunnurinn að áætluninni og er tekinn saman í fylgiskjali þingsályktunartillögunnar, þ.e. stöðumati greinarinnar, líklegri framtíðarþróun og þýðingu hennar fyrir íslenskt þjóðfélag.

Í öðru lagi eru í athugasemdum sett markmið innan einstakra mála-flokka og stefnumið mótuð fyrir framkvæmd þeirra sem byggjast á þessum grunni.

Í þriðja lagi er afrakstur þessarar vinnu settur fram í formi þingsályktunartillögu.

Með því að skilgreina með þessum hætti markmið komandi áratugar og þær leiðir sem ætlað er að fara, ætti að nást betri samhæfing hjá þeim sem að ferðapjónustu koma. Í stuttu máli sagt, að auka skilvirkni á grundvelli agaðra vinnubragða sem sátt er um.

Vinnu sem þessari lýkur aldrei. Aðstæður breytast, og sveigjanleiki og viðbragðsflýtir þarf að vera til staðar til að bregðast við óvæntum atburðum. Gæði í ferðapjónustu snúast um að uppfylla væntingar ferðamannsins og skapa upplifun sem hann er ánægður með. Upplifun sem ferðapjónustan og reyndar þjóðin öll getur verið stolt af.



Mynd 1 - Yfirlit áætlunar



# Tillaga til þingsályktunar

## um ferðamál.

(Lögð fyrir Alþingi á 131. löggjafarþingi 2004–2005.)

Alþingi ályktar að fela samgönguráðherra að stefna að eftirfarandi meginmarkmiðum í ferðamálum á tímabilinu 2006–2015 í samráði við ráðherra viðkomandi málaflokka:

1. Náttúra Íslands, menning þjóðarinnar og fagmennska verði ráðandi þættir í þróun íslenskra ferðamála.
2. Tryggt verði samkeppnishæfni ferðaþjónustunnar sem stuðli að hámarksafrakstri í greininni.
3. Álagi vegna ferðaþjónustu verði jafnað á landið og íbúa þess og verði innan þolmarka í samræmi við niðurstöður rannsókna.
4. Ímynd Íslands sem ferðamannastaðar verði byggð upp og varin.

Enn fremur verði unnið að eftirfarandi markmiðum:

1. Ferðaþjónustunni verði sköpuð rekstrarskilyrði sambærileg við rekstrarskilyrði í samkeppnislöndunum.
2. Ísland verði í forustu í umhverfisvænni ferðaþjónustu.
3. Fylgt verði eftir uppbyggingu þjóðgarða með því að stuðla að ferðaþjónustu sem samþættir útivist og náttúruvernd.
4. Ábyrgð ferðamanna og fyrirtækja í ferðaþjónustu verði aukin í umhverfismálum.

Til að ná markmiðum í ferðamálum verði m.a. beitt eftirfarandi aðgerðum:

### Rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar.

1. Opinber gjöld af aðföngum og búnaði til ferðaþjónustu verði sambærileg við gjöld í samkeppnislöndum.
2. Leitast verði við að fé til sameiginlegrar markaðssetningar verði tryggt til lengri tíma.
3. Unnið verði markvisst gegn leyfislausri starfsemi og skattsvikum.
4. Opinberir aðilar stundi ekki atvinnustarfsemi í samkeppni við einkarekin ferðaþjónustufyrirtæki.
5. Opinbert eftirlit með ferðaþjónustufyrirtækjum verði lágmarkað og einfaldað og eftirlit á vegum einstakra aðila sameinað þar sem hægt er.

### Kynningarmál.

1. Áfram verði unnið að uppbyggingu ímyndar Íslands og hún varin með því að leggja áherslu á eftirfarandi þætti í kynningarstarfi ferðaþjónustunnar:
  - a. einstaka og fjölbreytta náttúru,
  - b. umhverfisvernd,
  - c. menninguna og þjóðina,
  - d. fagmennsku,
  - e. gæði og öryggi,
  - f. heilsu og hreinleika,
  - g. gestrisni,
  - h. myndræn auðkenni (lógó),
  - i. slagorð.

2. Megináhersla í öllum kynningarmálum verði áfram á Ísland, Norður-Ameríku, Bretland, norræn lönd og meginland Evrópu.
3. Aðgengi einkaaðila að opinberum framlögum til kynningar- og markaðsmála verði háð eigin framlögum þeirra til vel skilgreindra og vænlegra verkefna.
4. Samræmis verði gætt í allri kynningu á landinu í heild, sem og í aðlögun kynningarefnis og skilaboða fyrir einstaka markhópa eða markaðssvæði.
5. Aðferðafræðin sem notuð hefur verið við „Iceland Naturally“ í Norður-Ameríku (þ.e. sameiginleg kynning vöru og þjónustu) verði notuð við aðkomu opinberra aðila að kynningu Íslands á öðrum markaðssvæðum.

### **Nýsköpun og þróun.**

Stjórnvöld taki virkan þátt í nýsköpunar- og vöruþróunarstarfi ferðaþjónustunnar í samræmi við stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnarinnar.

### **Menntun.**

1. Aukið tillit verði tekið til kostnaðar fyrirtækja í tengslum við starfsnám.
2. Námsbrautir framhaldsskóla og sérskóla tengist svo sem kostur er þannig að ekki myndist blindgötur eða óþörf skörun námsbrauta og skólastiga.
3. Háskólanám í ferðamálum byggist í vaxandi mæli á þeim grunni sem lagður er á framhaldsskólastigi, þannig að við inntöku nemenda verði tekið tillit til menntunar og/eða reynslu á sviði ferðamála.
4. Tryggt verði aðgengi að háhraðaneti við fjarnám.

### **Rannsóknir.**

1. Starfrækt verði gagnamiðstöð er vinni að söfnun, úrvinnslu og túlkun gagna til hagnýtingar bæði fyrir opinbera aðila og einkaaðila innan greinarinnar.
2. Hlúð verði að hvers kyns grunnrannsóknnum og hagnýtum rannsóknum í ferðamálafræði.

### **Grunngerð.**

1. Umferðarmiðstöðvar verði nýttar til að tengja og samræma allar tegundir almenningssamgangna og bættrar þjónustu við ferðamenn.
2. Upplýsingar um löggæslu, heilsugæslu, almenningssamgöngur og almannavarnir verði aðgengilegar, á erlendum tungumálum auk íslensku.
3. Við gerð almannavarnaáætlana sé tryggt að upplýsingar um hættuástand og viðbrögð nái til fólks á ferð um landið.
4. Merkingar í samgöngukerfinu verði bættar og verði á erlendum tungumálum auk íslensku.
5. Aðgengi að skilgreindum „seglum“ verði tryggt allt árið, sbr. skýrsluna *Auðlindin Ísland*.
6. Skilgreindar verði lágmarkskröfur til upplýsingamiðstöðva sem lúta opinberu eftirliti.
7. Upplýsingamiðstöðvar sem lúta opinberu eftirliti verði auðkenndar sérstaklega.

### **Fjölþjóðasamstarf.**

1. Alþjóðlegt samstarf beinist sérstaklega að vest-norræna svæðinu, öðrum norrænum löndum, meginlandi Evrópu og OECD-löndum.
2. Áfram verði haldið sérstöku samstarfi við önnur norræn lönd.
3. Kynning og aðstoð verði veitt við aðgang að fjármagni erlendis til verkefna í ferðaþjónustu.
4. Samstarf við erlenda ferðaþjónustuaðila verði aukið og því viðhaldið.
5. Þátttaka í fjölþjóðlegu tengslaneti verði aukin og því haldið við.

### Gæða- og öryggismál.

1. Rekstrarleyfi verði höfð sýnileg, bæði á íslensku og fleiri tungumálum og útlit þeirra verði samræmt.
2. Áfram verði unnið að eflingu flokkunarkerfis gististaða og það kynnt frekar fyrir rekstraraðilum og neytendum.
3. Unnið verði að því að koma á flokkunarkerfi ráðstefnuaðstöðu.
4. Unnið verði að því að koma á flokkunarkerfi fólksflutningabifreiða.
5. Ferðamönnum sem ferðast um Ísland verði gert ljóst að þeir beri fulla ábyrgð á eigin gjörðum og þeim beri að fylgja leiðbeiningum sem þeir fá eða eru settar fram á viðkomustöðum þeirra.

### Umhverfismál.

1. Ferðamönnum verði gerð betur grein fyrir ábyrgð sinni varðandi verndun umhverfisins.
2. Skilgreindum „segjum“ til að dreifa álagi á landið verði fjölgað og þeir gerðir aðgengilegir árið um kring.

Athugasemdir við þingsályktunartillögu þessa.

Tillaga sú til þingsályktunar um ferðamál sem hér er flutt er samin af stýrihópi sem samgönguráðherra, Sturla Böðvarsson, skipaði haustið 2003 til að vinna að gerð ferðamálaáætlunar fyrir Ísland fyrir tímabilið 2006–2015. Magnús Oddsson ferðamálastjóri var skipaður formaður stýrihópsins. Aðrir í hópnum voru Erna Hauksdóttir, framkvæmdastjóri Samtaka ferðaþjónustunnar, og Helga Haraldsdóttir, skrifstofustjóri í samgönguráðuneyti. Með stýrihópnum starfaði Jón Gunnar Borgþórsson, verkefnisstjóri, frá áramótum 2003–2004.

Stýrihópnum bar einnig að hafa samráð við sérstakan vettvang hagsmunaaðila og leita þar m.a. sjónarmiða og tillagna um það sem betur mátti fara. Tilnefningar til þessa vettvangs voru eftirfarandi:

Frá Ferðamálasamtökum Íslands:

- Ásbjörn Björgvinsson, FSNA,
- Hildur Jónsdóttir, FSH,
- Hjörtur Árnason, FSVL,
- Jóhanna G. Jónasdóttir, FSVE,
- Kristján Pálsson, FSS.

Frá Samtökum ferðaþjónustunnar (SAF):

- Anna G. Sverrisdóttir, Bláa lóninu ehf.,
- Áslaug Alfreðsdóttir, Hótel Ísafirði,
- Matthías Kjartansson, Ráðstefnum og fundum ehf.,
- Steinn Logi Björnsson, Icelandair,
- Sævar Skaptason, Ferðaþjónustu bænda hf.

Frá Sambandi íslenskra sveitarfélaga:

- Garðar Vilhjálmsson, Reykjanesbæ,
- Gunnar Sigurðsson, Akranesi,
- Sigrún B. Jakobsdóttir, Akureyri,
- Steinunn Kolbeinsdóttir, Hvolhreppi,
- Svanhildur Konráðsdóttir, Reykjavík.

Frá stjórnmalaflokkum á þingi:

- Ásta R. Jóhannesdóttir, Samfylkingu,
- Guðmundur Hallvarðsson, Sjálfstæðisflokkki,
- Jóhanna B. Magnúsdóttir, Vinstri hreyfingunni – grænu framboði,
- Kjartan Már Kjartansson, Framsóknarflokkki,
- Magnús Þór Hafsteinsson, Frjálslynda flokknum.

Í skipunarbréfi stýrihópsins er miðað við að: „... áætlunin geri tillögur um úrbætur á sem flestum sviðum íslenskrar ferðaþjónustu og geri tillögur um ráðstöfun fjárveitinga samkvæmt áætluninni og eftir ákvörðun fjárlaga hverju sinni ... [og] skili tillögu sinni að nýrri ferðamálaáætlun eigi síðar en 1. september 2004 en stefnt er að því að áætlunin verði lögð fyrir Alþingi næsta haust [2004] í formi þingsályktunar.“

Í greinargerð með skipunarbréfinu kom jafnframt fram að hópnum væri ætlað að móta skýra áætlun um þau skref sem hann teldi nauðsynlegt að taka svo vöxtur ferðaþjónustunnar verði í samræmi við væntingar, m.a. varðandi atvinnusköpun, gjaldeyristekjur og arðsemi.

Við vinnslu áætlunarinnar var byggt að miklu leyti á skýrslum, úttektum og greinargerðum sem gerðar hafa verið á vegum ráðuneytisins og annarra aðila. Þá var og rætt við marga aðila sem vinna að ferðamálum og tengdri starfsemi.

Sett var upp vefsvæði fyrir verkefnið í því augnamiði að auðvelda samskipti, gera grunnöggn aðgengileg á einum stað og gera vinnuna við áætlunina gagnsærri. Haldin voru málþing með aðilum hagsmunavettvangsins um starf stýrihópsins. Skil tillögunnar til ráðherra voru í lok ágúst 2004 eins og ráð hafði verið fyrir gert.

Þetta er í fyrsta sinn sem þessi háttur er hafður á, en fyrirmyndin er m.a. ný samgönguáætlun þar sem allir þræðir samgögunetsins koma saman í einni heildaráætlun.

Áætluninni er ætlað að setja fram forgangsröðun og stefnumótun fyrir málaflokkinn í heild, hagkvæmari notkun fjármagns og mannafla og meiri áherslu á samstarf og samspil milli aðila ferðaþjónustu á landinu, stofnana samgönguráðuneytisins, ráðuneytisins sjálfs og annarra ráðuneyta. Í framhaldi af samþykkt áætlunarinnar mun samgönguráðherra láta vinna aðgerða- og framkvæmdáætlun.

Árið 1996 kom út stefnumótun samgönguráðuneytisins í ferðamálum til ársins 2005 en á þessu tímabili hefur átt sér stað mikil þróun í greininni og í raun talsvert meiri en ráð var fyrir gert í stefnumótuninni. Fyrirtæki hafa sameinast, önnur hætt rekstri og ný verið stofnuð og hagsmunasamtök ferðaþjónustufyrirtækja stofnuð (SAF). Breytingar hafa átt sér stað á sviði farþegaflugs, bæði innan lands og til og frá landinu. Reiknað er með frekari breytingum þar og sér ekki fyrir endann á þeirri þróun. Stóraukin notkun internetsins, breytingar í fjarskiptatækni og þróun kauphegðunar ferðamanna kalla á breytingar á þeim innviðum sem ferðaþjónustufyrirtæki treysta á.

Umhverfismál hafa öðlast hærri sess í allri umræðu um ferðamál, enda hefur mikil þróun átt sér stað og mikil vinna verið lögð í þann málaflökk innan ferðaþjónustunnar og utan. Hið sama má segja um gæðamál. Einnig á þetta við um menntamálin, en þar er talin nauðsynleg frekari samræming á námsframboði. Þá þurfi að skilgreina betur menntunarþörfina, samstarf opinberra- og einkaaðila og hlutverk stjórnvalda í fjármögnun, uppbyggingu og vörubrúunarverkefnum.

Þá hefur aukning orðið á framlögum hins opinbera til íslenskrar ferðaþjónustu og nýrra leiða verið leitað til að hámarka árangur greinarinnar.

Einstökum aðgerðum í markaðsmálum hefur verið ýtt úr vör á ýmsum markaðssvæðum sem virðast hafa skilað umtalsverðum árangri, sbr. að ferðamönnum sem sóttu Ísland heim fjölgaði um 69% tímabilið 1995–2004 en sambærileg aukning í heiminum öllum var um 24% samkvæmt WTO (World Tourism Organization).

Samgönguráðherra hefur látið vinna eftirfarandi skýrslur um stöðu og möguleika ferðaþjónustunnar á ýmsum sviðum og eru þær, auk samgönguáætlunar 2003–2014, grunnöggn þessarar ferðamálaáætlunar:

- *Íslensk ferðaþjónusta: Framtíðarsýn,*
- *Auðlindin Ísland,*
- *Menningartengd ferðaþjónusta,*
- *Heilsutengd ferðaþjónusta.*

Með hnitmiðuðu markaðs- og kynningarstarfi hefur undanfarin ár tekist að skapa meiri aukningu í ferðamannastraumi til landsins en í nágrennalöndunum.

Nú er litið svo á að nægilegur undirbúningur hafi átt sér stað til þess að hægt sé að gera áætlun um það sem nauðsynlegt er að hrinda í framkvæmd og þau skref sem nauðsynlega þarf að taka á næstu árum og áratug svo vöxtur ferðaþjónustunnar verði í samræmi við væntingar um m.a. atvinnusköpun, gjaldeyristekjur og arðsemi.

Það er viðfangsefni þessarar áætlunar að takast á við það verkefni.

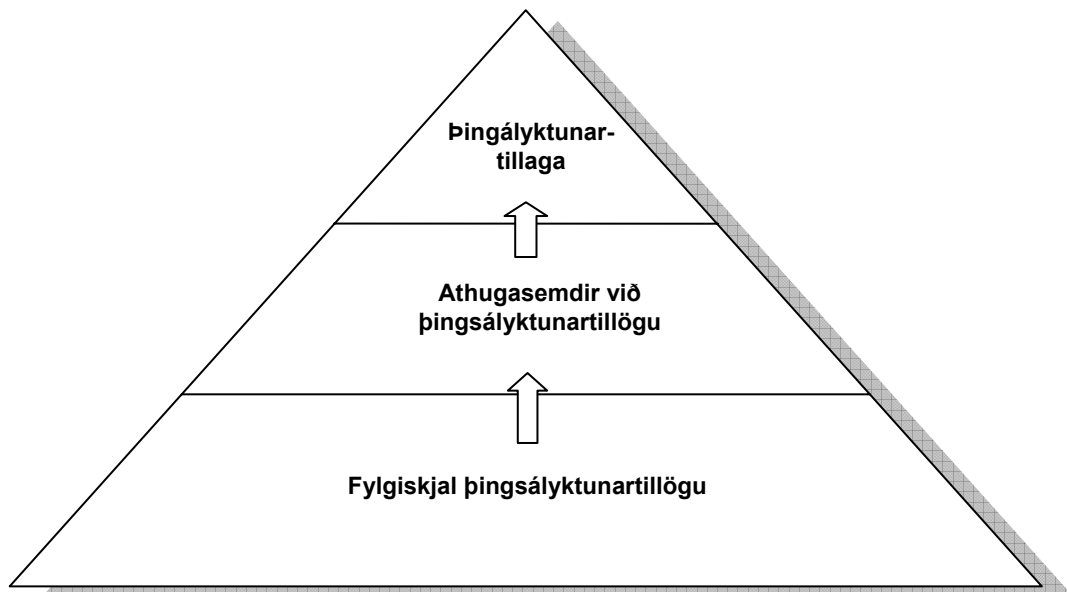
### Uppbygging áætlunarinnar.

Áætlunin og sú vinna sem að henni snýr skiptast í þrjá þætti. Umfangsmikil skýrslugerð hefur átt sér stað undanfarin ár þar sem tekið hefur verið á allflestum þáttum ferðaþjónustunnar. Þessi skýrslugerð er grunnurinn að áætluninni og er gerð grein fyrir honum í fylgiskjali, þ.e. stöðumati greinarinnar, líklegri framtíðarþróun og þýðingu hennar fyrir íslenskt þjóðfélag.

Hér á eftir er gerð grein fyrir markmiðum innan einstakra málaflokka og stefnumið mótuð fyrir framkvæmd þeirra. Gert er ráð fyrir endurskoðun áður en tímabilinu lýkur.

Með því að skilgreina með þessum hætti markmið komandi áratugar og þær leiðir sem ætlað er að fara, ætti að nást betri samhæfing hjá þeim sem að ferðaþjónustu koma. Í stuttu máli sagt, að auka skilvirkni á grundvelli agaðra vinnubragða sem sátt er um.

Vinnu sem þessari lýkur aldrei. Aðstæður breytast, og sveigjanleiki og viðbragðsflýttir eru nauðsynlegir til að bregðast við óvæntum atburðum. Gæði í ferðaþjónustu snúast um að uppfylla væntingar ferðamannsins og skapa upplifun sem hann er ánægður með. Upplifun sem ferðaþjónustan og reyndar þjóðin öll getur verið stolt af.



### Mynd 1. Yfirlit áætlunar.

Í samræmi við framantalið verði lögð áhersla á eftirfarandi:

#### Rekstrarumhverfi.

##### Markmið.

Í stefnuýfirlýsingu ríkisstjórnarinnar eru sett fram eftirfarandi markmið:

- Ferðaþjónustunni verði sköpuð rekstrarskilyrði sambærileg við skilyrði í samkeppnislöndunum.
- Ferðamálaráð vinni náið með aðilum í greininni að markaðsstarfi og framþróun með það að markmiði að þjónusta við ferðamenn verði heilsársatvinnugrein og skapi þannig fleiri örugg og vel launuð störf.

Auk þessa er í áætluninni gert ráð fyrir að:

- kerfi opinberra leyfisveitinga og eftirlits verði einfalt og skilvirkt,
- fyrirtæki í ferðaþjónustu njóti sams konar rekstrarskilyrða og önnur gjaldeyrisskapandi fyrirtæki á Íslandi.

#### *Leiðir.*

- Skattlagning verði endurskoðuð.
- Í nýrri lagasetningu vegna ferðaþjónustu verði leyfisveitingar til ferðaskrifstofa gerðar einfaldari og skilvirkari.
- Opinber gjöld vegna aðfanga og búnaðar til ferðaþjónustu verði sambærileg og í samkeppnislöndum okkar.
- Leitast verði við að fé til sameiginlegrar markaðssetningar verði tryggt til lengri tíma.
- Unnið verði markvisst gegn leyfislausri starfsemi og skattsvikum.
- Opinberir aðilar stundi ekki atvinnustarfsemi í samkeppni við einkarekin ferðaþjónustufyrirtæki.
- Opinbert eftirlit verði lágmarkað og einfaldað og eftirlit á vegum hinna ýmsu aðila sameinað þar sem hægt er.

#### **Kynningarmál.**

##### *Markmið.*

- Íslandi sé komið á framfæri sem heild með almennri kynningu bæði innan lands og erlendis.
- Í allri kynningu sé lögð áhersla á að dreifa umferð/álagi yfir tíma og á svæði.
- Samstarf hagsmunaaðila í ferðaþjónustu styrki innviði greinarinnar og eflí markaðssetningu landsins sem heildar.
- Opinberir fjármunir verði nýttir að stærstum hluta til samstarfsverkefna í kynningarmálum.
- Fyrir liggi rannsóknir og áætlanir um aðkomu opinberra aðila að kynningarmálum á tilgreindum mörkuðum.
- Ferðamálaráð vinni náið með aðilum í greininni að markaðsstarfi og framþróun með það að markmiði að þjónusta við ferðamenn verði heilsársatvinnugrein og skapi þannig fleiri örugg og vel launuð störf.
- Ferðamenn skynji að ferðalög til landsins séu áhættu- og fyrirhafnarlítill.

##### *Leiðir.*

- Áfram verði unnið að uppbyggingu ímyndar Íslands og hún varin með því að leggja áherslu á eftirfarandi þætti í kynningarstarfi ferðaþjónustunnar:
  - einstaka og fjölbreytta náttúru,
  - umhverfisvernd,
  - menningu/þjóðina,
  - fagmennsku,
  - gæði/öryggi,
  - heilsu og hreinleika,
  - gestrisni,
  - myndræn einkenni (lógó),
  - slagorð.
- Megináhersla í öllum kynningarmálum verði áfram á Ísland, Norður-Ameríku, Bretland, önnur norræn lönd og meginland Evrópu.
- Aðgengi einkaaðila að opinberum framlögum til kynningar- og markaðsmála verði háð eigin framlögum þeirra til vel skilgreindra og vænlegra verkefna.
- Samræmis verði gætt í allri kynningu á landinu í heild, sem og í aðlögun kynningarefnis og skilaboða fyrir einstaka markhópa eða markaðssvæði.
- Aðferðafræðin sem notuð hefur verið við „Iceland Naturally“ í Norður-Ameríku (þ.e. sameiginleg kynning vöru og þjónustu) verði notuð við aðkomu opinberra aðila að kynningu Íslands á öðrum markaðssvæðum.

## **Nýsköpun og þróun.**

### *Markmið.*

- Nýsköpun og þróun í greininni auki arðsemi allt árið með bættri nýtingu fjárfestinga.
- Áhrif nýsköpunar á vöxt íslenskrar ferðaþjónustu verði rannsökuð.
- Sífelld endurnýjun og endurmat ferðaþjónustunnar eigi sér stað.
- Vöru- og þjónustuþróunarferlar verði mótaðir til hagnýtingar fyrir íslensk ferðaþjónustu-fyrirtæki.

### *Leiðir.*

- Stjórnvöld taki virkan þátt í nýsköpunar- og vöruþróunarstarfi ferðaþjónustunnar, sbr. stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnarinnar.

## **Menntun.**

### *Markmið.*

- Menntun taki mið af og þróist í samræmi við síbreytilegar þarfir ferðaþjónustunnar.
- Allt nám á lægri skólastigum opni möguleika til frekara framhaldsnáms.
- Fjarnám verði í boði þar sem við á.
- Dregið verði úr misræmi námskostnaðar í „réttindanámi“.
- Menntunarframboð stjórnvalda taki mið af þarfagreiningu á hverjum tíma.
- Gæði menntunar skal tryggja með sérhæfingu menntastofnana þar sem við á.

### *Leiðir.*

- Aukið tillit verði tekið til kostnaðar fyrirtækja í tengslum við starfsnám.
- Námsbrautir framhaldsskóla og sérskóla tengist svo sem kostur er þannig að ekki myndist blindgötur eða óþörf skörun námsbrauta og skólastiga.
- Háskólanám í ferðamálaum byggist í vaxandi mæli á þeim grunni sem lagður er á framhaldsskólastigi, þannig að við inntöku nemenda verði tekið tillit til menntunar og/eða reynslu á sviði ferðamála.
- Tryggt verði aðgengi að hröðu fjarskiptaneti við fjarnám.

## **Rannsóknir.**

### *Markmið.*

- Rannsóknir í ferðaþjónustu verði í samræmi við þarfir greinarinnar og styðji við framkvæmd ferðamálaáætlunar.
- Unnið verði úr rannsóknnum og niðurstöðum þeirra og þær túlkaðar á hagnýtan hátt þannig að þær nýtist greininni sem best.
- Þjóðhagsleg áhrif ferðaþjónustunnar verði skilgreind.

### *Leiðir.*

- Hluta þeirra fjármuna er nýsköpunar- og þróunarsjóður ferðamála fær til ráðstöfunar skal varið til rannsókna í ferðamálaum.
- Starfrækt verði gagnamiðstöð er vinni að söfnun, úrvinnslu og túlkun gagna til hagnýtingar fyrir bæði opinbera aðila og einkaaðila innan greinarinnar.
- Hlúð verði að hvers kyns grunnransóknum og hagnýtum rannsóknnum í ferðamálafræði.

## **Grunngerð.**

### *Markmið.*

- Traust grunngerð samfélagsins styðji við ferðaþjónustu.
- Ferðamenn greini yfirburðarþjónustu, öryggi og alþjóðlegan brag í grunngerð samfélagsins.
- Fyrirkomulag upplýsingagjafar til ferðamanna sé skilvirkt og aðgengi að upplýsingum gott.
- Uppbygging samskipta- og fjarskiptakerfis landsins taki m.a. mið af þörfum ferðaþjónustunnar.
- Áhersla verði lögð á að almenningssamgöngur um landið myndi heildstætt net.

#### *Leiðir.*

- Umferðarmiðstöðvar verði nýttar til tengingar og samræmingar allra tegunda almenningssamgangna og bættrar þjónustu við ferðamenn.
- Upplýsingar um löggæslu, heilsugæslu, almenningssamgöngur og almannavarnir verði aðgengilegar á erlendum tungumálum auk íslensku.
- Við gerð almannavarnaáætlana sé tryggt að upplýsingar um hættuástand og viðbrögð nái til fólks á ferð um landið.
- Merkingar í samgöngukerfinu verði bætтар og verði á erlendum tungumálum auk íslensku.
- Aðgengi að skilgreindum „seglum“ verði tryggt allt árið, sbr. skýrsluna Auðlindin Ísland.
- Skilgreindar verði lágmarkskröfur til upplýsingamiðstöðva sem lúta opinberu eftirliti.
- Upplýsingamiðstöðvar sem lúta opinberu eftirliti verði auðkenndar sérstaklega.

#### **Fjölpjódasamstarf.**

##### *Markmið.*

- Ísland taki þátt í alþjóðlegu samstarfi á sviði ferðamála í eftirfarandi augnamiði:
  - að hagsmunum íslenskrar ferðapjónustu í öðrum löndum sé gætt,
  - að viðhalda og auka aðgang að upplýsingum um ferðamál, þróun þeirra og stöðu Íslands í alþjóðlegu samhengi á því sviði,
  - að skapa aðgengi íslenskra ferðapjónustuaðila að fjölpjóðlegum verkefnum,
  - að koma sjónarmiðum íslenskrar ferðapjónustu á framfæri erlendis.

#### *Leiðir.*

- Alþjóðlegt samstarf beinist sérstaklega að vest-norræna svæðinu, öðrum norrænum ríkjum, meginlandi Evrópu og OECD-löndum.
- Áfram verði haldið sérstöku samstarfi við önnur norræn lönd.
- Kynning og aðstoð verði veitt vegna aðgangs að fjármagni erlendis til verkefna í ferðapjónustu.
- Samstarf við erlenda ferðapjónustuaðila verði aukið og því viðhaldið.
- Þátttaka í fjölpjóðlegu tengslaneti verði aukin og því haldið við.

#### **Gæða- og öryggismál.**

##### *Markmið.*

- Þjónusta á Íslandi uppfylli eða sé umfram væntingar ferðamanna um gæði og öryggi.
- Gestir til landsins verði fljótir að átta sig á þeim þáttum grunnskipulags þjóðfélagsins sem að þeim snúa.
- Nauðsynlegt eftirlit með flokkun og vottun sé til staðar og skilvirkni sé gætt.
- Virkt ferli sé til staðar til að sækja umsagnir/kvartanir og vinna úr þeim.
- Afþreyingarfyrirtæki hafi tilskilin leyfi.
- Neytendur hafi greiðan aðgang að upplýsingum um forsendur flokkunarkerfa ferðapjónustufyrirtækja.
- Nauðsynlegar upplýsingar fyrir ferðamenn, m.a. um veður og ástand vega, séu aðgengilegar, auðskildar og í samræmi við árstíð.
- Tryggður verði gagnagrunnur upplýsinga um ferðapjónustu fyrir neytendur.
- Ferðamönnum sem ferðast um Ísland sé ljóst að þeir beri fulla ábyrgð á eigin gjörðum á ferð um landið.
- Til sé áætlun um hvernig nýta skuli fjölmiðla við að koma upplýsingum til ferðamanna í neyðartilfellum, svo sem við náttúruhamfarir.



*Leiðir.*

- Rekstrarleyfi verði sýnileg, bæði á íslensku og fleiri tungumálum og útlit þeirra verði samræmt.
- Áfram verði unnið að eflingu flokkunarkerfis gististaða og það kynnt frekar fyrir rekstraraðilum og neytendum.
- Unnið verði að því að koma á flokkunarkerfi ráðstefnuaðstöðu.
- Unnið verði að því að koma á flokkunarkerfi fólksflutningabifreiða.
- Ferðamönnum sem ferðast um Ísland verði gert ljóst að þeir beri fulla ábyrgð á eigin gjörðum og þeim beri að fylgja leiðbeiningum sem þeir fá eða eru fram settar á viðkomustöðum þeirra.

**Umhverfismál.**

Í samræmi við stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnarinnar:

- Að unnið skuli að því að Ísland haldi stöðu sinni sem forystuþjóð í umhverfismálum.
- Fylgt verði eftir uppbyggingu þjóðgarða með því að stuðla að ferðaþjónustu sem samþættir útivist og náttúruvernd.
- Unnið verði að því að auka ábyrgð einstaklinga og fyrirtækja í ferðaþjónustu í umhverfismálum.

*Markmið.*

- Náttúra Íslands verði varðveitt, enda einn mikilvægasti þátturinn í ímynd landsins.
- Ferðamenn dreifist um landið til að minnka álag á einstaka staði (sbr. Kynningarmál).
- Vitund fólks, fyrirtækja og stofnana um þýðingu umhverfisverndar aukist.

*Leiðir.*

- Ferðamönnum verði gerð betur grein fyrir ábyrgð sinni varðandi verndun umhverfisins.
- Skilgreindum „segjum“ til að dreifa álagi á landið verði fjölgað (sjá Nýsköpun og þróun) og þeir gerðir aðgengilegir árið um kring.



# FYLGISKJAL MEÐ

## FERÐAMÁLAÁÆTLUN 2006-2015

Í eftirfarandi grunnhluta áætlunarinnar eru upplýsingar um stöðu ferðaþjónustunnar, framtíðarhorfur og fleiri þætti sem snerta áætlunina og framkvæmd hennar.

### Þjóðhagsleg áhrif

Það er alveg ljóst að þjónusta við ferðamenn er gífurlega mikilvæg sem tekjulind fyrir landsmenn, en að auki eru ýmis önnur jákvæð efnahagsleg áhrif sem vert er að taka með í reikninginn.

Ferðaþjónustan er ekki sérgreind í þjóðhagsreikningum heldur er hún samsett úr mörgum greinum hefðbundinnar skiptingar atvinnugreinaflokunar. Hlutur ferðaþjónustu innan einstakra atvinnugreina samkvæmt skilgreiningu Þjóðhagsstofnunar (Þjóðhagsstofnun 2000) er eftirfarandi:

Atvinnugrein	Hlutfall starfa
Gististaðir	90%
Veitingastaðir	30%
Samgöngur á landi	58%
Samgöngur á sjó	5%
Flugsamgöngur	80%
Menning og afþreying	12%
Ferðaskrifstofur	100%
Sérversl. minjagripir og sportv.	18%
Blönduð verslun	9%

Sú skipting sem hér er gengið út frá hefur sætt nokkurri gagnrýni fyrir að lýsa illa raunveruleikanum hér á landi, ekki síst þegar tekið er tillit til þess að fjöldi ferðamanna sem hlutfall af fjölda íbúa landsins hefur snarhækkað á undanförunum árum og áratugum. Samkvæmt því ættu ferðamenn að bera uppi hærra nýtingarstig fjárfestinga í innviðum landsins en áður. Þetta þurfi því að endurskoða.

Í skýrslu Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands er farið ítarlega yfir það hver þjóðhagslegur ávinningur er af ferðamálum. Til þess að dvelja ekki of lengi við smáatriði vísast því til hennar um fræðilegar forsendur helstu niðurstaðna.

Komur erlendra ferðamanna til Íslands eru skoðaðar og kemur fram að fjöldi heim-

sókna erlendra gesta hingað til lands hafi aukist um 6% á ári að meðaltali frá 1960. Það jafngildi því að fjöldi þeirra tvöfaldist á 12 ára fresti. Svo virðist sem vöxtur í fjölda ferðalanga til landsins hafi ráðist fyrst og fremst af dreifingu upplýsinga meðal væntanlegs markaðshóps. Líklegt er talið að út frá nýtingu fjárfestingar í greininni væri aukinn ferðamannafjöldi á háanna-tíma lítt áhugaverður, en því meiri áhugi væri fyrir auknum fjölda utan þess tíma, þ.e. þegar nýting fjárfestinganna væri minnst.

Einnig kemur fram að ferðaþjónustan hafi skapað þjóðhagslegan ábata m.a. með eftirfarandi hætti:

■ **Bætt framleiðni vinnuafis:** Sköpun nýrra starfa í ferðaþjónustu sem gefur fólki tækifæri til að afla sér hærri tekna en ella, að gefinni menntun, búsetu og starfsþjálfun. Ennfremur kann staðbundið atvinnuleysi eða önnur vannýting vinnuafis að vera til staðar á ákveðnum svæðum sem atvinnusköpun í ferðaþjónustu vinnur bug á.

■ **Bætt framleiðni einkafjármagns:** Aukin nýtni fastafjármuna hjá einkafyrirtækjum vegna meiri veltu hjá fyrirtækjum sem tengjast ferðaþjónustu með beinum eða óbeinum hætti, s.s. þjónustu-, flutninga- og afþreyingarfyrirtækja. Utan við höfuðborgarsvæðið eru margs konar mannvirki, t.d. skólar og félagsheimili, sem eru mjög vannýtt af íbúum, en hafa nýst ferðaþjónustunni á háannatímum.

■ **Bætt framleiðni opinbers fjármagns og innviða:** Hlutdeild í kostnaði vegna notkunar innviða (infrastructure) íslensks þjóðfélags, s.s. samgöngumannvirkja, sem kemur fram með beinum og óbeinum hætti til íslenska ríkisins. Hagræðið kemur einkum fram

ef notkun landsmanna sjálfra er fremur lítil og aukinn fjöldi notenda tefur ekki fyrir þeim sem þegar nýta sér umferðarmannvirkin.

- **Sterkari grundvöllur fyrir sérhæfingu og fjölbreytni:** Sérhæfing eða nýbreytni af einhverjum toga krefst ákveðins lágmarksfjölda viðskiptavina til þess að fastur kostnaður dreifist á nægilega margar einingar. Þjóðin er fámenn og hefur þess vegna takmarkað svigrúm til þess að skapa fjölbreytileika í verslun og þjónustu sem krefst fjárfestingar og byggir á stærðarhagkvæmni. Um leið og ferða-

mönnum fjölga skapast aukið svigrúm að þessu leyti. Verslunar- og þjónustufyrirtæki spretta upp sem þjóna heima- mönnum en ættu samt ekki tilveru- grundvöll ef ferðamenn væru ekki til staðar.

Vitanlega er erfitt að aðgreina þessa þætti vegna þess að framleiðni fjármagns og vinnuafls hljóta að tengjast saman að miklu leyti. Hins vegar er ljóst af þessu að þjóðhagslegur ábati ferðaþjónustu er mun meiri úti á landsbyggðinni þar sem nýting fjármuna er verri og fjölbreytni minni vegna fólksfæðar, heldur en í höfuðborginni.

## Bein, óbein og afleidd áhrif

Ljóst er að fjöldi fólks hefur beinan hag af atvinnu í ferðaþjónustunni vegna þeirrar starfsemi sem þar fer fram. Áhrifin eru hins vegar víðtækari en það. Í þessu samhengi er oft rætt um bein, óbein og afleidd áhrif. Þessi hugtök þarfnast frekari skýringa.

- **Bein áhrif** eru efnahagsáhrif þeirrar starfsemi sem verður til í beinum tengslum við ferðaþjónustuna. Hér er átt við bein efnahagsáhrif þeirra fyrirtækja sem starfa við þessa þjónustu. Því er þörf á að kortleggja ferðaþjónustuna til að átta sig á hvað beri að telja til beinna áhrifa hennar.
- **Óbein áhrif** eru sú starfsemi sem verður til utan ferðaþjónustunnar vegna starfsemi í henni. Dæmi um þetta er m.a. aðföng í ferðaþjónustunni sem skapa tekjur í fyrirtækjum utan hennar. Þessi fyrirtæki nota svo aðföng frá öðrum fyrirtækjum og þannig gengur efnahagshringrásin koll af kalli. Margs konar fyrirtæki tengjast þessum rekstri beint eða óbeint og erfitt getur reynst að bera kennsl á þessi tengsl. Til að rekja þau má hugsa sér einhvers konar kortlagningu viðskipta milli fyrirtækja sem dragi fram í dagsljósið innbyrðis tengsl þeirra. Til að framkvæma slíka grein-

ingu væri nauðsynlegt að leggja fram ítarlegan fyrirspurnalista til allra fyrirtækja í ferðaþjónustunni. Þótt slík greining væri möguleg yrði hún dýr og þó að hún væri framkvæmd er ólíklegt að fyrirtækin myndu vilja láta slíkar upplýsingar af hendi þar sem slík gögn varða oft sjálfan rekstrargrundvöll fyrirtækjanna og þ.a.l. samkeppnisstöðu þeirra. Önnur leið til lausnar þessu vandamáli er að nota þau gögn sem koma fram í aðfanga-/afurðatölum og leggja þau til grundvallar við mat á óbeinum áhrifum.

- **Afleidd áhrif.** Með afleiddum áhrifum er átt við áhrif sem verða til vegna beinna og óbeinna áhrifa. Auðveldast er að hugsa sér þessi áhrif þannig að þegar eftirspurn eftir vöru eða þjónustu eykst reynist nauðsynlegt að auka framleiðslu þeirrar vöru eða þjónustu. Aukning framleiðslu kallar á aukið vinnuafl sem aftur eykur tekjur heimila. Aukning á tekjum heimilanna eykur svo neyslu þeirra sem kallar á enn meiri framleiðslu fyrirtækjanna.

Frumáhrifin hér eru augljóslega beinu áhrifin og vert að skoða þau nánar.

### Bein áhrif ferðamanna

Dæmi um efnahagsáhrif ferðamanna er atvinna sem verður til vegna þeirra umsvifa sem verða til og skattar sem ríkið fær til sín af ferðaþjónustu. Þessum áhrifum má skipta í tvennt:

- Rekstur fyrirtækja sem ferðamenn þarfnast.
- Rekstur fyrirtækja sem ferðaþjónustan leiðir af sér.

Þessir þættir sýna hin beinu áhrif ferðamanna, en ennfremur verða til óbein og afleiðd áhrif. Heildaráhrifin eru því meiri en einungis beinu áhrifin, þ.e. óbein og afleiðd áhrif sem geta verið allveruleg.

Þessi áhrif ná til iðngreina og þjónustu vítt og breitt um samfélagið og geta verið eins mikil eða meiri en beinu áhrifin, en það ræðst af flæði útgjalda ferðamanna í efnahagshringrásina. Efnahagsumsvif má

Þessu til viðbótar er hugtakið virðisauki eða vinnsluvirði sem er oft notað vegna þess að með því fæst beinn samanburður við landsframleiðsluna sem er samantlagður virðisauki í hagkerfinu.

### Margfaldarar og niðurstöður

Með gögnum um útgjöld erlendra ferðamanna á Íslandi og með fræðilegum aðferðum sem lýst er í skýrslu Hagfræðistofnunar má setja magnbundinn mælikvarða á efnahagsáhrif ferðamanna, mæld í krónum.

Margfaldararnir eru svokallaðir framleiðslumargfaldarar og eru reiknaðir fyrir hverja atvinnugrein<sup>1</sup>.

	Framleiðsla (milljarðar kr.)
Bein áhrif	22,8
Óbein og afleiðd áhrif	22,5
Samtals	45,3

Útreikningar: Hagfræðistofnun

### Tafla 2 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands

(Bein og óbein áhrif – Heimild: Hagfræðistofnun)

Með því að taka ferða- og dvalarkostnað erlendra ferðamanna á Íslandi árið 2002 og skipta þeim útgjöldum á einstakar atvinnugreinar má umreikna þessa eftirspurn í framleiðsluáhrif. Skipting í greinar er fengin með útgjaldakönnun Ferðamála-ráðs.

<sup>1</sup> Útreikningurinn er í samræmi við flokkun framleiðslugreina ISIC með hjálp aðfangafurðatöflu sem Hagstofa Íslands vann fyrir árið 1997. Þessi tafla hefur verið uppfærð til ársins 2002 með magn- og verðvísitölum vergrar landsframleiðslu. Líkanið sem er notað er tvískipt, annars vegar er um að ræða líkan sem tekur tillit til beinna og óbeinna áhrifa (svokallað opið líkan) og hins vegar líkan sem tekur tillit til beinna, óbeinna og afleiðdra áhrifa, þ.e. er lokað með tilliti til heimila.

mæla með ýmsu móti í formi beinna, óbeinna og afleiðdra áhrifa. Helstu mælikvarðar á beinu áhrifin eru:

- Sölutekjur eða framleiðsla fyrirtækja í ferðaþjónustu.
- Launatekjur í ferðaþjónustu.
- Ársverk í ferðaþjónustu.
- Skattar í ferðaþjónustu

Skýrsla Hagfræðistofnunar takmarkast við svokallað hlutajafnvægi (e. *partial equilibrium*). Að því gefnu að atvinnugreinin sé starfrækt í þeim mæli sem nú er, þá gefa niðurstöðurnar til kynna umsvif tengd ferðaþjónustunni og þannig vægi hennar í heildarefnahagsstarfsemi hagkerfisins.

Af þessum tölum má sjá að þau heildarumsvif í formi veltu sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda ferðamanna eru 45,3 milljarðar króna. Þessum tölum er eingöngu ætlað að meta efnahagslegan sess ferðaþjónustunnar í hagkerfinu við núverandi aðstæður.

**... má sjá að þau heildarumsvif sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda erlendra ferðamanna eru um 92,2 milljarðar króna.**

Til að gefa frekari mynd af vægi þessara stærða í hagkerfinu eru þessi framleiðsluáhrif skoðuð í hlutfalli við heildarframleiðslu í hagkerfinu, en þetta svarar til um 2,45% heildarframleiðslu og veltu árið 2002.

