

27. Ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs Íslands haldin á Blönduósi 9.-10. október 1997

Dagskrá

Fimmtudagur 9. október

- kl. 13:00 Setning: [Birgir Þorgilsson](#), formaður Ferðamálaráðs Íslands
- kl. 13:10 Ávarp: Pétur Arnar Pétursson, forseti bæjarstjórnar.
- kl. 13:20 Ávarp: Hr. Halldór Blöndal, samgönguráðherra.
- kl. 13:30 Afhending umhverfisverðlauna Ferðamálaráðs Íslands 1997.
- kl. 13:40 **Flugleiðir til framtíðar.**
Einar Sigurðsson, upplýsingafulltrúi Flugleiða.
- kl. 14:10 Fyrirspurnir.
- kl. 14:30 **Hvernig aukum við hlut okkar á Evrópumarkaði og sérstaklega á Þýskalandsmarkaði.**
[Dieter Wendler Jóhannsson](#), forstöðumaður FMRÍ í Þýskalandi.
Jón Karl Ólafsson, svæðisstjóri Flugleiða í Þýskalandi.
- kl. 15:10 **Bandaríkjamarkaður, ástand og horfur.**
[Einar Gústavsson](#), forstöðumaður FMRÍ í New York.
- kl. 15:30 **Kaffihlé.**
- kl. 16:00 Fyrirspurnir.
- kl. 17:00 **Fundarhlé.**
- kl. 18:00 Kvöld heimamanna.

Föstudagur 10. október

- kl. 10:00 **Fjórir fundir um mismunandi málefni:**
- A) Miðhálandið: Frummælandi, Þorsteinn Hilmarsson - Landsvirkjun.
 - B) Svört atvinnustarfsemi: Frummælandi, Erna Hauksdóttir - framkv.stjóri SVG.
 - C) Arðsemi til endurnýjunar: Frummælandi, Þorleifur Þór Jónsson - framkv.stjóri Hóþferðamiðstöðvarinnar.
 - D) Nýsköpun: Frummælandi, Árni Gunnarsson - framkv.stjóri Íslandsferða.
- kl. 13:00 **Niðurstöður heilsárskönnunar FMRÍ kynntar.**
[Oddný Þóra Óladóttir](#), verkefnisstjóri.
- kl. 13:30 Umræður og niðurstöður fundanna fjögurra.
- kl. 15:00 **Kaffihlé.**
- kl. 15:30 [Almennar umræður.](#)
- kl. 17:00 [Ráðstefnuslit.](#)
- kl. 19:30 Móttaka í boði samgönguráðherra.
- kl. 20:00 Kvöldverður í boði heimamanna.

Ráðstefnustjórar:

Ásgerður Pálsdóttir og Lárus Ægir Guðmundsson.

Birgir Þorgilsson

Formaður Ferðamálaráðs Íslands.

Hr. samgönguráðherra, Halldór Blöndal, forseti bæjarstjórnar Pétur Arnar Pétursson, ágætu ráðstefnugestir. Ég býð ykkur öll velkomin til þátttöku í 27. ferðamálaráðstefnu Ferðamálaráðs Íslands.

Í upphafi máls míns vil ég minnst látins frumherja okkar ungu atvinnugreinar, Ólafs Steinars Valdimarssonar, fyrrverandi ráðuneytisstjóra í samgönguráðuneytinu. Ólafur Steinar gegndi starfi skrifstofustjóra þegar Ferðamálaráð var stofnað fyrir 33 árum og síðar var hann varaformaður ráðsins frá 1976 til ársins 1989.

Það var mikils virði fyrir hið nýstofnaða Ferðamálaráð Íslands að Ólafur Steinar hafði brennandi áhuga á framgangi ferðaþjónustu á Íslandi og gerði sér ljósa grein fyrir framtíðarmöguleikum þessarar atvinnugreinar. Sem betur fer hefur þessi kyndill frá upphafi logað skært í höndum starfsmanna samgönguráðuneytisins og gerir enn.

Ég bið ráðstefnugesti að votta Ólafi Steinari Valdimarssyni virðingu og þakklæti og aðstandendum hans samúð með því að rísa úr sætum.

Því miður hefur það fallið í minn hlut á nokkrum undanförunum ferðamálaráðstefnum að minnst látinna frumherja og vina. Þetta er nú einu sinni gangur lífsins en gefur mér tilefni til að þakka ráðherra okkar, Halldóri Blöndal, fyrir að hafa haft forgöngu um að í frumvarpi til fjárlaga fyrir árið 1998 er eyrnamerkt fjárhæð til að hefja ritun á sögu ferðaþjónustunnar á Íslandi.