Þegar framleiðslutölurnar eru skoðaðar ber að gæta þess að hér er talin öll framleiðsla, þ.e. framleiðsla allra greina og því er tvítalningarvandi til staðar þar sem afurð einnar greinar er notuð sem aðföng annarrar.

Þess vegna er ekki hægt að bera þessar framleiðslutölur saman t.d. við verga landsframleiðslu sem er heildarframleiðsla endanlegrar vöru.

Einnig skal minnt á þær ströngu forsendur sem kynntar eru í viðauka skýrslu Hagfræðistofnunar og lagðar eru til grundvallar útreikningunum um eðli framleiðslu fyrirtækja.

Margfaldarar með niðurstöðum fyrir óbein og afleidd áhrif

Eins og áður hefur verið getið er hægt að láta margfaldarana endurspeгла bein, óbein og afleidd áhrif. Með því er leitast við að endurspeгла að áhrif eftirspurnar eru ekki einungis til þess fallin að auka

viðskipti milli fyrirtækja, heldur einnig launagreiðslur og þar með neyslu. Í eftirfarandi töflu er að finna útreiknaða margfaldara úr líkani sem er lokað með tilliti til heimila.

	<b>Atvinnugrein</b>	<b>Margfaldari</b>
1	Landbúnaður og fiskveiðar	4,07
2	Iðnaður	3,33
3	Rafmagns-, hita- og vatnsveitur	3,06
4	Byggingarstarfsemi	4,04
5	Verslun, veitinga- og hótélrekstur	4,20
6	Samgöngur	4,26
7	Peningastofnanir, tryggingar og þjónusta vegna atvinnureksturs	2,92
8	Ýmis þjónustustarfsemi	4,86

**Tafla 3 - Framleiðslumargfaldarar – óbein og afleidd áhrif**  
(Heimild: Hagfræðistofnun)

Margfaldararnir rúmlega tvöfaldast við að taka tillit til afleiddra áhrifa. Með því að taka ferða- og dvalarkostnað erlendra ferðamanna á Íslandi árið 2002 og skipta þeim útgjöldum á einstakar atvinnugreinar má umreikna þessa eftirspurn í framleiðsluáhrif. Af þessum tölum sér Hagfræðistofnun að þau heildarumsvif sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda erlendra ferðamanna eru um 92,2 milljarðar. Áhrifin reiknast rúmlega tvöfalt hærri en áður þegar afleidd áhrif voru ekki tekin með í reikninginn. Þetta svarar til um 5%

heildarframleiðslu og veltu árið 2002. Stærðirnar eru einnig skoðaðar með tilliti til fjölda erlendra ferðamanna. Árið 2002 voru þeir 279.600 og bein áhrif nema 82 þúsund krónum á ferðamann í eyðslu. Ef á hinn bóginn er tekið tillit til efnahagsáhrifa útgjalda innanlands á veltu og framleiðslu nemur sú fjárhæð um 330 þúsund krónum á hvern ferðamann. Í þessum tölum er ekki tekið tillit til þeirra tekna sem verða af þeim flugfargjöldum sem þeir greiða til að komast til landsins.

	<b>Framleiðsla milljarðar króna</b>
Bein áhrif	22,8
Óbein og afleidd áhrif	69,4
<b>Samtals</b>	<b>92,2</b>

Útreikningar: Hagfræðistofnun

**Tafla 4 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands**  
(Heimild: Hagfræðistofnun)

Umsvif ferðaþjónustunnar á Íslandi eru því veruleg hvort sem lítið er til beinna, óbeinna eða afleiddra áhrifa. Þegar þessar tölur eru skoðaðar í samanburði við aðrar úttektir má geta þess að þjóðhagsstofnun gaf út skýrslu árið 2000 þar sem leitast var við að greina framlag ferðaþjónustunnar til vergrar landsframleiðslu árið 1999.

Niðurstaða þeirrar skýrslu var á þá leið að hlutdeildin væri í kringum 4,5% með því að skilgreina þær atvinnugreinar í þjóðhagsreikningum sem teldust til ferðaþjónustunnar. Þessi stærð er ekki fyllilega samanburðarhæf við þá hlutfallsstærð sem hér

**... áhrif erlendra ferðamanna á sölu og veltu í hagkerfinu...**

**... að 8,22% megi rekja til útgjalda erlendra ferðamanna vegna ferðakostnaðar hingað og útgjalda ...**

hefur verið reiknuð út, því ekki hefur verið tekið tillit til tekna af flugfargjöldum af erlendum ferðamönnum en því til viðbótar

hefur verið leiðrétt fyrir áhrifum ferðaþjónustunnar á aðrar greinar. Ef tekið er tillit til erlendra flugfarþega í þessum útreikningum yrðu áhrif erlendra ferðamanna á sölu og veltu í hagkerfinu með þeim hætti að 8,22% megi rekja til útgjalda erlendra ferðamanna vegna ferðakostnaðar hingað

## Byggðasjónarmið

Í skýrslu Hagfræðistofnunar kemur fram að flest bendi til þess að þjóðhagslegur ábati við hvern þann gest sem rati hingað til lands sé mjög mismunandi eftir því hvar hann kemur og hvar hann dvelst. Í þessu efni sé því mikil nauðsyn á að stilla saman bættar arðsemi, byggðastefnu og náttúruvernd með þeim hætti að efla enn frekar þá viðleitni að dreifa ferðamannastraumnum um landið og yfir árið.

Því geti mögulega verið verjandi fyrir hagkvæmnissakir að stjórnvöld aðstoði við markaðssetningu þeirra héraða hérlendis sem hafa verið síður vinsæl meðal ferðamanna og niðurgreiði ferðamannastraum til landsins utan háannar þegar fjárfestingar í greininni eru vannýttar. Einkum þyrfti að beina ferðamannastraumnum frá Reykjavík og til landsbyggðarinnar.

Ferðaþjónustan sé í þessu tilliti mjög mikilvæg fyrir landsbyggðina vegna þess að hún byggir á notkun staðbundinna aðfanga sem ekki er hægt að flytja úr stað, s.s. náttúrufegurð.

Heppnist þetta sé verið að jafna álagið á innviði landsins og bæta búsetuskilyrði á landsbyggðinni með hagkvæmum hætti.

Þrátt fyrir að ekki liggi fyrir beinar rannsóknir á þjóðhagslegum áhrifum ferða Íslendinga innanlands, má í stórum dráttum geta sér til um þau.

Samkvæmt könnun Ferðamálaráðs í desember 2003 á ferðavenjum Íslendinga innanlands, námu heildarútgjöld vegna ferðalaga innanlands að meðaltali um 97 þúsund krónum.

Leiða má líkum að því að á bak við þessi útgjöld séu að meðaltali 2,9 manneskjur, þannig að hver ferðamaður skili útgjöldum sem nema ríflega 33.000 kr. Sé gripið til þess að færa þessa eftirspurn yfir í framleiðsluáhrif líkt og gert var fyrir útgjöld er-

og útgjalda sé tekið tillit til beinna, óbeinna og afleiddra áhrifa. Það er því ljóst að vægi ferðaþjónustunnar að teknu tilliti til áhrifa flugfargjaldanna er allnokkuð meira en niðurstöður Þjóðhagsstofnunar fyrir árið 1999 gáfu til kynna.

lendra ferðamanna má reikna út að efnahagsáhrifin nemi að meðaltali um 133.000 kr. á hvern innlendan ferðamann.

Ríflega 80% Íslendinga ferðuðust innanlands og rétt um 70% aðspurðra gistu annars staðar en á höfuðborgarsvæðinu.

Sé þetta lýsandi fyrir þjóðina má gera ráð fyrir að um 230.000 manns hafi ferðast um landið og þar af um 160.000 (gisti) utan höfuðborgarsvæðisins en um 70.000 innan þess.

Þá má með sömu reikningsaðferðum finna út að heildarútgjöld Íslendinga vegna ferðalaga innanlands hafi verið í kringum 7,6 milljarðar króna, hvar af 2,3 milljarðar hafi fundið sér stað á höfuðborgarsvæðinu og 5,3 milljarðar utan þess.

Í samræmi við útreikninga Hagfræðistofnunar ættu heildarumsvif í formi veltu í hagkerfinu að nema u.þ.b. 15 milljörðum og hlutfall ferðalaga (framleiðsluáhrif) að svara til um a.m.k. 3,25% heildarframleiðslu og veltu.

Á sama hátt má segja að rúmir 10 af þessum 15 milljörðum nýtist til viðhalds fjárfestinga og reksturs utan höfuðborgarsvæðisins.

Sé gripið til sama margfeldis og áður til að finna út efnahagsáhrifin má leiða getum að því að á heildina litið skapi ferðalög innlendra ferðamanna umsvif sem nemi rúmum 30 milljörðum. Það má því gróflega reikna heildarefnahagsáhrif útgjalda ferðamanna á Íslandi upp í um 120 milljarða króna.

**Eru efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna á Íslandi ríflega 120 milljarðar?**

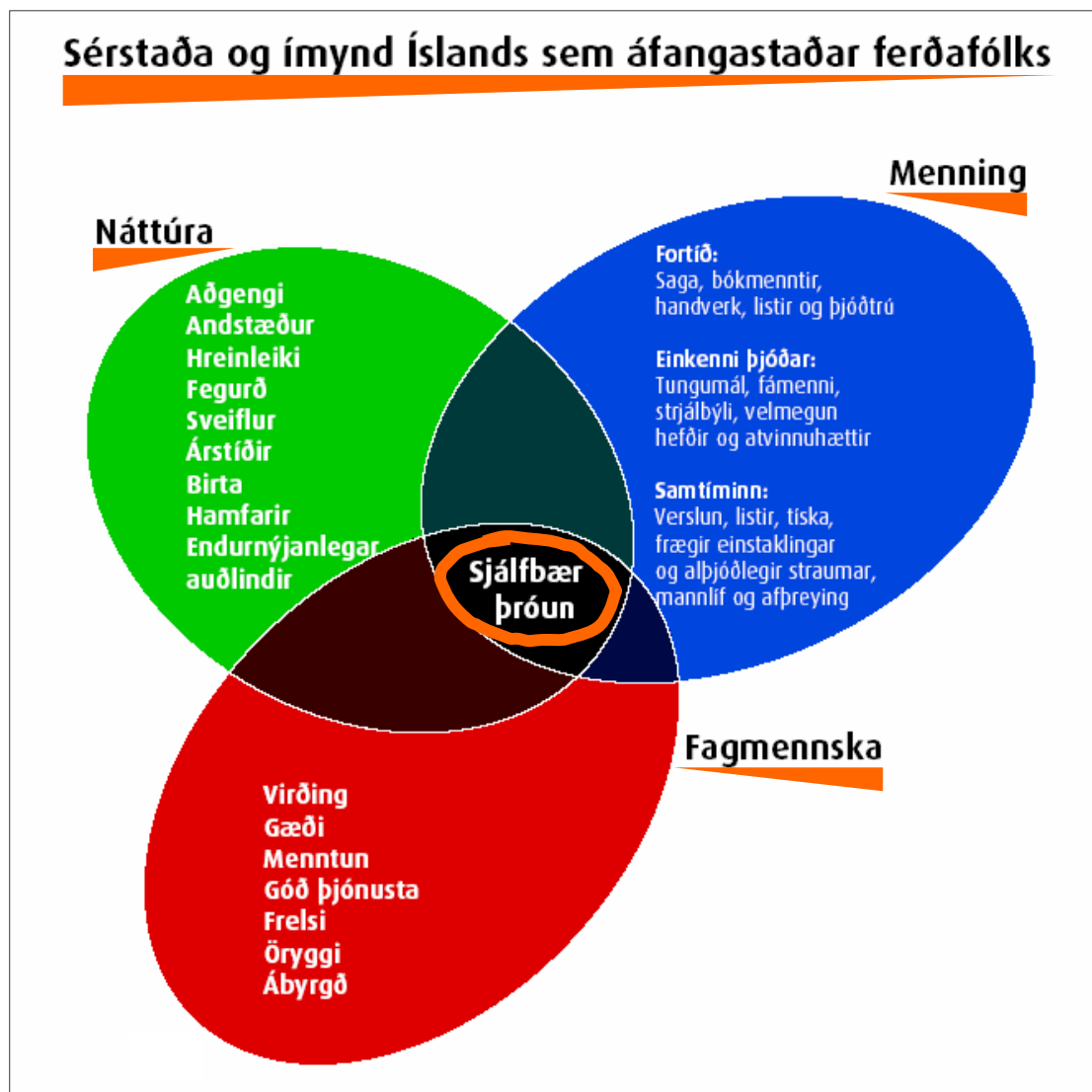




# Grunnhluti – staða og framtíðarhorfur

Í skýrslu framtíðarnefndar samgönguráðherra (samgönguráðuneytið 2003) eru tilgreindir þeir þættir sem taldir eru horn-

steinar eða stoðir Íslands sem áfangastaðar ferðamanna. Þeir koma fram á myndinni hér fyrir neðan sem fengin er úr skýrslunni.



Mynd 2 - Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar.  
(Samgönguráðuneytið 2003: Skýrsla framtíðarnefndar)

Meginþættirnir eru náttúra, menning og fagmennska en að auki eru sjálfbær þróun og umhverfisvæn ferðamennska forsendur þess að sérstaða og ímynd landsins haldist óspillt og öryggi ferðamannsins sé tryggt.

Samkvæmt WTO<sup>2</sup> ferðuðust um 25 milljónir manna milli landa árið 1950 og

<sup>2</sup> World Tourism Organization – sjá <http://www.world-tourism.org>

mest innan Evrópu. Árið 1995 var heildarfjöldinn orðinn ríflega 565 milljónir og árið 2002 um 700 milljónir, þ.e. fjöldi þeirra hefur nærri þrítugfaldast frá 1950.

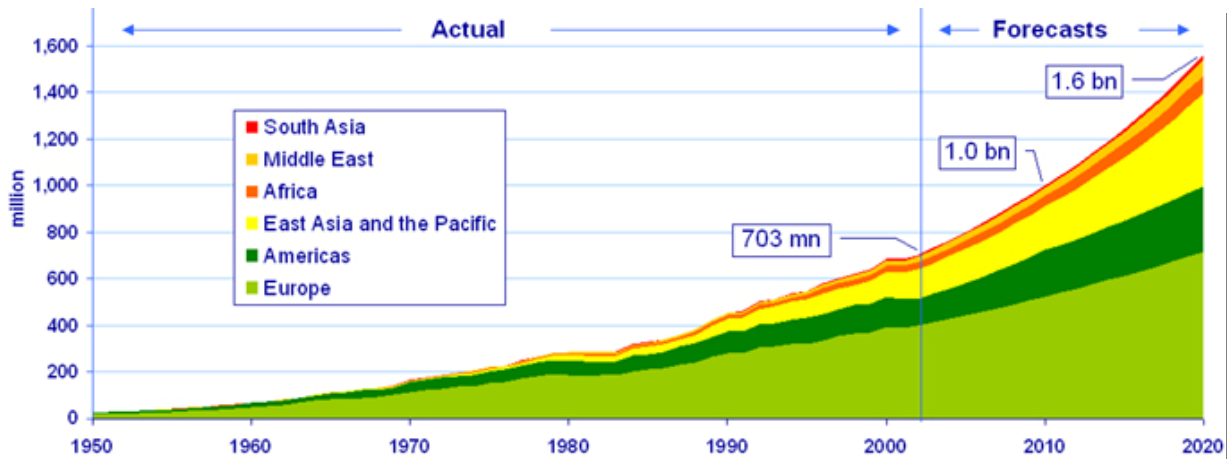
Árið 1995 sóttu um 340 milljónir ferðamanna Evrópu heim, en 2002 var sú tala komin í um 400 milljónir og Evrópa hefur því enn langmesta hlutdeild (nálægt 57%) í ferðaþjónustu í heiminum. Samkvæmt spá WTO mun þessi þróun halda áfram og árið 2020 muni fjöldinn verða kominn í um 1,6 milljarð

á heimsvísu og þar af komi ríflega 700 milljónir til lands innan Evrópu.

Forvitnilegt er að skoða þróunina hér heima í samanburði við þessar tölur. Árið 1995 voru komur ferðamanna hingað til lands rétt um 150.000 þannig að það ár var Ísland með markaðshlutdeild á heimsvísu upp á tæp 0,027% og innan Evrópu upp á 0,044%. Árið 2003 voru ferðamenn

hingað til lands um 280.000 þannig að markaðshlutdeild Íslands var þá komin í um 0,04% á heimsvísu og í 0,07% hlutdeild m.v. Evrópu.

**Á þessu má sjá að kakan er stór og tækifærin mörg.**



(Frumheimild: World Tourism Organisation)

Sú áhugaverða þróun hefur átt sér stað undanfarin ár er að kynslóðin sem fæddist eftir seinni heimsstyrjöldina (kölðu „Baby Boomers“ á ensku), verður sífellt meira áberandi sem ferðamenn.

Samkvæmt WTO hefur þróunin í Japan undanfarin ár, og einnig í nokkrum ríkjum Evrópu og í Kanada, verið með þeim hætti að ferðalög yngra fólks hafa dregist saman á meðan ferðalög hinna eldri hafa aukist. Fjölgun hinna eldri (WTO) er helst rakin til þess að þeir hafi meira ráðstöfunarfé til ferðalaga þar sem það byggir ekki einungis á launum þeirra, heldur njóti þeir fyrri sparnaðar, arðs af eignum og/eða arfs. T.d. jukust ferðalög Þjóðverja á aldrinum 55-75 ára út fyrir landsteinana um 75% á áratugnum 1990 til 2000<sup>3</sup>.

**Samkvæmt WTO hafa ferðalög yngra fólks dregist saman en eldra fólks aukist.**

Þetta eru að mörgu leyti ánægjulegar fréttir fyrir íslenska ferðaþjónustu þar sem Evrópuþjóðirnar hafa verið og verða áfram

mikilvægir markaðir hennar. Tökum Þýskaland aftur sem dæmi. Þjóðverjar á aldrinum 45-64 ára voru 13 milljónir árið 1980, en gert er ráð fyrir að fjöldi þeirra verði orðinn 26 milljónir árið 2020.

Almenn ferðalög erlendra ferðamanna til Íslands og um landið voru fátíð og þjónustan við þá að sama skapi harla fábrotin fram á 20. öld. Einnig var fátítt að Íslendingar ferðuðust um eigið land að „tílefnislausu“.

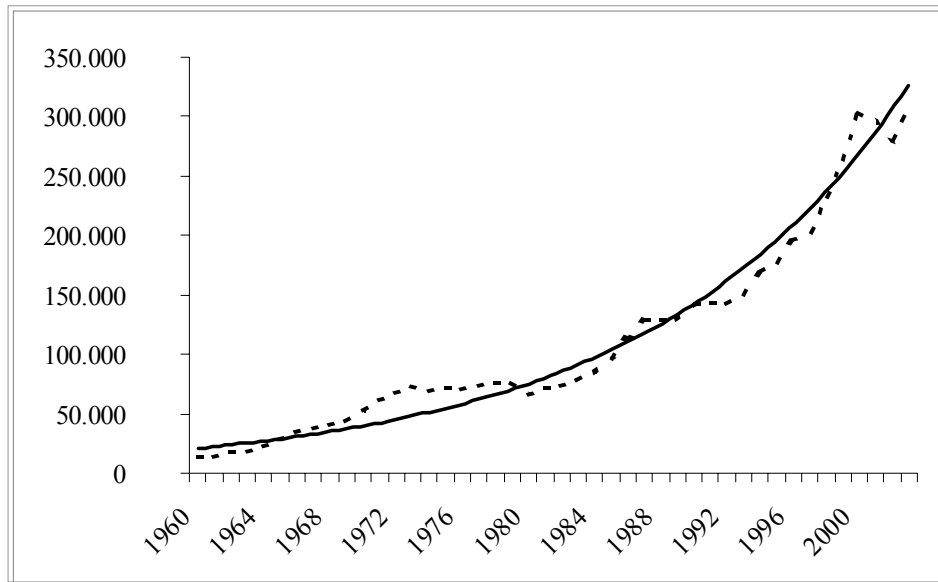
Mikil breyting varð á heimsóknum erlendra ferðamanna til landsins og uppbyggingu innviða ferðaþjónustunnar eftir lok seinni heimsstyrjaldar, ekki síst í kjölfar reglubundins millilandaflugs. Þannig ríflega þrefaldaðist fjöldi ferðamanna á tímabilinu 1945 - 1960 og var orðinn um 12.500 í lok tímabilsins (Þjóðhagsstofnun 1998 - tafla 4.10).

Ferðalög fólks á milli landa jukust að meðaltali um rúm 7% á ári milli 1950 og 2000 og meðalfjölgun erlendra ferðamanna til Íslands jókst um 8,6%.

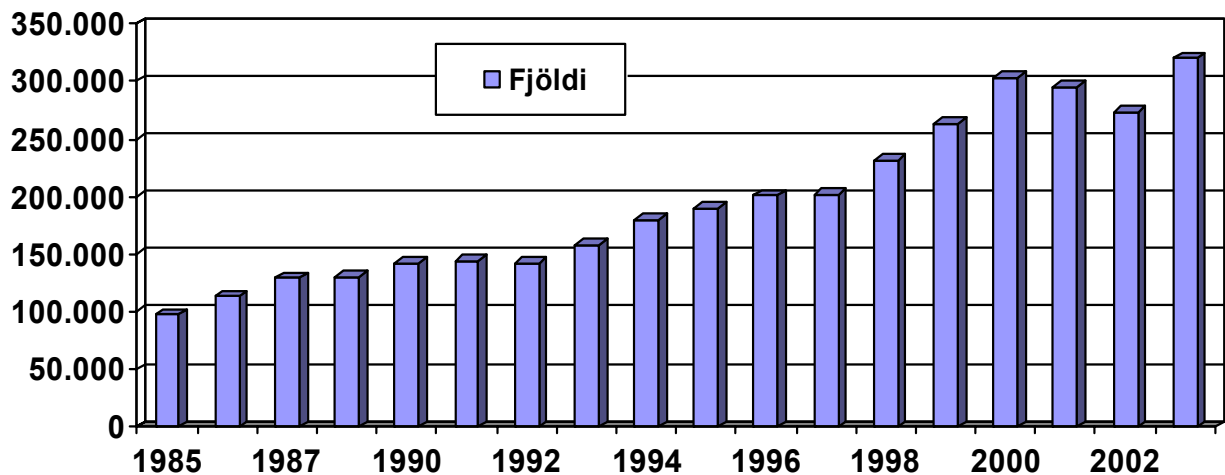
<sup>3</sup> Sjá *Guide to Global Travel Trends 2002*, IPK International – The World Travel Monitor Company Ltd.:149

Samkvæmt skýrslu Hagfræðistofnunar hefur heimsóknum erlendra gesta hingað til lands fjölgað að meðaltali um rúm 6% á ári frá 1960.

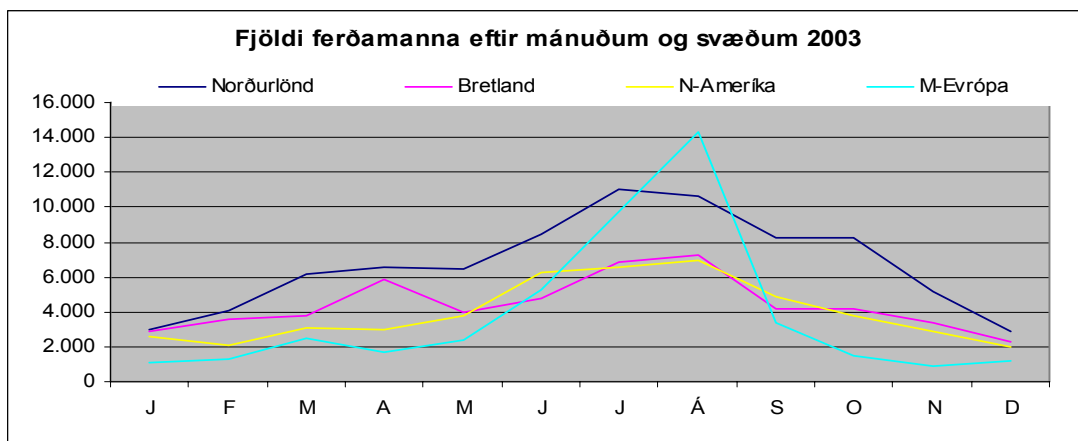
Þá sýnir línurit yfir þróun fjölda ferðamanna að áhrif umhverfisins og alþjóðlegra viðburða eru umtalsverð s.s. olíuverð og hryðjuverkin 11. september 2001.



**Mynd 3 - Fjöldi erlendra ferðamanna til landsins 1960 – 2003**  
(Hagfræðistofnun 2004)



**Mynd 4 - Fjöldi erlendra ferðamanna til landsins 1985 – 2003**  
(Heimild: Útlendingaæftirlitið og Ferðamálaráð)

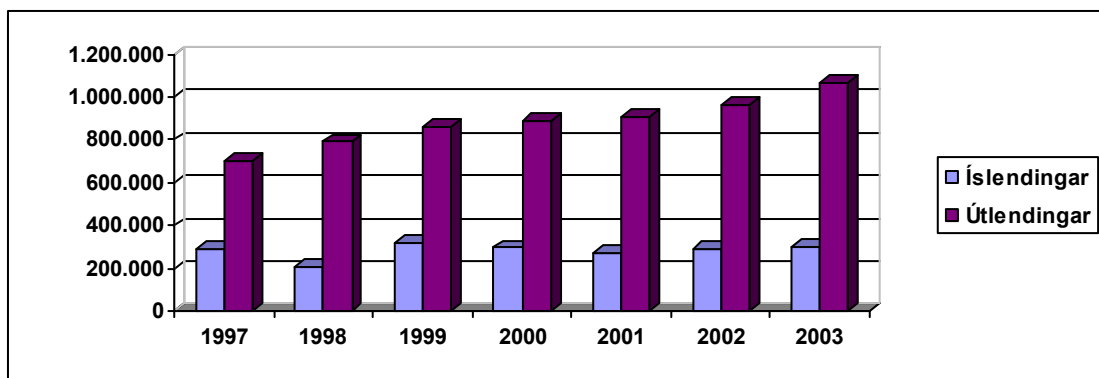


Mynd 5 - Fjöldi ferðamanna 2003 eftir mánuðum og svæðum

(Heimild: Ferðamálaráð Íslands)

Samkvæmt upplýsingum Hagstofu komu 219.812 innlendir og erlendir farþegar til Keflavíkurflugvallar fyrstu fimm mánuði ársins 2004 samanborið við 179.711 farþega sömu mánuði 2003. Þetta er 22,3% aukning. Frá júní 2003 til maí 2004 (12

mánuðir) komu 623.933 farþegar til Keflavíkurflugvallar sem er 19% aukning frá næstu 12 mánuðum þar á undan. Í þessum tölum eru ekki taldir farþegar sem höfðu viðkomu á flugvöllinum en komu ekki inn í landið.



Mynd 6 - Fjöldi gistinátta á hótélum og gistiheimilum á Íslandi 1997 – 2003

(Heimild: Hagstofa Íslands)

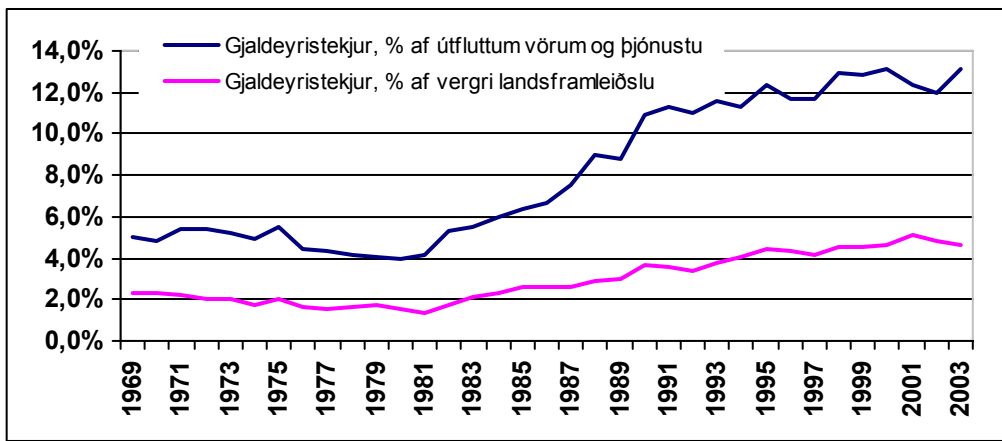
Aukning hefur orðið í fjölda gistinátta erlendra ferðamanna eins og sjá má á mynd 6. Fyrstu 5 mánuði ársins 2004 voru samtals skráðar 301.000 gistinætur en fyrir sama tíma árið 2003 voru þær skráðar um 286.000, sem er 5,2% aukning milli ára. Fjöldi gistinátta á hótélum og gistiheimilum

var tæplega 1.200 þúsund árið 2000 en var kominn í tæplega 1.400 þúsund árið 2003 sem er aukning upp á um 15%. Á sama tíma hefur fjöldi rúma hjá hótélum og gistiheimilum aukist um 20%. Framboð hefur því aukist umfram eftirspurn.

Ár:	Hótel og gistiheimili:			Hótel:		
	Fj. staða	Fj. herb.	Fj. rúma	Fj. hótela	Fj. herb.	Fj. rúma
2000	244	6.045	12.471	53	2.612	5.084
2001	249	6.200	12.690	54	2.661	5.168
2002	273	6.807	14.009	60	2.912	5.836
2003	281	7.330	14.948	66	3.350	6.639
%-breyt.	15%	21%	20%	25%	28%	31%

Tafla 5 - Framboð gistirýmis (hótel og gistiheimili)

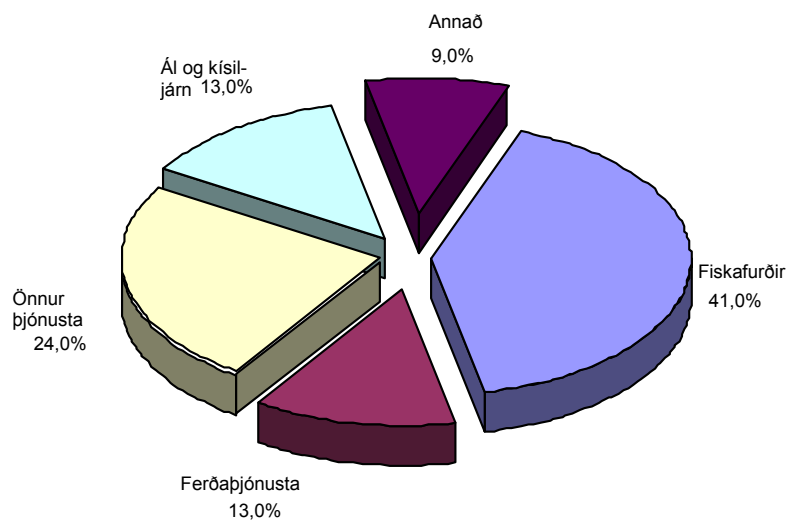
(Heimild: Hagstofa Íslands)



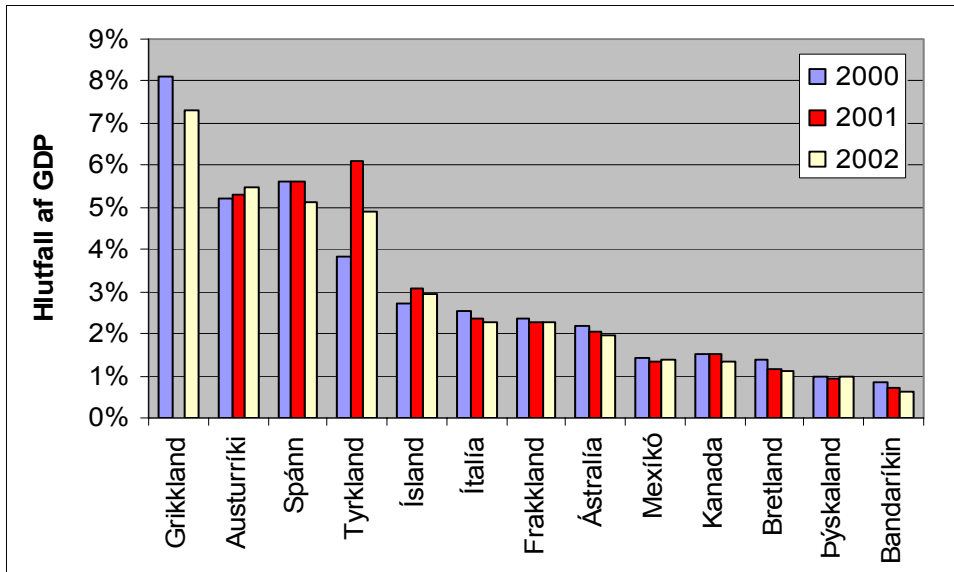
**Mynd 7 - Þróun gjaldeyrstekna af ferðaþjónustu á Íslandi 1969 – 2003**  
(Heimild: Hagstofa Íslands)

Þróun hlutfalls ferðaþjónustunnar í gjaldeyrstekjum þjóðarinnar, sérstaklega upp úr 1980, ber vitni um mikilvægi greinarinnar fyrir íslenskt þjóðarbú. Árið 2003 námu gjaldeyrstekjurnar 13,1% útflut-

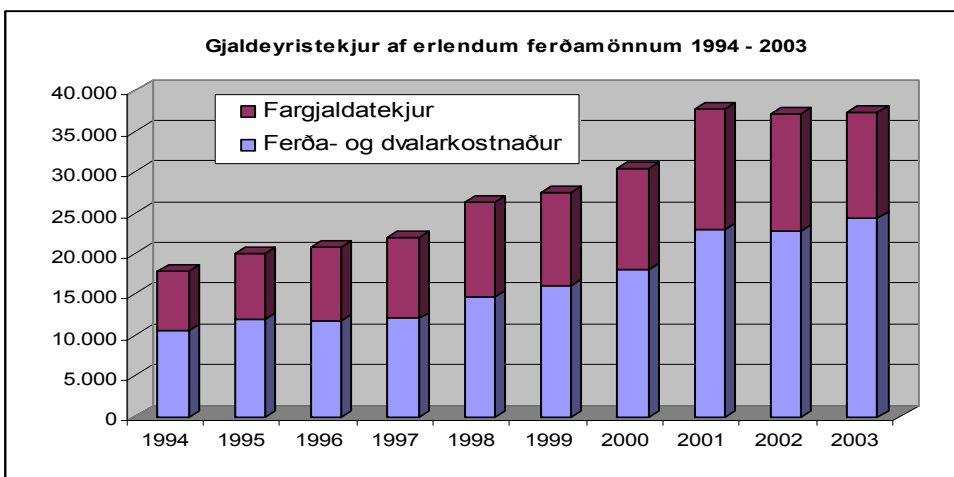
ings, en voru 5% árið 1969 en sem hlutfall af landsframleiðslu 2,3% og 4,6% árið 2003. Hæst námu gjaldeyrstekjur 5,1% af vergri landsframleiðslu árið 2001.



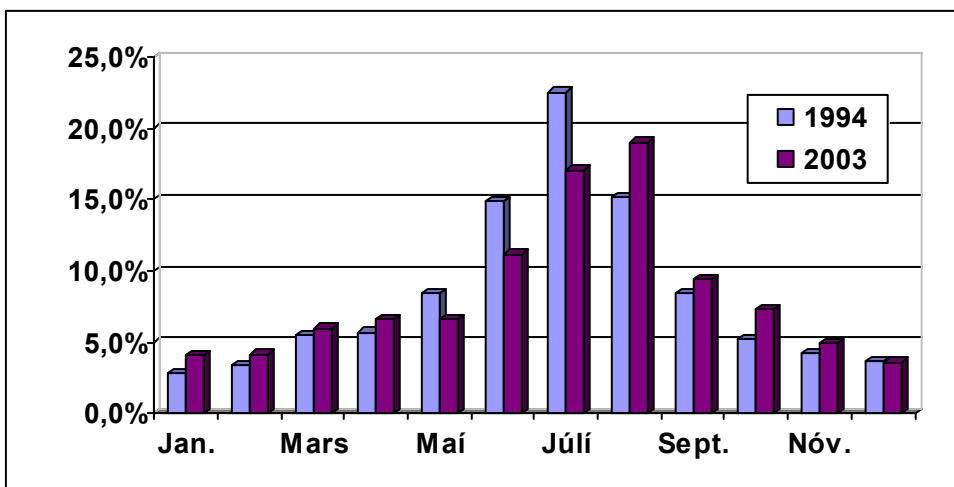
**Mynd 8 - Skipting útflutningstekna á atvinnugreinar**  
(Heimild: Ferðamálaráð)



**Mynd 9 - Hlutfall gjaldeyristekna af landsframleiðslu m.v. önnur lönd**  
(Heimild: Njáll Trausti Friðbertsson, 2004)



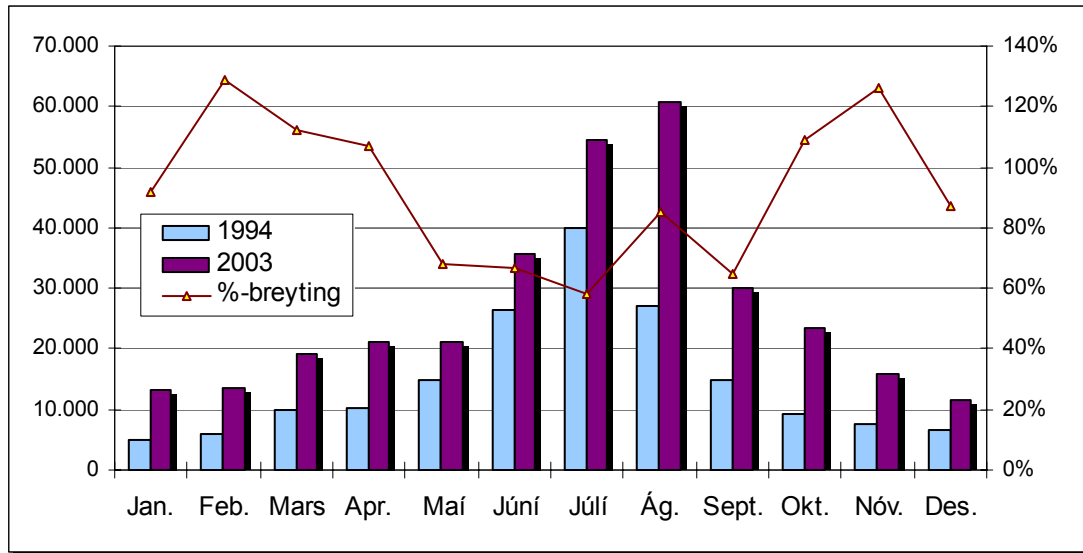
**Mynd 10 - Gjaldyristekjur af erlendum ferðamönnum**  
(Heimild: Hagstofa)



**Mynd 11 - Dreifing erl. ferðamanna á mán. 1994 og 2003**  
(Heimild: Útlendingaeftirlitið og Ferðamálaráð)

Forvitnilegt er að skoða hvernig tekist hefur síðasta áratug að jafna árstíða-sveiflur í fjölda ferðamanna til landsins, en það er vandi sem ferðapjónustan glímir almennt við í heiminum. Eins og sést á mynd 11 hefur nokkuð áunnist í þessum efnum en um 23% þeirra ferðamanna sem sóttu landið heim 1994 komu í júlí en voru

um 17% 2003. Þróunin hefur verið í hina áttina í ágúst eða frá um 15% 1994 í um 19% 2003 – álagið hefur því jafnast all-nokkuð þessa tvo mánuði. Hreyfingin í átt til jöfnunar álags yfir árið kemur enn betur í ljós á mynd 12 hér á eftir.



**Mynd 12 - Fjöldi erl. ferðamanna e. mán. 1994 og 2003**  
(Heimild: Útlendingaeftirlitið og Ferðamálaráð)

Erlendum ferðamönnum fjölgaði um 80% milli árána 1994 og 2003 og var aukning alla mánuði ársins. Hlutfallslega var aukningin mest utan háannatíma, þ.e. jan. - apr. annars vegar og okt. - des. hins vegar. Hlutfallslega var aukningin mest í feb. og nóv. þegar erlendir ferðamenn voru meira en 120% fleiri. Unnið hefur verið að jöfnun

með markaðsstarfi og auknu þjónustu-framboði utan háannar. Það hlýtur að teljast markverður árangur hvað þetta varðar að hlutfall erlendra ferðamanna sem komu til landsins utan háannatíma var árið 2003 komið í 53% í stað 47% árið 1994 eins og sjá má í töflu 6.

	Jan. - maí	Júní- ág.	Sept. – des.	Samtals	Utan háannatíma
Fjöldi 1994	45.900	93.500	38.100	177.500	84.000
Fjöldi 2003	88.113	151.190	80.697	320.000	168.810
%-munur	92%	62%	112%	80%	101%
% af heild 1994	26%	53%	21%	100%	47%
% af heild 2004	28%	47%	25%	100%	53%

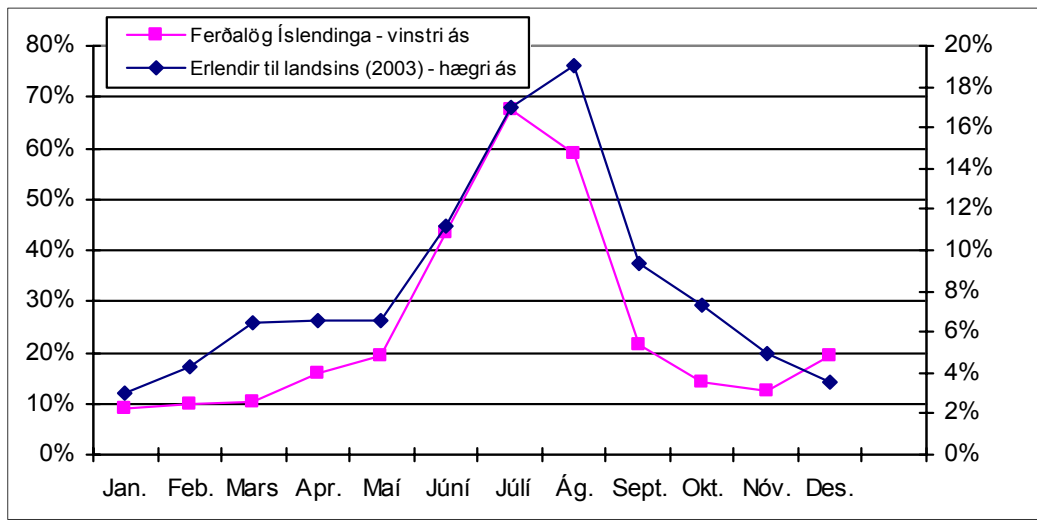
**Tafla 6 - Samanburður á fjölda erl. ferðamanna 1994 og 2003**  
(Heimild: Útlendingaeftirlitið og Ferðamálaráð)

Forvitnilegt er að bera saman hvenær erlendir ferðamenn koma til landsins og hvenær Íslendingar sjálfir eru á ferðinni

innanlands eins og sjá má á mynd 13 hér á eftir.

Þrátt fyrir að hér séu ekki bornar saman fyllilega sambærilegar tölur er það dreifingin innan ársins sem er áhugaverð. Það

er aðallega þrennt sem vekur athygli í þessum samanburði.



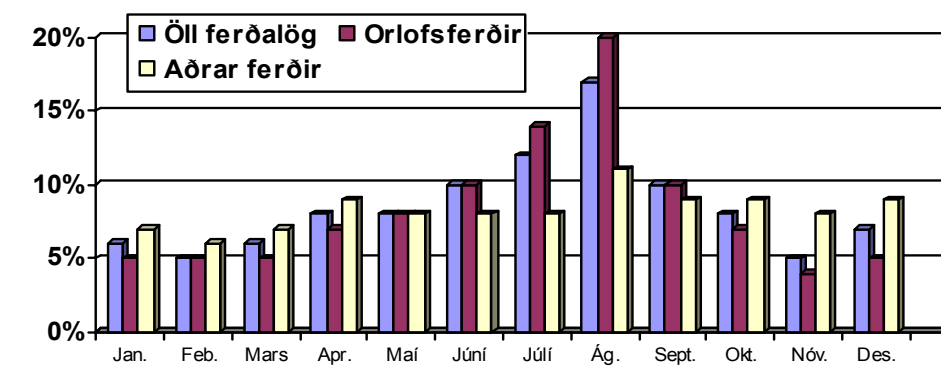
**Mynd 13 - Erlendir og innlendir ferðamenn e. mánuðum á Íslandi**  
(Heimildir: Ferðamálaráð 2003 og Hagstofa Íslands)

Í fyrsta lagi að hæst hlutfall erlendra ferðamanna kemur til landsins í ágúst mánuði á meðan að júlí er meginferðamánuður Íslendinga. Í öðru lagi virðist jafnari dreifing á heimsóknnum erlendra ferðamanna til landsins en ferðalögum Íslendinga innanlands. Loks er áberandi hvað innlendir ferðamenn eru meira á ferðinni í desember<sup>4</sup>.