Þrátt fyrir þetta verður ekki hjá því komist að leita eftir aðstoð einstakra fyrirtækja til að ljúka verkinu. Mér er einnig ljúft að greina frá því, að á fundi Ferðamálaráðs í morgun var samþykkt tillaga framkvæmdastjórnar þess efnis að í lok hvers árs verða framvegis veittar viðurkenningar til þeirra, sem þótt hafa skarað fram úr á sviði nýsköpunar í greininni. Þannig eru viðurkenningar ráðsins orðnar þrjár að tölu, þ.e.a.s., fjölmiðlabikar, umhverfisverðlaun og nú nýsköpunarverðlaun.

Á dagskrá Ferðamálaráðstefnunnar að þessu sinni eru mörg þýðingarmikil mál og mun niðurstaða umræðna hér og annars staðar ráða miklu um framtíð íslenskrar ferðaþjónustu. Það mál sem ber þó langhæst í mínum huga á þessari stundu er þó væntanlegt skipulag miðhálandis Íslands. Fari ferðaþjónustan hallloka fyrir öðrum hagsmunaaðilum hvað snertir nýtingu þessa hluta landsins er þýðingarmestu stoðinni kippt undan framtíð hennar.

Ég hefi sagt það áður og endurtek það hér, að það er bjargföst skoðun mín að ferðaþjónusta í því umfangi sem við sjáum fyrir og stóriðja með tilheyrandi virkjunarframkvæmdum af þeirri stærðargráðu sem nú er rætt um eigi ekki samleið. Einhvern veginn læðist að mér sá órökstuddi grunur að þær viðræður um enn frekari uppbyggingu stóriðju, sem nú eru sagðar á könnunarstigi, séu

e.t.v. lengra komnar en okkur grunar. Ég vona að svo sé ekki en heiti á ykkur öll að standa saman í einni fylkingu og verja þannig hagsmuni ykkar og landsmanna allra.

Það er alltaf ánægjulegt að koma í Húnavatnssýslur og hér er að finna margar af fegurstu náttúruperlum landsins. Mesta fegurðin hér um slóðir hefur mér þó alltaf þótt felast í nánast algjörum skorti á nytjaskógum og landgræðsluskógum og að þau tré sem hér eru á stangli eru bæði fá og lágvaxin. Líkamlegt atgevi hefur frá landnámsöld verið mikils metið hér um slóðir og ég vil minna á, að fyrsta félagið sem stofnað var hér á Blönduósi fyrir 100 árun var Leikfímifélag Blönduóss, en það stóð jafnframt fyrir fyrstu leiksýningunni hér. Mér er einnig ljúft að minnast þess að bærinn Geitaskarð var í hópi þeirra 9 bæja á Íslandi sem í samvinnu við Flugfélag Íslands tóku fyrstir til við þá iðju að hýsa ferðamenn í atvinnuskyni.

Ég vona að sú staðreynd að skógar skyggja hér ekki á víðsýni manna til allra átta verði til þess að umræður verði frjóar og frjálsmannlegar og beri vott um djarfa og sterka framtíðarsýn okkar ungu atvinnugreinar. Með þessum orðum lýsi ég því yfir að 27. Ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs Íslands er sett.

Dieter Wendler Jóhannsson

Hvernig aukum við okkar markaðshlutdeild á Evrópumarkaði og þá sérstaklega í Þýskalandi?

Meginland Evrópu með Þýskaland í fararbroddi er stærsti ferðamarkaður í heimi. Þar búa u.þ.b. 270 millj. manns og er velmegun mikil, a.m.k. hjá stofnþjóðum Efnahags-sambandsins. Þýskaland er stærsta landið með yfir 80 millj. íbúa. Þjóðverjar hafa lengi verið með tryggustu viðskiptavinum Íslands, þýskir ferðamenn með þeim fjölmennustu á landinu.

Efnahags- og stjórnarmálaerfiðleikum sem Þýskaland á í um þessar mundir þarf ég ekki að lýsa hér, íslenskir fjölmiðlar gera þeim, að mínum dómi góð skil. Þýðingarmest fyrir okkur er að þrátt fyrir erfitt ástand vilja margir þjóðverjar ekki láta af dýrmætum venjum eins og t. d. bílakaupum og tíðum ferðalögum. Á alþjóðlegri bílasýningu IAA, sem er nýafstaðin, lýstu þýskir bílaframleiðendur því yfir að sjaldan hefði eftirspurn eftir góðum bílum verið jafn mikil og nú. Stóru ferðaheildsalarnir sem núna vinna að því að verða enn stærri með því að sameinast, eins og t.d. risarnir TUI og LTU eða Neckermann og Condor, voru ánægðir með sumarið sem leið. Á fundi erlendra landkynningarstjóra í Þýskalandi fyrir stuttu sagði framkvæmdastjóri DRV, þýska ferðaskrifstofusambandsins, að efnahags- og stjórnamálaástandið hefði að sjálfsögðu haft áhrif á ferðavenjur þjóðverja, en ferðalöngun þeirra væri enn mikil.

Þeir ferðuðust kannski eitthvað styttra, jafnvel ódýrara en áður og leituðu að löndum þar sem þeir fengju hvað mest fyrir þýska markið. Sólarlöndin og þá sérstaklega Ítalía, Spánn og Tyrkland hefðu tekið á móti fleiri þýskum

ferðalöngum heldur en þau hafi nokkurn tíma þorað að vona. Í Túnis fóru Þjóðverjar fram úr Frökkum en það hefur aldrei gerst fyrr. Eins og ykkur er kunnugt um þá tókst okkur ekki að auka ferðamannastraum frá Þýskalandi þó að við fengjum fleiri beiðnir um upplýsingaefni heldur en nokkurn tíma áður og fáum þær enn. Núna í september tókum við á móti fleiri en 1000 fyrirspurnum, aðallega á tölvupósti. Norðurlandabjóðir voru allar óánægðar með Þýskalandsuppskeruna í sumar. Ástæður sem kollegar mínir gáfu voru aðallega efnahags- og stjórnmálaástandið sem og veðráttan sem í ár eins og í fyrra var norðurlandatúrisma mjög óhagstæð. Sumarið í stórum hluta Þýskalands byrjaði ekki fyrr en í ágúst en þá voru fríin í mörgum fylkjum búin. Síðast en ekki síst bentu þeir á að ÝPreis/LeistungsverhältnisÝ, hlutfallið milli gæða og verðs hefði alls ekki verið í lagi.

Hvernig aukum við okkar markaðshlutdeild ? Hvað gerum við á meginlandinu og í öðru lagi, hvað getið þið gert á Fróni?

Í fyrra var ráðin í samvinnu við Flugleiðir sölukona í Mílanó. Við opnuðum þar skrifstofu í ár og viljum meina að hún eigi stóran þátt í velgengni á Ítalíu. FMR er að undirbúa opnun skrifstofu í París og erum við vissir um hún muni bæta þjónustu okkar þar í landi og bera árangur þegar hún verður komin í samband við franska viðskiptavini. Í næstu viku munum við munum sækja norrænt "workshop" í Sviss sem allir binda miklar vonir við. Ég er að vona að við fáum loksins að ráða umboðsmann þar á næsta ári. Blaða-og sjónvarpsmenn komu frá Ítalíu og Hollandi til Íslands og skilst mér að ferð Hollendinga til Vestfjarða og Snæfellsness hafi verið sérlega vel heppnuð og vonandi árangursrík.

En snúum okkur aftur að Þýskalandi, og áður en lengra er haldið, vil ég biðja ykkur að virða fyrir ykkur nokkrar tölur:

Þjóðverjar eru 80 milljónir talsins.

Þeir fóru árið 1996 í 61 millj. ferða, sem stóðu lengur en 5 daga.

Á Íslandi gistu þeir 253.000 nætur.

Samkvæmt könnunni sem FMR stóð fyrir á árunum 1991/ 92 voru 99% allra Þjóðverja á Íslandi Ýbónafíde Ý túristar.

Til samanburðar eyddu allir Norðurlandabúar samtals 184.000 nóttum og voru margir þeirra ráðstefnugestir. Bandaríkjamenn gistu 60.000 nætur og Englendingar 78.000.

Í Þýskalandi erum við að skipuleggja stærri söluaðgerðir e.t.v. með svipuðum hætti og á árunum 1985 - 1987. Þá með styrk frá Norðurlandaráði og auknum framlögum frá ríkisstjórnnum landanna fimm. Landkynningarskrifstofur Norðurlandanna auglýstu sameiginlega í helstu blöðum og tímaritum, komu sameiginlega fram á ferðasýningum og héldu kynningarfundum með ferðaskrifstofum um allt Þýskaland. 35-45.000 fyrirspurnir bárust í kjölfar

Þessarar herferðar árlega. Þær voru síðan afgreiddar í gegnum sameiginlegt dreifingar fyrirtæki. Íslandsbæklingur FMR var hluti sameiginlegs upplýsingapakka. Sérstök áhersla var lögð á blaðamannafundi og -ferðir. Það er almennt talið að Ísland hafi verið sigurvegari þessarar samvinnu. Árangur Íslands var 46% aukning þýska ferðamanna á þessum þremur árum.

Áætlun norrænu landkynningarskrifstofanna fyrir árin 1998- 2000:

Verja árlega 5 milljónum marka í 3 ár, í svipaða herferð og fyrir 10 árum. Sameiginleg kynningarbréf hafa nú verið send ferðamálastjórum landanna 5 með beiðni um að setja sig í samband við ferðamálaráðherra og fulltrúa Norðurlandaráðs í hverju landi fyrir sig, til þess að fá þá, annað hvort, til að veita eða útvega nauðsynlegt fé til slíkrar herferðar. Í þessu sambandi er kannski fróðlegt að vita hvað keppinautar okkar hafa þegar gert til að vekja meiri athygli á sér á þýska markaðnum.