**Víða um lönd má sjá mjög sambærilega árstíðasveiflu og hér á landi enda ferðast fólk fyrst og fremst í fríum sínum.**

<sup>4</sup> Mikilvægt er að gera sér grein fyrir að ekki er verið að bera saman fyllilega sambærilegar tölur. Íslendingar voru spurðir hvenær þeir ferðuðust innanlands – svar hvers ferðamanns gat náð yfir fleiri en eitt tímabil sem er skýring á því hvers vegna samtala hlutfallstalna íslenskra ferðamanna er hærri en 100%. Tölurnar yfir erlenda ferðamenn sýna hlutfallslega dreifingu komu þeirra til landsins eftir mánuðum.





**Mynd 14 - Mánaðarleg dreifing allra ferða í Evrópu**  
(Heimild: European Travel Monitor 2003; IPK International, Munich)

Í fyrirlestri sem dr. David G. Simmons frá Nýja-Sjálandi<sup>5</sup> hélt í júlí s.l. kom fram að sveiflur væru mjög álíka þar í landi sé tekið mið af sumri og vetri.

Þá er mjög svipuð dreifing á ferðalögum almennt innan Evrópu eins og mynd 14 ber með sér.

Þar má sjá m.a. að hlutfall orlofsferða á háannatíma er um 44% og allra ferðalaga um 39%. Ísland sem jaðarland er því í sjálfu sér ekki langt frá þessu meðaltali, enda ekki óeðlilegt að fólk ferðist fyrst og fremst í fríum sínum.

Talið er að aukningu í fjölda erlendra ferðalanga til landsins utan háannar megi rekja fyrst og fremst til nokkurra samverkandi þátta, þ.e. mikillar tíðni áætlunarflugs allt árið, aukins vöru- og þjónustuframboðs utan háannar, aukinna gæða og sértækra markaðsaðgerða.

Ljóst er að árstíðasveiflur í eftirspurn eru meiri í orlofsferðum en ferðum af öðrum toga. Því hefur verið lögð áhersla á það í markaðssetningu að auka aðra tegund ferða svo sem ráðstefnuferðir, hvataferðir og helgarferðir.

**Talið er að aukningu í fjölda erlendra ferðalanga til landsins utan háannar megi rekja fyrst og fremst til:**

- ▶ Mikillar tíðni áætlunarflugs allt árið
- ▶ Sértækra markaðsaðgerða
- ▶ Aukins vöru- og þjónustuframboðs utan háannar
- ▶ Aukinna gæða

<sup>5</sup> David G. Simmons, prófessor í ferðafræðum við Lincoln háskóla á Nýja-Sjálandi, hélt fyrirlestur um sögu og þróun ferðaþjónustu á Nýja – Sjálandi. Fyrirlesturinn var haldinn að frumkvæði Hólaskóla í Öskju (H.Í.) þann 5. júl. 2004. Simmons fjallaði m.a. um stefnumótun Nýja – Sjálands í ferðaþjónustu til ársins 2010 og hlutverk sjálfbærni sem lykilatriðis í stefnumótun landsins. Sjá: <http://www.lincoln.ac.nz/esdd/profiles/dsimmons.htm>

# 1. Þjóðhagsleg áhrif

Það er ljóst að þjónusta við ferðamenn er mjög mikilvæg sem tekjulind fyrir landsmenn, en að auki eru ýmis önnur jákvæð efnahagsleg áhrif sem vert er að taka með í reikninginn.

Ferðapjónustan er ekki sérgreind í þjóðhagsreikningum heldur er hún samsett úr mörgum greinum hefðbundinnar skiptingar atvinnugreinaflokkunar. Hlutur ferðapjónustu innan einstakra atvinnugreina samkvæmt skilgreiningu Þjóðhagsstofnunar er eftirfarandi:

Atvinnugrein	Hlutfall starfa
Gististaðir	90%
Veitingastaðir	30%
Samgöngur á landi	58%
Samgöngur á sjó	5%
Flugsamgöngur	80%
Menning og afþreying	12%
Ferðaskrifstofur	100%
Sérversl. minjagripir og sportv.	18%
Blönduð verslun	9%

**Tafla 7 - Hlutur ferðapjónustunnar innan atvinnugreina**

(Heimild: Þjóðhagsstofnun 2000)

Sú skipting sem hér er gengið út frá er að grunni til frá árinu 1995. Hún hefur sætt nokkurri gagnrýni fyrir að lýsa ekki núverandi raunveruleika hér á landi. Fjöldi ferðamanna sem hlutfall af fjölda íbúa landsins hefur hækkað úr 67% árið 1995 í 112% árið 2003, eins og tafla 8 ber með sér. Samkvæmt því ættu ferðamenn að bera uppi hærra nýtingarstig fjárfestinga í innviðum landsins en áður. Skiptinguna þarf því að endurskoða og bent er á nauðsyn þess að taka upp gerð hliðarreikninga (e. *Satellite Accounts*). Ný atvinnuvegaskipting sem Hagstofan hefur unnið eftir frá 1997 ætti að gera það auðveldara.

Ár	Komur erl. ferðamanna	Mannfjöldi	Erl. farþegar í hlutfalli af mannfjölda
1960	12.500	175.860	7,1%
1975	71.676	218.031	32,9%
1990	141.718	254.788	55,6%
1995	177.961	267.380	66,6%
2003	325.000	289.272	112,0%

**Tafla 8 - Erlendir ferðamenn og mannfjöldi**

(Heimild: Hagvísar Hagstofu Íslands)

**Ferðapjónusta er ekki sérgreind í þjóðhagsreikningum heldur er hún samsett úr mörgum greinum hefðbundinnar skiptingar atvinnugreinaflokkunar.**

Í samræmi við skiptinguna frá 1995 komst Þjóðhagsstofnun að þeirri niðurstöðu að í ferðapjónustu ynnu um 5.400 manns. Af fyrrgreindum ástæðum er talið að nú starfi mun fleiri við ferðapjónustu og tengda starfsemi.

Í skýrslu Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands (Hagfræðistofnun 2004) er farið ítarlega yfir það hver þjóðhagslegur ávinningur er af ferðapjónustu. Til þess að dvelja ekki of lengi við smáatriði vísast því til hennar um fræðilegar forsendur helstu niðurstaðna.

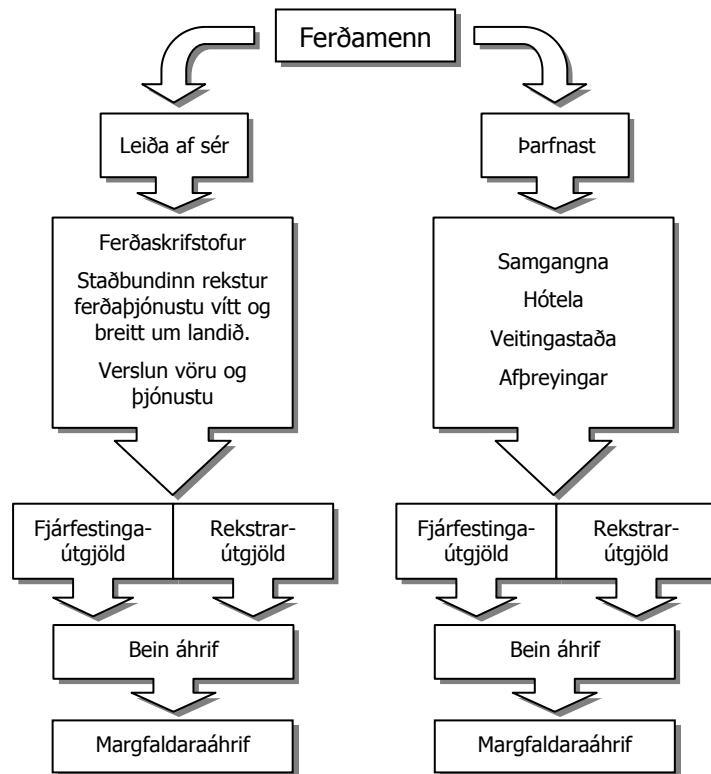
Þar kemur fram að ferðapjónustan hafi skapað þjóðhagslegan ábata m.a. með eftirfarandi hætti:

- **Bætt framleiðni vinnuafis:** Sköpun nýrra starfa í ferðapjónustu sem gefur fólki tækifæri til að afla sér hærri tekna en ella, að gefinni menntun, búsetu og starfsþjálfun. Ennfremur kann staðbundið atvinnuleysi eða önnur vannýting vinnuafis að vera til staðar á ákvæðnum svæðum sem atvinnusköpun í ferðapjónustu vinnur bug á.
- **Bætt framleiðni einkafjármagns:** Aukin nýtni fastafjármuna hjá einkafyrirtækjum vegna meiri veltu hjá fyrirtækjum sem tengjast ferðapjónustu með beinum eða óbeinum hætti, s.s. þjónustu-, flutninga- og afþreyingarfyrirtækja. Utan við höfuðborgarsvæðið eru margs konar mannvirki, t.d. skólar og félagsheimili, sem eru mjög vannýtt af íbúum, en hafa nýst ferðapjónustunni á háannatímum.
- **Bætt framleiðni opinbers fjármagns og innviða:** Hlutdeild í kostnaði vegna notkunar innviða (infrastructure) íslensks þjóðfélags, s.s. samgöngumannvirkja, sem kemur fram með beinum og óbeinum hætti til íslenska ríkisins. Hagræðið kemur einkum fram ef notkun landsmanna sjálfra er fremur lítil og aukinn fjöldi notenda tefur ekki fyrir þeim sem þegar nýta sér umferðarmannvirkin.

- Sterkari grundvöllur fyrir sérhæfingu og fjölbreytni:** Sérhæfing eða nýbreytni af einhverjum toga krefst ákveðins lágmarksfjölda viðskiptavina til þess að fastur kostnaður dreifist á nægilega margar einingar. Þjóðin er fámenn og hefur þess vegna takmarkað svigrúm til þess að skapa fjölbreytileika í verslun og þjónustu sem krefst fjárfestingar og byggir á stærðarhagkvæmni. Um leið og ferðamönnum fjölga skapast aukið svigrúm að þessu leyti. Verslunar- og þjónustufyrirtæki spretta upp sem þjóna heima-

mönnum en ættu samt ekki tilveru- grundvöll ef ferðamenn væru ekki til staðar.

Vitanlega er erfitt að aðgreina þessa þætti vegna þess að framleiðni fjármagns og vinnuafis hljóta að tengjast saman að miklu leyti. Hins vegar er ljóst af þessu að þjóðhagslegur ábati ferðaþjónustu er mun meiri úti á landsbyggðinni þar sem nýting fjármuna er verri og fjölbreytni minni vegna fólksfæðar, heldur en í höfuðborginni.



**Mynd 15 - Bein efnahagsáhrif ferðamanna**  
(Heimild: Hagfræðistofnun)

## Bein, óbein og afleidd áhrif

Ljóst er að fjöldi fólks hefur beinan hag af atvinnu í ferðaþjónustunni vegna þeirrar starfsemi sem þar fer fram. Áhrifin eru hins vegar víðtækari en það. Í þessu samhengi er í skýrslu Hagfræðistofnunar (2004) talað um bein, óbein og afleidd áhrif. Þessi hugtök þarfnast frekari skýringa.

**Bein áhrif** eru efnahagsáhrif þeirrar starfsemi sem verður til í beinum tengslum við ferðaþjónustuna. Hér er átt við bein efnahagsáhrif þeirra fyrirtækja sem starfa við

þessa þjónustu. Því er þörf á að kortleggja ferðaþjónustuna til að átta sig á hvað beri að telja til beinna áhrifa hennar.

**Óbein áhrif** eru sú starfsemi sem verður til utan ferðaþjónustunnar vegna starfsemi í henni. Dæmi um þetta eru m.a. aðföng í ferðaþjónustunni sem skapa tekjur í fyrirtækjum utan hennar. Þessi fyrirtæki nota svo aðföng frá öðrum fyrirtækjum og þannig gengur efnahagshringrásin koll af kalli. Margs konar fyrirtæki tengjast

Þessum rekstri beint eða óbeint og erfitt getur reynst að bera kennsl á þessi tengsl. Til að rekja þau má hugsa sér einhvers konar kortlagningu viðskipta milli fyrirtækja sem dragi fram í dagsljósið innbyrðis tengsl fyrirtækja. Til að framkvæma slíka greiningu væri nauðsynlegt að leggja fram ítarlegan fyrirspurnalista til allra fyrirtækja í ferðaþjónustunni. Þótt slík greining væri möguleg yrði hún dýr og þó að hún væri framkvæmd er ólíklegt að fyrirtækin myndu vilja láta slíkar upplýsingar af hendi þar sem slík gögn varða oft sjálfan rekstrargrundvöll fyrirtækjanna og þ.a.l. sam-

**Þörf er á að kortleggja ferðaþjónustuna til að átta sig á hvað beri að telja til beinna áhrifa hennar.**

## Bein áhrif ferðamanna

Dæmi um efnahagsáhrif ferðamanna er atvinna sem verður til vegna þeirra umsvifa sem skapast og skattar sem ríkið fær til sín af ferðaþjónustu. Þessum áhrifum má skipta í tvennt:

- Rekstur fyrirtækja sem ferðamenn þarfnast.
- Rekstur fyrirtækja sem ferðaþjónustan leiðir af sér.

Þessir þættir sýna hin beinu áhrif ferðamanna, en ennfremur verða til óbein og afleidd áhrif. Heildaráhrifin eru því meiri en einungis beinu áhrifin, þ.e. óbein og afleidd áhrif sem geta verið allveruleg.

Þessi áhrif ná til iðngreina og þjónustu vítt og breitt um samfélagið og geta verið eins mikil eða meiri en beinu áhrifin, en það ræðst af flæði útgjalda ferðamanna í efnahagshringrásina. Efnahagsumsvif má mæla með ýmsu móti í formi beinna, óbeinna og afleiddra áhrifa.

## Margfaldarar og niðurstöður

Með gögnum um útgjöld erlendra ferðamanna á Íslandi og með fræðilegum aðferðum sem lýst er í skýrslu Hagfræðistofnunar má setja magnbundinn mælikvarða á efnahagsáhrif ferðamanna, mæld í krónum. Margfaldararnir eru svokallaðir framleiðslumargfaldarar og eru reiknaðir fyrir hverja atvinnugrein<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Útreikningurinn er í samræmi við flokkun framleiðslugreina ISIC með hjálp aðfanga-

keppnisstöðu þeirra. Önnur leið til lausnar þessu vandamáli er að nota þau gögn sem koma fram í aðfanga-/afurðatöflum og leggja þau til grundvallar við mat á óbeinum áhrifum.

**Afleidd áhrif.** Með afleiddum áhrifum er átt við áhrif sem verða til vegna beinna og óbeinna áhrifa. Auðveldast er að hugsa sér þessi áhrif þannig að þegar eftirspurn eftir vöru eða þjónustu eykst reynist nauðsynlegt að auka framleiðslu þeirrar vöru eða þjónustu. Aukning framleiðslu kallar á aukið vinnuafli sem aftur eykur tekjur heimila. Aukning á tekjum heimilanna eykur svo neyslu heimilanna sem kallar á enn meiri framleiðslu fyrirtækjanna.

Frumáhrifin hér eru augljóslega beinu áhrifin og vert að skoða þau nánar.

Helstu mælikvarðar á beinu áhrifin eru:

- Sölutekjur eða framleiðsla fyrirtækja í ferðaþjónustu.
- Launatekjur í ferðaþjónustu.
- Ársverk í ferðaþjónustu.
- Skattar í ferðaþjónustu.

Þessu til viðbótar er hugtakið virðisauki eða vinnsluvirði sem er oft notað vegna þess að með því fæst beinn samanburður við landsframleiðsluna sem er samantlagður virðisauki í hagkerfinu.

Skýrsla Hagfræðistofnunar takmarkast við svokallað hlutajafnvægi (e. *partial equilibrium*). Að því gefnu að atvinnugreinin sé starfrækt í þeim mæli sem nú er, þá gefa niðurstöðurnar til kynna umsvif tengd ferðaþjónustunni og þannig vægi hennar í heildarefnahagsstarfsemi hagkerfisins.

**... má sjá að þau heildarumsvif sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda erlendra ferðamanna eru um 92,2 milljarðar króna.**

afurðatöflu sem Hagstofa Íslands vann fyrir árið 1997. Þessi tafla hefur verið uppfærð til ársins 2002 með magn- og verðvísitölum vergrar landsframleiðslu. Líkanið sem er notað er tvískipt, annars vegar er um að ræða líkan sem tekur tillit til beinna og óbeinna áhrifa (svokallað opið líkan) og hins vegar líkan sem tekur tillit til beinna, óbeinna og afleiddra áhrifa, þ.e. er lokað með tilliti til heimila.

Með því að taka ferða- og dvalarkostnað erlendra ferðamanna á Íslandi árið 2002 og skipta þeim útgjöldum á einstakar atvinnugreinar má umreikna þessa eftirspurn í framleiðsluáhrif. Skipting í greinar er fengin með útgjaldakönnun Ferðamálaráðs.

Af þessum tölum má sjá að þau heildarumsvif í formi veltu sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda ferðamanna eru 45,3 milljarðar króna. Þessum tölum er eingöngu ætlað að meta efnahagslegan sess ferðaþjónustunnar í hagkerfinu við núverandi aðstæður.

	<b>Framleiðsla (milljarðar kr.)</b>
Bein áhrif	22,8
Óbein og afleidd áhrif	22,5
Samtals	45,3

Útreikningar: Hagfræðistofnun

#### **Tafla 9 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands**

(Bein og óbein áhrif – Heimild: Hagfræðistofnun)

### **Margfaldarar með niðurstöðum fyrir óbein og afleidd áhrif**

Eins og áður hefur verið getið er hægt að láta margfaldarana endurspeglar bein, óbein og afleidd áhrif. Með því er leitast við að endurspeglar að áhrif eftirspurnar eru ekki einungis til þess fallin að auka

Til að gefa frekari mynd af vægi þessara stærða í hagkerfinu eru þessi framleiðsluáhrif skoðuð í hlutfalli við heildarframleiðslu í hagkerfinu, en þetta svarar til um 2,45% heildarframleiðslu og veltu árið 2002.

Þegar framleiðslutölurnar eru skoðaðar ber að gæta þess að hér er talin öll framleiðsla, þ.e. framleiðsla allra greina, og því er tvítalningarvandi til staðar þar sem afurð einnar greinar er notuð sem aðföng annarrar. Þess vegna er ekki hægt að bera þessar framleiðslutölur saman t.d. við verga landsframleiðslu sem er heildarframleiðsla endanlegrar vöru.

Einnig skal minnt á þær ströngu forsendur sem kynntar eru í viðauka skýrslu Hagfræðistofnunar og lagðar eru til grundvallar útreikningunum um eðli framleiðslu fyrir-tækja.

viðskipti milli fyrirtækja, heldur einnig launagreiðslur og þar með neyslu. Í eftirfarandi töflu er að finna útreiknaða margfaldara úr líkani sem er lokað með tilliti til heimila.

	<b>Atvinnugrein</b>	<b>Margfaldari</b>
1	Landbúnaður og fiskveiðar	4,07
2	Iðnaður	3,33
3	Rafmagns-, hita- og vatnsveitur	3,06
4	Byggingarstarfsemi	4,04
5	Verslun, veitinga- og hótélrekstur	4,20
6	Samgöngur	4,26
7	Peningastofnanir, tryggingar og þjónusta vegna atvinnureksturs	2,92
8	Ýmis þjónustustarfsemi	4,86

**Tafla 10 - Framleiðslumargfaldarar - óbein og afleidd áhrif**  
(Heimild: Hagfræðistofnun)

Margfaldararnir rúmlega tvöfaldast við að taka tillit til afleiddra áhrifa. Með því að taka ferða- og dvalarkostnað erlendra ferðamanna á Íslandi árið 2002 og skipta þeim útgjöldum á einstakar atvinnugreinar má umreikna þessa eftirspurn í framleiðsluáhrif. Af þessum tölum sér Hagfræðistofnun að þau heildarumsvif sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda erlendra ferðamanna eru um 92,2 milljarðar.

Áhrifin reiknast rúmlega tvöfalt hærrí en áður þegar afleidd áhrif voru ekki tekin með í reikninginn. Þetta svarar til um 5% heildarframleiðslu og veltu árið 2002. Stærðirnar eru einnig skoðaðar með tilliti til fjölda erlendra ferðamanna. Árið 2002 voru þeir 279.600 og bein áhrif nema 82 þúsund krónum á ferðamann í eyðslu. Ef á hinn bóginn er tekið tillit til efnahagsáhrifa útgjalda innanlands á veltu og framleiðslu

nemur sú fjárhæð um 330 þúsund krónum á hvern ferðamann. Í þessum tölum er ekki tekið tillit til þeirra tekna sem verða af

þeim flugfargjöldum sem þeir greiða til að komast til landsins.

	Framleiðsla milljarðar króna
Bein áhrif	22,8
Óbein og afleidd áhrif	69,4
Samtals	92,2

Útreikningar: Hagfræðistofnun

**Tafla 11 - Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands**  
(Heimild: Hagfræðistofnun)

Umsvif ferðapjónustunnar á Íslandi eru því veruleg hvort sem litið er til beinna, óbeinna eða afleiddra áhrifa. Þegar þessar tölur eru skoðaðar í samanburði við aðrar úttektir má geta þess að Þjóðhagsstofnun gaf út skýrslu árið 2000 þar sem leitast var við að greina framlag ferðapjónustunnar til vergrar landsframleiðslu árið 1999.

Niðurstaða þeirrar skýrslu var á þá leið að hlutdeildin væri í kringum 4,5% með því að skilgreina þær atvinnugreinar í þjóðhagsreikningum sem teldust til ferðapjónustunnar. Þessi stærð er ekki fyllilega samanburðarhæf við þá hlutfallsstærð sem hér hefur verið reiknuð út, því ekki hefur verið tekið tillit til tekna af flugfargjöldum af erlendum ferðamönnum en því til viðbótar hefur verið leiðrétt fyrir áhrifum ferðapjónustunnar á aðrar greinar. Ef tekið er tillit til

erlendra flugfarþega í þessum útreikningum yrðu áhrif erlendra ferðamanna á sölu og veltu í hagkerfinu með þeim hætti að 8,22% megi rekja til útgjalda erlendra ferðamanna vegna ferðakostnaðar hingað og útgjalda sé tekið tillit til beinna, óbeinna og afleiddra áhrifa. Það er því ljóst að vægi ferðapjónustunnar að teknu tilliti til áhrifa flugfargjaldanna er allnokkuð meiri en niðurstöður Þjóðhagsstofnunar fyrir árið 1999 gáfu til kynna.

**Áhrif erlendra ferðamanna á sölu og veltu í hagkerfinu eru þau, að 8,22% megi rekja til útgjalda þeirra vegna ferðakostnaðar og útgjalda hér.**

## Dreifing ferðamanna

Í skýrslu Hagfræðistofnunar kemur fram að flest bendi til þess að þjóðhagslegur ábati við hvern þann gest sem komi hingað til lands sé mjög mismunandi eftir því hvaðan hann komi og hvar hann dvelst. Í þessu efni sé því mikil nauðsyn á að stilla saman bættar arðsemi, byggðastefnu og náttúruvernd með þeim hætti að efla enn frekar þá viðleitni að dreifa ferðamannastraumnum um landið og yfir árið. Því geti samkvæmt skýrslunni verið verjandi fyrir hagkvæmnissakir að stjórnvöld aðstoði við markaðssetningu þeirra

**Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna á Íslandi ríflega 120 milljarðar?**

héraða hérlendis sem hafa verið síður vinsæl meðal ferðamanna og niðurgreiði ferðamannastraum til landsins utan háannar þegar fjárfestingar í greininni eru vannýttar. Einkum þurfi að beina ferðamannastraumnum frá Reykjavík og til landsbyggðarinnar. Ferðapjónustan sé í þessu tilliti mjög mikilvæg fyrir landsbyggðina vegna þess að hún byggir á notkun staðbundinna aðfanga sem ekki er hægt að flytja úr stað, s.s. náttúrufegurð. Heppnist það væri verið að jafna álagið á innviði landsins og bæta búsetuskilyrði á landsbyggðinni með hagkvæmum hætti.

Þrátt fyrir að ekki liggi fyrir beinar rannsóknir á þjóðhagslegum áhrifum ferða Íslendinga innanlands, má í stórum dráttum geta sér til um þau.

Samkvæmt könnun Ferðamálaráðs í desember 2003 á ferðavenjum Íslendinga innanlands, námu heildarútgjöld vegna ferðalaga innanlands að meðaltali um 97 þúsund krónum.

Samkvæmt könnuninni eru á bak við þessi útgjöld að meðaltali 2,9 einstaklingar, þannig að útgjöld hvers ferðamanns nemi ríflega 33.000 kr. Sé gripið til þess að færa þessa eftirspurn yfir í framleiðsluáhrif líkt og gert var fyrir útgjöld erlendra ferðamanna í skýrslu Hagfræðistofnunar má reikna út að efnahagsáhrifin nemi að meðaltali um 133.000 kr. á hvern innlenda ferðamann.

Ríflega 80% Íslendinga ferðuðust innanlands og rétt um 70% aðspurðra gistu annars staðar en á höfuðborgarsvæðinu. Sé þetta lýsandi fyrir þjóðina má gera ráð fyrir að um 230.000 manns hafi ferðast um landið og þar af um 160.000 (gist) utan höfuðborgarsvæðisins en um 70.000 innan þess.

Þannig má með sömu reikningsaðferðum og í skýrslu Hagfræðistofnunar finna út að heildarútgjöld Íslendinga vegna ferðalaga innanlands hafi verið í kringum 7,6 milljarðar króna árið 2003, 2,3 milljarðar á höfuðborgarsvæðinu og 5,3 milljarðar utan þess.

Sé gripið til sama margfeldis og áður til að finna út efnahagsáhrifin má leiða getum að því að á heildina litið skapi ferðalög innlendra ferðamanna umsvif sem nema rúmum 30 milljörðum. Það má því gróflega áætla að heildarefnahagsáhrif útgjalda ferðamanna á Íslandi séu um 120 milljarðar króna, rúmlega 90 milljarðar vegna erlendra og 30 milljarðar vegna innlendra ferðamanna.

Það skal skýrt tekið fram að hér er um mjög grófan útreikning að ræða og blandað saman tölum tveggja ára (2002 vegna þeirra erlendu og 2003 vegna innlendra), enda einungis leitast við að fá hugmynd um stærðargráðu umsvifanna.

## 2. Líkleg þróun næstu áratugi

Þrátt fyrir miklar sveiflur undanfarið telur WTO (World Tourism Organization) að forsendur fyrri spáa um fjölgun ferðalaga í heiminum hafi ekki breyst merkjanlega.

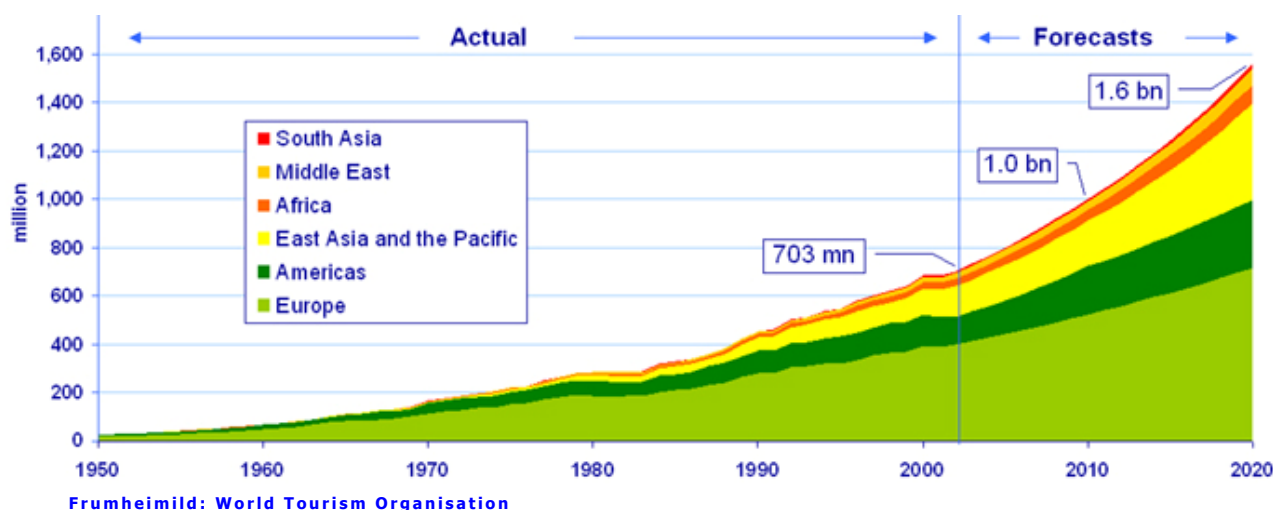
Því megi gera ráð fyrir áframhaldandi vexti og að fyrri vaxtarhraða verði náð þegar til lengri tíma er litið, þrátt fyrir að tímabundið hafi dregið nokkuð úr honum undanfarið.<sup>7</sup>

SVÆÐI	Rauntölur (milljónir)	Spár (milljónir manna)		Meðalvöxtur á ári (%) 1995-2020	Markaðshlutdeild	
	1995	2010	2020		1995	2020
Heimurinn	565,4	1.006,4	1.561,1	4,1	100	100
Afríka	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Ameríka	108,9	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
A-Asía og Kyrrahafssv.	81,4	196,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Evrópa	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
Miðausturlönd	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
S-Asía	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2
Innan svæða <sup>(a)</sup>	464,1	790,9	1.183,3	3,8	82,1	75,8
Langferðir <sup>(b)</sup>	101,3	215,5	377,9	5,4	17,9	24,2

Heimild: World Tourism Organization (WTO) Rauntölur eru úr gagnagrunni WTO – júlí 2000

<sup>(a)</sup> Innifelur ferðir þar sem ekki var getið brottfararlands <sup>(b)</sup> Allar ferðir sem ekki eru skilgreindar innan svæða tilheyra þessum flokki

Tafla 12 - Fjöldi ferðalaga í heiminum og spá WTO til 2020



<sup>7</sup> Samkvæmt tölfræðisíðum WTO: [http://www.world-tourism.org/frameset/frame\\_statistics.html](http://www.world-tourism.org/frameset/frame_statistics.html), sem skoðaðar voru 29.4.2004.



Samkvæmt spá WTO er reiknað með að fjöldi ferðalaga milli landa á heimsvísu aukist árlega að meðaltali um 4,1% á tímabilinu 1995 – 2020. Fjöldi ferðalaga verði a.m.k. 1,56 milljarðar árið 2020 og þar af verði 1,2 milljarðar innan svæða (e. *Intraregional*), en 0,4 milljarðar verði lengri ferðir (e. *Long-haul travellers*).

Árið 1995 var Evrópa með um 60% markaðshlutdeild (ríflega 338 milljónir komufarþega) en gert er ráð fyrir að sú hlutdeild verði komin niður í tæp 46% árið 2020. Engu að síður yrði Evrópa enn það svæði sem nyti hæstu hlutdeildar og fjöldi komufarþega yrði rúmlega 700 milljónir sem er ríflega tvöföldun frá 1995 (112% aukning), en árleg meðalaukning á þessu tímabili verði um 3%.

Þá getur skipt máli fyrir Ísland að gert er ráð fyrir að árlegur vöxtur lengri ferða verði umtalsvert meiri (5,4%) en þeirra styttri (3,8%) og hlutdeild þeirra af heild verði komin í rúm 24% árið 2020.

## Áhrifabættir

Á aðalfundi WTO árið 2001 var haldin ráðstefna þar sem tekið var á þremur meginmálefnum ferðamála, þ.e. breytingum á alþjóðlegum ferðamálamarkaði, áhrif ferðaþjónustu á vernd náttúrulegrar og menningarlegrar arfleifðar og loks áhrif upplýsingabyltingarinnar. Komist var að þeirri niðurstöðu að þróun eftirfarandi þátta væri áberandi á heimsvísu:

- ▶ Aukin ferðalög erlendis
- ▶ Aukin ferðalög innanlands
- ▶ Bylting í sjálfbærri þróun
- ▶ Aukin kostnaðarstýring fyrirtækja
- ▶ Aukin fjölbreytni í eftirspurn neytenda
- ▶ Auknar kröfur um þægindi og öryggi
- ▶ Nýjar tegundir ferðalaga
- ▶ Hækkandi aldur

Í niðurstöðum ráðstefnunnar kom fram að drifkraftar aukinnar eftirspurnar séu vaxandi ráðstöfunartekjur heimila, lengri starfsævi, lægra verð og meiri framleiðni, auk áhrifa tæknilegra, stjórnmálalegra og félagslegra þátta. Ekki síst er það áhugavert að fyrirséð er að vöxtur í ferðum til annarra landa verði hvað mestur frá „nýjum“ löndum s.s. Kína og Indlandi. Þá verði víða umtalsvert aukning í ferðalögum innanlands.

Loks er þess getið að ekki einungis verði meira um ferðalög til fjarlægari staða,

## Samkvæmt World Travel Monitor<sup>a)</sup> gefa rannsóknir til kynna að lykilákvörðunarþættir varðandi vöxt ferðamála í heiminum séu eftirfarandi:

- ▶ Efnahagsástandið í heimalandi ferðamannsins.
- ▶ Skynjuð heilsu- og glæpa-tengd áhætta<sup>b)</sup> við ferðalög
- ▶ Breytingar á aldurssamsetningu þjóða
- ▶ Samhengi aldurs og skyn-aðrar áhættu

a) Sérhæft fyrirtæki í markaðsrannsóknum í ferðaþjónustu

b) Vegna glæpa, hryðjuverka, sjúkdóma o.s.frv.

heldur komi tíðni ferðalaga einnig til með að aukast. Búið er við mikilli fjölgun flugfarþega í Evrópu næstu árin og árið 2010 er því spáð að þeir verði orðnir 600 milljónir. Hér veldur einkum að áhrif frelsisvæðingar í flugi hafa ekki enn komið fram að öllu leyti auk þess sem flugið mun leysa járnbrautir af hólmi í flutningum á milli þéttbýlla svæða sem þó liggja utan við helstu stórborgir álfunnar. Aftur á móti hafa hraðlestir tekið farþega frá fluginu í flutningum á milli helstu stórborga Evrópu. Sú mikla lækkun á verði flugmiða sem nú má sjá mun án efa auka fjölda ferðamanna verulega. Þess utan eru löndin austar í álfunni að opnast fyrir flugumferð sem mun einnig hafa örvandi áhrif.

Sá vöxtur sem horft er fram á kemur til með að hafa mikil áhrif á umhverfið og mun því ýta undir að greinin einbeiti sér meira að því að koma á jafnvægi milli efnahags-, félags-, menningar- og umhverfislegra markmiða. Því verði nauðsynlegt að jafna álag (e. *Congestion*), bæta grunnskipulag og gera sér grein fyrir takmörkum vaxtar.

Berlega kom í ljós á ráðstefnu WTO að til að upplifun ferðamannsins verði jákvæð þurfi nauðsynlega að tryggja skil á þeim gæðum sem ferðamenn reikna með af hálfu ferðaþjónustunnar. Hins vegar séu kröfurnar að aukast án þess að neyt-

andinn sé endilega tilbúinn til að borga meira fyrir þau auknu gæði. Því sé nauðsyn á betri kostnaðarstýringu, þ.e. að draga úr kostnaði án þess að það komi niður á gæðum þjónustunnar. Í þessu er fólgin ákveðin mótsögn sem kallar á nýja hugsun þar sem annars vegar þarf að auka stöðlun þjónustunnar á sama tíma og kallað er eftir að hún verði persónulegri. Þá er gert ráð fyrir að „ekta“ (e. *Authentic*) upplifanir og hefðbundin gestrisni hafi meira vægi í framtíðinni, sérstaklega hjá fólki yfir fertugt.

Sókn ferðamanna eftir fjölbreyttari ferðamöguleikum sé enn að aukast. Ferðamenn undir fertugu leiti almennt eftir skemmtun og ævintýrum og þeim sé nokkuð sama um áfangastaðinn. Þetta hafi í för með sér að tryggð þeirra sé minni og að meiri þörf sé fyrir sveigjanleika og nýsköpun í markaðssetningu og vörubrún.

Hreinlæti og snyrtimennska verði mikilvægari en áður. Það kalli á lágmarksviðmið eða staðla varðandi þægindi, hreinleika og öryggi á áfangastaðum í þéttbýli og dreifbýli. Talið er að breidd framboðs í alþjóðlegri ferðapjónustu á 21. öldinni aukist með tilkomu nýrra tegunda þjónustu s.s. hótela undir vatnsyfirborði og geimferðamennsku.

Breytingar eru að eiga sér stað á lýðfræðilegum þáttum sem munu hafa mikil áhrif á eftirspurn eftir ferðapjónustu. Samsetning ferðamanna breytist þannig að aldur fer hækkanði, barnlaus þör verða meira áberandi og fleiri þættir taka breytingum vegna meiri frítíma og hækkanði tekna. Talið er að þessi þróun verði mest áberandi í Evrópu.

Ferðamaðurinn sjálfur og þörf hans fyrir gæði hafi orðið miðpunktur greinarinnar. Ferðamenn hafi meiri tekjur og meiri væntingar en áður, auk þess sem þeir leiti meira en áður eftir því að sérsníða sjálfir ferðalagið. Þá einkennist hegðunin af því að allt þarf að gerast miklu hraðar en áður. Þjónustuframboðið þurfi að vera mjög sveigjanlegt og ferðamaðurinn hafi vissu fyrir gæðapjónustu burtséð frá því verði sem greitt sé fyrir hana.

Vöruframboðið sé að taka breytingum í samræmi við breytt eftirspurnarmynstur. Samsettar ferðir verði meira áberandi eða ferðir sem hægt er að sérsníða með þeim viðbótum sem ferðamaðurinn óskar sér. Sameiningar og samþjöppun í greininni er hafi það í för með sér að leiðandi ferða-

þjónustufyrirtæki auki skilvirkni þjónustu sinnar. Því megi reikna með meiri ánægju ferðamanna og að þeir verði tryggari viðskiptavinir þessara fyrirtækja.

**Á ráðstefnu WTO var komist að þeirri niðurstöðu að eitt mikilvægasta viðfangsefni sem greinin stæði frammi fyrir væri að tryggja sjálfbæra þróun ferðapjónustu.**

**Markmiðið væri að finna jafnvægi milli efnahagslegra-, félagslegra- og umhverfislegra stefnumiða þannig að allir hagsmunaaðilar nytu þeirra hagsbóta sem ferðapjónustan hefði í för með sér.**

Viðskiptaaudkenni (e. *Brands*) eru farin að skipta meira máli. Gott eða verðmætt viðskiptaaudkenni endurspeglar stöðug gæði og áreiðanleika og skapar því traust. Þetta er ekki síst mikilvægt þegar fjölbreytni þjónustutilboða eykst og ferðamenn eiga erfiðara með að bera saman ferðatilboð hinna ýmsu söluaðila. Vaxandi notkun Internetsins við markaðssetningu og sölu gefur ferðamönnum frekari tækifæri til að skoða möguleikana sem í boði eru og skipuleggja ferðir sínar.

Á ráðstefnunni var komist að þeirri niðurstöðu að eitt mikilvægasta viðfangsefni sem greinin stæði frammi fyrir væri að tryggja sjálfbæra þróun ferðapjónustu. Markmiðið væri að finna jafnvægi milli efnahagslegra-, félagslegra- og umhverfislegra stefnumiða þannig að allir hagsmunaaðilar nytu þeirra hagsbóta sem ferðapjónustan hefði í för með sér.

Ráðstefna WTO kallaði eftir heildstæðari og jafnari (e. *Balanced*) aðkomu að þróun ferðapjónustunnar og alþjóðlegs átaks í átt til sjálfbærrar þróunar. Þá var talin þörf á að aðstoða þróunarlöndin við heildarþróun og heildarstjórnun áfangastaða, ennfremur að takast á við áhrif loftslagsbreytinga, sóun og loks stjórnun orkunotkunar.

Efnahagsleg stefnumið stjórnvalda beri m.a. í sér að skapa störf fyrir landsmenn

og skipta þar með arðinum sem ferðaþjónustan gefi af sér. Félagssleg málefni snúi að þátttöku samfélagsins í ferðaþjónustu og vernd menningararfleifðarinnar. Umhverfisleg málefni snúi að gróðurhúsaáhrifum og verndun fjölbreytni lífríkisins.

**Þá var lýst áhyggjum vegna erfiðleika við að fá hagsmunaaðila til að hafa sjálfbæra þróun að leiðarljósi um leið og þeir komi sér saman um að gera náttúruverndaráform að viðskiptatækifærum.**

Ráðstefnan lýsti einnig eftir ráðgjöf til stjórnenda í heimabyggðum við að auka hlut þeirra í þeim hag sem skapast af ferðaþjónustu. Einnig við að samtvinna lifandi menningararfleifð og óáþreifanleg menningaráhrif í ferðaþjónustutilboð. Þá var lýst áhyggjum vegna erfiðleika við að fá hagsmunaaðila til að hafa sjálfbæra þróun að leiðarljósi um leið og þeir komi

sér saman um að gera náttúruverndaráform að viðskiptatækifærum. Loks væri mikilvægt að fylgjast samfellt með frammistöðu áfangastaða og fyrirtækja hvað sjálfbærni varðar.

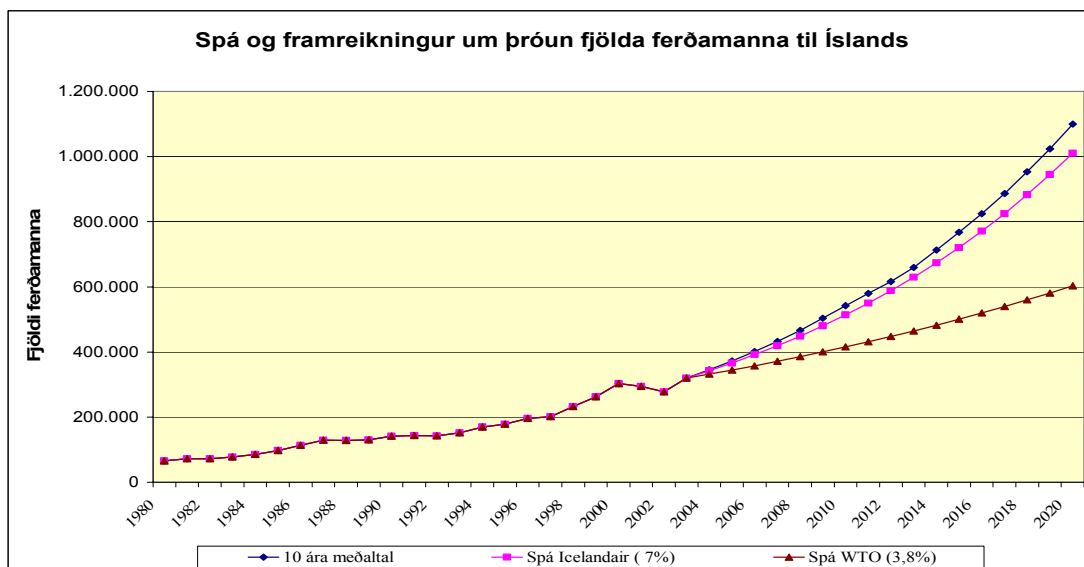
Samkvæmt WTO má gera ráð fyrir að fjöldi internetnotenda í heiminum árið 2006 verði ríflega einn milljarður. Þeir sem nýti sér internetið vilji auðveldan, ókeypis aðgang allan sólarhringinn auk öryggis og friðhelgi varðandi persónulegar upplýsingar. Þeir leiti eftir möguleikum á að klæðskerasauma ferðalög sín sjálfir í samræmi við eigin þarfir.

Lausnir sem boðnar eru á internetinu séu breytilegar eftir því hver á í hlut. Stjórnvöld noti internetið til að veita upplýsingar um ferðaþjónustu, til kynningar og til að koma á framfæri upplýsingum um tölfræði og greiningar á mörkuðum. Fyrirtæki nýti sér internetið sem viðbótardreifileið en að auki gefi það ýmsa aðra möguleika: það stækki markaðssvæðið sem náð er til, skapi vettvang rafrænna viðskipta, ýti undir fækkun milliliða og lækkun kostnaðar. Þá geri það fyrirtækjum kleift að læra mun meira um viðskiptavini sína en aðrar hefðbundnari leiðir.

## Umsvif á Íslandi

Með hliðsjón af fjölgun erlendra ferðamanna undanfarið gæti fjöldi þeirra líklega

orðið á bilinu sjö til átta hundruð þúsund árið 2015. Sjá mynd 16.



Mynd 16 - Spá og framreikningur um fjölda erl. ferðamanna til 2020  
(Heimild: Samtök ferðaþjónustunnar, SAF)

Dvalartími ferðamanna hefur styst undanfarin ár og samkvæmt spá WTO styttist hann líklega enn frekar næstu ár. Rekja má þessa þróun til allmargra þátta og samhengis þeirra svo sem aukins fjölda ferðalaga, lækkanði verðs flugfarseðla og aukinnar dreifingar orlofsdaga.

Samkvæmt samgönguáætlun 2003 - 2014 er talið líklegt að allt að 80% erlendra ferðamanna ferðist á eigin vegum árið 2014 í stað þess að taka þátt í hópferðum. Þessi þróun ásamt almennri fjölgun ferðamanna muni leiða til mikillar aukningar á notkun bílaleigubifreiða.

Í samgönguáætluninni kemur fram að nauðsynlegt sé að taka tillit til þessarar aukningar við uppbyggingu vegasamgangna. Mikilvægast sé að byggja upp og lagfæra tengileiðir til helstu ferðamanna- staða landsins.

Gangi það eftir að ferðamenn í hópferðum verði áfram um 20% af heildinni eða 160.000-200.000 árið 2014 muni hópferðabifreiðum fjölga. Aukning ráðstefnuhalds og fjölgun skemmtiferðaskipa sem hingað koma muni einnig hafa sömu áhrif.

Ráðstefnuhald hefur verið töluvert hér á landi en sérhæfð aðstaða til þess hefur verið af skornum skammti. Auk þeirra

hótela sem bjóða sérhæfða aðstöðu, hafa íþróttahús, leikhús, bíósalir og kennsluhúsnæði hýst stærri sýningar og ráðstefnur í gegnum tíðina.

Undanfarin ár hefur sýningum fjölgað og þær aukist að umfangi. Til þess að mæta þörfum sýnenda og annarra er í byggingu nýtt fjölnota hús við hlið Laugardalshallar. Reykjavíkurborg og Samtök iðnaðarins hafa stofnað sérstakt hlutafélag um þetta verkefni sem nefnist Íþrótt- og sýningahöllin. Félagið byggir mannvirkið í einkaframkvæmd og leigir borginni og fleiri aðilum til afnota en auk þess annast félagið allan rekstur hallarinnar og markaðssetningu. Gert er ráð fyrir að Íþrótt- og sýningahöllin verði tekin í notkun í ágúst 2005.

Þá er unnið að undirbúningi að byggingu ráðstefnumiðstöðvar og tónlistarhúss á austurbakka Reykjavíkurhafnar og gert er ráð fyrir tengslum við hágæða hótél. Að verkefninu vinnur fyrirtækið Austurhöfn sem er í eigu ríkis og borgar og byggir það á samkomulagi þessara aðila frá 2002. Áætlað er að byggingin verði tilbúin til notkunar í árslok 2008 og að hún verði tekin í notkun á fyrsta ársfjórðungi 2009. Gert er ráð fyrir að ríkið greiði 54% kostnaðar og borgin 46%.

Með tilkomu þessara bygginga og hágæðahótela má segja að betri skilyrði skapist til móttöku þeirra ferðamanna sem talið er að skili hvað mestum tekjum.

Á Akureyri er unnið að undirbúningi fjölnota samkomuhúss sem meðal annars

mun nýtast til funda- og ráðstefnuhalds. Gert er ráð fyrir að húsið verði tekið í notkun árið 2007. Víða um land er sérhæfð aðstaða til að taka á móti smærri hópum til funda og ráðstefnuhalds.



Mynd 17 - Sérstaða og ímynd Íslands sem áfangastaðar  
(Heimild: Samgönguráðuneytið 2003)

Eins og fram kemur í skýrslunni um auðlindina Ísland eru það fyrst og fremst tilteknir seglar sem draga ferðamenn bæði að landinu og ákveðnum svæðum innan þess. Þeir eru forsenda þess að ferðamannastaðir skapist, þar sem aukin sókn á staðina kallar á uppbyggingu aðstöðu og þjónustu. Því er mikilvægt að leitað sé leiða til að skapa og byggja upp fleiri segla á faglegan hátt með nýsköpun eða kynningarstarfi.

Við hámarksáætlun arðs fjárfestinga í innviðum og fyrirtækjum ferðaþjónustunnar, þarf að leiða hugann að því að mismunandi þarfir ferðamanna kalla á mismiklar fjárfestingar.

Í byggðaáætlun er ferðaþjónusta tilgreind sem sóknarfæri til nýsköpunar á landsbyggðinni og er menningartengd ferðaþjónusta tilgreind sérstaklega í því samhengi, þar sem hún endurspeglir sérkenni

og arfleifð landsins. Íslendingar taki nú þátt í verkefni á vegum Norðurslóðaáætlunar Evrópusambandsins á þessu sviði sem gengur út á uppbyggingu ferðaþjónustu á grunni víkingasagna. Íslensku verkefnin eru dreifð um landið og tengjast m.a. Gísla sögu Súrssonar, Egilssögu, Grettissögu, Þjóðveldisbænum í Þjórsárdal, Leifi heppna og víkingaskipinu Íslendingi. Einnig er í áætluninni lögð áhersla á að auka fræðslu og starfsmenntun innan ferðaþjónustunnar.

Tækniþróun og þá ekki síst sú sem snýr að samskipta- og tölvutækni hefur verið hröð hér á landi og haft talsverð áhrif varðandi aukið öryggi og aukna upplýsingaveitu til hvort tveggja Íslendinga sjálfra og erlendra gesta. Lögð hefur verið áhersla á netvæðingu hinna dreifðari byggða landsins sem kemur t.d. til með að

hafa áhrif á möguleika gesta til að bóka sig sjálfir í gistingu og afþreyingu. Ekki má heldur vanmeta áhrif þessara tæknibreytinga til aukins öryggis, svo sem með aukinni útbreiðslu háhraðatenginga á landinu. Gera verður ráð fyrir að þessi þróun haldi áfram og ferðamenn geti átt þráðlaus samskipti nánast hvar sem er á landinu hvort sem litið er til síma- eða tölvutækni.

Gert er ráð fyrir áframhaldandi hagvexti. Einna helst má reikna með að áhrifa hans gæti í áframhaldandi aukningu eftirspurnar eftir hágæðapjónustu og aukinni fjárfestingu einstaklinga á landinu í betri búnaði til ferðalaga innanlands og aukinni sumarhúsabyggingu.

Með innleiðingu þjóðhagslegra hliðarreikninga fyrir ferðapjónustuna má gera ráð fyrir að vægi hennar í þjóðarþúinu verði sýnilegra.

Eins og berlega hefur komið í ljós undanfarið má gera ráð fyrir áframhaldandi virkri umræðu um umhverfismál og samspili þeirra við ferðapjónustuna. Það verður því eitt af mikilvægari verkefnum stjórnvalda að virða og sætta sjónarmið umhverfisverndar, byggðapróunar, atvinnusköpunar og viðskipta.

Samspil efnahagslegs góðæris, áframhaldandi frjálsræðis í flutningi vinnuafis milli landa og aukins fjölda ferðamanna kemur líklega til með að auka fjölda þeirra erlendu gesta sem ílendast hér eða sækjast eftir því að taka hér upp búsetu.

Það má því gera ráð fyrir að íslenskt umhverfi þróist áfram í fjölbjóðlega átt sem komi til með að hafa áhrif á upplifun innlendra sem erlendra gesta. Í þessari þróun er nauðsynlegt að íslensk ferðapjónusta varðveiti og viðhaldi íslenskum sérkennum.

Samgönguráðuneytið hefur sett af stað endurskoðun skipulags hins opinbera í ferðamálum og einnig um reglu- og lagaumhverfi greinarinnar. Gert er ráð fyrir að afrakstur þeirrar vinnu komi í ljós á árinu 2005.

### 3. Afkastageta

Uppbygging og nýting fjárfestinga, t.d. samgöngumannvirkja, gististaða og fjárfestinga í afþreyingu, ræðst af því hvers konar ferðamenn sækja landið heim á hverjum tíma og væntingum þar um. Þá er ljóst að aukinn straumur ferðamanna eykur nýtingu annarrar þjónustu og innviða eins og heilbrigðisþjónustu, löggæslu og samskiptakerfi auk ferðamannastaða.

Fari sem horfir, getum við átt von á mikilli aukningu ferðamanna til landsins á næstu 10 árum. Mikil aukning ferðamanna hefur þegar átt sér stað undanfarna áratugi, enda komu álíka margir erlendir ferðamenn til landsins í ágúst mánuði 2003 og allt árið 1970. Þolmarkarannsóknir sem gerðar hafa verið á nokkrum fjölsóttum ferðamannastöðum gefa ekki ástæðu til að ætla að almennt sé þolmörkum náð.

Árstíðasveiflan í ferðaþjónustunni og lítil dreifing út á landsbyggðina yfir vetrarmánuðina kemur í veg fyrir viðunandi nýtingu fjárfestinga innan greinarinnar. Þrátt fyrir að talsvert hafi áunnist í að laða ferðamenn hingað utan háannatíma hefur sú aukning að miklu leyti einskorðast við höfuðborgarsvæðið og næsta nágrenni þess. Það er því mikilvægt að gera sér grein fyrir að góðar samgöngur og hindrunarlítið flæði ferðamanna um landið er ein helsta forsenda þess að auka megi ferðamannastraum til áhugaverðra staða eða viðburða utan höfuðborgarsvæðisins.

### Samgöngur

Stýrihópurinn vísar í tillögur og áherslur sem koma fram í Samgönguáætlun 2003-2014 en þar segir m.a.:

- Í fyrirliggjandi langtímaáætlun í vegagerð er meðal annars gert ráð fyrir því að ljúka lagningu bundins slitlags á hringveginn í síðasta lagi 2006, leggja bundið slitlag á alla vegi milli hringveggar og þéttbýlisstaða, leggja bundið slitlag á helstu ferðamannaleiðir og breikka vegi og brýr þar sem umferð er svo mikil að flutningsgeta og umferðaröryggi eru vandamál. Einnig á að endurbyggja brýr á helstu flutningaleiðum þannig að þær standist kröfur á evrópska efnahagssvæðinu.

#### Úr handbók Ferðamálaráðs 2004:

Tegund þjónustu	Fjöldi aðila*
- Upplýsingamiðstöðvar	42
- Ferðaskrifstofur	40
- Ferðaskipuleggjendur	56
- 4-stjörnu hótél	12
- 3-stjörnu hótél	20
- 2-stjörnu hótél	19
- Gistihús með leyfi í Rvk.	75
- Gistihús með leyfi utan Rvk.	305
- Fjalla- og ferðaskálar	77
- Flúðasiglingar (river rafting)	8
- Hvalaskoðun	19
- Kajakferðir	9
- Bátsferðir	27
- Dagsferðir m. hópferðabilum	24
- Útsýnisflug	4
- Gönguferðir	30
- Hestaferðir	75
- Hjólaferðir	3
- Hundasleðaferðir	2
- Snjósleða- og ATV-ferðir	12
- Jeppa- og jöklaferðir	26
- Skíðasvæði	14
- Köfun	4
- Golfvöllir (þar af 18 holu vellir)	54 (12)
- Sundstaðir/-laugar	117
- Stangaveiði	18
- Sjóstangaveiði	20
- Skotveiði	6
- Söfn/gallerí á höfuðborgarsv.	42
- Bóka- og skjalasöfn á höfuðbsv.	13
- Söfn utan höfuðborgarsv.	116
- Bátaleigur	11
- Bílaleigur	50
- Reiðhjólaleigur	10
- Tjald-/skíða-/veiðit.-/símaleigur	10

\* 1. desember 2003

- Verja þarf auknu fé til umferðaröryggismála og til bættar umferðarmenningar. Leggja skal áherslu á breikkun einbreiðra brúa, gerð mislægra gatnamóta og varnir gegn skriðuföllum og snjóflóðum. Fylgt verði eftir þeirri stefnu sem samþykkt var á Alþingi vorið 1996 um aukið umferðaröryggi. Þessi áætlun verði sífellt í endurskoðun.
- Brýnt er að gætt sé réttlætis, jafnræðis og hófs í skattlagningu á farartæki og að einnig sé tekið mið af umhverfisþáttum. Aukið hlutfall þessarar skattheimtu renni til samgöngumála. Skattkerfið verði einfaldað og álögur lækkaðar. Sérstakt tillit verði tekið til þjónustu við erlenda ferðamenn og gert

hagkvæmara að endurnýja rútur og bílaleigubíla.

### **Taka þarf meira tillit til ferðabjónustunnar við skipulagningu vetrarþjónustunnar.**

- Hvatt er til þess að verulegar endurbætur verði gerðar á öllum aðalleiðum sem liggja frá Reykjavík, þ.e. til Reykjaness, Suðurlands og Vesturlands.
- Könnuð verði bygging nýrrar flugstöðvar á Reykjavíkurlugvelli sem tengist almenningssamgöngum höfuðborgarinnar og fólksflutningum. Sérstaklega verði hugað að því að nýta kosti einkaframkvæmdar og einkareksturs við uppbyggingu flugstöðvarinnar og reksturs hennar svo og flugvallarins í heild í samræmi við þá þróun sem er að verða við rekstur slíkra samgöngumannvirkja í Evrópu.

Góðar samgöngur eru oftast nær forsenda aukinna ferðalaga – gildir það jafnt milli landa sem og innan þeirra.

Staðsetning landsins í miðju Atlantshafi, landslag þess og veðurfar er með þeim hætti að ferðamáti er nokkrum takmörkunum háður í samanburði við mörg önnur lönd. Einungis er hægt að koma til landsins með tvennum hætti, þ.e. með skipi eða flugvél, og fáir ferðamenn ferðast um landið á hjóli eða fótgangandi þó á besta tíma ársins sé. Fjölbreytni veðurfars og landslags hefur í gegnum tíðina haft afgerandi áhrif á ferðamöguleika til og frá landinu og einnig innan þess.

Sú áhersla sem undanfarin ár og áratugi hefur verið lögð á bættar samgöngur hefur haft mikil áhrif til aukinna ferðalaga.

Leggja þarf áherslu á að ljúka vegabótum bæði á hringveginum og öðrum helstu leiðum og ekki síst að útrýma einbreiðum brúm. Í þeirri vinnu þarf að taka tillit til fjölfarinna ferðamannaleiða.

Samkvæmt samgönguáætlun er ófærð að vetrarlagi enn talsverður farartálmi á vegum þrátt fyrir sívaxandi vetrarþjónustu með snjómokstri og hálkueyðingu. Betri vetrarþjónusta skapar betri aðstæður fyrir ferðabjónustu á landsbyggðinni. Taka þarf meira tillit til ferðabjónustunnar við skipulagningu vetrarþjónustunnar. Einnig er

nauðsynlegt að bæta samgöngur við helstu náttúruperlur landsins. Þá þarf að hafa í huga hvernig standa skuli að samgöngubótum á hálendinu. Sá þáttur er nokkuð vandmeðfarinn með tilliti til markaðssetningar og áhuga ferðamanna á því sem oft hefur verið kallað ósnortin víðerni.

Það er í anda ferðabjónustunnar að áfram verði til torfærir vegir og slóðar og einnig hefðbundnir malarvegir. Með hagsmuni ferðabjónustu í huga, ekki síst ævintýraferða af ýmsu tagi, er brýnt að móta stefnu um hvaða vegir skuli vera uppbyggðir samkvæmt stöðlum, hverjir annars flokks, hverjir slóðar o.s.frv. Hluti ferðamanna sækist eftir ævintýralegum akstri, ýmist í erfiðum torfærum eða t.d. í aksturskeppni eins og ralli. Í Evrópu finnast fáir slíkir vegir lengur.

Erlendir og einnig í vaxandi mæli innlendir ferðamenn eru óvanir akstri á malarvegum. Einnig er ferðamönnum sérstaklega hætta búin á ferð yfir óbrúaðar ár vegna reynsluleysis. Með áframhaldandi vegabótum dregur úr þessari hættu, en nauðsynlegt er að koma upplýsingum á framfæri við ökumenn um þessar og aðrar hættur varðandi akstur um Ísland.

Aðstæður verði fyrir hendi til þess að flugfélög anni eðlilegri flutningsþörf og geti haldið uppi reglubundnu flugi árið um kring að og frá landinu og innanlands. Reykjavíkurlugvöllur er jafn mikilvægur í innanlandsfluginu, og þar með talið ferðabjónustunni, og Keflavíkurlugvöllur í millilandaflugi. Hann er miðstöð flugsamgangna landsins, tengistöð landsbyggðar og höfuðborgar. Í því felst auk áætlunarflugs, að farnar eru dagsferðir frá flugvelliinum með ferðamenn. Að auki gegnir flugvöllurinn mikilvægu hlutverki í millilandaflugi, þ.e. í áætlunarflugi til Grænlands og Færeyja auk þess að vera varaflugvöllur fyrir millilandaflug um Keflavíkurlugvöll.

Auk flugvallanna í Keflavík og Reykjavík geta Akureyrar- og Egilsstaðaflugvöllur tekið við stærri farþegaþotum. Mögulegt er því að fljúga með stærri hópa beint á þessa flugvelli og eykur það tækifæri svæðisbundinnar ferðabjónustu.

Svo virðist sem brugðist hafi verið við með ábyrgum hætti. Unnið er að stækkun flugstöðvarinnar á Keflavíkurlugvelli, eftirlitsaðstaða hefur verið aukin á komustöðum skemmtiferðaskipa o.s.frv. Nauðsynlegt er að tryggja áframhaldandi uppbyggingu í þessum efnum í beinu samræmi við á-



ætlaða og fyrirhugaða aukningu ferðamanna næstu ár og áratugi.

Við hönnun og framkvæmdir við stórar flutningahafnir þarf að gera ráð fyrir að taka megi skemmtiferðaskip að bryggju. Undantekning er að þetta sé hægt í höfnum landsins nú. Í Reykjavík geta meðalstór skemmtiferðaskip lagst að bryggju með góðu móti og sum einnig á Akureyri. Til þess að hægt sé að taka skemmtiferðaskip að bryggju þarf víða að ráðast í hafnabætur.

Loks eru ýmiss konar bátsferðir með ferðamenn að aukast s.s. hvalaskoðunarferðir. Gæta þarf þess að góð aðstaða sé fyrir slíka starfsemi í höfnum.

Í samgönguáætlun 2003 – 2014 er það markmið sett fram að almenningssamgöngur í lofti, á sjó eða landi nái til allra þéttbýlisstaða með 200 íbúa eða fleiri. Einnig er það eitt meginmarkmiða hennar að ferðatími til höfuðborgarinnar frá öllum þéttbýlisstöðum með 100 íbúa eða fleiri verði ekki meiri en 3,5 klst. Nauðsynlegt sé að við uppbyggingu og samhengi almenningssamgangna verði tekið tillit til fjölsótttra ferðamannastaða utan þéttbýlis.

## Samgöngutæki

Eins og kemur fram í töflunni hér á eftir hafði fjöldi bílaleigubifreiða árið 2003 aukist um nálægt 50% frá árinu 1999. Bílaleigur með starfsleyfi voru 51 talsins árið 2003 og hafði þá fækkað frá árinu áður um 10.

Ár	Nýir	Í árslok	Breyting frá fyrra ári
1999	297	2.044	-
2000	494	2.321	13,6%
2001	946	2.592	11,7%
2002	1.036	2.863	10,5%
2003	1.372	3.108	8,6%

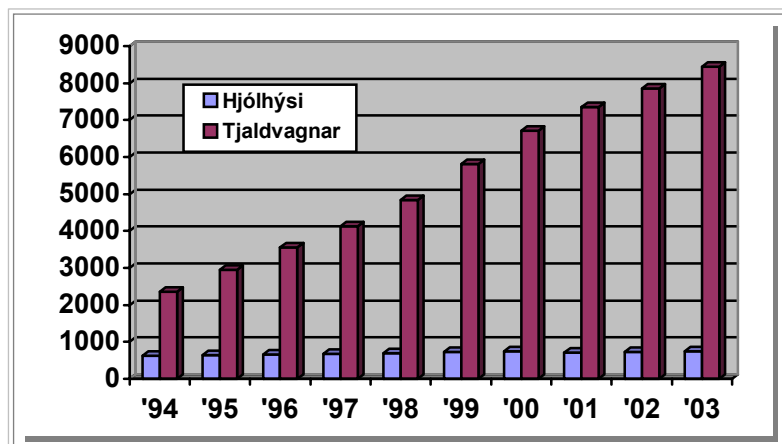
Tafla 13 - Bílaleigubifreiðar 1999 – 2003  
(Heimild: Umferðarstofa)

Fjöldi hópferðabifreiða hefur hins vegar haldist nokkurn veginn óbreyttur undanfarin ár eins og tafla 14 ber með sér.

Ár	Nýir	Notaðir	Í árslok	Breyting frá fyrra ári
1999	91	27	1.621	-
2000	91	42	1.673	3,2%
2001	23	76	1.711	2,3%
2002	17	58	1.699	-0,7%
2003	45	53	1.709	0,6%

Tafla 14 - Hópferðabifreiðar 1999 – 2003  
(Heimild: Umferðarstofa)

Á mynd 18 má síðan sjá þróun fjölda hjólhýsa og tjaldvagna. Berlega sést að hjólhýsaeign hefur nánast staðið í stað, en mikil og jöfn aukning hefur átt sér stað í tjaldvagnaeign landsmanna.



Mynd 18 - Tjaldvagnar og hjólhýsi 1993-2003  
(Heimild: Umferðarstofa)

## Gisting

Eins og gefur að skilja hefur eftirspurn eftir gistirými aukist umtalsvert samfara auknum fjölda ferðamanna, en svo virðist sem framboðið hafi aukist enn meira.

Samkvæmt Hagstofu Íslands voru árið 2003 um 69% gistinátta á hótélum og gistiheimilum og 17,2% á tjaldsvæðum. Þetta hlutfall hafi haldist stöðugt undanfarin ár.

Val á tegund gististaða sé nokkuð mismunandi eftir ríkisfangi gesta. Greinilegur munur sé á vali Íslendinga og útlendinga á gististöðum og áfangastöðum á ferðalögum, t.d. hafi 49,2% gistinátta Íslendinga verið á hótélum og gistiheimilum árið 2003 en 77,7% gistinátta útlendinga. Hlutfall Íslendinga og útlendinga hafi haldist svo til óbreytt milli árána 2002–2003 í öllum tegundum gististaða.

### Hótel og gistiheimili: Framboð gistirýmis 2000-2004 – fjöldi herb.

		Allt árið	jan-apr	maí-ágú	sep-des
<b>2000</b>	Höfuðborgarsvæði	1.929	1.629	1.929	1.689
	Landsbyggð	4.116	2.190	4.116	2.516
<b>Alls</b>		<b>6.045</b>	<b>3.819</b>	<b>6.045</b>	<b>4.205</b>
<b>2001</b>	Höfuðborgarsvæði	2.003	1.667	2.003	1.775
	Landsbyggð	4.197	2.193	4.197	2.691
<b>Alls</b>		<b>6.200</b>	<b>3.860</b>	<b>6.200</b>	<b>4.466</b>
<b>2002</b>	Höfuðborgarsvæði	2.216	1.765	2.216	2.005
	Landsbyggð	4.591	2.347	4.591	2.645
<b>Alls</b>		<b>6.807</b>	<b>4.112</b>	<b>6.807</b>	<b>4.650</b>
<b>2003</b>	Höfuðborgarsvæði	2.532	1.984	2.532	2.295
	Landsbyggð	4.798	2.756	4.798	3.034
<b>Alls</b>		<b>7.330</b>	<b>4.740</b>	<b>7.330</b>	<b>5.329</b>

Tafla 15 - Fjöldi herbergja hótela og gistiheimila 2000-2004

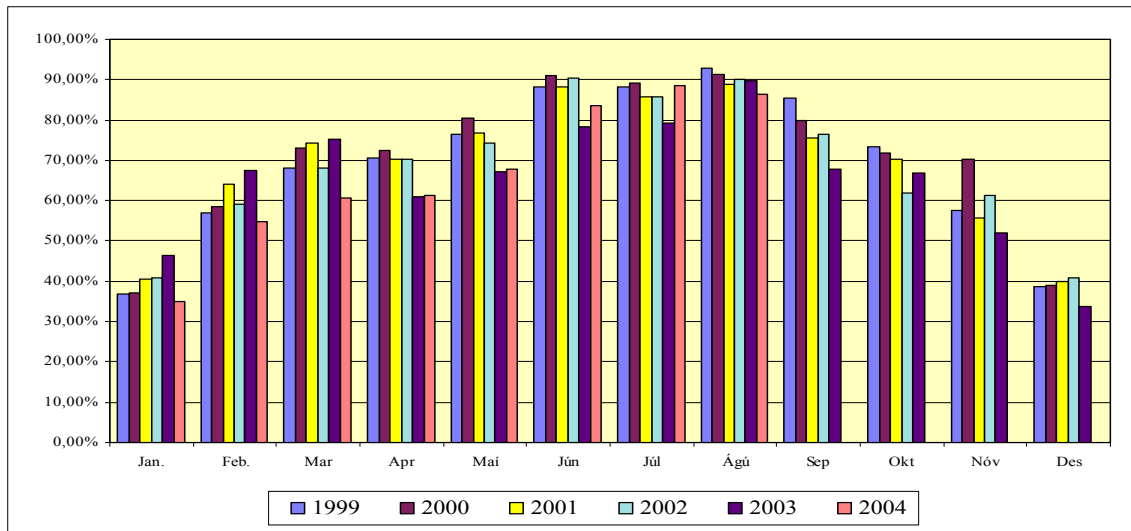
(Heimild: Hagstofa Íslands)

Samkvæmt Hagstofunni voru 824 herbergi í boði hjá hótélum og gistiheimilum í Reykjavík árið 1986. Eins og fram kemur í töflu 15 voru herbergin orðin 2.532 árið 2003 og framboðið því ríflega þrefaldast á þessum tíma.

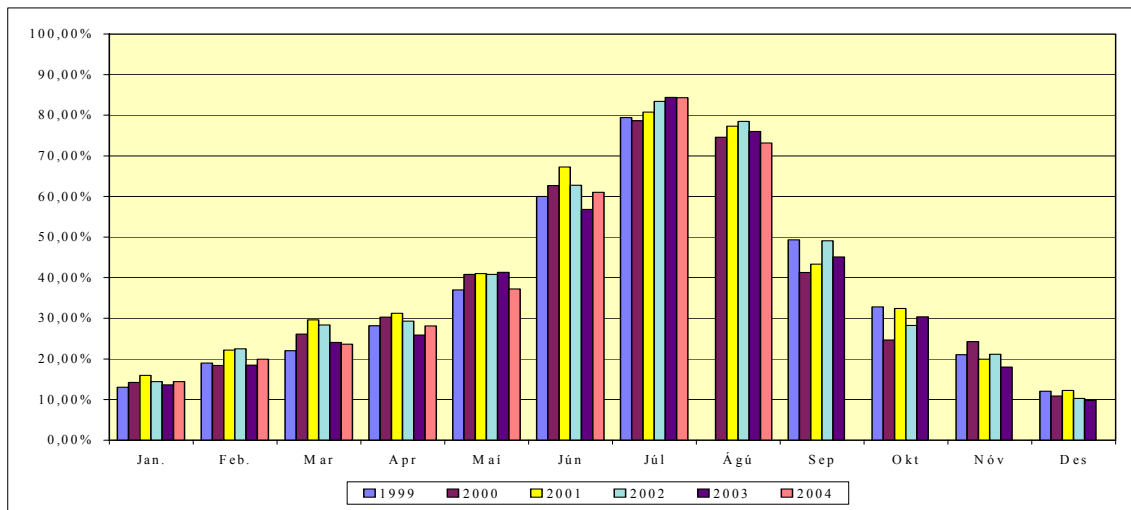
Þó aukning framboðs hótela og gistirýmis hafi verið umtalsverð á höfuðborgarsvæðinu hefur hún orðið enn meiri á landsbyggðinni. Þrátt fyrir að skólar sem notaðir eru yfir sumartímamann sem hótél séu ekki notaðir að vetrinum fer nýtingin samkvæmt tölum Hagstofunnar samt niður fyrir 3% í sumum landshlutum í desember og janúar og upp í rúm 85% á háanna-tíma.

Samkvæmt samantekt SAF (2003) er herbergjanýting hótela í Reykjavík að meðaltali um 65% sem er ekki langt frá því sem gengur og gerist í höfuðborgum hinna Norðurlandanna (mest í Kaupmannahöfn 69%). Á landsvísu er nýting hótélherbergja mest hér eða um 52%, en frá 47-51% á hinum Norðurlöndunum.

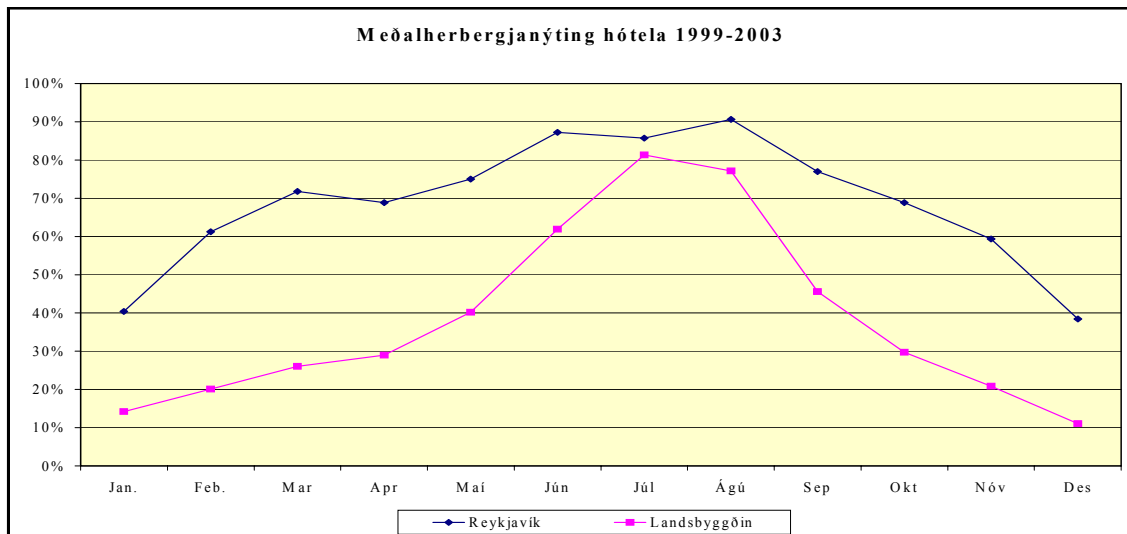
Á myndum 19 - 21 sést hvernig meðalnýting hótélrýmis hefur verið undanfarin 5 ár, auk tímabilsins janúar til ágúst á þessu ári (2004). Þar kemur berlega í ljós sá mikli munur sem er á nýtingu hótélrýmis eftir því hvort um er að ræða höfuðborgina eða landsbyggðina.



**Mynd 19 - Meðalnýting á hótelum í Reykjavík 1999 – 2004**  
(Heimild: Samtök ferðapjónustunnar, SAF)



**Mynd 20 - Meðalnýting á hótelum á landsbyggðinni 1999 – 2004**  
(Heimild: Samtök ferðapjónustunnar, SAF)



**Mynd 21 - Samanburður meðalnýtingar á hótelum 1999 – 2004**  
(Heimild: Samtök ferðapjónustunnar, SAF)

## Afþreying

Náttúra landsins er langmesta aðráttarafli erlendra ferðamanna og ímynd og sérstaða landsins er náteynd henni. Eins og sjá má á myndinni hér til hliðar er stór hluti þeirrar afþreyingar sem erlendir ferðamenn nýta sér náttúrutengd upplifun. Fjölbreytt afþreying er lykillinn að því að laða fólk bæði til landsins og síðan til einstakra landssvæða. Hún er grundvöllur þess að ferðamenn dveljist lengur í landinu, auki tekjur og skapi meiri dreifingu um landið en ella yrði. Afþreying sú sem í boði er hefur því mikilvægu hlutverki að gegna, hvort sem er að sumri eða vetri.

Eins og handbók Ferðamálaráðs ber með sér hefur úrval afþreyingarmöguleika aukist verulega enda nýsköpun á því sviði gífurlega mikilvæg. Það sem í upphafi var hugsað sem almenn afþreying fyrir heimamenn verður í gegnum kynningu, orðspor og umtal að aðráttarafli fyrir ferðamenn.

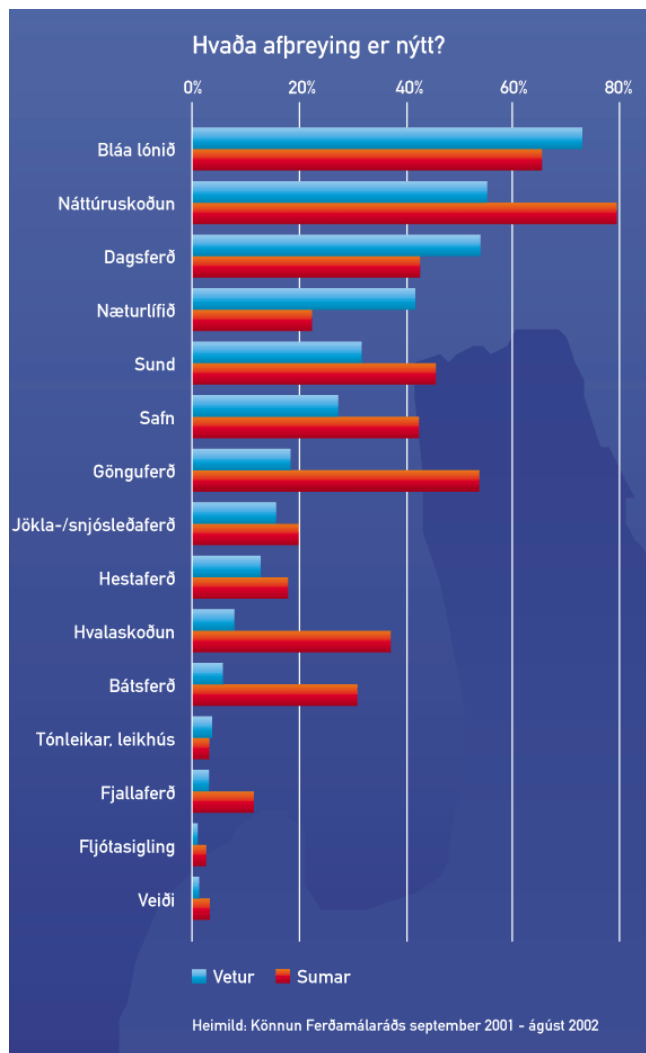
Arðsemi fjárfestinga í afþreyingarfyrirtækjum hefur víða verið slök sem má meðal annars rekja til árstíðasveiflna í fjölda gesta. Einnig hefur aðgengi að fjármagni verið erfiðleikum bundið. Það má því reikna með að til staðar séu mörg ónýtt tækifæri sem kalla á úrbætur.

Engar rannsóknir hafa verið gerðar á afkastagetu og nýtingu fjárfestinga í afþreyingarþjónustu og því er afkastagetan óljós.

## Vinnuafli

Samkvæmt skilgreiningu Hagstofunnar eru 5400 ársverk í ferðapjónustunni sem er 4,5% af heildarmannafli landsins. Áætlað er þó að um 15.000 manns hafi tekjur af störfum í greininni, en fjöldi fólks starfar eingöngu yfir sumartímann vegna árstíðasveiflna eða er í hlutastarfi. Eins og fyrr var getið í skýrslunni er nauðsynlegt að endurmeta skilgreiningu Hagstofunnar vegna þess hve hlutfall ferðamanna af landsmönnum hefur hækkað. Til viðbótar skilgreindum störfum tengjast mjög mörg störf ferðapjónustunni og má nefna störf við bensínsölu, upplýsingamiðstöðvar, verslun, bankapjónustu, bílaviðgerðir og fjölmargt fleira.

Vegna mikilla árstíðasveiflna þurfa ferðapjónustufyrirtæki mun fleira starfsfólk á



Mynd 22 - Hvaða afþreyingu nýta erl. ferðamenn?

háönn en utan hennar, sérstaklega á landsbyggðinni, auk þess sem mörg fyrirtæki eru aðeins opin yfir sumarið. Á háönn er því algengt að ráða skólafolk til starfa. Lenging skólaársins hefur valdið fyrirtækjunum miklum vandkvæðum og hefur hún gerst á sama tíma og fyrirtækin eru að reyna að lengja háönnina.

Líklegt er að tillögur um styttingu náms til stúdentsprófs nái fram að ganga og mun það væntanlega hafa í för með sér enn meiri lengingu skólaársins. Hagsmunir ferðapjónustunnar eru þeir að sú lenging verði fyrri hluta sumars og að tilfærsla frá hausti til vors verði í núverandi fyrirkomulagi. Ljóst er að mörg fyrirtæki á landsbyggðinni sem byggt hafa á vinnu skólafolks en átt í vandkvæðum vegna lengingar skólaársins íhuga að ráða erlent

vinnuafli í stað þess. Hlýtur slík þróun að valda áhyggjum þar sem flest skólafólk telur sig þurfa á sumarvinnu að halda.

Talsverður fjöldi útlendinga starfar í ferðaþjónustu á Íslandi, sérstaklega í störfum ófaglærðra á veitinga- og gististöðum. Vinnuveitendur kvarta gjarnan undan of miklu skriffræði og löngum afgreiðslufresti vegna atvinnuleyfa.

Auk þeirra vandkvæða sem fylgja tíma-bundnum ráðningum hefur víða verið mikill skortur á faglærðu vinnuafli og má nefna matreiðslu- og framreiðslufólk. Sérstaklega hefur reynst erfitt að fá fagfólk til starfa í hinum dreifðu byggðum. Haustið 2004 verða þær breytingar á námsframboði í Hótel- og matvælasjóla Íslands að styttra nám í matreiðslu og framreiðslu verður tekið upp til viðbótar fagnáminu

## Tækni

Bylting hefur átt sér stað undanfarna áratugi hvað varðar upplýsingatækni sem hefur haft víðtæk áhrif á heiminn og sýn okkar á hann. Þróun og notkun tölvu- og samskiptatækni hefur gert mögulegt að nota hana við fleiri starfsþætti og á fjölbreyttari hátt. Tilkoma internetsins og almenn hagnýting þess í lok síðustu aldar tengdi saman net tölvu um heim allan og skapaði víðtækan aðgang að uppsprettum þekkingar. Fólk hefur almennt fleiri og betri tækifæri til að leggja sitt af mörkum inn í þetta rafræna og gagnvirka samfélag með því að koma efni sínu og skoðunum á framfæri á internetinu, þátttöku á spjallsíðum og/eða ráðstefnusíðum og með samskiptum í gegnum tölvupóst.

Hagnýting upplýsinga- og samskiptatækni er nú farin að skipta fyrirtæki og stofnanir meginmáli við að ná og viðhalda samkeppnisforskoti<sup>8</sup>. Buhalis (2003) leggur

<sup>8</sup> Þetta má m.a. rekja til þróunar eftirfarandi þátta (Buhalis 2003):

- Gifurlegrar aukningar í vinnslugetu
- Aukins reiknihraða
- Minnkandi stærðar vélbúnaðar
- Minnkandi kostnaðar vél- og hugbúnaðar
- Aukins áreiðanleika, aukinnar samhæfingar og aukinna samtengingarmöguleika vél- og hugbúnaðar
- Þróun viðskiptalíkana í átt til meiri samtengingar (e. collaborative models)

sjálfu. Bundnar eru vonir við að með því megi fækka ófaglærðu fólki í þessum störfum sem er stór liður í gæðamálum ferðaþjónustunnar. Ennfremur hefur oft verið skortur á leiðsögumönnum, sérstaklega þegar stórir hópar eins og ferðamenn með skemmtiferðaskipum, koma til landsins.

Vinumarkaðurinn á Íslandi er mjög sveigjanlegur miðað við önnur Evrópulönd, takmarkanir á vinnutíma eru minni en víðast hvar í nálægum löndum. Engar takmarkanir eru á ráðningu í hlutastörf og ekki settar skorður við ráðningum til tiltekins tíma. Þessi sveigjanleiki er afar þýðingarmikill fyrir íslenska ferðaþjónustu sem býr bæði við mikla árstíðasveiflu svo og miklar sveiflur innan árstíða.

áherslu á þá þætti tækninnar sem snúa meira að innri starfsemi fyrirtækja og stofnana, en áhrif hennar hafa augljóslega verið umtalsverð á þá þætti sem snúa út á við að samskiptum við hagsmunaaðila, upplýsingagjöf opinberra aðila og kynningu á áfangastöðum. Núorðið gerir notkun flókinna gagnagrunns- og upplýsingakerfa auðveldara en ella að sérsníða framboð að fleiri og smærri markhópum og meta áhrif aðgerða á markaði. Margmiðunarefni, aukið aðgengi að útsendingum á sífellt fleiri gervihnattarásum auk internetsins hefur einnig fært áfangastaði fjær og nær heim í stofu til neytandans m.a. í gegnum efni sem fjallar nær eingöngu um ferðalög.

Það eru ekki einungis hinir eiginlegu komustaðir gesta til landsins sem þarf að huga sérstaklega að. Upplýsingaþjónusta og vefsvæði þurfa einnig að vera aðgengileg og aðlaðandi. Hagnýta þarf sífellt nýja miðla og tækni.

Þá er ógetið þróunar þráðlausrar samskiptatækni, en undir hana falla m.a. GSM-væðingin, gervihnattasímar, staðsetningartækni (GPS) og þráðlausir tengimöguleikar fyrir fartölvur við internetið. Allt hefur áhrif til aukins aðgengis að upplýsingum annars vegar og stuðlar að auknu öryggi hins vegar. Óbyggðir og hið

- Alþjóðavæðingar framboðs- og eftirspurnarþátta, ekki síst varðandi ferðaþjónustu

óþekkta verður ekki eins ógnvekjandi – ferðamaðurinn skynjar því áfangastaði áhættuminni en ella.

Íslendingar hafa verið duglegir við að taka á móti og hagnýta sér breytingar í upplýsinga- og samskiptatækni og árið 2003 notuðu nær öll fyrirtæki á Íslandi tölvu eða 99% (Hagstofa Íslands 2004:1). 97% voru með tengingu við internetið og var háhraðatenging langalgengust (81%). Fyrirtæki með eigin vefsetur voru 70% allra fyrirtækja. Fimmta hvert fyrirtæki seldi vöru eða þjónustu af vefsíðu árið 2002 og 37% fyrirtækja keypti vöru eða þjónustu um internetið sama ár.

Þegar fyrirtæki voru spurð um tilgang internetnotkunar sinnar kom í ljós að 94% þeirra nota internetið til almennra banka- viðskipta, 90% fyrirtækja leita upplýsinga á vefsíðum annarra fyrirtækja og 60% nýta vefinn til að fylgjast með keppinautum og markaðsverði. Fimmta hvert fyrirtæki með internettengingu notar þessa leið til að þjálfra og endurmennta starfsfólk sitt.

Um 87% fyrirtækja með internettengingu leita upplýsinga á vefsíðum opinberra aðila, 75% fyrirtækja sækja eyðublöð um vefinn og 65% nota internetið til að fylla út og senda inn eyðublöð til opinberra aðila. Tæplega helmingur allra fyrirtækja með internettengingu notfærir sér rafræna sjálfsafgreiðslu opinberra aðila svo sem vefskil virðisaukaskatts.

Árið 2003 héldu að meðaltali um 70% allra fyrirtækja úti vefsetri. Hótel og gististaðir voru nálægt þessu meðaltali (71%) en til samanburðar gerðu öll fjármálafyrirtæki (100%) það og nánast hið sama (97%) gilti um öll fyrirtæki með 100 starfsmenn eða fleiri.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Hér hefur verið tæpt á helstu niðurstöðum skýrslna Hagstofunnar sem hafa almenna skírskotun eða bein tengsl við ferðaþjónustufyrirtæki. Skýrslurnar eru mun viðameiri og gefa fleiri niðurstöður sem fróðlegt væri að nota til hagnýts samanburðar innan ferðaþjónustunnar.