Landkynningarskrifstofur Svíþjóðar og Noregs t.d. fengu stóraukið auglýsingafé og var fjárhagur Noregs í Þýskalandi 10.5 millj. marka og Svíþjóðar 9 millj. marka. Landkynningarskrifstofa Íslands hafði rúmlega 600.000 mörk til að nota fyrir allt meginlandið. Norðurlöndin eru ekki þau einu sem við erum að keppa við, það ætti því öllum að vera ljóst að við gætum hreinlega gleymst og horfið af þýska markaðnum ef við tökum ekki þátt í baráttunni um þýska ferðamanninn. Samvinna við Skandínava finnst mér besta og ódýrasta aðferðin og vona ég að úr þessu geti orðið aftur. En ýmislegt annað höfum við þegar gert, eða ætlum að gera til að undirbúa árið 1998. Internet prógrammið okkar er að verða æ þekktara, endar sjáum við til þess að netföngin séu kynnt við hvenær sem tækifæri gefst. Við fengum t.d. nú í september yfir 1000 fyrirspurnir í tölvupósti.

Í samvinnu við Flugleiðir og Ísland Tours styrktum við kvikmyndaleiðangur þekktis, þýskis fyrirtækis í sumar, sem tók efni í alhliða heimildarmynd á Íslandi. Vil ég nota tækifærið og þakka öllum þeim fyrirtækjum og einstaklingum á landsbyggðinni sem styrktu þennan leiðangur. Ég hef skoðað efni það sem þeir komu með og er það glæsilegt.

Myndin verður tilbúin í desember og fer svo í dreifingu sem videó hjá stærsta dreifingar fyrirtæki Þýskalands og verður hún auk þess sýnd hjá tveimur ríkissjónvarps-stöðvum. Blaðamenn og ljósmyndarar sem munu skrifa greinar og flytja fyrirlestra fyrir okkur á vetri n.k. sendum við aðallega á svæði utan hringvegarins, í gönguferðir, á hestbak og á jökla landsins. Fyrsta verkefnið á næsta ári gæti orðið samstarf við FIRST ferðaskrifstofuhringinn sem samanstendur af samtals 103 ferðaskrifstofum sem eru með þeim bestu í Þýskalandi bæði hvað færni starfsfólks og viðskiptavini varðar. FIRST skrifstofurnar eru með öll bestu umboð í Þýskalandi. Hér er vonandi aftur tækifæri til að auka fjölda þjóðverja í skipulögðum ferðum. Samstarfið á m.a.

að felast í sameiginlegri kynningu á Norðurlöndum fyrir starfsmenn og viðskiptavinum, sameiginlegum blaðamannaferðum og dreifingu á sölu- og upplýsingaefni. Ef úr þessu yrði, myndu landkynningar-skrifstofurnar fimm, flutningsfyrirtæki til sjós og í lofti t.d. Flugleiðir, LTU, svo og heildsalar Wolters og Norden Tours taka þátt í samvinnunni.

En hvað getið þið hér á Íslandi gert til að bæta stöðu Íslandstúrisma á meginlandinu og þá sérstaklega í Þýskalandi?

Aðalmarkmiðið ættir að vera að leiðrétta ÝPreis/ Leistungs-verhaeltnisÝ þ.e. gera allt sem mögulegt er til að gæði verði í samræmi við verð. Ég eyddi mínu fríi, í sumar, á Íslandi og notaði mikinn tíma í að spjalla við túrista frá öllum heimsálfum. Flestir voru ánægðir með það sem þeir upplifðu en enginn með verðlagið. Stundum held ég að fólk sem er að byrja í hótél-og gistiheimilisrekstri eða annarri ferðaþjónustu, vanti ráðgjöf við verðlagningu þjónustunnar. Ég hef oft bent á að mér finnst sumar ferðaþjónustugreinar ekki fá nægilega mikla kynningu í bæklingum ferðaheildsala. Það er að einhverju leyti skiljanlegt, vegna þess að hver blaðsíða í slíkum bæklingum verði að gefa af sér ákveðna aukningu ferðamanna til að standa undir sér og af sérferðum getur maður ekki búist við árangri strax þannig að heildsalarnir sleppa því frekar. Einnig vantar sérþekkingu til að selja slíkar ferðir, á ég hér aðallega við silungs- og sjóstangaveiði, hestamennsku og alvöru gönguferðir upp í óbyggðir svo eitthvað sé nefnt.