**Árið 2003 héldu að meðaltali um 70% allra fyrirtækja úti vefsetri.**

**Hótel og gististaðir voru nálægt þessu meðaltali (71%).**

**Til samanburðar gerðu öll fjármálafyrirtæki (100%) það og nánast hið sama (97%) gilti um öll fyrirtæki með 100 starfsmenn eða fleiri.**

## Náttúruperlur

Þolmörk<sup>10</sup> eru skilgreind út frá fleiri þáttum en náttúrunni einni saman, líta má til hinna félagslegu áhrifa sem og hinna menningarlegu. Slík þolmörk eru mjög huglæg og taka til tveggja þátta. Annars vegar hversu mikla ásókn heimamenn ákveðinna svæða geta og/eða vilja sætta sig við og hins vegar hvað ferðamennirnir sjálfir sætta sig við mikinn fjölda annarra ferðamanna. Þessi mörk geta verið mun neðar en hin náttúrulegu þolmörk.

Rannsóknir hafa verið gerðar á þolmörkum nokkurra fjölsótttra ferðamanna- staða auk hálendisins. Enn hefur ekki þótt ástæða til að takmarka aðgang að þeim, með góðu skipulagi eigi að vera hægt að taka á móti fleiri ferðamönnum en nú án þess að þolmörkum verði náð<sup>11</sup>.

Talsvert hefur verið gert í því augnamiði að draga úr ágangi með fyrirbyggjandi aðgerðum. Stuðla má að meiri dreifingu og þ.a.l. minna álagi með því að auka fjölda og uppbyggingu nýrra áhugaverðra áfangastaða, sbr. skýrsluna um auðlindina Ísland.

<sup>10</sup> Þolmörk ferðamennsku eru skilgreind sem sá hámarksfjöldi ferðamanna sem getur ferðast um svæði án þess að leiða af sér óásættanlega hnignun á náttúru eða manngert umhverfi, hafa neikvæð áhrif á samfélagið eða að upplifun ferðamanna skerðist.

<sup>11</sup> Sjá t.d. „Gildi hálendisins fyrir ferðaþjónustu og útivist til 2020“ bls. 35.

## 4. Rekstrarumhverfi

Í stefnuýfirlýsingu núverandi ríkisstjórnar (maí 2003) kemur fram að nýta eigi sóknarfæri ferðapjónustunnar eins og kostur er. Greininni verði sköpuð sambærileg rekstrarskilyrði og í samkeppnislöndunum. Ferðamálaráð vinni náið með aðilum í greininni að markaðsstarfi og framþróun með það að markmiði að þjónusta við ferðamenn verði heilsársatvinnugrein og skapi þannig fleiri örugg og vel launuð störf.

Eins og áður hefur verið vitnað til er það álit Hagfræðistofnunar HÍ að greinin eigi að byggjast á frumkvæði og forsendum einkageirans og að hvorki eigi að hygla greininni umfram aðrar, né heldur einstökum fyrirtækjum umfram önnur. Stofnunin heldur því hins vegar fram að opinber afskipti séu réttlætunleg m.a. út frá þjóðhagslegum hagsmunum.

## Skattaumhverfi

Miklar breytingar hafa átt sér stað í íslensku atvinnulífi þ.m.t. skattaumhverfi, síðan Ísland gerðist fullgildur aðili að Evrópska efnahagssvæðinu árið 1993. Frá því samningurinn tók gildi hefur tekjuskattsprósenta íslenskra hlutafélaga lækkað úr 39% í 18% auk þess sem aðstöðugjald sveitarfélaga var lagt niður árið 1993. Vinnuveitendur almennt leggja nú mikla áherslu á að eignaskattar og stimpilgjöld verði afnumin en þeir skattar eru almennt úreltir í helstu viðskiptalöndum.

Ýmislegt í skattalegu umhverfi ferðapjónustufyrirtækja hefur sætt mikilli gagnrýni og í ýmsum greinum hennar hafa menn bent á mikinn aðstöðumun. Það er því víða horft til þeirrar stefnu núverandi ríkisstjórnar að íslensk ferðapjónusta eigi að njóta sambærilegra rekstrarskilyrði og helstu samkeppnislönd. Gagnrýnin beinist að sköttum og gjöldum og má helst nefna virðisaukaskatt, aðflutningsgjöld ýmiss konar, áfengisgjald og fjöldann allan af leyfisgjöldum, sérstaklega í veitingarekstri.

## Virðisaukaskattur

Ef litið er til Evrópu þá er hlutfall virðisaukaskatts mjög mishátt eftir löndum. Hér á eftir fara upplýsingar um virðisaukaskatt

almennt svo og á hótél, veitingahús og bílaleigu á Evrópska efnahagssvæðinu:

HLUTFALL VIRÐISAUKASKATTS ALMENNT OG Á HÓTEL, VEITINGAHÚS OG BÍLALEIGUR Á EVRÓPSKA EFNAHAGSSVÆÐINU				
Land	Almennt	Hótél	Veitingahús	Bílaleigur
Austurríki	20	10	10	20
Belgía	21	6	21	21
Danmörk	25	25	25	25
Finnland	22	8	22	22
Frakkland	19.6	5.5	19.6	19.6
Grikkland	18	8	8	18
Holland	19	6	6	17.5
Írland	21	12.5	12.5	21
<b>ÍSLAND</b>	<b>24.5</b>	<b>14</b>	<b>24.5*</b>	<b>24,5</b>
Ítalía	20	10	10	20
Lúxemborg	15	3	3	15
Noregur	23	0	23	24
Portúgal	17	5	12	17
Spánn	16	7	7	16
Stóra – Bretland	17.5	17.5	17.5	17,5
Svíþjóð	25	12	25	25
Þýskaland	16	16	16	16
<b>Meðaltal án Íslands</b>	<b>19.69</b>	<b>9.47</b>	<b>14.85</b>	<b>19,66</b>

\*Íslensk veitingahús fá endurgreidd 112.75% af innskatti matvæla sem bera 14% virðisaukaskatt.

Tafla 16 - Mismunandi virðisaukaskattur eftir löndum  
(Heimild: Samtök ferðapjónustunnar)

Í lögum um virðisaukaskatt er kveðið á um að til innskatts sé ekki heimilt að telja virðisaukaskatt af aðföngum er m.a. varða hvers konar fæðis kaup fyrirtækja og öflun, rekstur og leigu fólksbifreiða og hópbifreiða. Atvinnugreinum er því mismunað þegar kemur að innskatti aðfanga sem

getur leitt til þess að fyrirtæki grípi til annarra ráða. Veitingastaðir, bílaleigur og hópferðafyrirtæki leggja mikla áherslu á að þjónusta þeirra standi jafnfætis vöru og þjónustu annarra atvinnugreina hvað varðar innskattshæfi.

## Starfsleyfisgjöld

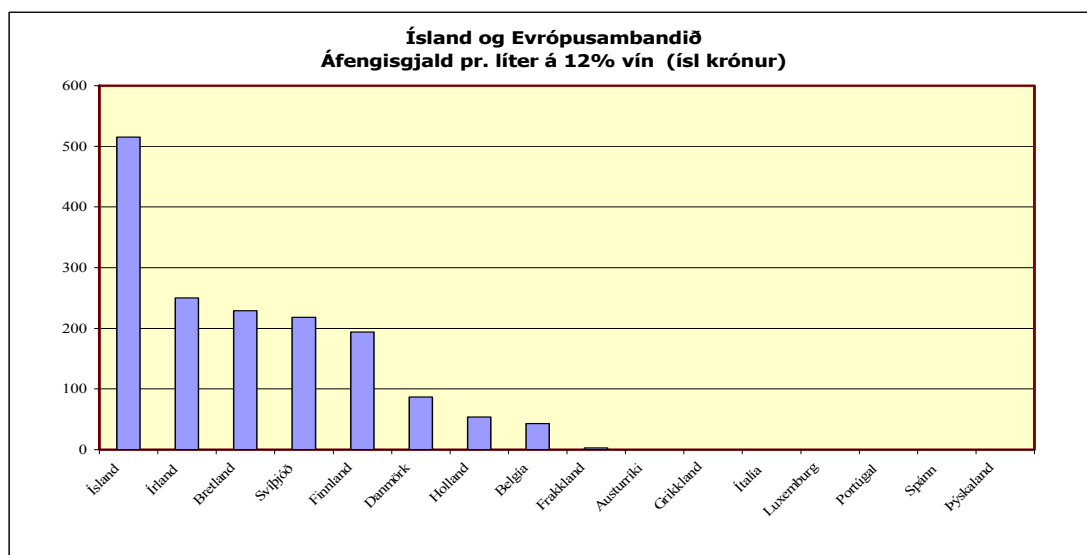
Víða í atvinnulífinu fara starfsleyfisgjöld vaxandi og býr veitingarekstur trúlega við fjölbreyttust gjöldin. Flest þessara gjalda er að finna í lögum um aukatekjur ríkissjóðs. Veitingarekstur þarf allt að 6 starfsleyfi auk þess sem mikill fjöldi vottorða þarf að fylgja umsóknum með talsverðum kostnaði og fyrirhöfn. Atvinnulífið hefur bent á að brýnt sé að skoða hvort réttlæt看legt sé að halda úti slíkum starfsleyfisgjöldum.

Á síðasta áratug féllu dómar um að þjónustugjöld skuli miðast við raunkostnað af veitingu þeirrar þjónustu sem um ræðir. Það er markmið Samtaka ferðaþjónustunnar að öll fyrirtæki hafi einhvers konar leyfi og að útgáfa þeirra sé einföld og skilvirk. Er þá fyrst og fremst horft til öryggisþátta. Þegar leyfin og vottorðin sem þeim fylgja eru orðin vel á þriðja tuginn fyrir einstök fyrirtæki, eins og dæmi eru um, hefur umhverfið fjarlægst það markmið verulega.

## Áfengisgjald

Miklar umræður hafa jafnan verið um áfengisgjaldið á Íslandi og hefur munurinn á gjaldinu á Íslandi og í öðrum löndum aukist að mun. Aðrar Norðurlandþjóðir, sem hafa búið við há gjöld miðað við önnur lönd í Evrópu, hafa verið að lækka

gjöld sín á síðustu árum vegna síaukinnar landamæraerslunar. Áfengisgjaldið hér á landi leiðir til þess að innkaupsverð áfengis er miklum mun hærra fyrir veitingastaði hér en annars staðar. Sjá mynd 23.



**Mynd 23 - Áfengisgjald í nokkrum löndum**  
(Heimild: Sveriges hotell- och restaurangföretagare)



## Lögboðnar tryggingar

Almennt eru tryggingar hjá bílaleigum um tvöfalt hærrí en hjá almenningi samkvæmt upplýsingum SAF. Það sem veldur þessum mun er að hér á landi er afar há skyldutrygging ökumanna sem eigandi ökutækis verður að borga. Í nágrannalöndunum er sambærileg trygging annaðhvort ekki áskilin eða upphæðir eru verulega mikið lægri. Þessar tryggingar nema um 8% af rekstrarkostnaði bílaleiganna en tryggingar í heild eru um 20% af rekstrarkostnaðinum.

Samkvæmt áfengislögum skal umsækjandi um vínveitingaleyfi setja tryggingu fyrir greiðslu krafna á hendur honum ef til gjaldþrotaskipta eða rekstrarstöðvunar kemur. Miðað er við að upphæð tryggingar sé í samræmi við umfang þess reksturs sem tryggingin nær til. Það mun vera einsdæmi í atvinnulífínu að fyrirtæki þurfi að setja tryggingu án þess að hún sé til að bæta tjón viðskiptavina.

## Nýliðun og hindranir

Aðgangshindranir eru til þess að gera litlar í stórum hluta greinarinnar og því tiltölulega auðvelt að hefja rekstur í ferðaþjónustu.

Litlar hindranir eru í lögum og reglugerðum, menntunarkröfur eru alla jafna litlar og eftirliti með þeim virðist ábótavant.

Eflaust má að hluta til rekja mikinn fjölda lítilla fyrirtækja í greininni til þessa. Margir hefja slíkan rekstur, jafnvel sem hliðar-

verkefni annarrar starfsemi til að skapa sér viðbótartekjur. Hindranir fyrir brotthvarfi úr greininni eru að sama skapi ekki verulegar. Tekið skal fram að hér er ekki átt við fjármagnsfrekan rekstur eins og flug eða hótélrekstur.

Greinilegt er að talsverð nýliðun á sér stað í greininni og tengdum greinum. Í töflunni hér fyrir neðan er sýndur heildarfjöldi nýskráninga hlutafélaga í nokkrum greinum (Hagstofan 2004).

Atvinnugrein	1999	2000	2001	2002	2003
Hótel- og veitingahúsarekstur	98	123	83	154	125
Samgöngur og flutningar	72	87	70	121	90
Matsölustaðir	67	67	54	105	80
Rekstur ferðaskrifstofa og önnur ótalin ferðaþjónusta	19	23	14	24	28

Tafla 17 - Nýskráningar hlutafélaga í nokkrum greinum  
(Heimild: Hagstofan)

Eitt einkenni greinarinnar er hversu flókið samspil getur verið á milli aðila á markaðnum. Aðilar sem geta átt í samkeppni um viðskiptavinum þurfa á stundum að eiga samvinnu um ákveðin verkefni. Umræðan

um þörf á aukinni samvinnu í greininni er á stundum áberandi. Gagnrýni hefur beinst að því hve uppbygging sé víða einsleit í stað þess að lögð sé áhersla á nýsköpun, vörubrúun og samkeppnislega aðgreiningu.

## 5. Aðkoma hagsmunaaðila

### Opinberir aðilar

Í niðurstöðum skýrslu Hagfræðistofnunar er sett fram það álit að þegar til heildar sé litið eigi íslensk stjórnvöld að fylgja ákveðnu hlutleysi gagnvart ferðaþjónustunni líkt og öðrum atvinnugreinum og leyfa greininni að byggjast á frumkvæði og forsendum einkageirans. Stjórnvöld eigi ekki að ívilna greininni á þeirri einni forsendu að hún skapi gjaldeyri, en jafnframt ekki refsna henni með skattheimtu umfram það sem þekkist hjá öðrum greinum.

Opinberir aðilar leggja sitt af mörkum með ýmsum hætti og hafa með lögum og reglugerðum skapað atvinnugreininni starfsumhverfi, bæði almennt og sérhæft. Einnig hafa þeir á sama hátt skilgreint þau verkefni sem unnin skulu á þeirra vegum fyrir greinina í ráðuneytum og stofnunum.

Stjórnvöld hafa ákveðið hlutverk og ábyrgð gagnvart ferðaþjónustunni og hafa því lagt fram fjármuni til að mæta þeirri ábyrgð. Framlag ríkisins ræðst á hverjum tíma af því hvaða stefnu stjórnvöld hafa markað og þeim markmiðum sem þau hafa sett sér gagnvart greininni.

Hlutverk ríkisins er að hafa eftirlit með framkvæmd laga og reglugerða, byggja upp menntun, koma að stoðkerfi greinarinnar til rannsókna og þróunarverkefna og að samgöngum, fjarskiptum og annarri grunngerð.

Í skýrslu framtíðarnefndar er sett fram sú skoðun að stjórnvöld eigi að hafa eftirlit með almennri landkynningu sem felist í heildarímynd Íslands og varðveita vörumerkið Ísland alls staðar þar sem það er kynnt.

Sé það ekki gert skaði það ekki einungis ímyndina og þar með vörumerkið heldur geti það skaðað auðlindina Ísland, bæði menningu og náttúru landsins.

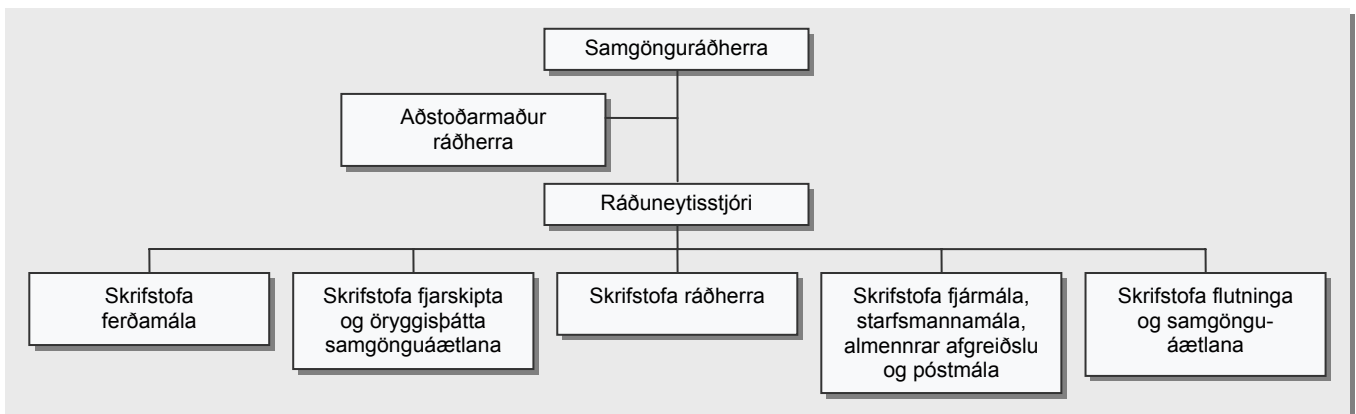
Sveitarfélög bera ábyrgð á að gæta hagsmuna ferðaþjónustunnar í skipulags- og umhverfismálum. Þau hafa í vaxandi mæli skilgreint hlutverk sitt enn frekar í ferðaþjónustu og komið fjárhagslega að kynningar- og markaðsmálum.

Nokkur sveitarfélög hafa á undanförunum árum unnið sérstaka stefnumótun fyrir ferðaþjónustu í sínum sveitarfélögum og þannig skilgreint hlutverk sitt enn frekar til framtíðar.

Ferðaþjónustan er síbreytileg atvinnugrein og því þarf stöðugt að huga að því hvernig aðkoma opinberra aðila geti best þjónað hagsmunum atvinnugreinarinnar, ferðamanna og almennings.

Eftir því sem kröfur um gæði og öryggi aukast og þar með talið eftirlit með þeim þáttum, mun reyna meira á skipulag þessara mála.

### Samgönguráðuneyti



Mynd 24 - Skipurit samgönguráðuneytisins

Samkvæmt lögum um skipulag ferðamála fer samgönguráðuneytið með yfirstjórn þessa málaflokks. Undir ráðuneytið falla einnig lög um veitinga- og gististaði, mál-efni ferðaskrifstofa, gestastofa, umhverfismála og umferðarmiðstöðva. Samgöngu-

ráðuneytið fer einnig með marga mála-flokka sem tengjast nauðsynlegum innviðum ferðaþjónustunnar. Má þar nefna skipulag samgangna á landi, í lofti og á sjó, vegi og vegagerð, hafnir, flug og flugvelli.

## Önnur ráðuneyti

Þrátt fyrir að ferðamál séu vistuð í samgönguráðuneytinu eru málefni sem snúa að einstökum þáttum greinarinnar vistuð víða í stjórnarráðinu. Meðal annars má nefna:

- Dómsmálaráðuneytið annast framkvæmd laga um vínveitingar svo og alla löggæslu og öryggismál.
- Félagsmálaráðuneytið fer með sveitarstjórnarmál, þar með talin skipulagsmál og vinnumarkaðsmál.
- Fjármálaráðuneytið fer með öll skatta- og gjaldamál sem að greininni snúa.
- Heilbrigðis- og tryggingaráðuneytið kemur að ferðaþjónustu hvað varðar upplýsingar til ferðamanna um heilbrigðis- og tryggingarmál.
- Iðnaðar- og viðskiptaráðuneytið kemur að uppbyggingu ferðaþjónustu á landsbyggðinni sem ráðuneyti byggða- og orkumála. Auk þess kemur það að neytenda-, trygginga- og löggildingarmálum.

- Landbúnaðarráðuneytið fer með málefni tengd ferðaþjónustu, m.a. vegna matvæla og menntamála.
- Menntamálaráðuneytið fer með öll menntamál og þar með talin menntunarmál ferðaþjónustunnar, auk menningarmála.
- Umhverfissráðuneytið fer m.a. með náttúruverndarmál og þar með talinn rekstur þjóðgarða og friðlýstra svæða, auk heilbrigðiseftirlits.
- Utanríkisráðuneytið fer m.a. með málefni Keflavíkurflugvallar sem og Hagstofu Íslands sem annast viðamikla söfnun tölfræðilegra gagna um ferðaþjónustuna.

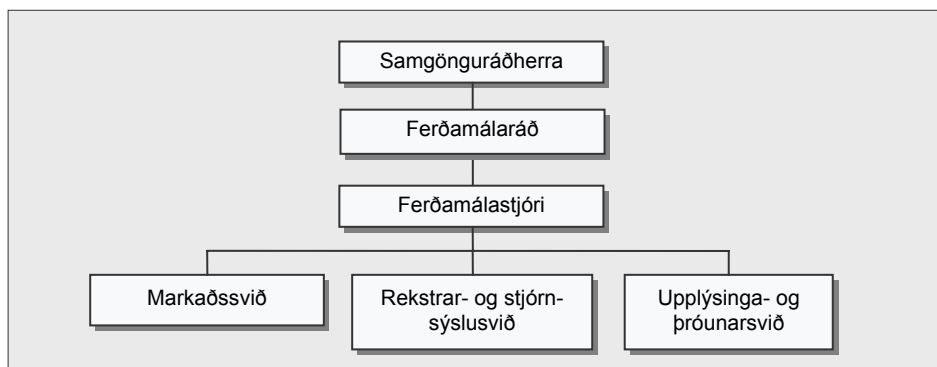
Ofangreind upptalning er engan veginn tæmandi, en sýnir í stórum dráttum snertipunkta og umfang ferðamála innan stjórnkerfisins.

## Ferðamálaráð

Ferðamálaráð Íslands er ein þeirra stofnana er heyra undir samgönguráðuneytið og er eina stjórnslustofnunin sem sinnir ferðaþjónustu eingöngu. Stofnunin hefur umsjón með skipulagningu og markaðssetningu íslenskrar ferðaþjónustu auk viðtækrar upplýsingaþjónustu til greinarinnar og ferðamanna, bæði á skrifstofum innan-

lands og utan. Þá vinnur stofnunin jafnframt að umhverfismálum auk þess að stunda rannsóknir og kannanir á ferðaþjónustu.

Verkefni stofnunarinnar eru nánar skilgreind í lögum um skipulag ferðamála (nr. 117/1994 með síðari breytingum).



Mynd 25 - Skipurit Ferðamálaráðs

Í stjórn stofnunarinnar (Ferðamálaráðs) eru fulltrúar samgönguráðherra (2), frá Samtökum ferðaþjónustunnar, SAF (2), Sambandi ísl. sveitarfélaga (2) og Ferðamálasamtökum Íslands (1). Skrifstofur Ferðamálaráðs eru í Reykjavík og á Akureyri, en jafnframt eru þrjár skrifstofur erlendis: í Bandaríkjunum, Þýskalandi og í Danmörku.

### Ferðamálasetur Íslands

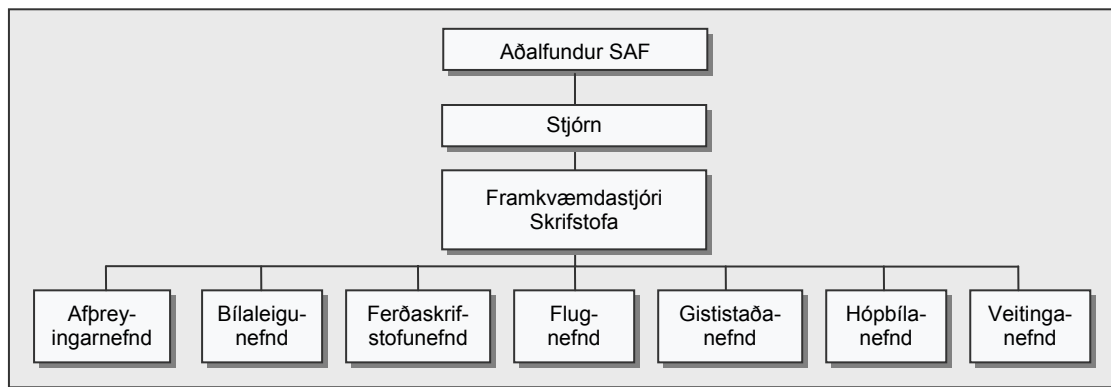
Ferðamálasetur Íslands var stofnað í september 1999. Það er til húsa í Háskólanum á Akureyri og er samstarfsverkefni Háskóla Íslands og Háskólans á Akureyri. Ferðamálasetrið er miðstöð rannsóknna, fræðslu og samstarfs í greinum sem tengjast ferðamálu.

Ferðamálaráð hefur samstarf við Höfuðborgarstofu vegna reksturs upplýsingamiðstöðvar ferðamanna í Reykjavík. Á sama hátt á sér stað umtalsvert samstarf Ferðamálaráðs við sveitarstjórnir víða um land, m.a. varðandi rekstur upplýsingamiðstöðva á ýmsum svæðum svo og vegna uppbyggingar á fjölsóttum ferðamannastöðum.

Samtökin eru sameiginlegur vettvangur íslenskra fyrirtækja sem stunda rekstur á sviði ferðaþjónustu.

### Samtök ferðaþjónustunnar, SAF.

Samtök ferðaþjónustunnar voru stofnuð árið 1998 á grunni Sambands veitinga- og gistihúsa, sem hafði sinnt hagsmunagæslu þeirra fyrirtækja í áratugi.



Mynd 26 - Skipurit Samtaka ferðaþjónustunnar

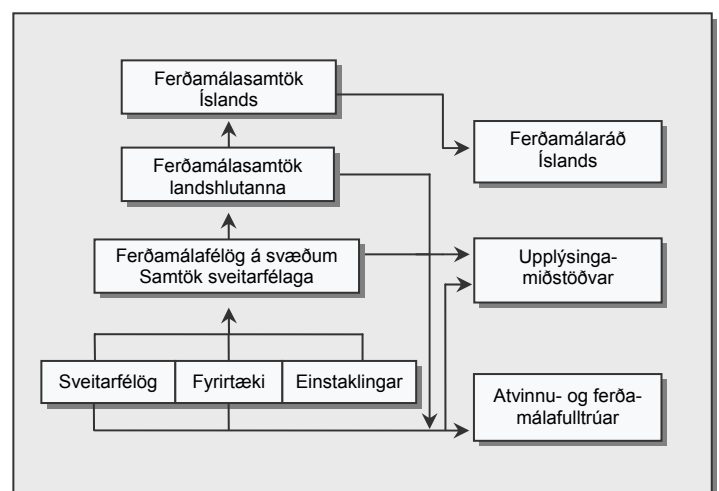
Tilgangur þeirra er að vera í forsvari fyrir fyrirtækin í atvinnugreininni og að gæta sameiginlegra hagsmuna þeirra. Aðild að SAF eiga flugfélög, ferðaskrifstofur, gisti staðir, veitingahús, bílaleigur, hópferðafyrirtæki, afþreyingarfyrirtæki o.fl.

SAF eru einu vinnuveitendasamtökin innan ferðaþjónustunnar og ein af sjö aðildarsamtökum Samtaka atvinnulífsins sem stofnuð voru 1999.

### Ferðamálasamtök Íslands

Ferðamálasamtök Íslands voru stofnuð 1986 sem regnhlífarsamtök átta landshlutasamtaka sem áður höfðu verið stofnuð af fyrirtækjum í ferðaþjónustu, en einnig komu að þessari stofnun sveitarfélög og samtök þeirra. Hlutverk einstakra ferðamálasamtaka er m.a. að vinna að hagsmunum aðila í ferðaþjónustu innan landshlutans og samræma starfsemi þeirra á viðkomandi svæði.

Auk framangreindra samtaka eru starfandi fleiri hagsmuna- og fagsamtök, þá sérstaklega fagfélög og stéttarfélög hinna ýmsu starfsgreina.



Mynd 27 - Skipulag ferðamálasamtaka landsins

## Samstarf við Færeyjar og Grænland

Til að efla samstarf Íslands og Færeyja annars vegar og Íslands og Grænlands hins vegar á sviðum ferðaþjónustu, samgangna, menntunar, vöruþróunar og kynningar atvinnu- og menningarmála eru í gildi samningar um samstarf sem nefnast FITUR (samstarfssamningur Íslands og Færeyja) og SAMIK (samningur Íslands og Grænlands). Undir merkjum FITUR og SAMIK hafa verið stofnaðir sjóðir og úr þeim hafa verið veittir styrkir til eflingar samstarfi landanna. Í kjölfar samninganna hafa samskipti milli landanna stórukaust á nánast öllum sviðum, ekki síst með fjölgun

ferðamanna. Stjórnvöld landanna leggja öll fram sömu upphæð til samstarfsins eða um fimm milljónir króna, en þar sem Ísland er í samstarfi við bæði löndin eru fimm milljónir greiddar í hvorn sjóð.

Bæði FITUR og SAMIK leggja áherslu á að auka enn frekar samstarf íslenskra, færeyskra og grænlandsra flugfélaga til þess að bæta megi samgöngur á milli landanna, en öruggar og tíðar ferðir á sanngjörnu verði eru undirstaða þess að samskiptin verði tryggð.

## Norðurlönd

Samgönguráðuneytið hefur tekið þátt í norrænu ferðamálasamstarfi þar sem samnorræn stefna í ferðamálum er mótuð. Meðal þess sem tekið hefur verið fyrir á þessum vettvangi er sjálfbær ferðaþjónusta á norðurslóðum, menningartengd ferðaþjónusta og „ferðaþjónusta fyrir alla“ með áherslu á aðgengi og upplýsingagjöf fyrir fatlaða ferðamenn.

Ferðamálaráð hefur í áratugi verið aðili að Ferðamálaráði Norðurlanda (NT). Á þess vegum er m.a. starfrækt sameiginleg skrifstofa í Bandaríkjunum sem annast sameiginleg upplýsingamál og fleira.

Þá hefur innan NT verið mikil samvinna hvað varðar þátttöku í ferðasýningum og kynningum m.a. í Asíu.

## Evrópa

Ferðamálaráð er aðili að Ferðamálaráði Evrópu (ETC).

Á vegum þess fer fram viðamikil markaðsvinna fyrir aðildarlöndin á svæðum utan Evrópu. Þá er innan ETC unnið að sam-

eiginlegum markaðskönnunum og söfnun og dreifingu tölfræði.

Samgönguráðuneytið hefur starfsmann í Brussel til að fylgjast með þeim málaflokkum sem undir ráðuneytið heyrir á vettvangi ESB og EFTA.

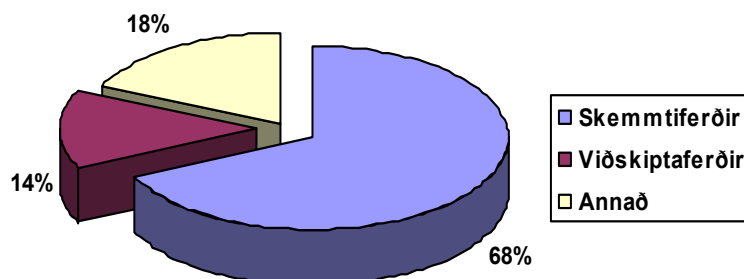
## 6. Markaðsmál

Segja má að ferðalög almennings hafi orðið alþjóðleg upp úr 1960 og ferðalög á heimsvísu hafa vaxið gífurlega síðan þá (WTO 2000). Það hefur í för með sér að erfitt er að greina ferðamál á einum stað eða í einu landi án þess að taka tillit til þróunar í öðrum löndum. Sú alþjóðavæðing sem átt hefur sér stað gerir það að verkum að hægt er að bera saman mögulega áfangastaði nær hvar sem er í heiminum – ekki síst með tilkomu internetsins. Því má lýsa þeirri ákvörðun að ferðast um Ísland sem ákvörðun um að ferðast ekki annars staðar – nýta sér ekki aðra möguleika sem í boði eru.

### Erlendur markaður

Ekki er algengt að skilgreindir séu sérstaklega markhópar ferðamanna sem hingað koma með tilliti til miðaðrar markaðssetningar, heldur hefur hugsunin verið sú að nauðsynlegt hafi verið að halda sem flestum möguleikum opnum í því tilliti. Innan ferðapjónustunnar eru eðlilega skiptar skoðanir um hvaða þættir það eru sem gera suma markhópa æskilegri en aðra.

Í viðhorfskönnunum Ferðamálaráðs (Ferðamálaráð Íslands 2003) kemur fram að meðalaldur erlendra ferðamanna sé í kringum fertugt en heldur yngri að vetri auk þess sem þá séu fleiri karlkyns. Flestir eru stjórnendur og sérfræðingar (um 50%) og hafa tekjur um og yfir meðallagi (um 80%).



Mynd 28 - Tilgangur ferðalaga á heimsvísu  
(Heimild: IPK International, 2004)

Svo virðist sem umtalsverð aukning hafi átt sér stað í skemmtiferðum á undanförunum áratugum (var 62% skv. WTO, 1998), en hafi ekki orðið að sama skapi í viðskiptaferðum (voru 18%) né ferðum í öðrum tilgangi (voru 20%).

Þeir sem vinna að ferðamálum svæða eða landa hafa gert sér grein fyrir þessu og hafa því reynt eftir megni að aðgreina svæði frá öðrum með því að leggja áherslu á einhver séreinkenni sem ekki eru til staðar eða í sama mæli annars staðar.

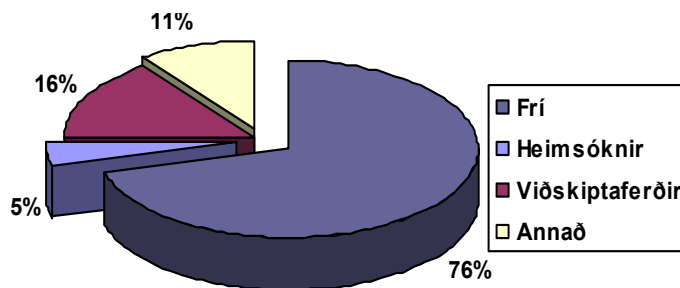
Þegar litið er til aðgreiningarþáttanna verður þó að hafa í huga að ekki er nóg að finna aðgreinandi eiginleika heldur verða þeir að hafa samsvörun í þörfum þeirra ferðamanna sem eru hvort tveggja mögulegir og æskilegir gestir.

Lega landsins, kostnaður og aðkomumöguleikar skapa ákveðnar hindranir og er þá átt við að einungis er hægt að komast til landsins með skipum eða flugvélum. Þrátt fyrir að það sé orðið ódýrara upp á síðkastið kostar það enn allnokkuð og því ekki á allra færi.

Árið 2003 skiptist tilgangur ferðalaga á heimsvísu (IPK International, 2004) í eftirfarandi þætti:

- Skemmtiferðir (orlof, afþreying, tómstundir) 68%
- Viðskipta-/vinnuferðir 14%
- Annað, s.s. trúarlegur tilgangur, heilsuferðir o.fl. 18%

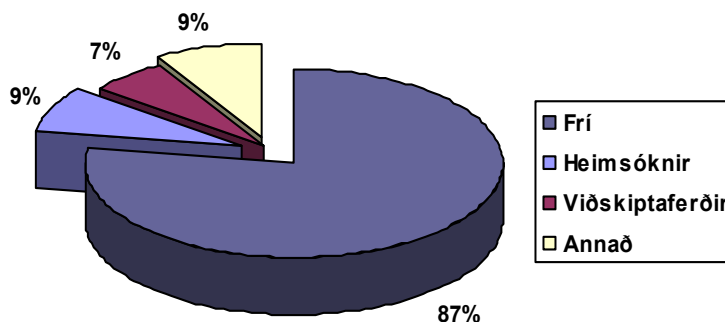
Samsvarandi myndir fyrir Ísland, annars vegar að sumri til og hins vegar að vetri til, má sjá hér fyrir aftan:



**Mynd 29 - Tilgangur - Erl. ferðamenn að vetri**  
(Heimild: Könnun Ferðamálaráðs sept. 2001 – ágúst 2002)

Athygli vekur að skemmtiferðir (frí og heimsóknir) að vetri til eru hærra hlutfall

(81%) hér á landi en í heildartölum IPK (68%).



**Mynd 30 - Tilgangur - Erl. ferðamenn að sumri**  
(Heimild: Könnun Ferðamálaráðs sept. 2001 – ágúst 2002)

Fram hefur komið í könnunum Ferðamálaráðs hvaða þættir það eru sem gestir Íslands hafa sóst mest eftir með komu sinni til landsins. Þar ber náttúruna hæst bæði að sumri og vetri, en menningin og sagan hafa ennfremur mikið aðdráttarafl. Ýmis ferðatilboð, viðkomumöguleikar, viðskiptatengsl og vinir og ættingjar laða auk þess fjölda gesta að.

Einnig er svarað þeirri spurningu hvað það hafi verið sem upprunalega varð til þess að hugmyndin um Ísland sem áfangastað kviknaði í huga þeirra. Hér er um beina tengingu við ímynd áfangastaðarins Íslands að ræða og ekki síður viðskiptaaðkennisins (e. *Brand*).

Í þeim skýrslum sem tekið hafa fyrir einstaka þætti sem snúa að ferðaþjónustu er þó að finna mikilvægar vísbendingar.

Í skýrslunni um auðlindina Ísland (Auðlindin Ísland, 2002) er reynt að svara þessari spurningu að hluta til með því að skilgreina meginþætti sérstöðu Íslands og þar er komist að þeirri niðurstöðu að hún liggi aðallega í tvennu þ.e. samspili elds og íss annars vegar og hins vegar í samspili náttúru, sögu og menningar.

Að sama skapi er það ein niðurstaðna skýrslu framtíðarnefndar (Samgönguráðuneytið, 2003) að heildarímynd Íslands mótist fyrst og fremst af sérstæðri náttúru, sérstæðri menningu og fagmennsku. Þessi hugtök eru síðan greind í undirþætti sem auðveldar talsvert afmörkun þeirra þátta sem ferðamenn taka tillit til við að ákveða Ísland sem ákvörðunarstað.

Ímyndarhugtakið er þó ekki einsleitt. Í raun má segja að ímyndin eigi sér stað í huga neytandans og geti tekið breytingum í tímans rás. Í stórum dráttum má segja að ímynd Íslands í huga ferðamannsins geti tekið stórstíggum breytingum eftir persónulegum einkennum hans, aðstæðum, fyrri reynslu og því hvar hann er staddur í kaupferlinu.

Í skýrslu Hagfræðistofnunar (2004) er nokkuð ítarleg greining á fyrirbyggjandi gögnum og þar er fullyrt að þeir sem hingað komi geri það að mjög yfirlögðu ráði. Í könnunum Ferðamálaráðs komi fram að 98% sumargesta og 85% vetrargesta nefni áhuga á íslenskri menningu eða náttúru sem áhrifabátt í ákvörðun um Íslandsferð. Til samanburðar nefni aðeins 6,1% sumargesta og 23% vetrargesta að ferðatilboð hafi haft áhrif á ferðaákvörðun þeirra.

**Ein meginniðurstaða Hagfræðistofnunar er að almennt sé hægt að álykta að landkynning frekar en ferðatilboð hafi mest að segja í því að laða ferðamenn til landsins.**

Þá hefur það komið skýrt fram undanfarið að kaupákvörðunarferlið hefur styst, sem lýsir sér í því að tæpur helmingur fái hugmyndir um Íslandsferð á innan við fjórum mánuðum áður en ferðin á að hefjast og meirihluti fólks bóki ferðina innan við tveimur mánuðum áður. Í skýrslu Hagfræðistofnunar er leitt getum að því hvað orsaki þessa þróun og nefnt er m.a. umframgeta í flugi eftir 11. september 2001 en einnig að um breytingu geti verið að ræða í ferðatilhögun fólks. Eigin þátttaka ferðamannsins í kaupferlinu eykst hröðum skrefum og líta margir til internetsins og aukins aðgengis að upplýsingum, bókunarmöguleikum og aukinnar almennrar reynslu af ferðalögum. Einnig er athyglisvert að í könnun Ferðamálaráðs fyrir júní-ágúst 2002 kom ekkert annað land til greina sem áfangastaður hjá 67% svaraenda (að meðaltali). Í skýrslu Hagfræðistofnunar eru settar fram nokkrar skýringar á föstum hlutfallslegum (logaritmískum) vexti fjölda ferðalanga hingað til lands:

- 1) **Stækkun á markaðshópi:** Fjöldi þeirra Evrópubúa sem vill og hefur efni á að ferðast milli landa vex einnig jafnt og þétt og þannig fjölga

## Innlendur markaður

Þó lengi vel hafi upplýsingar um fjölda erlendra gesta, gjaldeyrstekjur og kannanir á kaup- og ferðahegðun erlendra ferðamanna verið mun framar í allri umfjöllun en staða innlenda markaðarins, þá er hann okkur ekki síður mikilvægur.

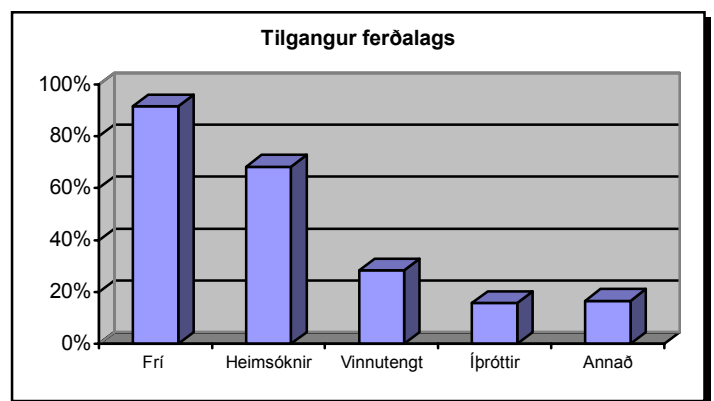
Þjóðhagslega er hann mjög mikilvægur þar sem hann stuðlar að betri nýtingu innviða og fjárfestingar í ferðabjónustunni. Þá má ekki gleyma menningarlegum og þjóðfélagslegum áhrifum sem skapast vegna nýrra eða aukinna tengsla Íslendinga innbyrðis.

Þessi markaður er næst okkur, það er því ódýrast og auðveldast að ná til hans. Væntingar hans eru betur þekktar en annarra markhópa og því öll vöruþróun í tengslum við hann auðveldari.

mögulegum ferðamönnum til Íslands.

- 2) **Útbreiðsla:** Þeir sem hingað koma segja öðrum frá veru sinni hérlendis og toga þannig fleiri til landsins. Eftir því sem fleiri hafa koma hingað til lands, þeim mun víðar berst hröður landsins.
- 3) **Landkynning:** Eftir því sem ferðabjónustuaðilum fjölga og ferðabjónustunni vex ásmegin hérlendis, þeim mun meiri fjármunum er varið til landkynningar með beinum og óbeinum hætti á vegum ríkis og einkaaðila. Þannig skapa ferðabjónustuaðilarnir sér sína eigin eftirspurn með ákveðnum hætti.
- 4) **Flugnet Ícelandair:** Flugleiðir hafa byggt Keflavík upp sem miðstöð mikillar flugumferðar yfir Atlantshafið. Það hefur gert félaginu kleift að halda uppi mun tíðari ferðum og fleiri áfangastöðum en ef flugsamgöngur væru bundnar við innanlandsmarkað. Þetta flugnet á stóran þátt í kynningu landsins, einkum meðal þeirra sem fljúga í gegn, en hefur einnig gert það kleift að skapa nýja eftirspurn, s.s. í ráðstefnuhaldi.

Ein meginniðurstaða Hagfræðistofnunar hvað þetta varðar er að almennt sé hægt að álykta að landkynning frekar en ferðatilboð hafi mest að segja í því að laða ferðamenn til landsins.



**Mynd 31 - Tilgangur ferðalaga Íslendinga innanlands**

(Heimild: Ferðamálaráð)

Íslendingar þekkja landið betur en aðrar þjóðir og því allt aðrar kynningaraðferðir nýttar gagnvart þeim.



Ferðir Íslendinga um eigið land hafa vaxið mikið með bættum samgöngum og auknu framboði ferðaþjónustunnar til þessa markhóps á undanförunum árum.

Til að varpa nokkru ljósi á ferðahegðun þessa markhóps miðað við þá erlendu er hér á eftir tæpt á nokkrum atriðum úr innanlandskönnun Ferðamálaráðs 2003.