Í Þýskalandi eru nær **50.000 íslenskir hestar** og líklega 150.000 manns tengjast þeim rekstri. Einn stærsti heildsali Íslandsferða í Þýskalandi sagði mér að hann seldi u.þ.b 80 hestaferðir til Íslands árlega. Aðrir selja eflaust mun minna. Hér held ég sé alveg óplægður akur og er ljóst að það nægir ekki að mæta einu sinni á tveimur árum á Equitana sýningu í Essen. Hún er aðallega sótt af forföllnum hestaáhugamönnum. Að mínum dómi þurfum við að snúa okkur að þeim sem vita ekkert eða lítið um hestinn okkar, t.d. á hinum mörgu almenningssýningum sem skrifstofan okkar tekur þátt í en þær eru sóttar af hundruðum þúsunda ferðaáhugamanna í leit að nýjum hugmyndum. Hér gætu hestafyrirtæki stutt umboðsmenn sína sem sameinast um þessar sýningar með því að vera annað hvort á básum í eigin persónu eða með því að leggja fram skreytingar og upplýsingar.

Veiði finnst heldur ekki í umræddum heildsölubæklingum. Það er ekkert skrítið því fáar ferðaskrifstofur geta leyft sér að ráða fagmann sem veit alveg nákvæmlega hverju megi beita, hvar megi geyma fiskinn og hvernig eigi að flytja hann. Ég sagði um daginn að veiðimenn í Þýskalandi væru u.þ.b.8 milljónir. Ég fékk víst rangar tölur, það eru aðeins 2.5 millj., með löggilt skírteini um að þeir megi veiða í sínu landi. Norðmenn hafa að undanförmu reynt að ná til veiðimanna í Þýskalandi með frábærum árangri. Kvikmyndafyrirtækið sem vann fyrir okkur í sumar framleiddi heimildarmynd um sjóstanga- og silungsveiði fyrir þá. Ég er með hana með mér og geta menn kannski séð af tíma til að horfa á

hana hér. Myndin var auglýst í fagblöðum veiðimanna, í bæklingum landkynningarskrifstofu Noregs og á ferðamörkuðum og hefur selst mjög vel. Reglulega er gefinn út bæklingur um alla veiðistaði í Noregi með tilheyrandi upplýsingum um veiði, en einnig um gæði gistingar, innkaupamöguleika, geymslu á fiski og hvernig er að komast á áfangastað.

20.000 Þjóðverjar fóru svo til Noregs í ár til að stunda silungs-og sjóstangaveiði og gistu 200.000 nætur!

Við á Íslandi eigum hér um bil 1600 silungsvötn og ár, og meiri fiskur spriklar í sjó í kringum Ísland en í flestum öðrum löndum. Hér ættum við að geta fengið væna sneið af markaðnum ef verð og aðstæður eru í lagi. Norðmenn og Írar bjóða gestum sínum þægileg veiðihús, bryggjur og mótorbáta, allt á viðráðanlegu verði. Flugfélögin flytja veiddan fisk síðan ókeypis til heimalands veiðimannsins. Árangur Norðmanna sýnir mér að það borgar sig að fjárfesta í veiði en það ber að hafa í huga að það hefur tekið þá mörg ár að byggja upp þessa atvinnugrein.

Ég fór í margar **gönguferðir** í sumar. Sumar þeirra mjög erfiðar fyrir óvanan mann eins og mig, en tilvaldar fyrir vana göngumenn. Sorglegt var að sjá bíla fara með aðeins 3 - 5 manns í Laka eða í Lónsöræfin, stórkostlegar ferðir með góðri leiðsögn.

Ég notaði öll tækifæri sem ég hafði til að spyrja ferðamenn hvers vegna þeir færu ekki í þessar ferðir. Flestir báru það fyrir sig, að þeir hefðu ekkert vitað um þær og væru einfaldlega ekki búnir undir þetta. Ég trúði þeim vegna þess að landkynningarskrifstofa ykkar í Þýskalandi fær sjaldan upplýsingar um möguleika sem svæðin ykkar hafa upp á að bjóða. Það nægir ekki að ferðamaðurinn finni tilboðin ykkar þegar hann er kominn til landsins! Hann verður að geta undirbúið ferðina áður en hann kemur til Íslands. Í Þýskalandi eru 3.600 göngufélög og það er auðvelt og ódýrt að komast í samband við þau. En til þess að slíkt beri árangur þyrfti að vera til bæklingur um alla helstu göngumöguleika á Íslandi. Við á skrifstofu okkar höfum þekkingu sem þarf til að geta mælt með sértúrisma. Ef þið, heimamenn hafið þolinmæði og eruð reiðubúnir að leggja eitthvað fé til kynningar, þá erum við ávallt reiðubúnir til að ræða við ykkur um sameiginlegar aðgerðir.

Túrisminn er að breytast þessa dagana og þótt við leggjum okkur enn meira fram en áður við að fá ferðamanninn í skipulagðar ferðir, mun hann samt í vaxandi mæli koma til landsins á eigin vegum. Flugfargjöld eru einungis brot af því sem þau voru fyrir nokkrum árum og hvetja því ferðalanginn til þess. Auk þess hefur hann lært að ferðast á eigin vegum og getur sótt upplýsingar í hinar mörgu leiðsögubækur og nú einnig á alnetið og fyrir vikið til okkar á skrifstofu FMR.

Að lokum vil ég ítreka nokkur atriði sem mér finnst nauðsynlegt að hafa í huga þegar við reynum að auka okkar markaðshlutdeild og að ná í ferðamenn sem hafa tapast.

VIÐ VERÐUM AÐ AUGLÝSA MEIRA!

Keppinautar okkar auglýsa nú mun meira og við gætum hreinlega bara horfið af markaðnum ef við herðum okkur ekki.

VIÐ VERÐUM AÐ EINBEITA OKKUR MEIRA AÐ PRENTUN SÉRHÆFÐRA BÆKLINGA!

Þeir eiga að gefa ferðamönnum heildarmynd á framboði á t.d. gönguleiðum, hesta- og veiðimennsku og öðrum afþreyingar-möguleikum.

VIÐ VERÐUM AÐ BÆTA FRAMBOÐ OKKAR!

T.d. verða hótélherbergi að vera með baði, ákveðinn fjöldi með baðkeri. Rútbílar verða að vera með öll helstu almennu þægindi.

VIÐ VERÐUM AÐ HAFA VERÐ Í SAMRÆMI VIÐ GÆÐI!

VIÐ VERÐUM AÐ FINNA NÝJA VIÐSKIPTAVINI!

Ég nefndi hestamenn, veiðimenn og göngumenn en að sjálfssögðu eru til fleiri tegundir af ferðamönnum.

VIÐ VERÐUM AÐ STÓRBÆTA UPPLÝSINGASTREYMIÐ!

Ferðamaðurinn verður að fá tíma til að undirbúa sig áður en hann kemur til landsins.

VIÐ VERÐUM AÐ VINNA SAMAN!

Einar Gustavson

Bandaríkjamarkaður, ástand og horfur.

Bandaríkin eru stórt og auðugt land með nánast ótakmarkað viðskiptafrelsi og eina hæstu einkaneyslu á mann í veröldinni. Þegar litið er til framtíðar á Bandaríkjamarkaði þá er ljóst að þessi markaður er einn besti valkostur okkar til markaðssetningar Íslands sem ferðamannalands. Íbúafjöldi í Bandaríkjunum er rúmlega 260 milljónir og búa flestir við mjög góðan efnahag. Af um 260 mill. hafa 40 mill. vegabréf og ferðast um 20 mill. til útlanda á ári hverju. Til Evrópu fara tæpar 10 mill. árlega og um helmingurinn af þeim fer til Bretlands. Vaxtarmöguleikar fyrir Ísland á þessum markaði eru miklir. Markaðssetning á Íslandi sem óspilltri náttúruverlu með heilnæmu lofti, sérstæðri menningu og háþróuðu þjóðfélagi. Allt þetta innan við fimm tíma flugferð.

Bandaríski ferðamarkaðurinn er mjög kröfuharður og jafnframt mjög þróaður markaður og hefur markaðs- og kynningarstarfsemi okkar undanfarin ár hvað mest einbeitt sér að vel menntuðu efnafólki. Þeir Bandaríkjamenn sem eftirsóttastir eru fyrir okkur er hinn svokallaði 50+ markaður. Þessi markhópur

hefur yfirleitt unnið dyggilega um ævina, lítil frí tekið en er nú með uppsafnaða sjóði og mikla þörf fyrir að ferðast og auðga andann. Þetta fólk er líka fremur öðrum tilbúið að koma hingað þó um hávetur sé. Þetta er efnameira fólk og þótt tímabundnar niðursveiflur í efnahagslífinu eigi sér stundum stað þá er þetta sá hópur sem síst er háður slíkum sveiflum.

Markaðssetning Íslands í Bandaríkjunum hefur verið byggð upp á mjög skipulagðan hátt, og hefur þróast að mestu í 3 aðalflokka sem einkenna samsetningu markaðsins, fyrst ber að nefna ferðamenn í háönn, sem eru náttúruunnendur sem koma hingað til að kynna náttúru og menningu landsins. Þessi hópur dvelur yfirleitt all lengi hér, ferðast að töluverðu leyti út á land, allavega hluta ferðarinnar og borgar háar fjárhæðir fyrir ferðina. Næst koma ferðamenn sem eiga viðkomu, viðkomufarþegar svo kallaðir, þeir stoppa stutt jafnvel ekki nema 1-3 daga en er hér á ferð allt árið og eyða tiltölulega miklu meðan á dvöl stendur. Þá er það þriðji hópurinn, það eru ferðamenn sem koma hingað í skyndiferð og stuttferð. Þessi hópur dvelur stuttan tíma, borgar lítið fyrir þakkann yfirleitt en kemur að mestu að vetrarlagi en eyðir miklu á meðan á dvöl stendur.