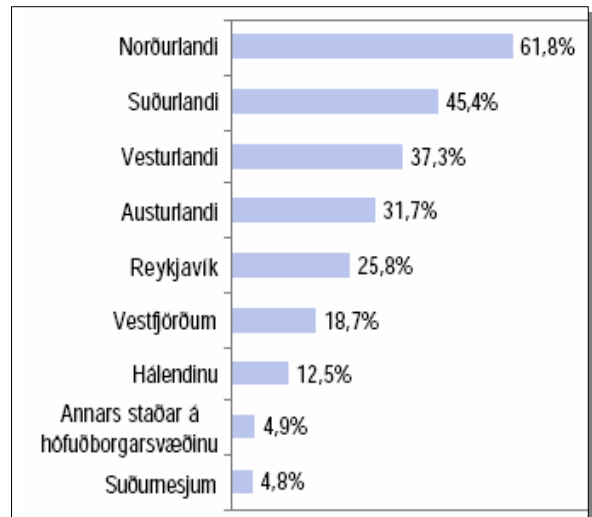
Fyrst ber að nefna að í könnuninni svöruðu yfir 80% því játandi að þeir hafi ferðast innanlands á árinu 2003 og yfir 90% hugðust ferðast innanlands 2004. Einnig kom fram að meginástæður ferðalaga eru frí og heimsóknir eins og mynd 31 ber með sér. Þetta er ekki síst mikilvægt þar sem ríflega helmingur þjóðarinnar býr á höfuðborgarsvæðinu og leitar því oftast út fyrir það í orlofsferðum sínum.

Þetta má berlega sjá á mynd 32 hér til hliðar, þar sem kemur fram í hvaða landshluta var gist. Norðurland sker sig nokkuð úr hvað þetta varðar, en um 62% höfðu gist þar og munar um 17 prósentustigum á því svæði og Suðurlandi, sem næstflestir gistu. Einungis um 30% gistu í Reykjavík eða annars staðar á höfuðborgarsvæðinu.

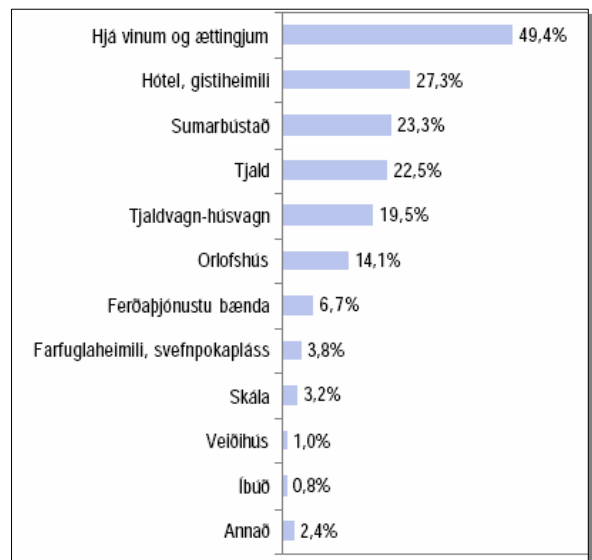
Ekki er síður áhugavert að sjá hvaða gistimöguleikar voru nýttir en þar sker sig úr að um helmingur aðspurðra dvöldu hjá vinum og ættingjum og að um 42% gistu í tjaldi, tjaldvagni eða húsvagni. Í öðrum svörum í könnuninni kom í ljós að um 33% hefðu aðgang að ákveðnum sumarþústað sem þeir sæki reglulega. Því kemur það á óvart að einungis um 23% sögðust hafa gist í sumarþústaðum á árinu 2003, eins og 33. mynd ber með sér.

Á mynd 34 má sjá hvaða afþreyingarmöguleika innlendir ferðamenn nýttu sér í nágrenni þess sumarþústaðar sem gist var í og niðurstöður bornar saman við samsvarandi könnun sem framkvæmd var árið 2000.

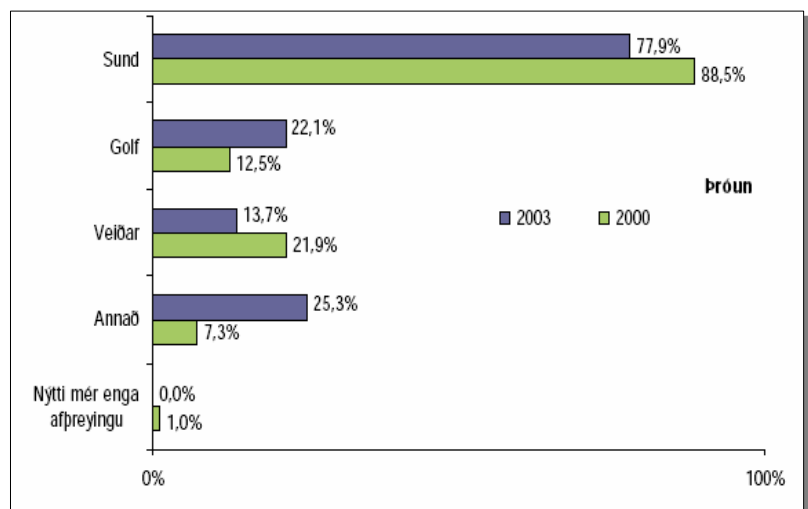
Í könnuninni kom fram að innlendir ferðamenn eiga það sammerkt með þeim erlendu að sækja í laugar, gönguferðir og náttúruskoðun. Höfuðborgin skar sig þó úr hvað ásælni í næturlíf, skemmtistaði og kráarölt varðar.



Mynd 32 - Hvar gistu Íslendingar 2003  
(Heimild: Ferðamálaráð)



Mynd 33 - Hvaða gistimöguleikar voru nýttir  
(Heimild: Ferðamálaráð)



Mynd 34 - Hvaða afþreying var nýtt í nágrenni sumarþústaðar  
(Heimild: Ferðamálaráð)

## Sértækar markaðsaðgerðir

### Ísland – sækjum það heim

Ísland – sækjum það heim er samvinnuverkefni í markaðsmálum, sem ráðist var í að frumkvæði samgönguráðuneytisins og Ferðamálaráðs 1994 með styrk frá Mjólkursamsölunni og Olúfélaginu hf. Verkefninu hefur síðan verið haldið áfram

### Iceland Naturally

Árið 2000 hófst viðamikl verkfni í N-Ameríku sem ber heitið Iceland Naturally. Samgönguráðuneytið ásamt fyrirtækjum og samtökum sem eiga hagsmuna að gæta á N-Ameríkumarkaði hafa nú staðið að þessu verkefni í 5 ár. Einni milljón Bandaríkjadala hefur verið varið á ári hverju í verkefnið. Samgönguráðuneytið hefur lagt fram 70% af því fjármagni en fyrirtækin sem taka þátt í verkefninu fjármagna 30%.

Rík áhersla hefur verið lögð á að kynna hreinar og hollar afurðir Íslands auk þess sem landið hefur verið kynnt sem umhverf-

## Fjármögnun markaðsmála

Á árunum 1999 til 2002 var ráðstöfun þeirra fjármuna sem hið opinbera notaði í markaðs- og kynningarmál erlendis í höndum Markaðsráðs ferðaþjónustunnar. Er liða tók á árið 2002 lá fyrir að Markaðsráðið myndi ekki starfa nema til ársloka og því ljóst að fara þyrfti aðrar leiðir við markaðsstarfið fyrir árið 2003. Því var leitað nýrra leiða til að hámarka áhrif kynningarinnar. Í framhaldi af því var kynnt ný

### Innanlands

Á árinu 2004 hlutu Ferðamálasamtök Íslands sextán milljóna króna styrk frá samgönguráðuneytinu sem skipt var jafnt á milli landshluta til markaðssetningar. Ferðamálasamtök Íslands hafa einnig byggt upp svonefnt Ferðatorg sem fyrst

### Erlendis

Starfsemi skrifstofa Ferðamálaráðs erlendis er að mestu fjármögnuð með rekstrarfé ráðsins eins og það er tilgreint í fjárlögum. Að auki hefur Ferðamálaráð haft umsjón með beinum framlögum til samstarfsverkefna í markaðs- og kynningarmálum sem einkaaðilar hafa staðið fyrir.

en aukin þyngd sett í verkefnið frá 2002. Átakið felst meðal annars í auglýsingaherferð auk þess sem gerðir eru ferðaþættir fyrir útvarp og sjónvarp og efnt til sérstaks póstkortaleiks með veglegum vinningum.

isvænn áfangastaður. Markmiðið er að auka eftirspurn eftir íslenskum vörum og þjónustu í Bandaríkjunum og Kanada og auka gjaldeyristekjur þjóðarbúsins. Mikil áhersla hefur verið lögð á að samræma útlit og vörumerki á öllu kynningar- og útgáfuefni til að minna neytendur stöðugt á gæði og vistvænleika íslenskrar framleiðslu.

Búið er að ákveða framhald Iceland Naturally verkefnisins í N-Ameríku og hafinn er undirbúningur að hliðstæðu verkefni í Evrópu.

aðferðafræði sem byggði á samstarfi opinberra aðila og einkafyrirtækja.

Alþingi samþykkti að veita á fjárlögum 300 milljónum króna til aukinnar markaðs-sóknar íslenskrar ferðaþjónustu, fyrst árið 2003 og síðan aftur 2004. Þessum fjármunum var varið til markaðssóknar bæði innanlands og erlendis.

var efnt til vorið 2002 með styrk frá samgönguráðuneytinu.

Til annarra samstarfsverkefna og almennrar kynningar á árinu 2004 undir heitinu Ísland – sækjum það heim, var varið rúmlega 30 milljónum króna.

Þar hefur verið fylgt aðferðafræðinni að „króna komi á móti krónu“, þ.e. að mótframlög til kynningarstarfsins þurfi að vera að minnsta kosti samsvarandi fjárhæð og framlag hins opinbera nemur. Til slíkra verkefna var veitt 202 milljónum kr. árið 2003 og álíka upphæð árið 2004.

## 7. Grunnskýrslur

Í skipunarbréfi meðlima stýrihópsins og greinargerð með því, var sérstaklega kveðið á um að taka skyldi á sem flestum sviðum í ferðamálaáætluninni. Auk samgönguáætlunar 2003 – 2014 skyldi meðal annars byggja á eftirfarandi skýrslum um stöðu og tækifæri ferðaþjónustunnar:

- ▶ Íslensk ferðaþjónusta: Framtíðarsýn
- ▶ Auðlindin Ísland
- ▶ Menningartengd ferðaþjónusta
- ▶ Heilsutengd ferðaþjónusta

Því þótti stýrihópnum við hæfi að byggja helstu niðurstöður þeirra inn í grunnhluta áætlunarinnar og fylgja þær hér á eftir.

### Skýrsla framtíðarnefndar

Í maí 2001 skipaði samgönguráðherra nefnd sem fjalla skyldi um framtíð íslenskrar ferðaþjónustu en verkefni hennar skyldi vera: „Að horfa allt fram til ársins 2030 og leitast við að meta þá sýn sem við blasir og leggja á ráðin um nauðsynlegar aðgerðir svo ferðaþjónusta megi

vaxa í sátt við umhverfið. Skyldi ekki síst hugað að nýsköpun ýmiss konar auk nauðsynlegra aðgerða stjórnvalda og greinarinnar til að takast megi að skila þjóðarbúinu þeim efnahagslega ávinningi sem vonast er eftir.“

Í niðurstöðum nefndarinnar kom eftirfarandi fram:

Ísland hefur margvíslega sérstöðu sem ferðamannaland í sínum heimshluta. Einstakt náttúruafar, menningartengdir þættir úr fortíð og samtíma ásamt gestrisni þjóðarinnar eru sterkustu drættirnir sem móta ímyndina. Hughrifin af þessari mynd falla vel að áhuga ferðamanna sem sækjast eftir ólíkri og einstæðri upplifun á ferðalögum sínum. Þessir þættir ásamt örstuttum háannatíma ráða mestu í íslenskri ferðaþjónustu. En margt í samtímanum mun einnig hafa áhrif á hvernig til tekst á næstu árum.

Ferðaþjónustan mótast af þeim aðstæðum sem eru ráðandi á hverjum stað. Breytingar á atvinnuháttum, byggðapróun eða röskun á umhverfi hafa áhrif á ferðamálagreinina. Skipulag ferðaþjónustunnar, samstarf stjórnvalda og annarra þátta atvinnulífsins móta vaxtarumhverfið hér. Góð menntun starfsfólks í ferðaþjónustu er eitt af lykilatriðum þess hvernig unnið verður úr þeim tækifærum sem umhverfið hér býður upp á í framtíðinni. Og síðast en ekki síst ráða kringumstæður viðskiptavina ferðaþjónustunnar miklu þegar kemur að ákvörðun um hvert eða hvernig á að ferðast.

Stöðugleiki í heiminum er grundvöllurinn að eðlilegri langtímaþróun greinarinnar. Breytingar á efnahag þjóða, ný tækni,

samgöngukerfi og öryggi ferðamanna hafa áhrif á þróunina. Fyrir íslenska ferðaþjónustu felur þetta í sér bæði ógnanir og tækifæri.

En í náinni framtíð eru það fyrst og síðast lengd ferðamannatímans og samgöngur til og um landið sem ráða hver þróun greinarinnar verður hér næstu árin. Anna-tími ferðaþjónustunnar verður að lengjast ef viðunandi arðsemi á að nást, og menntun og fjárfestingar að nýtast. Á undanförunum áratug hefur þetta þokast í rétta átt og með réttum aðgerðum í kynningu og skipulagi þjónustunnar mun hún halda áfram að aukast og vaxa á jaðartíma.

Íslensk ferðaþjónusta verður að þekkja verðmætustu viðskiptavinum sína á hverjum tíma og fjölga þeim yfir lengra tímabil: Viðhorf Íslendinga sjálfra til greinarinnar ræður miklu um eðlilegan þroska. Stöðugt þarf að fylgjast með þeim breytingum sem geta haft áhrif á þróun markaðarins og nýta sóknarfærin án þess að missa sjónar á takmarkinu: Að geta alltaf boðið gæðþjónustu og eftirsóknarverða sérstöðu í sátt við umhverfi landsins og sjálfbæra nýtingu þess. Þannig mun vaxandi hópur geta haft hag af arðsemi greinarinnar.

Verðmætustu viðskiptavinirnir munu gera auknar kröfur um menntun og þekkingu þeirra sem annast þjónustuna og að þeir finni á ferðalagi sínu hér á landi það sem þeir leita eftir. Sífellt stærri hópur fólks sækist eftir þeim þáttum sem móta heildarímynd ferðamannastaðarins Íslands.

Þá munu innlendir ferðamenn gegna áfram mikilvægu hlutverki í þróun ferðamennsku hér.

Öryggi verður eftirsóttari þáttur í ferðalögum fólks á sama tíma og það sækist eftir að upplifa nýja reynslu á fjarlægum stöðum.

Fjölskyldur ferðast í auknum mæli saman til fjarlægari staða og því þarf að huga að öllum vaxtarsprotum greinarinnar með það í huga.

Ferðapjónustan er ung grein hér innanlands en hefur vaxið hratt og á nú m.a. sinn þátt í að jafna sveiflur í efnahag

landsins og byggðamálum þar sem fjöldi fólks um allt land starfar við að gera íslenska menningu áhugaverða í augum heimsins.

Aukin fagmennska hefur skilað árangri.

Ný tækifæri verða til eftir því sem greinar ferðapjónustunnar styrkjast og margvísleg þjónusta skapar fjölbreytni í samfélaginu.

Á öllum tímum er það ánægður gestur sem ber hróður íslenskrar ferðapjónustu lengst og á því byggir árangur greinarinnar.

Ferðapjónustuna ber að taka alvarlega og hún á eftir að skipta ennþá meira máli fyrir hagsæld þjóðfélagsins.

Öflug, vel skipulögð starfsgrein með hæfu fólki hefur jákvæð áhrif á marga þætti þekkingar og viðskipta í íslensku samfélagi til framtíðar.

## Skýrsla um menningartengda ferðapjónustu

Árið 1999 skipaði samgönguráðherra nefnd sem fjallaði um sóknarfæri á sviði menningartengdrar ferðapjónustu.

Nefndin lauk störfum árið 2001 og gaf ráðuneytið í kjölfarið út skýrslu þar sem fram kemur að grundvöllur sé fyrir því að byggja upp íslenska ferðapjónustu í framtíðinni á tveimur meginstöðum, íslenski náttúru og íslenski menningu. Jafnframt er lagt til að menningartengd ferðapjónusta verði skilgreind sem sérstök grein ferðapjónustunnar.

Til að skipuleggja uppbyggingu menningartengdrar ferðapjónustu er lögð áhersla á svæðisbundnar áætlanir sem allar varpi ljósi á tengsl menningar og náttúru en dragi um leið fram sérkenni og styrkleika hvers landsvæðis fyrir sig. Meginþunginn fari í að kynna menningu þjóðarinnar, náttúru landsins og gagnkvæm áhrif þessara tveggja þátta.

Lögð verði áhersla á menningarvirkni, listsköpun og vísindastarfsemi Íslendinga sem sameiginlegan þátt í fari þjóðarinnar í nútíð og fortíð. Þá verði hugað að því að beina athygli ferðamanna sérstaklega að Konungsbók Eddukvæða sem menn-

ingarsögulegum minnisvarða. Handritið verði gert að tákni íslenskrar menningar, aðgangur ferðamanna að því tryggður og því búin umgjörð sem hæfir því og hlutverki þess.

Einnig verði kannaðir möguleikar á gerð upplýsingavefs um íslenskan menningararf, sem hafi það að markmiði að veita heildarsýn yfir flókið og þróað samfélag þjóðveldistímans. Til greina kemur að grunnur upplýsingavefsins verði tengdur ákveðnum sögustöðum en hluti vefsins verði vistaður á veraldarvefnum sem hluti af markaðssetningu Íslands sem áhuga- verðs áfangastaðar í menningarlegu tilliti.

1. Telja verður íslenska menningu og íslenskan menningararf mikilsverðan þátt í menningu Evrópu og raunar heimsins alls, því að sumt af þeim bókmenntum sem einungis hafa varðveist á Íslandi, varpa ljósi á norræna og germanska menningarsögu sem annars hefði verið myrkri hulin.

Nægir þar að nefna eddukvæði, dróttkvæði, dansa, rímur og önnur sagnakvæði frá miðöldum, sem eiga sér rætur í germanskri arfleifð fornaldar og miðalda,

en hvergi hafa varðveist annars staðar en á Íslandi. Auk þess eiga Íslendingasögur, konungasögur, samtímasögur og fræðirit frá 12. og 13. öld sér engar hliðstæður í evrópski menningu á þeim tíma.

2. Íslenskt miðaldasamfélag - og þá ekki síst hið forna Þjóðveldi - hafa einnig mikla sérstöðu meðal evrópskra miðaldasamfélaga. Í hinu forna Þjóðveldi þróaðist stjórnarform sem minnir um margt á lýðræði síðari tíma og byggði á þátttöku þegnanna í löggjöf og sjálfstæðu dómskerfi.

Íslenskt miðaldasamfélag var á sinn hátt þekkingarsamfélag, þar sem menn leituðu eftir menningartengslum við meginland Evrópu og Bretlandseyjar og voru opnir fyrir nýjungum en jafnframt fasthaldnir á forni minni germanskrar menningararfleifðar. Þjóðveldið, sem stofnað var árið 930, þróaðist á miklu breytinga- og gerjunarskeiði í Evrópu, á mótum heiðni og kristni. Tímamótin varpa ljósi á menningarlegt umrót sem varð, þegar flókið og þróað samfélag aflagði smám saman munnlega varðveislu, en tók að skrá heimildir, þróaði ritmál og hóf ný mennta- og menningarsjónarmið til vegs og virðingar í skjóli kirkju og klaustra.

Þjóðveldið er tími upplýsingabyltingar og gerjunar á sviði lista, vísinda, lýðræðis og réttarfars. Í heild er því um að ræða efnismikinn og sérstæðan menningararf, sem ástæða er til að kynna í sinni fjölbreyttustu mynd. Hann höfðar til markaðssvæða íslenskrar ferðaþjónustu báðum megin Atlantshafs og nýtur alþjóðlegrar viðurkenningar í sérstöðu sinni og frumleika.

3. Menningaráhugi og almenn þátttaka í menningarstarfi er sterkur þáttur í fari Íslendinga, sem rekja má óslitið frá Þjóðveldi til nútímans. Ýmiss konar menningarstarf virðist frá upphafi hafa verið eitt megintómstundagaman Íslendinga. Hæst ber starf sem tengt er tungumálinu og rækt þjóðarinnar við fornan og nýjan skáldskap. Ritunargleði, ættfræðiáhugi og almenn fræðimennska og skráningarþörf þjóðarinnar af ýmsu tagi ber nægilegt vitni um sérkennilegt samband frumleika og nýsköpunar, íhaldssemi og sérvisku til að vekja áhuga menningarsinnaðra ferðamanna.

4. Nútímamenning Íslendinga einkennist af miklum áhuga á menningarstarfsemi í víðustu merkingu orðsins. Þessi áhugi kemur alls staðar fram á flestum sviðum lista og fræða, og er óháður stærð byggðarlagi. Jarðvegur fyrir menningartengda ferðaþjónustu sem atvinnugrein er því frjór.

5. Innanlandsmarkaður er mjög mikilvægur fyrir ferðaþjónustuna. Þróun menningartengdrar ferðaþjónustu getur styrkt þann markað verulega. Viðhorfskannanir sýna, að menningaráhugi er hluti af því sem laðar erlenda ferðamenn til landsins. Jafnframt koma fram vísbendingar um, að ekki takist að uppfylla væntingar þeirra um kynningu á íslenski menningu.

6. Þjóðin, sem hefur frá upphafi búið við talsverðar náttúrulegar hindranir, hefur snúið þeim sér í hag. Í stað landfræðilegrar einangrunar hefur hún mótað samfélag, þar sem menning þrífst og efnahagur nærast á mótum tveggja menningarheima, Evrópu og Norður-Ameríku. Í glímunni við sterk og óstýrilát náttúruöfl hefur hún gert auðlindir sjávarins og orkulindir að undirstöðu velferðar og freistar þess nú, með talsverðum innbyrðis áttökum, að umgangast þessar auðlindir af skynsemi og framsýni.

Glíma Íslendinga við náttúruöflin markar þeim menningarlega sérstöðu sem verðugt er að kynna.

7. Fjölgun ferðamanna hefur verið mikil og farið verulega fram úr áætlunum. Undirstaða landkynningarstarfs hefur verið náttúra landsins og áhersla hefur verið lögð á hreinleika íslensks umhverfis og víðerni landsins.

Ljóst er, að það hefur áhrif á möguleika Íslendinga til að kynna landið einkum á forsendum náttúrunnar, ef hér verður á komandi árum jafn hraður vöxtur í greininni og verið hefur undanfarin ár. Af þessum sökum er þörf á endurskoðun á stefnumörkun.

Aukin áhersla á menningarkynningu er vel fallin til að laga íslenska ferðaþjónustu að aðstæðum, sem hraður vöxtur í greininni mun skapa á komandi árum.

Þótt forsendur séu traustar, sé hins vegar við ýmsa veikleika að glíma þegar horft er á málið frá sjónarhóli ferðapjónustunnar. Þeir helstu séu eftirfarandi:

1. Íslenskur menningararfur er ekki mjög sýnilegur. Hann er einkum fólgin í list-rænum og bókmenntalegum verðmætum og vísindastarfsemi. Hann er mikill grunnur upplýsinga um flókið samfélag. Þessar upplýsingar hafa að hluta til verið mikið rannsakaðar, en kynning er takmarkaðri. Nokkur svið menningararfsins eru lítt rannsökuð. Frá sjónarhóli ferðapjónustunnar er því brýnt að finna leiðir til að kynna menningararfinn í margbreytileika sínum og gera hann sýnilegri.

2. Vægi móðurmálsins má líkja við burðarás í menningarviðleitni þjóðarinnar. Það er erfitt en áhugavert verkefni að kynna menningarverðmæti, sem eru svo ná-tengd einu minnsta málsvæði heimsins, og alla jafnan fremur óaðgengileg fyrir er-lenda ferðamenn.

Málmenningarhefð Íslendinga er eitt af sterkari sérkennum þjóðarinnar og með henni gætir sterkar viðleitni til að laga tungumálið að síbreytilegum veruleika. Næmleiki fyrir bundnu máli og hljóðstafa-grein, sem hefur fylgt þjóðinni frá önd-verðu, lifir enn góðu lífi. Skáld og rit-höfundar hafa frá öndverðu markað djúp spor í menningarsögu þjóðarinnar, varð-veitt menningargildi, talað kjark í þjóðina á erfiðum tímum og haft forystu um menningarlega endurreisn.

Það er ekki hægt að kynna íslenska menningu án þess að kynna málmenn-ingarhefð þjóðarinnar og sérkennilega náíð tilfinningasamband hennar við lista-menn málsins. Frá sjónarhóli ferðapjónustunnar, sem hefur tilhneigingu til að kynna einkum það sem sýnilegt er og á-þreifanlegt, er það hugsanlega torleystur vandi að kynna þennan undirstöðupátt íslenskrar menningar. Á hinn bóginn er vert að taka tillit til þess að þau menn-ingarverðmæti íslensk, sem tvímælalaust njóta alþjóðlegrar viðurkenningar, eru öll skráð á þessu óaðgengilega máli, sem dregur að sér athygli og áhuga vegna sérstöðu og sögu.

3. Íslensk nútímamenning er í mikilli deiglu. Það kann að vera annmörkum háð að draga upp sannfærandi mynd af og kynna þess háttar menningardeiglu. Kynningarstarf og þróun menningar-tengdrar ferðapjónustu verður að virða þessa deiglu og kynna íslenska nútíma-menningu eins og hún er. Afar mikilvægt

er að halda mótsögnum til haga, þar sem þær eru þáttur í fari þjóðarinnar. Rétt er að viðurkenna, að íslensk nútíma-menning, þrátt fyrir allar mótsagnir og kannski vegna þeirra, nýtur nú talsverðrar athygli á alþjóðavettvangi, sem bendir til þess að hún hafi markaðsett sig sjálf og án beinna afskipta ferðapjónustunnar eða stofnana hennar.

4. Framtakssemi einstaklinga á sviði menningarmála er mikil og brýnt að ferðapjónustan virki þann áhuga. Hins vegar er fjárhagsgrundvöllur þessarar framtakssemi afar veikur. Arðsemi menningartengdrar ferðapjónustu kemur á tíðum fram annars staðar en þar sem kostnaður verður. Verður stuðningur ríkis og sveitarfélaga við menningarstarfsemi af þessum sökum mikilvægur. Það er hins vegar brýnt að ferðapjónustan sem atvinnugrein freisti þess að beina slíkum stuðningi einkum í þá átt að efla arðsemi ferðapjónustuaðila og þeirra, sem stunda starfsemi á mörkum ferðapjónustu og menningar.

Þær aðstæður, sem að framan er lýst, veikja ekki að ráði forsendur menningar-tengdrar ferðapjónustu og annmarkarnir eru yfirstíganlegir. Það krefst þess hins vegar að skilgreint verði lágmarks að-lögunartímabil fyrir þær breytingar, sem nefndin gerir tillögur um. Á þeim tíma er brýnt að ýmiss konar stoðþjónusta verði aðlöguð þessu nýja verkefni. Á það við um rannsóknir og þróunarvinnu, mennta-stofnanir, upplýsingamiðlun og markaðs-setningu og þá ekki síst þær stofnanir ferðapjónustunnar, sem hlutverki gegna á þessum sviðum. Síðast en ekki síst veit slík aðlögun að stefnumörkun á æðsta stjórnsýslustigi, þ.e. innan ráðuneyta og í samstarfi stjórnarráðs við þá sem vinna að stefnumörkun í rannsóknum og þróunarvinnu. Slík aðlögun er þeim mun brýnni sem sumir þeirra annmarka, sem að framan er getið, valda því að erlend fordæmi um þróun menningartengdrar ferðapjónustu hafa takmarkaðra gildi á Íslandi en ella.

Verður því að reiða sig í grund-vallaratriðum á innlenda grunn- og stoð-pjónustu, sem ferðapjónustunni stendur til boða, og vinna að því að efla hana. Brýnt er að leita leiða til að virkja, í þágu menningartengdrar ferðapjónustu, margvísleg

ný þekkingarsvið, þar sem Íslendingar hafa náð góðum árangri. Er þar um að ræða þekkingu sem upplýsingasamfélagið býður upp á en einnig hefðbundna þekkingu þar sem upplýsingatæknin hefur opnað nýja möguleika.

Frá sjónarhóli ferðaþjónustunnar þarf að leysa úr læðingi hefðbundna sérþekkingu á menningararfinum, bókmennta- og sagnfræði, mannfræði, handritafræði og fornleifafræði. Virkja þarf þessa þekkingu í samstarfi við ýmis ný þekkingarsvið, eða hefðbundin svið sem upplýsingatæknin hefur endurnýjað og breytt. Er áhugavert að kanna nýja kosti sem bjóðast í upplýsinga- og fjarskiptatækni, hugbúnaðargerð, grafískri hönnun og tölvugrafík, listrænni framsetningu og auglýsingatækni.

Á grundvelli þess sem að framan er sagt, er lagt til að íslensk ferðaþjónusta verði í framtíðinni byggð upp á tveimur meginstöðum, íslenski náttúru og íslenski menningu og samverkan þessara þátta. Lagt er til að á fimm ára aðlögunartímabili verði atvinnugreinin og menningarstarfsemin ásamt stoð- og grunnþjónustu bún

undir að glíma við þetta verkefni. Æskilegt er að styðjast sem mest við það sem fyrir er og vel hefur reynst. Eru fremur lagðar til breyttar áherslur en kerfisbreytingar.

Jafnframt er talið brýnt að frumkvæði einstaklinga og almenn menningarviðleitni sé undirstaða þess að hægt sé að þróa sérstaklega menningarferðir sem sérgrein ferðaþjónustunnar. Því beri að tryggja, að allar breytingar verði til að ýta undir virkni almennings og fyrirtækja til að standa að menningarviðburðum og kynna íslenska menningu. Í skýrslunni eru rökstuddar tillögur sem lúta að stefnumörkun, stoðkerfi, grunnþjónustu, rannsóknnum og þróunarstarfi, ímynd og markaðssetningu, þróunaráætlunum og opinberum styrkjum.

Er lögð áhersla á að þessum breytingum er ætlað að efla og ýta undir þann áhuga á uppbyggingu menningartengdrar ferðaþjónustu, sem alls staðar gættir, bæði hjá einstaklingum, fyrirtækjum, félagasamtökum og sveitarfélögum. Ennfremur eru lagðar fram hugmyndir að verkefnum, sem talið er koma til greina að ráðast í til að styrkja uppbyggingu menningartengdrar ferðaþjónustu.

## Skýrsla um heilsutengda ferðaþjónustu

Árið 2000 skilaði nefnd skýrslu um heilsutengda ferðaþjónustu. Þar voru settar fram tillögur varðandi framtíð heilsutengdrar ferðaþjónustu hér á landi og hvernig best væri að standa að uppbyggingu hennar. Í kjölfarið var Ferðamálaráði falið að vinna að framgangi ákveðinna tillagna sem komu fram í skýrslunni.

Tilgangurinn með þessu var að auka ferðaþjónustu í tengslum við heilsubót og heilbrigði með áherslu á þá þætti sem skapa Íslandi sérstöðu en hefja jafnframt markaðssetningu á almennri heilbrigðisþjónustu.

Fjöldmargar tillögur um hvernig auka mætti veg heilsutengdrar ferðaþjónustu komu fram, meðal annars með umbótum í mennta- og umhverfismálum. Kannanir sýna að þeir ferðamenn sem notfæra sér heilsutengda ferðaþjónustu í frium sínum eru ákaflega kröfuharðir hvað þjónustu og allt ytra umhverfi varðar. Í skýrslu nefndarinnar var mikið fjallað um ímynd landsins og lögð áhersla á að Ísland yrði skilgreint og kynnt erlendis sem „heilsuland“. Þá er lögð áhersla á mikilvægi

þess að huga frekar að rannsóknnum á eiginleikum vatns, kísils og leirs hér á landi sem og að efnt verði til samstarfs með ferðamálayfirvöldum og Orkustofnun á þessu sviði.

Ýmsar aðrar tillögur komu fram í skýrslu nefndarinnar. Þar er meðal annars fjallað um flokkun heilsuþáða en Ferðamálaráð hefur þegar staðið fyrir söfnun upplýsinga um sundlaugar, líkamsræktarstöðvar og fleiri slíka staði, sem leitt gæti til flokkunar þeirra í „Thermal baths“ og „Spa“. Einnig komu fram tillögur um vörubrúun innan heilsutengdrar ferðaþjónustu, vörumerki landsins, gæðamál, íþróttir og útivist.

Í samantekt skýrslunnar kemur eftirfarandi fram:

„Það hefur komið í ljós síðan nefnd um heilsutengda ferðaþjónustu hóf störf sín að hægt er að skipta þessu verkefni niður í ótal þætti og undirþætti sem eiga heima undir ýmissi sérþekkingu annarri en ferðaþjónustu. Í þessu sambandi má nefna læknávisindin, sérfræðinga Orku-

stofnunar, íþróttasérfræðinga, snyrti- og næringarfræðinga svo eitthvað sé nefnt.

Áherslur þær sem nefndin vill koma á framfæri snerta bæði innri uppbyggingu ferðapjónustunnar almennt sem og ýmsa þá þætti sem lúta að rannsóknum og úttektum á stöðu og framtíðarsýn í þessum málaflokki. Einnig telur nefndin að auka þurfi áherslur á tengingu við íslenska ferðamenn í allri markaðssetningu heilsutengdrar ferðapjónustu; opna augu þeirra fyrir náttúrunni og nauðsyn hreinleika landsins, þeirri ímynd sem nefndin telur mögulegt að vinna landinu og ferðapjónustunni til heilla.

Nefndin vill að unnið verði að ímynd Íslands sem heilsulands og lögð áhersla á hreint loft, vatn og náttúru og gæði heita vatnsins verði dregin fram. Lögð er áhersla á að athuga alla möguleika heilsulinda, líkamsræktar og íþróttar- og sundstaða sem heilsumiðstöðva sem hluta af heilsutengdri ferðapjónustu. Nefndin telur að vinna beri frekar að auknum gæðum, viðmiðum, menntun, eftirliti og ráðgjöf í heilsutengdri og almennri ferðapjónustu.

## Auðlindin Ísland

Eins og áður hefur verið vikið að eru árstíðasveiflur í aðsókn ferðamanna talsvert meiri á landsbyggðinni en á höfuðborgarsvæðinu. Það hefur í för með sér að nýting fjárfestinga á landsbyggðinni verður verri að sama skapi. Eins og Hagfræðistofnun hefur bent á er því talsvert svigrúm að þessu leyti og þjóðhagslega hagkvæmt að beina ferðamannastraumnum að seglum utan höfuðborgarsvæðisins. Með því jafnist álag og betri nýting verði á heildina litið.

Talsvert hefur verið unnið á þessu sviði og m.a. hefur átt sér stað samstarf milli samgönguráðherra og iðnaðar- og viðskiptaráðherra um sameiginleg verkefni í uppbyggingu og þróun ferðapjónustu í dreifbýli, í samræmi við áherslur byggða-áætlunar.

Í þeim skýrslum sem út hafa komið um einstök áherslurvið ferðapjónustu hefur einnig verið lögð áhersla á að auka hlut dreifðari byggða.

Í skýrslunni „Auðlindin Ísland“ (Ferðamálaráð Íslands 2002) er landinu skipt upp í svæði og tekið mið af því að hvert þeirra myndi ákveðna heild með tilliti til fjarlægða og framboðs á þjónustu.

Möguleikar heilbrigðisþjónustunnar verði skoðaðir og við nýjar aðstæður muni skapast ný tækifæri, sérstaklega vegna mikilla gæða og vel menntaðra og þjálfaðra starfsmanna í heilbrigðisþjónustu með mikla reynslu, ekki síst vegna alþjóðlegrar menntunar og starfa. Fjölga þarf störfum í ferðapjónustu og stuðla að nýsköpun í greininni.

Það er skoðun nefndarmanna að heilsutengd ferðapjónusta eigi framtíð fyrir sér á Íslandi, en áður en áfram verði haldið á hverju svæði beri að vinna alla nauðsynlega frumvinnu og byggja með því á traustum og faglegum undirstöðum. Það er nauðsynlegt að framtíðarsýn fyrirtækja sé skýr og heilsteypt sem heilsufyrirtækja. Einnig að stefna sveitarfélags á viðkomandi svæði varðandi uppbyggingu heilsutengdrar ferðapjónustu liggja fyrir áður en hafist er handa við byggingu t.d. heilsubaðstaðar, til þess að tryggja sé að stefna sveitarfélagsins miðist við þjónustu við heilsuferðamenn. Heilsutengd ferðapjónusta fyrir Íslendinga sjálfa felst í heilsurækt og er fyrirbyggjandi heilbrigðismál.“

Þannig þurfi að vera eitthvað áhugavert á hverjum stað til þess að fólk fái til að koma þangað og dvelja þar. Í skýrslunni er komist að þeirri niðurstöðu að sérstaða landsins felst einkum í samspili elds og íss annars vegar og hins vegar í samspili náttúru, sögu og menningar. Vatnajökull sé lýsandi dæmi um hið fyrrnefnda og Þingvellir og/eða Vesturfarasetrið á Hofsi um hið síðarnefnda.

Því er nauðsynlegt að gera sér grein fyrir að leggja þarf áherslu á mismunandi þætti í uppbyggingu og markaðssetningu ferðapjónustu þegar leitast er eftir að jafna álag og umferð á landsvísu, hvort sem litið er til landshluta eða árstíða.

Þegar litið er til þess hvað það er sem aðgreinir dreifbýlið frá stærstu þéttbýliskjörnunum á Íslandi er nálægðin við náttúruna væntanlega sá þáttur sem stendur upp úr, enda það sem flestir gestir sækjast eftir að upplifa. Þögn og myrkur hafa verið nefnd, viðáttan, íslenski hesturinn, nálægð við frábært og sérstætt hráefni til matargerðar og menning og saga/söguslóðir eru einnig oft tengd tilteknum svæðum utan höfuðborgarinnar. Þá er eðlismunur á heilsutengdri ferðapjónustu í dreifbýli og þéttbýli.



## Höfuðborgarsvæðið

Höfuðborgarsvæðið hefur algjöra sérstöðu sem eina borgarsamfélagið á Íslandi með höfuðborgina Reykjavík sem þungamiðju. Þó að svæðið sé margar stjórnsýslueiningar er það ein heild með tilliti til atvinnu.

Náttúrufar hefur augljóslega lítið vægi miðað við aðra landshluta en hið manngerða vegur þeim mun þyngra. Á höfuðborgarsvæðinu er flest að finna fyrir gesti sem hugsast getur. Útval gistaða er mikið og dægradvöl er ríkuleg. Þar má nefna fjölda safna, málverkasýningar, leiksýningar og fjölda skemmtistaða þar

## Reykjanes

Á Reykjanesi er nú lögð mikil áhersla á heilsufars- og náttúrutengda ferðaþjónustu og möguleikarnir eru miklir vegna þess sem náttúran hefur upp á að bjóða í nálægð við mesta þéttbýli landsins. Skrautfjöðrin er eitt af undrum

## Suðurland

Suðurland er afar fjölbreytt frá náttúrunnar hendi og þangað flykkist mikill fjöldi ferðamanna. Nálægðin við höfuðborgarsvæðið hefur mikið að segja og veitir Sunnlendingum umtalsvert forskot á mörgum sviðum fram yfir önnur svæði á landsbyggðinni, enda benda rannsóknir til að um 300 þúsund ferða-

## Vestmannaeyjar

Vestmannaeyjar eru einstök veröld. Bæði er náttúran stórbrotin og mannlífið sérstakt vegna náinnar sambúðar við höfuðskepnurnar. Eldgosið 1973 og af-

## Vesturland

Að ýmsu leyti má líta á Vesturland allt sem eitt markaðssvæði, en innan þess eru þó tiltekin héruð eða minni svæði með sína sérstöðu og sérkenni.

Á Akranesi hefur verið byggt upp eftirtektarvert safnasvæði og staðurinn er einnig þekktur fyrir framsækna íþróttamenn, einkum í fótbolta og þar á íþróttamenning sér djúpar rætur. Góður árangur ber vitni um það.

Í Borgarfirði er nú lögð mikil áhersla á menningar- og sögutengda ferðaþjónustu með áherslu á Reykholt. Þar eru án efa

sem finna má afþreyingu á öllum árstímum. Fyrir dyrum stendur að byggja ráðstefnu- og tónlistarhús í Reykjavík. Það á enn eftir að auka möguleika á ráðstefnum og ýmsum menningarviðburðum.

Sérstaðan á fjölþjóðamarkaði felst m.a. í nálægðinni við óspillta náttúru, útivistarsvæði innan borgarinnar, hreinleika hennar og smæð. Reykjavík – next door to nature, svo vitnað sé í slagorðið á ensku. Hugmyndafræðin um nýtingu jarðvarma til heilsubótar er um þessar mundir m.a. kynnt og notuð í átakinu Reykjavík SPA City.

Íslands, Bláa lónið. Góð staðsetning þess nálægt Keflavíkurflugvelli og stuttur ferðatími til Reykjavíkur skapar gríðarlega möguleika og ætla má að Bláa lónið verði eitt helsta dýrmæti íslenskrar ferðaþjónustu í framtíðinni.

menn, innlendir og erlendir, sæki þá árlega heim. Þarna eru heimsþekktir staðir og náttúruyrirbæri svo sem Þingvellir, Geysir og Hekla. Frá austurhluta svæðisins eru fjölfarnar leiðir að undra-veröld hálendisins þaðan sem stutt er úr byggð í þekktar náttúruparadísir á borð við Þórsmörk og Landmannalaugar.

leiðingar þess er áhrifamikið skoðunarefni fyrir ferðamenn. Baráttan við náttúruöflin og hvernig tókst að nýta jarðhitann er mjög merkilegt.

miklir möguleikar sem þarf að skilgreina betur og taka föstum tókum. Einnig eru uppi hugmyndir um að gera sérstakt Egilssetur í Borgarnesi. Hugsanlegt er að hagkvæmt sé að hafa samvinnu við Dalamenn um söguskoðun, t.d. með sameiginlegri markaðssetningu þar sem þeir hafa unnið ötullega að eflingu ferðaþjónustu með skírskotun til sögunnar, Eiríks rauða og Leifs Eiríkssonar.

Miklar vonir eru bundnar við þjóðgarðinn á Snæfellsnesi og þá möguleika sem hann gefur ef vel er á málum haldið.

Snæfellsjökull dregur marga að og sama má segja um Breiðafjörðinn sem á engan

### **Vestfirðir**

Af samtölum við ýmsa sem vinna að framgangi ferðapjónustu á Vestfjörðum má ráða að Vestfirðir sem heild hafi ákveðna ímynd sem laði fólk á svæðið. Hins vegar kom greinilega fram að vegna vegalengda og ýmissa annarra þátta má skilgreina fjögur svæði innan landshlutans sem hvert um sig hefur sína sérstöðu. Það eru Strandir, Hornstrandir, Norðurfirðir og Djúp og Suðurfirðir og Barðaströnd.

Á Suðurfjörðum stendur Látrabjarg upp úr sem aðráttarafli fyrir ferðamenn. Þar þarf að bæta aðgengi og búa til nýja möguleika með samgöngubótum.

Á Bjargtöngum er vestasti oddi Evrópu og á þessu svæði má spyrja saman í skemmtilega heild ævintýraferð sem innifelur vottorð um komu þangað ásamt för á Látrabjarg og til viðbótar nasasjón af sérstakri menningu svo sem safnið á Hnjóti ber vott um.

### **Húnaþing**

Af samtölum við þá sem vinna að markaðssetningu og sölu í ferðapjónustu á höfuðborgarsvæðinu er greinilegt að þar er litið svo á að til Húnaþings sé ekki mikið að sækja, hvorki í náttúru- né menningartengdri ferðapjónustu. Þetta er mörgum heimamönnum ljóst og þess vegna hefur áhersla verið lögð á svokallaða viðburðaferðamennsku. Dæmi um það er Kántrýhátíðin á Skagaströnd.

Í Vestur-Húnavatnssýslu er nú unnið að menningar- og sögutengdri ferðapjónustu með áherslu á Grettissögu. Þar eru hugsanlega miklir möguleikar sem þarf að skilgreina betur og gera þannig úr garði að ferðafólki finnist ástæða til að staldra við og skoða í leiðinni ýmislegt sem

### **Skagafjörður**

Á ýmsum sviðum horfa menn á Norðurland vestra sem eina heild. Innan hennar eru þó sérstök svæði og margir telja raunhæfast og árangursríkast að markaðssetja Skagafjörð einan og sér eða í samvinnu við Eyfirðinga.

sinn líka hér á landi. Hvort tveggja gefur tiltekna sérstöðu og hana ber að nýta.