Þróun á komum Bandaríkjamanna til Íslands

Á 5 ára tímabili hefur orðið regluleg, örugg fjölgun á Bandaríkjamönnum til Íslands, fjölgunin er um 10.000. Aukning hefur sérstaklega orðið á tímabilinu frá febrúar-apríl og frá september-desember.

Það eru um 60-70.000 manns sem fara hér í gegn með Flugleiðum á hverju ári, án þess að hafa viðkomu, það þyrfti að herja miklu meira á þann hóp. Bandaríkjamenn sem hingað koma eru oft með aðra ákvörðunarstaði í huga, auðveldara að ná þeim því þeir eru þá opnir fyrir fleiri stöðum en það er líka auðveldara að missa þá.

Bókunarfyrirvari

Ástæður fyrir því að við náum ekki risi á sumrin er að bókunarfyrirvari Bandaríkjamanna er mjög stuttur. Þeir vilja alltaf mjög góð hótél hvar sem þeir eru og þau eru oft uppbókuð og flugin líka. Því eru þeir settir á biðlista. Eins og kom fram áðan eru þeir með fleiri áfangastaði í huga þannig ef þeir þurfa að bíða lengi eru þeir farnir e-ð annað.

Veikleiki og hættur á markaðnum

Bandaríkjamarkaður er ákaflega stór og yfirgripsmikill markaður. Smæð okkar á þessum markaði er átakanle og allar markaðsaðgerðir eru mjög dýrar og áhættusamar. Það þarf mikla fjárhæðir í markaðssetningu og samkeppni er mjög mikil, er því mjög auðvelt að verða undir í þeim leik. Samkeppniöld okkar hafa yfirleitt öll mun meiri peninga til auglýsinga og markaðssetningar og auka nú enn sóknina með auknum auglýsingum markaðsþeningum.

Sameiningar og samsteypa

Það eru um 40.000 ferðaskrifstofur í Bandaríkjunum, þar af eru um 30.000 sem selja Evrópuferðir, 12-13.000 sem selja ferðir til Íslands. Þessar ferðaskrifstofur eru að sameinast í heildir og eru flugfélög að komast inn í þessar heildir og jafnvel að stofna mjög stór fyrirtæki sem selja ferðir þannig að 20 stærstu ferðaskrifstofum í Bandaríkjunum sem selja Evrópuferðir eru í eign flugfélaga.

Hátt verðlag

Verðlag á Íslandi er alltof hátt í ýmsu sem snertir ferðamenn, s.s. matur, áfengir drykkir, bílaleigubílar svo nokkuð sé nefnt. Þar sem Ísland er mjög einangrað og ekki hægt að keyra hingað á fjölskyldubílum þá þarf verð á bílaleigubílum að vera lægra hér en annarsstaðar. Ísland fer verulega á mis við stærsta markhópinn sem er fjölskyldan vegna verðlags á þessum þætti.

Hvalveiðar

Menn eru ákaflega viðkvæmir fyrir hvalveiðum. Hvalveiðar og deyðun villtra dýra má í sumum tilfellum jafna við trúarbrögð í landinu þannig að ef Íslendingar ákveða að hefja hvalveiðar í ágóðaskyni að nýju gæti það valdið okkur erfiðleikum.

Vöruþróun

Þó að í dag sé boðið upp á mikið af ferðamöguleikum fyrir ferðamenn sem heimsækja Íslands þá er mikið af þeirri vöru orðin of gömul og greinileg þreytumerki farin að koma fram. Samkeppni og markaður kallar á stöðuga endurnýjun og þróun vörunnar.

Verslun

Þegar Bandaríkjamenn taka ákvörðun um ferð og áfangastað þá eru verslunarmöguleikar mjög hátt á lista þeirra. Þeir velta mikið fyrir sér hvort það sé gott að versla eða ekki. Ísland kemur ekki vel út í skoðanakönnunum en það virðist vera vilji til að breyta þessu.

Hótel

Bandaríkjamarkaður krefst yfirleitt mjög góðra hótela. Okkur hefur ekki tekist að koma Bandaríkjamönnum, sem hingað koma, nógu mikið út á land og eru hótelin ein af ástæðunum fyrir því.

Góð þekking á markaðnum

Íslenskir ferðaþjónustuaðilar hafa stundað markaðssetningu í Bandaríkjunum í áratugi, þetta hefur mikla samkeppnislega þýðingu og minnkar áhættuna verulega.

Góð ímynd Íslands

Þótt Ísland sé ekki mjög vel þekkt á Bandaríkjamarkaði þá er ímynd landsins mjög góð. Óspillt náttúra, hreint loft, háþróað þjóðfélag, vingjarnlegt fólk, öryggi og almenn enskukunnátta.