Ísafjarðarbær gefur norðursvæði Vestfjarða mesta þyngd, enda er staðurinn miðstöð samgangna og stjórnsýslu á Vestfjörðum og þar er fjölþætt þjónusta til staðar. Verið er að byggja upp menningarmiðstöð þar sem í boði verður fjölbreytt dagskrá allan ársins hring í mörgum listgreinum. Á Ísafirði er nýtt og endurbætt skíðasvæði sem býður upp á mikla möguleika í vetrarferðamennsku.

Hornstrandir hafa sérstöðu sem ævintýraheimur fyrir göngufólk enda eru engar vegasamgöngur þar. Þjónusta við þá sem þangað sækja, á eigin vegum eða í skipulögðum hópum, getur bæði verið frá Ströndum og frá byggðum við Djúp. Á Hólmavík hefur verið komið á fót fyrsta áfanga í verkefninu Galdrasýning á Ströndum, en það menningararfleifið sem tengist göldrum enda hafa Strandamenn lengi þótt magnaðir á því sviði og það er í góðum takti við hrikalega náttúru Norðrstranda.

héraðið hefur upp á að bjóða. Samvinna við Austur-Húnavetninga og Skagfirðinga er mikilvæg í þessu tilliti, enda er Drangey hluti af sögu Grettis og þar að auki er Drangeyjarferð mjög sérstök upplifun fyrir náttúruunnendur. Nauðsynlegt er að heimamenn taki mið af þessu í samvinnu við fleiri sem áhuga hafa og skapi sér sérstöðu og ímynd sem lagt verði kapp á að kynna.

Á Blönduósi kom fram að raunhæft væri að þjónusta ferðamenn þaðan til Hornstranda og margir kynnu að kjósa aðeins lengri siglingu frá stað við þjóðveg eitt fremur en að aka langan veg norður Strandir eða keyra eða fljúga til Ísafjarðar og sigla þaðan.

Þar geta menn sameinist um ýmislegt, m.a gönguleiðir á Tröllaskaga. Aðrir telja sameiginlega hagsmuni bundna við mikið minni svæði, jafnvel einstaka staði eða sveitarfélög eins og Siglufjörð. Siglufirðingar hafa lagt megináherslu á einstaka viðburði og þannig reynt að fá gesti á

staðinn. Gott dæmi um það er Síldar-ævintýrið sem hefur verið árviss og fjölmenn samkoma undanfarin ár.

Byggðasafnið í Glaumbæ hefur mikið aðdráttarafl og sérstöðu meðal byggðasafna hvað fjölda heimsóknna snertir. Hólar og Hofsós eru tvímælalaust staðir sem gegna vaxandi hlutverki í ferðaþjónustu og á báðum stöðum eru miklir möguleikar.

Vesturfarasetrið á Hofsósi byggir á vel útfærðri hugmynd og þar hafa verið gerðar markvissar áætlanir sem ætla má að eigi eftir að efla ferðaþjónustu á svæðinu. Sú uppbygging sem þar hefur átt sér stað er gott dæmi um hvernig búa má til

### **Eyjaferðir**

Ljóst er að Eyfirðingar hafa mikla möguleika á að auka umsvif í ferðaþjónustu. Tekið er undir þau meginatriði sem fram koma í stefnumótun frá 1990 og enn eru á dagskrá, þ.e. áframhaldandi uppbyggingu skíðasvæðisins í Hlíðarfjalli og byggingu menningar- og ráðstefnumiðstöðvar. Akureyri hefur mikið aðdráttarafl vegna stærðar sinnar og fjölbreytni í afþreyingu og þjónustu. Staðsetningin er nokkuð miðlæg á Norðurlandi og samgöngur góðar. Akureyrarflugvöllur er vannýtt auð-

### **Þingeyjarsýslur**

Þingeyingar hafa gríðarlega möguleika í ferðaþjónustu. Svæðið er meðal þeirra fjölbreyttustu frá náttúrunnar hendi og það dregur að mikinn fjölda ferðamanna. Mývatnssveit er mikill ævintýraheimur bæði hvað snertir jarðfræði og ýmsa þætti lífríkisins, einkum fuglalíf. Hið sama má segja um þjóðgarðinn í Jökulsárgljúfrum

eitthvað sérstakt sem dregur að sér athygli og gesti.

Vægi Hóla í ferðaþjónustu hefur aukist og aðstæður á staðnum gefa mikla möguleika. Þá ber að minnast á íslenska hestinn en ímynd Skagafjarðar er órjúfanlega tengd honum. Til eru þeir sem telja að markaðssetja eigi Skagafjörð sem sérstakt hestasvæði með því að leggja meiri áherslu á skipulagðar hestaferðir og stóðréttir og annað sem fylgir hestamennsku.

Af samtölum við þá sem vinna við markaðssetningu og sölu í ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu er greinilegt að litið er til Skagafjarðar sem vænlegs vaxtarsvæðis.

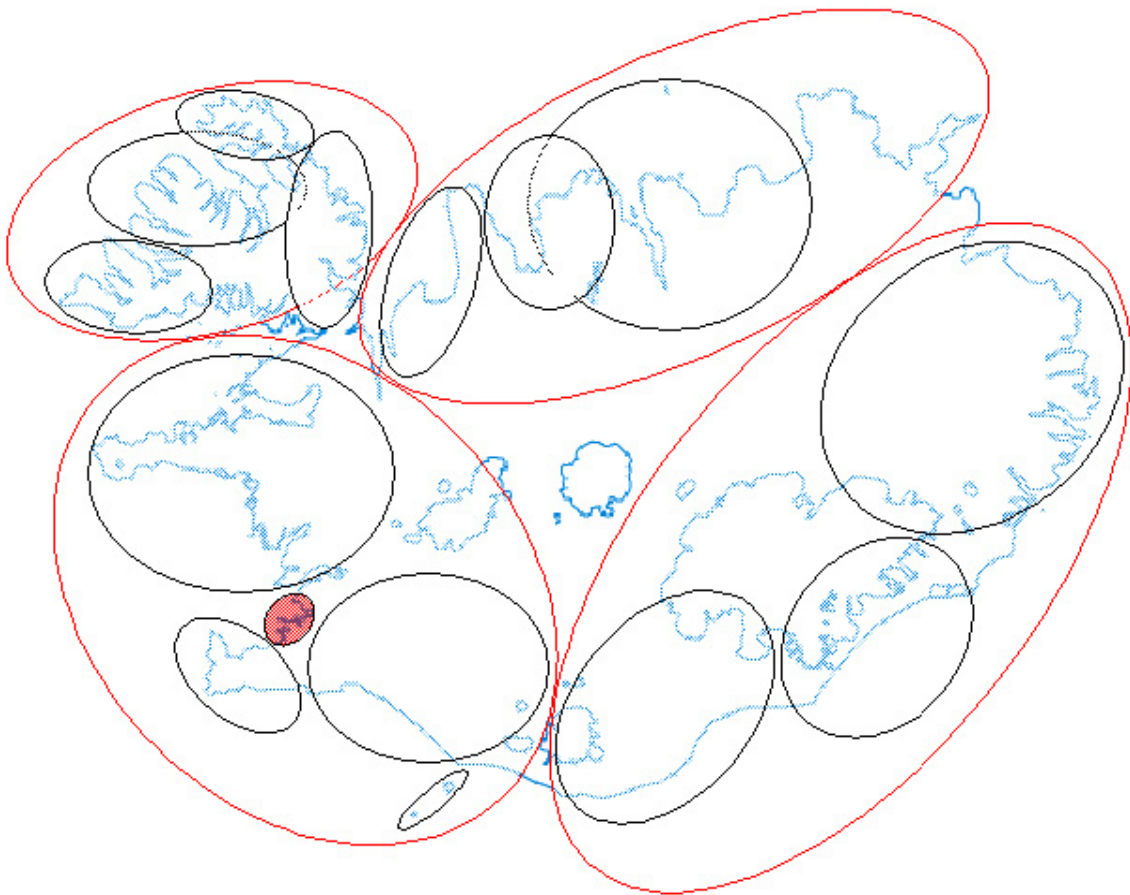
lind til millilandaflugs sem nýta mætti betur. Baklöndin eru öflug á sviði ferðaþjónustu, einkum í Þingeyjarsýslum en einnig og í vaxandi mæli í Skagafirði. Eftirtektarvert er að í nefndri stefnumótun er lagt til að nýta nálægðina við Mývatnssveit og horfa á hana sem tækifæri í stað þess að fjargviðrast yfir því að ferðamönnum sé ekið þangað og horfa á það öfundaraugum. Á þessu sviði hefur orðið ánægjuleg breyting til batnaðar.

og með góðum vegi vestan Jökulsár verða til fleiri möguleikar sem margir bíða eftir. Þá opnast með betri hætti einstök hringleið sem hægt verður að útfæra með ýmsum útúrdúrum og tengja dægradvöl sem verið er að byggja upp í héraðinu. Hvalamiðstöðin á Húsavík er gott dæmi um það.

Í Suður-Þingeyjarsýslu líta menn fyrst og fremst á svæðið frá Eyjafirði austur að Jökulsá á Fjöllum sem markaðsheimild. Þetta er það svæði sem ferðamenn koma inn á til að verja þar einhverjum tíma. Í mestum mæli koma þeir til að skoða náttúruna og dvelja í héraðinu í þeim tilgangi, en til viðbótar því sem fjölbreytileiki náttúrunnar gefur af sér hefur orðið mikil fjölgun ferðamanna í ýmsa afþreyingu, t.d. hvalaskoðunarferðir.

Ein af grundvallarforsendum fyrir því að ferðaþjónustan þróist með jákvæðum hætti á þessu svæði er að samgöngur

batni og mikil samstaða er um Dettifoss-hringinn, þ.e. nýjan veg vestan Jökulsár á Fjöllum, en með honum og þeim vegabótum sem nú er unnið að á Tjörnesi verður komin góð hringleið á svæðinu. Á Norðausturlandi frá Raufarhöfn og austur í Vopnafjörð horfa menn til strandleiðarinnar sem tengist við Ásbyrgi inn á fjölfarnar slóðir í vestri og inn á hringveginn í austri, uppi á öræfunum eða í Jökuldal þegar fært er yfir Helligsheiði milli Vopnafjarðar og Héraðs.



**Mynd 35 - Skipting landsins í ferðaþjónustusvæði**

(Heimild: Auðlindin Ísland 2002)

### **Austurland og Suðausturland**

Það sem hér er kallað Austurland og Suðausturland hefur lengi verið ein heild á ýmsum sviðum. Það var eitt kjördæmi og ýmis samvinna sveitarfélaga hefur tekið mið af því. Hins vegar er landshlutinn að mörgu leyti tveir heimar, Múlasýslur og Austur-Skaftafellssýsla. Hvað ferðaþjónustu varðar má finna nokkra samsvörun við Norðurland þar sem á báðum stöðum eru

byggðarlög meðal þeirra fáförnustu á landinu eins og Þistilfjörður og einnig mjög eftirsóttir og fjölfarnir staðir eins og Mývatnssveit. Á Austurlandi má nefna hliðstæðu sem er hinn afskekkti og fáfarni Bakkafjörður en einnig afar fjölsóttir staðir eins og Skaftafell í Öræfum. Einnig má nefna Fljótdalshérað sem hefur nokkra sérstöðu vegna miðlægrar legu sinnar og

veðursældar og öflugrar þjónustu á mörgum sviðum sem byggst hefur upp á Egilsstöðum, steinsnar frá ágætum flugvelli. Hið sama má segja um siglingar Norrænu til Seyðisfjarðar og með tilkomu nýrrar ferju vorið 2003 opnast fleiri möguleikar og umsvif í ferðaþjónustu munu aukast verulega á svæðinu.

Vatnajökull á engan sinn líka í veröldinni og þar má finna mikil náttúruundur svo sem í Grímsvötnum og Kverkfjöllum. Ferðir á jökulinn hafa lengi notið mikilla vinsælda og ekkert bendir til annars en að svo verði áfram. Umræða hefur verið um að gera jökulinn allan að þjóðgarði og á það er lögð mikil áhersla hjá aðilum í ferðaþjónustu. Á fundi með heimamönnum á Egilsstöðum kom fram að menn skilgreina sig og sitt svæði misjafnlega eftir því frá hvaða sjónarhóli er horft. Sumir líta á Hérað sem eina heild en aðrir skilgreina allt svæðið frá Hellisheiði til Breiðdalsvíkur sem eitt markaðssvæði. Aðrir nefna að

### Nýir seglar

Til viðbótar þeim skilgreindu seglum sem landið býr yfir er nauðsynlegt að lifandi umræða skapist um vöru-/þjónustupróun og stuðlað sé að nýsköpun með myndarlegum hætti. Ekki síst til að hafa áhrif á þróunina svo hún samræmist sameiginlegum markmiðum bæði einka- og opin-

Vatnajökul og umhverfi hans eigi að skoða í stærra samhengi. Sama sjónarmið kom fram í Hornafirði þar sem jökullinn hefur verið þungamiðja umsvifa í ferðaþjónustu. Þar er mönnum þó ljóst að ýmsum þáttum ferðaþjónustunnar eigi að sinna staðbundið og því beri að líta á Suðausturland frá Lóni vestur í Skaftafell sem sérstakt svæði.

Í Vestur-Skaftafellssýslu líta flestir á svæðið sem sjálfstætt markaðssvæði og að tengslin og það sem sameiginlegt er nái fremur austur í Skaftafell en vestur á bóginn. Fyrst og fremst koma menn til að skoða náttúruna og dvelja í landshlutanum í þeim tilgangi, a.m.k. erlendir gestir.

Þetta kemur heim og saman við sjónarmið ferðaþjónustuaðila í Reykjavík sem segja að Suðurland austur til Hvolsvallar sé ákveðin heild sem ná megi yfir í dagsferðum, fyrirtækjaferðum, árshátíðum og öðru í þeim dúr.

Þetta kemur heim og saman við sjónarmið berra aðila. Talsvert hefur verið unnið á þessu sviði – en frumkvæðið oftast komið frá einkaaðilum. Kallað hefur verið eftir meiri fagmennsku enda er ekki um mikla samræmingu eða samhæfingu að ræða á þessu sviði.

## 8. Menntun, rannsóknir, tölfræði

Í fyrsta áfanga skýrslu Félagsvísindastofnunar Háskóla Íslands 2002 um menntun í ferðaþjónustu á Íslandi kemur fram að ekki er til samheiti yfir nám á sviði ferðaþjónustu sem nær yfir allt það sem snýr að atvinnugreininni. Ferðamálafræði hefur verið notað, en nám á sviði hótélrekstrar og veitingagreina er þar undanskilið. Þær greinar falla undir heiti eins og hótélstjórnun, hótél- og veitingarekstur eða sérhæft fagnám eins og matreiðslu.

Á háskólastigi þar sem unnið er með rannsóknir og vísindi er heitið ferðamálafræði notað um nám tengt ferða-

### Menntun

Ferðamálafræði, sem rannsóknartengd fræðigrein, er mjög ung en í örri þróun. Það er stutt síðan farið var að leggja stund á nám og rannsóknir á sviði ferðaþjónustu þar sem lítið var á atvinnugreinina sem afsprenghi viðskiptafræða, eða annarra greina svo sem fræðigreina hótélrekstrar (Evans, 2001). Það er mun lengri hefð fyrir námi á sviði hótélrekstrar og hótélstjórnunar. Þar hefur þó fyrst og fremst verið lögð áhersla á hagnýtt verknám þar sem kennd eru vinnubrögð og handverk við framreiðslu og meðferð víns og matvæla á matsölu- og gististöðum.

Á Íslandi hófst kennsla í Matsveina- og veitingaþjónaskólanum um 1955 en lög um skólann eru frá 1950. Skólinn hét síðar Hótél- og veitingaskólinn og enn seinna Hótél- og matvælafræðiskólinn. Frá árinu 1996 hefur skólinn verið í Menntaskólanum í Kópavogi. Námið er fagtengt réttindanám en ekki stjórnunartengt nám eins og ef um væri að ræða hótélstjórnun eða hótélrekstur.

Mikið vantar upp á heildstæðar upplýsingar um Ísland sem ferðamarkað Íslendinga og gildir það einnig um utanferðir Íslendinga. Þó hafa verið unnar rannsóknir og kannanir á vegum hins opinbera, Ferðamálaráðs Íslands og fyrirtækja svo sem ferðaskrifstofa en þær eru ekki gerðar reglubundið. Niðurstaða þessara kannana gefa innsýn í ferðamynstur, ferða- og dvalarlengd, tilgang ferða, dvalarstað, eyðslu, heildarkostnað o.fl. Ferðaskrifstofur hafa í litlum mæli beint sjónum sínum sérstaklega að innanlandsmarkaðnum, en þó er það að aukast, m.a. hvað snertir viðskiptaferðir, ráðstefnur og fundi.

þjónustu. Vísun í orðið fræði á þar með að gefa til kynna að námið sé á hærri skólastigi. Nám á öðrum skólastigum, svo sem í framhaldsskólum og sérskólum, hefur á Íslandi þó oft einnig borið heitið fræði.

Nám tengt ferðaþjónustu hefur verið kallað nám á sviði ferðaþjónustu, ferðamálanám og ferðafræði svo eitthvað sé nefnt. Það er ekki fyrir hendi skýr skilgreining eða greinarmunur á heitum námsbrauta eftir skólastigi námsins á Íslandi og skólar hafa þróað námsbrautirnar nokkuð eftir eigin hugmyndum.

Í skýrslu Félagsvísindastofnunar er fjallað nokkuð ítarlega um nám sem í boði er á sviði ferðamála. Almennit yfirlit er látið fylgja hér:

**Ferðaskóli Flugleiða:** Í Ferðaskóla Flugleiða er boðið upp á alþjóðlegt IATA-UFTAA nám.

**Ferðamálafræðiskólinn í Kópavogi:** Ferðamálafræðiskólinn í Kópavogi er starfræktur við Menntaskólann í Kópavogi (MK). Boðið er upp á starfstengt ferðamálanám sem skiptist í tvær námsbrautir og alþjóðlegt IATA-UFTAA nám.

**Ferðamálafræðiskóli Íslands:** Ferðamálafræðiskóli Íslands býður upp á alþjóðlegt IATA-UFTAA nám í farseðlaútgáfu og fargjaldaútreikningi og nám í alþjóðlegri ferðamarkaðsfræði.

**Fjölbrautaskóli Suðurlands:** Boðið er upp á málabraut á ferðamálanámi og einnig starfsnám í ferðagreinum (FE).

**Flugskóli Akureyrar:** Veitir kennslu til einkaflugmannsréttinda.

**Flugfélagið Geirfugl:** Þann 6. júlí 1999 fékk Flugfélagið Geirfugl úthlutað fyrsta útgefna JAR kennsluleyfinu á Íslandi til PPL kennslu. (Private - Pilot - Licence).

**Flugskóli Helga Jónssonar:** Verklegr þættir flugnáms og bóklegur hluti einkaflugnáms. Hefur nú einnig hafið kennslu í bóklegu blindflugi (Instrument rating I/R), bóklegu atvinnuflugi (Commercial pilot CPL) og bóklegum flugstjóraréttindum (Airline transport pilot ATP).

**Flugskóli Íslands:** Kennir á öllum stigum flugnámsins, jafnt bóklegum sem verklegum til einka- og atvinnuflugmannsréttinda.

**Flugskóli Suðurflugs:** Kennir til einkaflugmannsprófs.

**Flugskóli Þyrlupjónustunnar ehf:** Hægt er að hefja flugnám á þyrlu án þess að hafa hlotið nokkra reynslu af flugi á flugvélum.

**Háskóli Íslands:** Í jarð- og landfræðiskor raunvísindadeildar er boðið upp á þriggja ára grunnnám í ferðamálafræði til BS-gráðu og framhaldsnám til meistaraþráðu og doktorsgráðu. Þar hefur einnig verið staðið fyrir alþjóðlegum doktornámskeiðum um ferðamál. Við skorina eru einnig rannsóknaráherslur sem snúa t.d. að umhverfismálum og ferðamennsku.

**Háskólinn á Akureyri:** Í rekstrardeild er í boði nám á sviði ferðapjónustu (ferðapjónustubraut).

**Hólaskóli:** Á ferðamálabraut er boðið upp á sérhæft nám fyrir ferðapjónustu í dreifbýli.

**Hótel- og matvælaskólinn í MK:** Samningsbundið iðnnám í framreiðslu, matreiðslu, bakstri og kjötið. Einnig er starfræktur meistarskóli í bakaraið, framreiðslu, matreiðslu og kjötið.

**Hússtjórnarskólinn á Hallormsstað:** Einnar annar nám (4 mánuðir) í hústjórnar- og handmenntagreinum.

## Rannsóknir

Rannsóknir sem snerta íslenska ferðapjónustu fer fjölgandi. Þær eru unnar á vegum hins opinbera og á vegum einka aðila. Þeir aðilar sem standa helst fyrir rannsóknum á íslenskri ferðapjónustu eru samgönguráðuneytið, Ferðamálaráð Íslands, Samtök ferðapjónustunnar og Ferðamálasetur Íslands (Háskóli Íslands og Háskólinn á Akureyri). Menntamálaráðuneytið og RANNÍS hafa einnig í auknum mæli styrkt rannsóknir sem tengjast ferðamálum.

Lítið hefur þó þokast í að gera ferðamálum hærra undir höfði hjá RANNÍS. Þolmarkarannsóknir hafa verið unnar af hálfu Ferðamálaseturs Íslands. Unnin hefur verið könnun á vegum SAF um markaðsmál ferðapjónustunnar og nú er einnig unnið að rannsókn á samstarfi ferðapjónustuaðila á landsbyggðinni. Þeir sem standa að rannsókninni eru Ferðamálasetur Íslands, Háskólinn á Akureyri

**Leiðsöguskóli Íslands:** Leiðsögunám er starfsmenntunám og fá útskrifaðir nemendur starfsréttindi sem leiðsögumenn á Íslandi.

**Menntaskólinn í Kópavogi:** Kjarnaskóli í ferðagreinum og þar hefur verið boðið upp á nám á þessu sviði frá 1987. Í dag er hvergi heildstæð námsbraut í boði nema í MK.

**Verkmenntaskólinn á Akureyri:** Annars vegar er boðið upp á grunndeild matvælagreina 2 og hins vegar matartæknabraut.

**Ökuskólinn í Mjódd:** Boðið er upp á námskeið til undirbúnings almennu ökuþrófi, námskeið fyrir létt bifhjól og dráttarvélánámskeið. Samkvæmt samningi við samgönguráðuneytið hafa einnig verið haldin námskeið fyrir leigubifreiðastjóra, svokölluð leyfisveitinganámskeið.

**Námskeið fyrirtækja og stofnana:** Fyrirtæki og stofnanir í ferðapjónustu standa fyrir eða senda starfsfólk sitt á námskeið. Meðal þeirra sem standa fyrir námskeiðum er Ferðamálaráð Íslands og Samtök ferðapjónustunnar (SAF) og þá oft í samvinnu við hlutaðeigandi stofnanir og skóla.

**Sæmundur fróði:** Í mars 2002 var sett á laggirnar símenntunarmiðstöð í eigu Fræðsluráðs hótel- og matvælagreina og Menntaskólans í Kópavogi.

og Samtök ferðapjónustunnar auk Félagsvísindastofnunar HÍ.

Ferðamálasetur Íslands nýtur framlaga á fjárlögum. Þá er í gildi samningur milli Ferðamálaráðs og Ferðamálaseturs Íslands sem hefur að markmiði að efla enn frekar rannsóknir og þróun á sviði ferðapjónustu.

Í honum kemur fram að Ferðamálaráð leggur Ferðamálasetrinu til ákveðna fjárupphæð mánaðarlega vegna rannsókna eða þróunarverkefna í ferðapjónustu. Er meðal annars kveðið á um að stofnanirnar vinni sameiginlega áætlun um hvers konar rannsóknir eða þróunarverkefni sem Ferðamálasetrið vinni.

Hluti rannsókna hefur verið fjármagnaður af RANNÍS, fyrst og fremst á sviði þolmarkarannsóknna. Einnig á sér stað nokkur rannsóknvinna á vegum æðri menntastofnana landsins.

## Tölfræði

Gera þarf skýran greinarmun á rannsóknnum eftir eðli þeirra. Þær rannsóknir sem að jafnaði hafa fyrst og fremst verið stundaðar hér á landi eru tölfræðilegar og koma mörgum aðilum innan greinarinnar að gagni.

Þessum aðilum má skipta í nokkra hópa:

- Aðilar innan greinarinnar og utan, vegna ákvarðana um fjárfestingaval-kosti, fjármögnun og rekstrarárangur.
- Sveitarfélög, vegna ákvarðana um fjárfestingar og skipulag. Einnig vegna mats á árangri af markaðsstarfi og þróunarvinnu.

- Stjórnvöld, vegna mats á vægi greinarinnar, áhrifum sveiflna, árangri markaðsstarfs og þróunarvinnu. Ennfremur vegna ákvarðana um fjárfestingar og skipulag og loks við gerð framtíðaráætlana.

Þá þurfa tölfræðilegar niðurstöður að vera áreiðanlegar, gagnsæjar og viðeigandi, svo þær séu nothæfar. Aðgengi að þeim þarf að vera gott til að auðvelda hag-nýtingu þeirra.

Allnokkrir opinberir aðilar safna tölfræði-upplýsingum um ferðaþjónustu, þar á meðal:

Aðili	Upplýsingar
Hagstofa Íslands	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Gistinætur og þjóðernaskipting gesta</li><li>■ Framboð á gistirými</li><li>■ Rekstrarafkoma fyrirtækja</li><li>■ Upplýsingar sem safnað er af öðrum um t.d. farþegafjölda, fjölda flugvéla, bifreiða, komu skemmtiferðaskipa o.fl.</li></ul>
Seðlabankinn	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Gjaldeyrstekjur og erlend viðskipti</li></ul>
Ferðamálaráð	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Farþegafjöldi eftir þjóðernum</li><li>■ Skoðanakannanir meðal erlendra ferðamanna</li><li>■ Skoðanakannanir meðal innlendra ferðamanna</li></ul>
Flugmálastjórn	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Gögn um umferð um flugvelli o.fl., þ.m.t. farþegafjöldi í heild</li></ul>
Reykjavíkurborg	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Komur skemmtiferðaskipa, fjöldi farþega þeirra, dvalarlengd</li></ul>
Vegagerð ríkisins	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Akstur á vegum landsins o.fl.</li></ul>
Sveitarfélög	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Fjöldi gesta sundstaða, safna og annarrar afþreyingar</li></ul>
Þjóðminjasafn	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Fjöldi gesta á söfnum á vegum ríkisins</li></ul>

Auk ofangreindra aðila safna bæði Sam-tök ferðaþjónustunnar og stærri fyrirtæki

ýmsum tölfræðilegum gögnum. Má þar meðal annars nefna tekjukönnun SAF.



## 9. Náttúruvernd, umhverfis- og skipulagsmál

Ferðaþjónusta hefur margvísleg áhrif á umhverfi og samfélag, hvar sem hún er stunduð. Á Íslandi er náttúra landsins ein af meginstoðum ferðaþjónustunnar. En þessi meginstoð er viðkvæm. Skemmdir á gróðri verða seint eða aldrei bættar til fulls. Sama gildir um ýmsar jarðmyndanir og náttúrufyrirbæri. Þar getur óhófleg umferð eða augnabliks ógætni spillt varanlega því sem staðið hefur óhaggað í þúsund ár. Náttúran er ekki eina viðkvæma megin-

### Sjálfbær þróun

Til að hindra að ferðaþjónustan grafi undan sjálfri sér og spilli framtíðarmöguleikum sínum, er mikilvægt að ferðamenn jafnt sem ferðaþjónustuaðilar tileinki sér hugmyndafræði sjálfbærrar þróunar, þ.e.a.s. þróunar sem mætir þörfum nútímans án þess að ganga á möguleika framtíðarinnar. Í ferðaþjónustunni þýðir þetta að reynt er að mæta þörfum gesta og gestgjafa, en á sama tíma hlúð að tækifærum framtíðar-

### Vaxandi vitund

Á síðustu mánuðum og árum hafa stjórnvöld og ferðaþjónustuaðilar á Íslandi sinnt umhverfismálum greinarinnar af vaxandi áhuga. Stjórnvöld og stofnanir hafa lagt sitt af mörkum, en þó er stefnumótun

### Þolmarkarannsóknir

Eins og fram kemur í skýrslu framtíðarnefndar er verndun og nýting náttúru Íslands eitt mikilvægasta umhverfismál samfélagsinnar. Náttúra Íslands, menning þjóðarinnar og fagmennska eru undirstöður ferðaþjónustunnar. Nauðsynlegt er að undirbúa ferðamannastaði undir aukið álag vegna ferðamannastraums til að leggja á ráðin um framtíð ferðaþjónustunnar.<sup>12</sup>

Í ljósi þess hversu hratt ferðamönnum hefur fjölgað hér á landi undanfarin ár hafa vaknað spurningar um áhrif á samfélag og umhverfi ferðamannastaða. Til þess að skoða þessi áhrif var ýtt úr vör rannsóknarverkefni á þolmörkum sem taka átti til fimm staða á Íslandi, Þjóðgarðsins í Skaftafelli, friðlands á Lónsöræfum, Landmannalauga, Þjóðgarðsins í Jökuls-

stoðin. Saga þjóðarinnar og menning samtímans eiga líka ríkan þátt í að gera Ísland að því sem það er í hugum ferðamanna. Þess vegna skiptir virðing fyrir aðstæðum og menningu, ekki síst á afskekktum eða fáförnum stöðum, geysimiklu máli fyrir framtíðina, bæði framtíð þeirra sem landið byggja og þeirra sem vilja sækja það heim. Menning sem hverfur og staðbundin þekking sem gleymist eru auðlindir sem ekki verða endurheimtar.

Þetta felur í sér að auðlindum er stjórnað með þeim hætti að efnahagslegum, félagslegum og fagurfræðilegum þörfum er fullnægt, en á sama tíma njóta menningin, náttúran og yfirbragð svæðisins verndar þannig að afkomendurnir fái notið þeirra, hvort sem þeir eru gestir, rekstraraðilar eða íbúar. Öll ferðamennska ætti að vera sjálfbær, hvar sem hún er stunduð.

svæðisbundinna samtaka og einstakra sveitarstjórna líklega komin enn lengra á veg, m.a. vegna vinnu sveitarstjórna við gerð Staðardagskrár 21 í samræmi við samþykktir Ríó-ráðstefnunnar 1992.

árgljúfrum og Mývatnssveitar. Skýrslur hafa verið gefnar út fyrir þrjá fyrstnefndu staðina.

Þolmörk ferðamannastaða eru skilgreind sem sá hámarksfjöldi ferðamanna sem getur ferðast um svæði án þess að leiða af sér óásættanlega hnignun á náttúru eða manngerðu umhverfi, neikvæð áhrif á samfélagið eða að upplifun ferðamanna skerðist.<sup>13</sup>

Rík ástæða er til að efla þolmarkarannsóknir, því að með þeim er hægt að fylgjast með þróun einstakra svæða og vinna að framtíðarstefnumótun með mun markvissari hætti en ella. Í þessu sambandi vakna líka ýmsar spurningar, svo sem um það hvort allir ferðamannastaðir eigi að vera aðgengilegir fyrir alla. Á það

<sup>12</sup> *Íslensk ferðaþjónusta – Framtíðarsýn*. Samgönguráðuneytið, 2003.

<sup>13</sup> Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2003.

að vera réttur hvers og eins að geta heim-sótt hvaða stað sem er, t.d. án tillits til líkamlegrar færni, eða myndi slík áhersla hafa í för með sér skerðingu á upplifun annarra, sem e.t.v. byggist fyrst og fremst á einangrun staðarins og torleiði?

Nauðsynlegt er að gera sér grein fyrir því að ferðamenn eru fjölskrúðugur hópur, með ólíkan bakgrunn og ólíkar væntingar. Sú upplifun sem þeir sækjast eftir er að sama skapi ólík.

Í þessari umræðu er einnig nauðsynlegt að taka dreifingu ferðamanna til um-fjöllunar, bæði dreifingu í tíma og dreifingu um landið, eða með öðrum orðum bæði í tíma og rúmi. Á undanföllum árum hefur mikill straumur ferðamanna legið til sömu

staðanna og því er nauðsynlegt að byggja upp fleiri segla, sbr. skýrsluna um auð-lindina Ísland. Dreifing í tíma er ekki síður mikilvæg og tengist umræðu um lengingu ferðamannatímans, bæði staðbundið og á landsvísu, eins og fjallað er um í kaflanum um markaðsmál.

Í stefnumörkun Íslands um sjálfbæra þróun í íslensku samfélagi kemur fram að á næstu árum skuli stefnt að því að styðja við rannsóknir á þolmörkum fleiri ferða-mannastaða, þannig að betri mynd fái af þolmörkum þeirra helstu. Niðurstöður þessara rannsókna verði síðan nýttar í almennri stefnumótun og til þess að for-gangsraða aðgerðum til að draga úr álagi á náttúruna.

## Umhverfisvottanir

Kerfi til að votta umhverfislega frammi-stöðu fyrirtækja eða áfangastaða eru mikil-væg tæki, bæði til að koma upplýsingum á framfæri við ferðamenn og til að draga úr neikvæðum umhverfisáhrifum af starfsem-inni.

Yfirlýsingar um góða umhverfislega frammistöðu eru oft notaðar við markaðs-setningu, jafnt í ferðaþjónustu sem í öðrum greinum. Slíkar upplýsingar frá seljanda þjónustunnar geta verið villandi, viljandi eða óvart, þ.e. dregið upp fegurri mynd en raun er á (grænþvottur).

Einhliða yfirlýsing um umhverfislegt ágæti felur ekki í sér neina tryggingu fyrir þann sem kaupir þjónustuna. Slík yfirlýsing

verður að vera vottuð af óháðum aðila til að vera trúverðug.

Þegar hefur verið þróaður fjöldi vottunar- og viðurkenningarkerfa fyrir umhverfislega frammistöðu innan ferðaþjónustunnar. Ætla má að á Norðurlöndunum séu í notkun nokkuð á annan tug slíkra kerfa, og í Evrópu eru kerfin orðin um 50 talsins. Hvert kerfi hefur sína kosti og galla, en mikill fjöldi kerfa getur auðveldlega haft í för með sér óvissu og rugling.

Fjögur vottunarkerfi hafa náð að festa rætur innan ferðaþjónustunnar á Íslandi á allra síðustu árum. Þau eru tilgreind í eftir-farandi töflu:

Heiti kerfis	Landfræðileg útbreiðsla	Greinar
<b>Norræni svanurinn</b>	Norðurlönd	Hótel og farfuglaheimili
<b>ISO 14001</b>	Alþjóðlegt	Hvers kyns fyrirtæki og stofnanir
<b>Green Globe 21</b>	Alþjóðlegt	Flestar greinar ferðaþjónustu – og samfélög
<b>Bláfáninn</b>	Alþjóðlegt	Baðstrendur, smábátahafnir

Tafla 18 - Fjögur útbreidd vottunarkerfi

Af þessum kerfum á Norræni svanurinn sér lengsta sögu, en hann var settur á stofn af Norrænu ráðherranefndinni um neytendamál þann 6. nóvember 1989. Fyrstu viðmiðunarreglurnar fyrir ferða-þjónustufyrirtæki voru þó ekki samþykktar fyrr en 1. október 1999. Nú eru í gildi nýjar viðmiðunarreglur fyrir hótél og farfugla-heimili, og hafa tvö íslensk ferðaþjónustu-

fyrirtæki orðið sér úti um vottun skv. þeim, Hótel Eldhestar í Ölfusi og Farfugla-heimilið í Reykjavík. Norræni svanurinn var fyrsta fjölþjóðlega merki sinnar tegundar í heiminum. Hann hefur þá sér-stöðu meðal þeirra merkja sem hér eru nefnd að uppfylla viðmið staðalsins ISO 14024 um óháð og fjölþátta umhverfis-merki (Environmental Label, Type 1), auk

þess að vera opinbert merki stjórnvalda á Norðurlöndunum.

ISO 14001 er alþjóðlegur staðall fyrir umhverfisstjórnunarkerfi fyrirtækja og stofnana. Almenn er uppbygging kerfis skv. staðlinum talin vera afar tímafrek og kostnaðarsöm og hann hefur því átt effitt uppdráttar á Íslandi.

Til skamms tíma höfðu aðeins þrjú stór fyrirtæki hérlendis fengið umhverfisstjórnunarkerfi sín vottuð skv. staðlinum. Fyrsta ISO-vottunin í ferðaþjónustu var veitt í október 2004, þegar fyrirtækin Hópbílar hf. og Hagvagnar hf. í Hafnarfirði hlutu slíka vottun fyrst íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja.

Alþjóðaferðamálasamtökin (The World Travel and Tourism Council (WTTC)) lögðu grunninn að stofnun Green Globe 21 árið 1993, en verkefninu var formlega hrint af stokkunum ári síðar. Upphaflega byggðist starfið á félagsaðild og fylgi við ákveðnar skuldbindingar, en árið 1999 kynntu samtökin fyrstu staðla sína fyrir fyrirtæki og fóru jafnframt að bjóða upp á óháða úttekt og vottun.

Þar með var orðið til alþjóðlegt vottunarkerfi fyrir ferðaþjónustufyrirtæki. Síðan þá hafa staðlarnir verið í stöðugri endurskoðun, og ná þeir nú yfir flestar greinar ferðaþjónustunnar. Auk heldur hefur Green Globe 21 þróað sérstakan staðal fyrir samfélög, þar sem áhersla er lögð á sjálfbæra ferðaþjónustu.

Segja má að Green Globe 21 hafi numið land á Íslandi árið 2000. Kerfið náði góðri fótfestu hérlendis árið 2002, en á aðalfundi Félags ferðaþjónustubænda það ár var samþykkt viljayfirlýsing um að félagar tækju tillit til umhverfismála í rekstri sínum. Stefnt skyldi að því að sem flestir mótuðu sér umhverfisstefnu innan tveggja ára og að ferðaþjónustubændur yrðu þannig komnir í fararbrodd í umhverfissvænni ferðaþjónustu á Íslandi. Í framhaldi af þessu var komið á samstarfi við Hólaskóla sem er formlegur úttektaraðili Green Globe 21 á Íslandi.

Þrjár ferðaþjónustuaðilar á Íslandi hafa nú hlotið fullnaðarvottun Green Globe 21 og 20 aðilar til viðbótar vinna að því að fá slíka vottun. Af þessum hópi eru 16 aðilar innan Ferðaþjónustu bænda. Þeir sem hlotið hafa vottun eru Gistiheimilið Brekkubær á Hellnum, Ferðaskrifstofan Leiðarljós á sama stað og hópfærða-

fyrirtækið Guðmundur Tyrfingsson ehf. á Selfossi.

Bláfáninn var upphaflega þróaður og skipulagður af FEEE, (Foundation for Environmental Education in Europe) með fjárhagslegum stuðningi framkvæmdanefndar Evrópusambandsins. Samtökin sem standa að baki fánanum starfa nú á alþjóðlegum vettvangi (FEE) og í samræmi við það er Bláfáninn orðinn að alþjóðlegu vottunarkerfi fyrir baðstrendur og smábátahafnir.

Landvernd annast úthlutun og eftirlit með Bláfánanum á Íslandi og skipuleggur framkvæmdina í samstarfi við fleiri samtök og stofnanir. Þeir aðilar sem hafa leyfi til að flagga Bláfánanum hérlendis eru Ylströndin í Nauthólsvík, Bláa lónið, Stykkishólshöfn og höfnin á Borgarfirði eystri. Þá hafa hvalaskoðunarbátar Norður – Siglingar á Húsavík fengið sérstakt leyfi til að sigla undir bláfánaveifu.

Fleiri kerfi hafa verið til umræðu eða skotið upp kollinum hérlendis, en ekkert þeirra hefur náð útbreiðslu eða tekist að skapa sér trúverðugleika. Þarna kunna þó að leynast ónotuð tækifæri sem vert er að gefa gaum. Meðal annars hefur verið stungið upp á þeim möguleika að veitingastaðir geti sóst eftir lífrænni vottun að uppfylltum ákveðnum skilyrðum um framboð lífrænna rétta á matseðli. Dæmi um slíka vottun eru þekkt í nágrannalöndunum, svo sem í Svíþjóð þar sem vottunarsamtökin KRAV hafa þróað viðmiðunarreglur fyrir slíkt.

Þá er ástæða til að nefna Evrópublómíð sérstaklega, en það hefur sömu stöðu og Norræni svanurinn sem opinbert umhverfismerki á vegum stjórnvalda. Seint á síðasta ári fengu fyrstu gististaðirnir í Evrópu vottun skv. viðmiðunarreglum Evrópublómíðsins. Nái Blómíð að festa rætur er þess að vænta að staða þess verði mjög sterk í evrópsku og alþjóðlegu samhengi.

Meginmarkmiðið með umhverfisvottun í ferðaþjónustu hlýtur alltaf að vera nálgun við sjálfbæra þróun, þ.e. viðleitni til að tryggja að komandi kynslóðir, jafnt ferðamenn sem aðrir, geti notið þeirra gæða sem ferðamannastaðir hafa upp á að bjóða. Einstök ferðaþjónustufyrirtæki á tilteknum áfangastöðum, svo sem hótél og veitingastaðir, geta verið umhverfismerkt „í bak og fyrir“, enda þótt nánasta umhverfi þeirra fari hnignandi, t.d. vegna mikillar umferðar ferðamanna sem vilja njóta

þeirra gæða sem þar er að finna, svo sem sjaldgæfra plöntutegunda eða viðkvæmra jarðmyndana, umfram það sem þolmörk svæðisins leyfa.

Til að nálgast markmiðið um sjálfbæra þróun þarf því að leggja áherslu á umhverfsvottun áfangastaðarins í heild, fremur en vottun einstakra eininga. Slík vottun er þó eftir sem áður afar mikilvægur þáttur í að bæta umhverfislega frammistöðu ferðaþjónustunnar á svæðinu.

Hvort sem litið er til umhverfislegra eða markaðslegra sjónarmiða er full ástæða til að leggja ríka áherslu á að sem flestir stefni að óháðri vottun á umhverfislegri frammistöðu. Hins vegar er æskilegt að sem fæst umhverfsvottunarkerfi verði í notkun, þar sem mikill fjöldi kerfa getur leitt af sér rugling og minnkandi tiltrú. Jafnframt verður leiðin greiðari fyrir þá, sem reyna að búa til sín eigin merki sem gefa góða umhverfislega frammistöðu til kynna án þess að nokkur raunveruleg innistæða sé

## Náttúruvernd

Eins og fram kemur í stefnumörkun Íslands um sjálfbæra þróun í íslensku samfélagi, er verndun óspilltrar eða lítt snortinnar náttúru ekki síður mikilvægur þáttur í sjálfbærri þróun en skynsamleg nýting þeirra náttúrugæða sem eru uppspretta auðs. Óspillt náttúra hefur gildi í sjálfu sér, auk þess sem hún er forsenda margvíslegra grunngæða mannlegs lífs og velferðar sem ekki er einfalt að leggja hagfræðilega mælistiku á.<sup>14</sup>

Íslensk náttúra er um margt sérstök. Þar takast á eldur og ísar, ljós og myrkur, og líklega er vandfundinn sá staður á jarðri, þar sem unnt er að kynnast jafnmiklum andstæðum á jafnlitlu svæði á jafnskömmum tíma. Einnig er því oft haldið fram að Ísland sé algjörlega einstakt í jarðfræðilegu tilliti, því að hérlendis sé að finna ótrúlega fjölbreytni jarðfræðilegra fyrirbæra, sem varla eiga sinn líka ein og sér, hvað þá öll saman í tiltölulega litlu landi.

Íslensk náttúra tekur stöðugum breytingum, þar sem nýmyndun og eyðingaröfl takast á. Hluti af þessari náttúru er sérstætt lífríki, sem hefur aðlagast óblíðum aðstæðum. Auk heldur hefur mannhöndin breytt minnu í íslenskri náttúru en í

fyrir slíku. Hitt er annað mál, að hin ýmsu kerfi henta einstökum fyrirtækjum misvel eftir stærð þeirra, eðli starfseminnar og helstu markaðssvæðum. Auk heldur er fyrirtækjum í sjálfvald sett hvort, hvar eða hvernig þau leita eftir umhverfsvottun.

Svo er að sjá sem vottunarkerfum fari enn fjölgandi, en þess er að vænta að með tímanum náist ákveðið jafnvægi hvað þetta varðar. Þau kerfi sem hafa minnsta útbreiðslu munu hverfa af vettvangi og önnur verða sameinuð.

Samtök ferðaþjónustunnar létu vinna skýrslu árið 2000, þar sem gerð var grein fyrir helstu umhverfsvottunarkerfum í ferðaþjónustu á Norðurlöndunum og settar voru fram tillögur um hvert íslensk ferðaþjónusta ætti að stefna í þessum efnum. Töluverð þróun hefur átt sér stað frá því að skýrslan var skrifuð, en þar er þó að finna margar gagnlegar ábendingar um umhverfsvottun í ferðaþjónustu hérlendis.

flestum öðrum iðnríkjum, þó að vissulega séu þar undantekningar, svo sem vegna eyðingar gróðurs og jarðvegs og mikillar framræslu votlendis. Á Íslandi er að finna stærri ósnert eða tiltölulega lítið breytt landsvæði en í flestum öðrum löndum Evrópu, sem eitt út af fyrir sig felur í sér mikil verðmæti og aðdráttarafli fyrir ferðamenn.

Eins og áður hefur komið fram hefur ferðaþjónusta margvísleg áhrif á náttúruna, enda er náttúran á Íslandi víða mjög viðkvæm. Akstur utan vega og ógætileg umferð reiðmanna og göngufólks um viðkvæm gróðurlendi geta skilið eftir sig sár sem gróa seint eða aldrei. Því er afar mikilvægt að útivist hérlendis þróist í sátt við náttúruna. Jafnframt skiptir máli að tekið sé tillit til útivistargildis svæða í almennri stefnumörkun um landnýtingu. Eins og fram kemur í skýrslu framtíðarnefndar er verndun og nýting náttúru Íslands eitt mikilvægasta umhverfismál samtíðarinnar. Til þess að ekki komi brestir í þessar undirstöður er nauðsynlegt að gera stóratök á næstu árum í því að undirbúa ferðamannastaði undir aukið álag samfara fjölgun ferðamanna. Í þessu starfi þarf bæði að taka tillit til sjónarmiða náttúruverndar og ferðaþjónustu. Í þessu sambandi þarf m.a. að skoða leiðir sem miða fremur að auknum tekjum af ferðamönnum en auknum fjölda þeirra.

<sup>14</sup> *Velferð til framtíðar – Sjálfbær þróun í íslensku samfélagi. Stefnumörkun til 2020. Umhverfisstjórnuneytið, 2002.*

Í náttúruverndaráætlun 2004-2008 er sérstakur kafli um ferðaþjónustu og útivist. Eins og þar kemur fram hafa kannanir Ferðamálaráðs meðal erlendra ferðamanna leitt í ljós að íslensk náttúra er aðalástæðan fyrir komu allt að 90% þeirra til landsins.

Fjölgun ferðamanna er vísbending um aukin verðmæti og vaxandi eftirspurn eftir íslenskri náttúru. Þetta undirstrikar jafnframt efnahagsleg verðmæti verndarsvæða og minnir á mikilvægi þess að fyllstu varúðar sé gætt í öllum aðgerðum sem hafa í för með sér miklar breytingar á náttúrunni.

## Skipulag

Orðið „skipulag“ getur haft margvíslega merkingu, en í skilningi skipulagslaga nær það yfir svæðisskipulag, aðalskipulag og deiliskipulag, þar sem í öllum tilvikum er tekin afstaða til landnýtingar fram í tímann. Skipulag er eitt áhrifaríkasta stjórnækið til þess að samræma ólíkar kröfur um auðlindanýtingu, atvinnuþróun og umhverfisvernd.

Skipulag er ákveðið ferli við áætlanagerð sem tryggir aðkomu sem flestra sem eiga hagsmuna að gæta. Í þessu sambandi er vert að minna á að með innleiðingu tilskipunar um umhverfismat áætlana í íslensk lög gefst tækifæri til að þróa aðferðafræði sem miðar að því að taka tillit til útivistargildis svæða við ákvarðanatöku um landnýtingu.

Skipulag ferðamannastaða er einn þeirra þátta sem afar mikilvægt er að huga að þegar horft er til framtíðar í íslenskri ferðaþjónustu.

Umræðan tengist óhjákvæmilega umræðunni um þolmörk og við ákvarðanir um skipulag er afar mikilvægt að niðurstöður þolmarkarannsóknna séu lagðar til grundvallar. Hér vakna aftur spurningar á borð við þá hvort allir ferðamannastaðir eigi að vera aðgengilegir fyrir alla.

Víða hefur skortur á deiliskipulagi staðið í vegi fyrir uppbyggingu á fjölsóttum ferðamannastöðum. Ástæða þessa er oft fjárskortur lítilla sveitarfélaga.

Telja má víst að mikill meirihluti ferðamanna vilji ganga vel um landið og forðast að valda skemmdum. Gáleysi og þekkingarskortur getur hins vegar orðið til þess að óhöpp verða þrátt fyrir góðan ásetning. Því er fræðsla til ferðamanna mikilvægur þáttur í náttúruverndinni.

Fjölmörg ákvæði laga og reglugerða fjalla beint og óbeint um náttúruvernd. Meðal þeirra atriða sem skipta ferðaþjónustuna mestu máli, má í þessu sambandi nefna ákvæði um almannarétt, lög um náttúruvernd og ýmis lög og reglur um veiðar og friðun.

Því hefur verið lagt til að úttekt verði gerð á stöðu deiliskipulags á fjölsóttum ferðamannastöðum og að tillögur fylgi í kjölfarið.

Meðalhófið í skipulagi ferðamannastaða er vandratað. Eflaust er hægt að nefna mörg dæmi um staði sem eru eftirsóttir vegna upprunaleika síns, eða með öðrum orðum þeirrar upplifunar gestsins, að þar hafi mannhöndin aldrei verið að verki, heldur náttúruöflin ein og óbeisluð.

Þegar aðsóknin að staðnum nálgast þolmörk hans fer hins vegar að bera á hnignun og um leið minnkar aðdráttarafið. Hnignuninni hefði e.t.v. mátt afstýra með því að leggja göngustíga, eða setja upp handrið og útsýnispalla, en kannski hefðu neikvæð áhrif á upplifunina orðið þau sömu, þar sem upprunaleikinn hefði vikið fyrir manngerðum verndarvirkjum.

Áherslur í skipulagi ferðamannastaða hljóta að verða að taka mið af staðháttum. Þannig hljóta áherslurnar að verða allt aðrar á höfuðborgarsvæðinu en upp á hálendinu.

Greina má tilhneigingu til að steypa sem flest í sama mót hvað þetta varðar, en hér má enn minna á mikilvægi þess að þolmarkarannsóknir séu gerðar áður en meiriháttar ákvarðanir eru teknar um skipulag.

Eftirfarandi þættir eru meðal þeirra mikilvægustu sem huga þarf að við skipulag ferðamannastaða:

- Staðsetning svæðis
- Helstu einkenni svæðis
- Ferðamannatímabil (sumar/vetur)
- Grunngerð (vegagerð/samgöngur, þjónusta, byggingar, afþreying o.s.frv.)

Góð samvinna aðila er eitt þeirra atriða sem mikilvægt er að leggja áherslu á þegar fjallað er um skipulag ferðamanna-  
staða.

Í þessu sambandi er samvinna milli ferða-  
þjónustufyrirtækja lykilatriði, en einnig má nefna aðila á borð við Ferðamálaráð, Um-  
hverfisstofnun, ferðamálasamtök, sveitar-  
stjórnir, landeigendur og aðra réttshafa,  
frjáls félagasamtök og fleiri.

Alltaf má búast við ólíkum skoðunum þegar á hólminn er komið, enda oft tölu-

verðir hagsmunir í veði. Mestu máli skiptir að við endanlega ákvörðun sé sjálfbær þróun höfð að leiðarljósi.

Það sem hér hefur verið sagt miðast einkum við einstaka ferðamannastaði, en getur í aðalatriðum einnig átt við um stærri svæði eða heil byggðarlög.

Ljóst er að hin ýmsu svæði landsins eru komin mjög mislangt á veg í úttekt á sérstöðu og ávinningi byggðarlagsins með tilliti til móttöku ferðamanna.

Á síðustu árum hefur verið varið auknu fé til umbóta á ferðamannastöðum, m.a. til uppbyggingar á göngustígum, bílastæðum og bættu aðgengi.

Þörf er á að auka fjármagn til þessa mála-  
flokks enn frekar, en ástæða er til að undirstrika sérstaklega mikilvægi vand-  
aðrar ákvarðanatöku, sem byggir á víð-  
tæku samráði, niðurstöðum rannsókna og heildarstefnumótun um framtíð svæðisins.

## 10. Gæða- og öryggismál

Breytileiki þjónustu (e. *Variability*)<sup>15</sup> kallar á afmörkun einstakra þátta þjónustunnar og stöðlun þeirra. Þetta lýsir sér m.a. í tilkomu flokkunarkerfa innan gistiþjónustu, veitingastaða o.fl. þjónustupátta. Sú þróun hefur og mun halda áfram að hafa áhrif til breytinga á starfsemi, innviðum og stefnumiðum fyrirtækja, stofnana og heilu þjóðfélaganna. Vegna þessa hafa átt sér stað og halda áfram að eiga sér stað breytingar til langs tíma, m.a. á framleiðslu, vinnuskipulagi og neyslumynstri í heiminum.

Sé litið á neytendahliðina má segja að tækni og staðlar eigi stóran þátt í auknu valdi ferðamannsins. Þau hafa auðveldað aðgang að upplýsingum og að tækjum til að bera saman framboð áfangastaða, verð og þjónustu nánast hvar sem er í heiminum. Ásamt aukinni þekkingu og reynslu af ferðalögum, má rekja til þessarar þróunar að heldur hefur dregið úr hlutverki hefðbundinna milliliða – ferðamaðurinn er farinn að skipuleggja ferðalög sín meira sjálfur.

Forsenda þess að hægt sé að bæta þjónustu, er að vita hvar skórinu kreppir. Almennt er talið að einungis lítill hluti viðskiptavina láti óánægju sína í ljós við aðilann sem þjónustuna veitir. Því er nauðsynlegt að sækja þessar upplýsingar markvisst til markaðarins með könnunum og rannsóknum.

### Starfsleyfi

Samkvæmt lögum ber flestöllum fyrirtækjum innan ferðapjónustunnar skylda til að afla sér tilskilinna starfsleyfa. Skort hefur nægilega skýrar reglur á nokkrum sviðum, og fyrirtækjum eru stundum ekki ljósar skyldur sínar hvað þetta varðar. Fyrir liggja drög að reglum fyrir afþreyingarfyrirtæki sem unnin voru fyrir samgönguráðuneytið.

Það er mjög mikilvægt í gæða- og öryggismálum að fyrirtæki séu með lögboðin starfsleyfi og uppfylli þar með þær kröfur sem gerðar eru til starfseminnar.

Í starfsleyfum og eftirliti með þeim er fólgin bæði vernd fyrir fyrirtækin og neytendur. Til að skapa nauðsynlegt aðhald þarf að efla vitund þessara hópa með kynningu.

### Öryggi og samgöngur

Í samgönguáætlun 2003-2014 er það markmið sett fram að öryggismál samgangna verði eins og best er hjá nágrannalöndunum í Evrópu og þá sérstaklega á Norðurlöndunum. Fjallað er sérstaklega um öryggismál og hvernig skuli ná þessu markmiði. Þar eru lagðar fram tölulegar upplýsingar um stöðu öryggismála í dag, sett markmið um árangur og fjallað um leiðir að bættu öryggi samgangna í framtíðinni.

Öryggismál flugsamgangna og siglinga hafa mikil áhrif á ferðalög. Þau eru vistuð hjá samgönguráðuneytinu og Alþingi hefur samþykkt langtímaáætlun um öryggi sjófarenda í formi þingsályktunar og er vikið að henni í öryggiskafla samgönguáætlunarinnar. Hluti öryggismála landsamgangna er vistaður hjá dómsmálaráðuneytinu. Umferðarstofa, lögreglan, Vegagerðin, tryggingafélög, sveitarfélög ásamt fleiri aðilum vinna að umferðaröryggismálum á vegum landsins. Í störfum sínum taka þessir aðilar mið af stefnu ríkisstjórnarinnar í umferðaröryggismálum.

Þrátt fyrir að fjölmargir aðilar komi að þessum öryggismálum þeirra sem ferðast, hefur nokkuð þótt skorta á að nægjanlega væri hugað að því að vaxandi fjöldi erlendra gesta er á ferð um landið, sérstaklega akandi.

Mikil umræða hefur verið undanfarið um nauðsyn þess að taka meira tillit til þessa hóps, bæði í merkingum og í áætlunum um almannavarnir. Erlendir gestir skilja eðlilega ekki orð eins og „hjáleið“ eða skilaboð eins og „öxl endar“. Þá hefur verið bent á að nokkurs ósamræmis gættir stundum milli forvarnaraðgerða og raunverulegra aðstæðna.

<sup>15</sup> Reynt er eftir föngum að eyða óvissu neytandans um að hægt sé að ganga út frá gæðum vörunnar/þjónustunnar sem vísun. Með stöðlun vinnuferla, skýrum fyrirmælum og hjálfun er t.d. reynt að koma í veg fyrir að mismunandi þjónustustig sé viðhaft eftir því hvaða starfsmaður framkvæmir þjónustuna.

Í áætlunum Almannavarna um hvernig brugðist skuli við ýmsum náttúruhamförum er ekki alls staðar gert nægjanlega vel ráð fyrir því hvernig skuli nálgast þennan vax-

andi hóp erlendra gesta á ferð um landið ef til þess kemur að þurfi t.d. að rýma landsvæði fyrirvaralítið.

## Gæðaflokkun

Til þessa hefur verið komið á flokkunarkerfum fyrir gististaði og tjaldsvæði en talið er mikilvægt að koma á flokkun á fleiri sviðum til að auka gagnsæið á ferðaþjónustumarkaðnum. Meðal forgangsverkefna á þessu sviði má telja ráðstefnuaðstöðu og fólksflutningabifreiðar.

### Flokkun gististaða

Litið er á flokkun gististaða á Íslandi með stjórnuþingum sem nauðsynlegan þátt í uppbyggingu ferðaþjónustu hérlandis, ekki einvörðungu fyrir aðila í gistipjónustu heldur fyrir alla ferðaþjónustuna. Bæði viðskiptavinir og ferðaþjónustan í heild sinni höfðu beðið lengi eftir að þetta skref yrði tekið en flokkunin hófst árið 2000 og hefur frá upphafi verið í umsjón Ferðamálaráðs Íslands.

Fullyrða má að flokkunin hafi þegar orðið gistipjónustu á Íslandi til verulegs framdráttar. Um allan heim eru gestir vanir að hafa flokkunarkerfi til viðmiðunar þegar þeir velja sér gististað því þó svo að þau atriði sem tekin eru inn í slíka flokkun geti verið mismunandi á milli landa þá hefur hún alþjóðlega merkingu og hjálpar fólki að velja sér gistingu í þeim gæðaflokki sem það óskar.

Reynslan sýnir að flokkun gististaða hefur í mörgum tilfellum reynst mikilvægt hjálpartæki fyrir gististaði sem vilja bæta gæði sín og þjónustu. Þannig stuðlar flokkunin að því að gisting hérlandis batni þegar til lengri tíma er litið og auðveldi Íslendingum

að standa sig betur á alþjóðlegum markaði.

Sú flokkun sem hér um ræðir er ekki lögboðin en allir gististaðir á Íslandi sem eru með tilskilin leyfi geta óskað eftir því að vera flokkaðir.

Stuðst er við flokkunarkerfi samtaka veitinga- og gistihúsa í Danmörku, HORESTA, en þar í landi er mjög góð reynsla af þessu starfi. Stefnt er að því að kerfi þetta verði útbreiddara og hafa nú einnig Færeyingar, Grænlandingar og Svíar tekið það upp.

Sú bragarbót sem merkjanleg er við að taka upp flokkun með þessum hætti hefur ýtt undir hugmyndir um að koma samsvarandi kerfum á fyrir fleiri þjónustubætti innan ferðaþjónustunnar. Hefur í því sambandi verið sérstaklega litið til fólksflutningabíla og ráðstefnuaðstöðu.

### Flokkun tjaldstæða

Tjaldsvæði á Íslandi eru flokkuð eftir flokkunarviðmiði sem Ferðamálaráð Íslands hefur sett fram og er flokkunin valkvæð. Framkvæmdin er með þeim hætti að flokkunarviðmið eru sett upp á áberandi stað á tjaldsvæðinu og síðan er það gesta að ganga eftir því að svæðið standist þær kröfur sem stjórnuþing þess gerir ráð fyrir.

Kerfið var tekið í notkun árið 2004 og er því enn í þróun.



# Heimildaskrá

- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Guðrún Gísladóttir, Arnar Mór Ólafsson, Björn Margeir Sigurjónsson & Bergþóra Árnadóttir (2002). *Þolmörk ferðamennsku í Þjóðgarðinum í Skaftafelli*. Reykjavík: Ferðamálaráð.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Guðrún Gísladóttir, Arnar Mór Ólafsson, Björn Margeir Sigurjónsson og Bergþóra Árnadóttir (2003). *Þolmörk ferðamennsku í friðlandi á Lónsöræfum*. Reykjavík: Ferðamálaráð.
- Arnar Mór Ólafsson og Hafdis Björg Hjálmarsdóttir (2003). Samstarf fyrirtækja í Ferðapjónustu – aðferðafræði og frumniðurstöður. Ingjaldur Hannibalsson (ritstj.). *Rannsóknir í félagsvísindum IV: Viðskipta- og hagfræðideild* (bls. 31-40). Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Axel Hall, Ásgeir Jónsson & Sveinn Agnarsson (2002). *Byggðir og búseta: þéttbýlismyndun á Íslandi*, Haustskýrsla Hagfræðistofnunar 2002. Reykjavík: Hagfræðistofnun.
- Birna G. Bjarnleifsdóttir. (1996). *Saga ferðapjónustunnar* (2. útgáfa), Bókaútgáfan Saga.
- Buhalis, D. (2003), *eTourism: Information technology for strategic tourism management*, Harlow, England: Prentice Hall
- Cohen. E. (1978). The impact of tourism on the Physical Environment, *Annals of Tourism Research* nr. 5.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. og Shepherd, R. (1998): *Tourism: Principles and Practices*, 2nd edition, Harlow: Longman.
- Ferðamálaráð Íslands (2004). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum*. Reykjavík: Ferðamálaráð Íslands.
- Ferðamálaráð Íslands (2003d). *Ferðavenjur innanlands árið 2003*. Reykjavík: Ferðamálaráð Íslands.
- Ferðamálaráð Íslands (2003c). *Kannanir meðal erlendra ferðamanna 2002*. Reykjavík: Ferðamálaráð Íslands.
- Ferðamálaráð Íslands (2003b). *Handbók fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva* (óbirt skýrsla).
- Ferðamálaráð Íslands (2003). *Handbókin 2004: Ísland árið um kring*. Reykjavík. Ferðamálaráð Íslands.
- Ferðamálaráð Íslands (2002). *Auðlindin Ísland: Ferðapjónustusvæði*. Reykjavík: Ferðamálaráð Íslands.
- Ferðamálaráð Íslands (2002b). *Íslenska eldhúsið: Þróun og markaðssetning íslenskrar matargerðarlístar*. Reykjavík.
- Ferðamálaráð Íslands (2001). *Stöðumat á stefnumótun í ferðapjónustu*. Reykjavík. Ferðamálaráð Íslands.
- Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands (2002): *Menntun í ferðapjónustu á Íslandi: Fyrsti áfangi athugunar á þörf fyrir menntun í ferðapjónustu*, Félagsvísindastofnun HÍ
- Finn, M., Elliott-White, M., Walton, M. (2000): *Tourism & Leisure Research Methods: Data collection, analysis and interpretation*. Essex. Pearson.
- Franklin, Adrian. (2003): *Tourism: An Introduction*, London, Sage.
- Friðrik M. Baldursson. (2001). *Erindi á ferðamálaráðstefnu Ferðamálaráðs á Hvolsvelli 18.-19. okt. 2001*. Vefslóð: <http://www1.icetourist.is/um/ferdamalarad/vef/sidur.nsf/index/1.2001?open>
- Goossens, C., (2000). Tourism Information and Pleasure Motivation, *Annals of Tourism Research*. 27: 301-321
- Gunnar Karlsson (1994). *Könnun á meðalverði og nýtingu hótela í Reykjavík eftir árs tímum*.
- Hagstofa Íslands (2004). *Hagtiðindi: Fyrirtæki og umsvif 2004:1*.
- Hagstofa Íslands (2003). *Ýmis töluleg gögn um íslenska ferðapjónustu*. Sótt af vefsetri Hagstofunnar <http://www.hagstofa.is>.
- Hagfræðistofnun Háskóla Íslands (2004). *Flug og ferðapjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkun gjalda á Keflavíkflugvelli*. Skýrsla til vinnuhóps í Samgönguráðuneytinu nr. C03:07
- Hylland Eriksen, T., (2001): *Tyranny of the Moment*. London: Pluto.
- IPK International – The World Travel Monitor Company (2003). *Guide to Global Trends 2002*, Malta, IPK International Ltd.
- IPK International – The World Travel Monitor Company (2004). *European Travel Monitor, ETC-Pool Report 2003*, Malta, IPK International Ltd.
- Jón Þ. Heiðarsson og Hjalti Jóhannesson (2004). *Fly- og skibstrafík í Vestnorden: Hvorfra og Hvorhen*. Rannsóknastofnun H.A.
- Negreiro, M., Poliziani, M., Lueer, P. og MacAonghus, J., (2001): *Going beyond Online Tourism: Understanding the Success of E-Ticket Travel Sites*, Jupiter Research.
- Njáll Trausti Friðbertsson (2004): *Tekjugreining á gjaldeyristekjum í ferðapjónustu 1990 – 2003*. Lokaritgerð við viðskiptadeild Háskólans á Akureyri.
- Orams, M. (2002). Towards a more desirable form of ecotourism, úr *Tourism Management: Towards the New Millenium*, C. Ryan og S.J. Page (ritstj.), Oxford: Pergamon Press.

- Pearce, P.L. (1993). Fundamentals of tourist motivation, í D.G. Pearce og R.W. Butler (ritstj.) *Tourism Research: Critiques and Challenges*, London: Routledge.
- Reykjavíkurborg (2004). *Ferðamannaborgin Reykjavík: Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar 2004 – 2010*.
- Ryan, C. (ed.) (2002): *The Tourist Experience: A New Introduction*, 2nd edition, London: Continuum.
- Rögnvaldur Guðmundsson (umsjón og samantekt) (2003): *Gildi hálandisins fyrir ferðabjónustu og útvíst til 2020*, Reykjavík, Rannsóknir og ráðgjöf ferðabjónustunnar.
- Saldanha, A., (2002): Music Tourism and Factions of Bodies in Goa, *Tourist Studies* 2., 43 – 63.
- Samgönguráðuneytið (2004). *Afbreyting í ferðabjónustu: Skýrsla nefndar samgönguráðherra um öryggisreglur og leyfisveitingar í afbreytingarbjónustu*. Reykjavík, Samgönguráðuneytið.
- Samgönguráðuneytið (2003). *Íslensk ferðabjónusta: Framtíðarsýn*. Reykjavík. Samgönguráðuneytið.
- Samgönguráðuneytið (2001). *Menningartengd ferðabjónusta*. Reykjavík. Samgönguráðuneytið.
- Samgönguráðuneytið (2000). *Heilsutengd ferðabjónusta: Skýrsla nefndar um heilsutengda ferðabjónustu*. Reykjavík. Samgönguráðuneytið.
- Samgönguráðuneytið (1996). *Stefnumótun í ferðabjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið.
- Samtök ferðabjónustunnar (2004). *Ferðabjónusta: Hagtölur*. Reykjavík. Samtök ferðabjónustunnar.
- Samtök ferðabjónustunnar (2002). *Könnun um markaðsmál*. Reykjavík
- Samtök ferðabjónustunnar (2000). *Vistvæn vottun: Yfirlit yfir núverandi kerfi og tillögur um stefnu*. Stefán Gíslason (samantekt)
- Urry, John. (2002): *The Tourist Gaze*, 2nd Ed., London, Sage.
- Valdimar Halldórsson. (2002). Umfang og afkoma íslenskrar ferðabjónustu, *Meistararitgerð í viðskiptafræði við H.Í.*
- WTO. *Tourism highlights*. Heimasíða: <http://www.world-tourism.org>
- Þjóðhagsstofnun. (1998); *Sögulegt yfirlit hagtalna 1947-1997*, Þjóðhagsstofnun.
- Þjóðhagsstofnun. (2000). *Yfirlit um þróun og umfang ferðabjónustunnar - greinargerð unnin fyrri samgönguráðuneytið*
- Þjóðhagsstofnun. (2000). *Atvinnuvegaskýrsla 1997*. Atvinnuvegaskýrsla nr. 59. Þjóðhagsstofnun.
- Þjóðhagsstofnun. (2001). *Frétt um afkomu atvinnurekstrar 1998-1999*. Frétt nr. 2/2001, útgefin í maí 2001.
- Þjóðhagsstofnun. (2002). *Frétt um afkomu atvinnurekstrar 1999-2000*. Frétt nr. 1/2002, útgefin í jan. 2002.
- Þorleifur Þór Jónsson (2004). *Minnisblað um tölfraði ferðabjónustu*. (óbirt). Samtök ferðabjónustunnar, Reykjavík

## Aðrar heimildir

- Stefán Gíslason umhverfisstjórnunarfræðingur aðstoðaði við skrif kafla C.9 um náttúruvernd, umhverfis- og skipulagsmál.
- Vilborg H. Júlíusdóttir (2004), hagfræðingur (10.9.2004)

# Ítarefni

## Drifkraftar breytinga liðinna ára

Á undanförunum áratugum hafa átt sér stað stórfelldar breytingar í ferðaþjónustu í heiminum. Hér áður fyrr voru landamæri þess eðlis að þau voru talin afmarka heim ferðamannsins frá heimalandinu eða svæðinu. Þó að vissulega væri til staðar forvitni um umheiminn og atriði utan hins daglega lífs, var ekki til staðar almennur áhugi á heiminum, né heldur þyrsti fólk almennt eftir hinu nýja, óþekkta og óvænta. Sá þorsti varð fyrst til smátt og smátt í þróaðri löndunum og einn megináhrifavaldanna til þess var ferðamennska. Víða á ferðamannastöðum hafa einkennandi ferðamálaþættir s.s. mismunandi matur, smekkur og uppruni fólks fundið sér farveg inn í vestræna ferðamennsku, sem hefur þ.a.l. tekið stórstíguum breytingum vegna samruna þess nýja og gamla, vegna fjölbættra menningaráhrifa og menningarárekstra (Franklin 2003).

Segja má að alþjóðavæðingin og aukið upplýsingastreymi og aðgengi að upplýsingum hafi orsakað að flest af því sem á annað borð er áhugi fyrir og hægt er að flytja á milli landa, finni sér leið frá upprunastað/-landi til annarra staða. Franskt og/eða ítalskt eldhús (svo dæmi sé tekið) má finna víða, sama gildir um aðra óvenjulega eða eftirsóknarverða menningarþætti frá nánast öllum heimshlutum, s.s. íslenska hestinn, klæðnað, tónlist, leiklist, kjötkveðjuhátíðir o.s.frv. Eins og Franklin bendir á er sífellt auðveldara að gerast ferðamaður til hins óvenjulega án þess að ferðast „líkamlega“ út fyrir landamæri heimalandsins/-svæðisins og að sama skapi erfiðara að finna lönd eða svæði sem eru „ómenguð“ af fjölþjóðlegum menningarstraumum og/eða neyslumunstri, en á sama tíma nægilega örugg til að ferðast um (sbr. vestrænir ferðamenn í Mið-Austurlöndum).

Eftir sem áður hafa ferðalög verið að aukast á heimsvísu, og ferðamenn gera áfram alla þá hluti sem þeir hafa gert í gegnum tíðina (sbr. Saldanha 2002:43). Ofantalið vekur spurningu um hvað það er sem dregur einhvern burt frá sínu heimasvæði yfir á annað, jafnvel með ærnum tilkostnaði og fyrirhöfn.

Ástæðurnar eru auðvitað fjölbreytilegar og margar eru augljósar, t.d. varðandi þá sem

ferðast starfs síns vegna eða þá sem heimsækja aðra staði af trúarlegum ástæðum (t.d. pílgrímsferðir til Mekka), eða fjallgöngumenn sem ætla að klífa hæsta fjall heimsins – allir eru þeir með fastbundinn áfangastað sem ræðst af utanaðkomandi aðstæðum.

Franklin (2003:9) telur að e.t.v. sé það einkennandi fyrir ferðamenn í kringum síðustu aldamót að fleiri vildu komast í snertingu við heiminn, smakka á honum, finna fyrir honum, lykta af honum og það sem meiru skiptir - að gera eitthvað við heiminn í stað þess að horfa einungis á hann. Því hefur jafnvel verið haldið fram að ferðamenn séu að verða meiri sérfræðingar – þ.e. þeir séu orðnir sjóaðri í að ferðast og kauphegðun þeirra og val á áfangastað sé betur ígrundað en áður. Þessu til frekari staðfestingar má benda á að hinn almenni ferðamaður hefur mun fjölbreyttari leiðir til að skipuleggja sjálfur ferðir sínar en áður var (sbr. internetið).

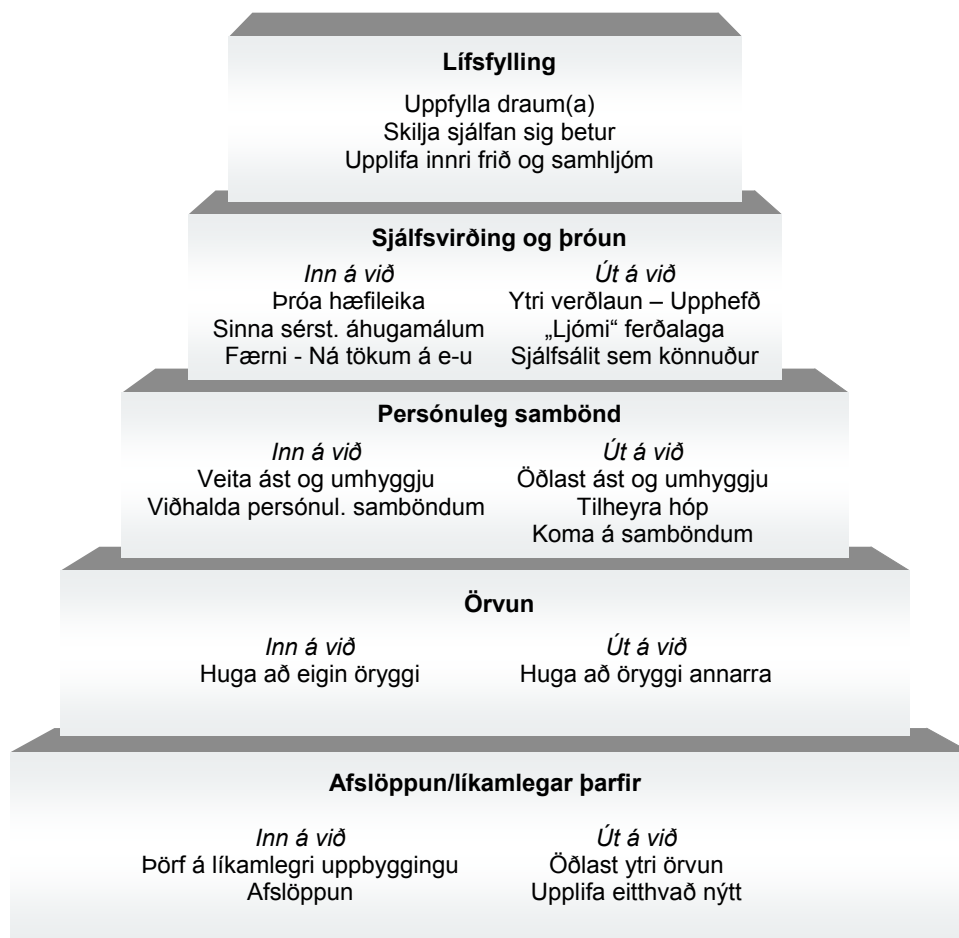
Annað einkenni nýrra tíma og aftur má benda á Franklin (2003:13), er að í stað þess að mörgum leiðist sökum lítillar fjölbreytni, lítilla afþreyingarmöguleika eða lítt örvandi umhverfis, þá verðum við (í það minnsta í tæknilega þróaðri samfélögum) fyrir stöðugu áreiti, búum við stress og streitu, á okkur dynja nær látlaust upplýsingar, fleiri möguleikar eru í boði, möguleg tengslamyndun og aðgengi að aðskiljanlegustu atburðum. Í bók sinni „Harðstjórn augnabliksins“ (þýð. á „*Tyranny of the Moment*“) bendir Eriksen á að við séum of upptekin – séum að reyna að gera of mikið of oft, rafræn samskipti flýti fyrir framkvæmd margra hluta og hraði og auki umfang viðskipta okkar við umhverfið. Við höfum of lítinn tíma fyrir margt af því sem við teljum mikilvægt s.s. langtímasambönd, börnin okkar, vandaða áætlanagerð og afþreyingu svo eitthvað sé nefnt (Hylland Eriksen, 2001). Við upplifum svokallaðan hraðan tíma (þýð. á „*Fast Time*“). Um leið reynist okkur erfiðara að komast í burtu, að finna eitthvað sem er öðruvísi. Fjarlægðir minnka og við upplifum ferðamannatilfinningu á heimaslóðum.

Franklin (2003:13) vill tengja þessa þróun við margar af þeim nýju tegundum ferða-

mennsku sem farnar eru að gera vart við sig og gerast í „hægum tíma“ (þýð. á „*Slow Time*“), þ.e. hegðun sem miðar að því að hægja á líkamanum og hámarka andartakið/núíð, gjarnan í einhverju sambandi við náttúruna. Sem dæmi um tengingu slíkrar hegðunar við ferðamennsku nefnir Franklin: klifur, göngur, gistingu í fjallakofum (hér heima gæti samsvörun verið við aukna ásókn í sumarbústaði og annað í svipuðum dúr) og náttúrumennsku (þýð. á „*Naturism*“).

Þá má ekki vanmeta þróun hins almenna ferðamanns – það er ekki langt síðan það þóttu tíðindi innan fjölskyldna t.d. hér á landi, að einhverjir færu erlendis. Á undan-

förnum 30 árum eða svo hefur orðið gjörbylting hvað þetta varðar og reynsla fólks af ferðalögum innanlands og til annarra landa orðið víðtæk og almennari, auk þess sem fjölmiðlar hafa fært okkur upplifun fjarlæggra staða inn á heimilið. Til eru allnokkrar kenningar um hvernig ferðamaðurinn þróast eftir því sem reynsla hans vex af ferðalögum. Á mynd 36 má sjá hvernig kenningar Maslows um þarfastigann hafa verið útfærðar sérstaklega hvað ferðamennsku varðar í líkani sem hér er kallað „þarfastigi ferðamennskunnar“ (e. *The travel career-ladder*), (Pearce 1993, Cooper et al. 1998 og Ryan 2002),



**Mynd 36 - Þarfastigi ferðamennskunnar**  
(Tekið upp og aðlagð frá Pearce 1999, Cooper et al. 1998 og Ryan 2002)

Hér er verið að velta fyrir sér hvaða grunnþarfir liggi að baki ferðalögum, þ.e. hverjar grunnhvatirnar eru og hvernig reynsla af ferðalögum gerir frekar en ella kleift að uppfylla þær „hærri“ betur. Þrátt fyrir að líkanið sé einfalt er það þó heiðarleg tilraun til að reyna að öðlast skilning á því hvaða hvatir liggi að baki ferðalögum.

Í líkaninu er gengið út frá eftirfarandi forsendum:

- Fólki færirst (frekar) ofar eftir því sem reynsla þess af ferðalögum eykst.
- Hvatar á efri þrepum innifela hvata á lægri þrepum.

- Einn hvati er mest áberandi á hverjum tíma.
- Áður en hvötum/þörfum á efri þrepum er sinnt er þeim sem eru á þeim lægri fullnægt

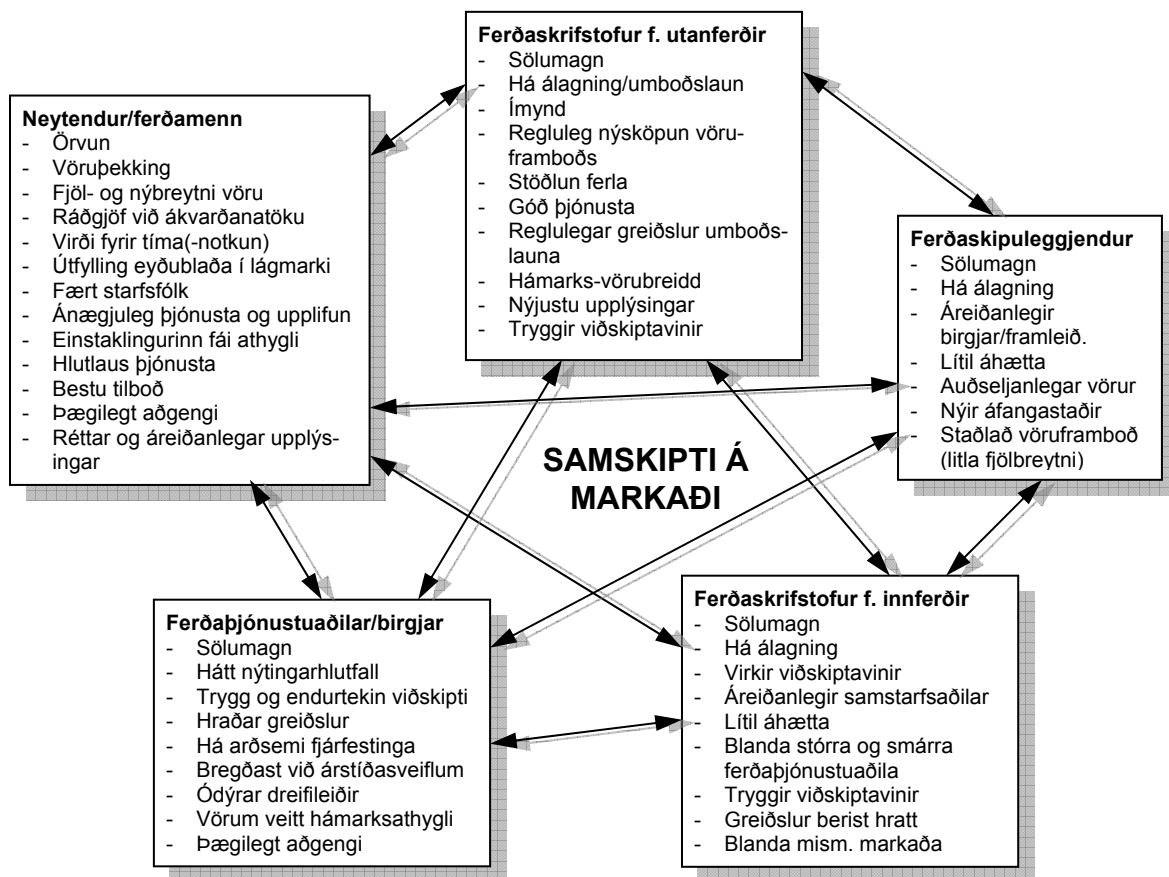
Í þessu samhengi má greina þrennt:

- Mikilvægt er að öðlast reynslu, því reynslumeiri ferðamenn fullnægja þörfum sínum betur/frekar en aðrir.
- Fullnægingin fæst ef ferðamaðurinn telur að tiltekinni þörf hafi verið mætt. Þá skiptir ekki máli hvort hún snúi að ferðamanninum sjálfum (inn á við) eða að félagslegum þáttum (út á við). Meiru máli skiptir í þessu samhengi að reynslumeiri ferðamaður er líklegri til að uppfylla þarfir sínar.
- Bæði reynslulitir og reynslumiklir ferðamenn eru hvattir áfram af sömu þörfum, en öllu mikilvægari er sú stað-

reynnd að hinir reynslumeiri eru betur í stakk búinir til að uppfylla þær og á fjölbreyttari hátt.

Menn eru svo sem ekki á eitt sáttir um líkan sem þetta og það hefur verið gagnrýnt allnokkuð, sérstaklega vegna vandamála við mælingar og vegna óljósra hugtaka. Því verður þó ekki á móti mælt að ferðalög einstaklinga taka breytingum í tímans rás og hvatar að ferðum geta verið mismunandi frá einni ferð til annarrar.

En þarfir og langanir á markaðnum einskorðast ekki við neytandann. Fjöldmargir aðilar sem hafa áhrif á þróun greinarinnar hafa mismunandi þarfir, en Buhalis (2003) hefur tekið saman þær helstu innan hennar sjálfrar, þ.e. dreifikeðjunnar sem sjá má á mynd 37 hér á eftir:



Mynd 37 - Þarfir og langanir aðila í dreifikeðju ferðabjónustunnar

Eins og gefur að skilja fara þarfir hinna mismunandi aðila í dreifikeðjunni ekki alltaf saman, sem orsakar ákveðna togstreitu. Ekki síst þar sem allir reyna að há-

marka afrakstur sinn og neytendur eru tilþöglulega viðkvæmir fyrir verðbreytingum (verðteygni frekar mikil).

# Árangursmælingar

Fjölbreytileiki ferðaþjónustunnar og erfiðleikar við að finna og/eða skilgreina mörk hennar sem atvinnugreinar skapa ákveðin vandamál við að meta umfang hennar, þróun og frammistöðu.

Að sama skapi eru margir aðilar að vinna að söfnun aðskiljanlegra tölfræðiupplýsinga um þætti sem tengjast ferðaþjónustu, m.a. Ferðamálaráð, Flugmálastjórn, Hagstofan, Seðlabankinn, Fjármálaráðuneytið, SAF o.fl.

Á Íslandi hefur SAF safnað saman hagtölum m.a. frá Hagstofu Íslands, Ferðamálaráði o.fl. og gefið út. Þær ná til þróunar fjölbreytilegra þátta á Íslandi og í öðrum löndum og gefa færi á fjölþjóð-

legum samanburði. Hagstofan tekur saman ýmsar magntengdar tölfræðiupplýsingar s.s. um gistinætur, gestakomur, fjölda farþega, flug, internetnotkun o.s.frv. sem bjóða upp á túlkun og hagnýtingu.

Ferðamálaráð hefur framkvæmt reglubundnar kannanir um viðhorf ferðamanna til ferðalaga á Íslandi frá árinu 1996.

Mælikvörðum á umfang, frammistöðu og þróun greinarinnar er stundum skipt í tvennt eftir því hversu afgerandi þeir eru, þ.e. annars vegar í vísbendingamælikvarða og hins vegar í magnkennda mælikvarða. Nokkur dæmi sem nota má eru látin fylgja hér á eftir.

## Vísbendingamælikvarðar:

- Mælingar á ánægju viðskiptavina
- Þróun fjárfestinga í greininni
- Viðbótarvirði sem skapast vegna kynningarátaka
- Fjöldi heimsóknna á heimasíður

- Tölfræði yfir símaálag og svörun
- Mælingar á ímynd landsins út á við
- Mælingar á umfjöllun í fjölmiðlum
- Árangur á nýjum mörkuðum innan tilgreindra tímamarka

## Magnkenndir mælikvarðar:

- Fjöldi ferðamanna sem sækja landið heim
- Skráðar gistinætur útlendinga, Íslendinga: Frekari skipting eftir tilgangi ferðar, tímabilum o.s.frv.
- Hlutdeild ferðaþjónustu í þjóðartekjum
- Þróun tekna vegna erlendra og íslenskra ferðamanna í samanburði við þróun annarra atvinnugreina og heildarþjóðartekna.
- Þróun vinnuafis í greininni.
- Markaðshlutdeild í utanferðum skilgreindra markaðssvæða/-þjóða.

- Samanburður á þróun utanferða Íslendinga og innferðamennsku landsins.
- Samanburður á þróun tekna af ferðaþjónustu innanlands og á öðrum svæðum/löndum erlendis og við aðrar atvinnugreinar innanlands.

Eins og áður sagði fara fram reglulegar mælingar á sumum þessara atriða en ef taka á upp mælingar á öðrum þarf að ákveða um framkvæmd þeirra.