Vetrarferðir

Athyglisverður árangur hefur náðst í vetrarferðum til Íslands. 2/3 bandarískra ferðamanna sem koma hingað til lands koma utan háannatíma.

Veðráttta Íslands

Bandaríkjamenn velja ekki áfangastað eftir hvar viðrar best.

Hágæða ferðapjónusta

Bandarískir ferðamenn eru líklega þeir kröfuhörðustu sem finnast. Íslensk ferðapjónusta hefur á undanförunum árum gert mikið gæðaátak og veitir yfirleitt jafn góða þjónustu. Kvartanir frá bandarískum ferðamönnum eru sárafáar og kemur fram í skoðanakönnunum að þeir fara ánægðir heim eftir dvölinna á Íslandi.

Þróun og sérhæfing lúxusferða

Íslendingar hafa vanrækt lúxusmarkaðinn til þessa, hann er í örum vexti í Bandaríkjunum og byggist á mjög góðri þjónustu.

Skemmtiferðaskip

Mikil aukning á þessu sviði er möguleg, bæði að laða fleiri bandarísk skip og efnaða Bandaríkjamenn á okkar slóðir og einnig að lengja dvöl þeirra hér á landi.

Vestur Íslendingar

Skrásetningarátak er í gangi á Vestur Íslendingum. Hafin er markaðssókn í þennan mikilvæga markhóp og eru þar gríðarlega miklir möguleikar.

Samnorræn markaðssetning

Ferðamálaráð hefur um árabíl verið þátttakandi og meðeigandi í Norrænu kynningarstarfi í Bandaríkjunum. Búið er að auglýsa fyrir um 150 mill. króna á síðustu 7-8 mánuðum og er útkoman mjög góð.

Ný fjarskiptatækni

Mikil og ör þróun á sér stað á sviði fjarskiptatækni. Fax, netsamskipti og ódýr símtöl. hjálpa verulega við að draga úr einangrun Íslands.

Markaðshorfur

Mikill og stöðugur efnahagsvöxtur hefur átt sér stað undanfarin ár, atvinnuleysi í lágmarki og verðbréf hafa margfaldað verðgildi sitt á stuttum tíma. Bandaríkjamenn eiga því uppsafnaða sjóði og finnst þeir því hafa ráð á að ferðast.

Samgöngur milli landanna að stóraukast

1996 flugu Flugleiðir um 950 flug milli Íslands og Bandaríkjanna. Á þessu ári verða flugin um 1.200 og á næsta ári er gert ráð fyrir um 1.500 ferðum, 1999 er áætlað að flugin verði 1.750. Komum Bandaríkjamanna hefur fjölgað um

10.000 manns á sl. 5 árum, aukningin mun halda áfram og jafnvel færast í aukana og má búast við að hún verði um 10.000 í viðbót á næstu 2 árum.

Í lokin....

Til þess að ná viðskiptunum þarf að bjóða upp á þær vörur sem markaðurinn er að leita eftir hverju sinni og er þörf mikilla nýjunga í vöruvali hjá íslenskum ferðaframleiðendum. Þróun markaðsins er hröð og sífelldar breytingar eiga sér stað. Hver markaður hefur sínar þarfir og séreinkenni. Við verðum því að mæta þessum sérþörfum en ekki að reyna að selja öllum sömu vöruna. Sama á við um skipulagningu ferða.

Umræðufundir

A) Miðhálandið.

Frummælandi: Þorsteinn Hilmarsson, Landsvirkjun

Frummælandi lýsti sjónarhorni Landsvirkjunnar gagnvart skipulagstillögunni og tíundaði ýmsar athugasemdir sem þeir hafa komið á framfæri.

Í máli fundarmanna komu fram mjög margar og fróðlegar athugasemdir, s.s.;

- Að samráð samráðsnefndar við ferðaþjónustuna hafi verið bæði óljóst og óformlegt.
- Að ferðaþjónustan eigi að fara fram á að landssvæði verði tekin frá vegna skorts á forsendum og vitneskju til framtíðar um þarfir hennar í nýtingu miðhálandisins.
- Að forskot Landsvirkjunar í allri forvinnu vegna skipulagstillögunnar sé augljóst vegna fjármagnsyfirburða þeirra til að vinna allar forsendur sínar og rannsóknir.
- Að skilgreina þurfi hvað sé miðhálandi.
- Að það eigi ekki að vera hlutverk þessarar skipulagsvinnu að ákveða hvernig framkvæmdum, hvorki ferðaþjónustunnar né orkugeirans skuli háttað, t.d. hvernig gistiaðstaða skuli vera o.s.frv.
- Að það sé mjög bagalegt hversu mikið skorti í allri tillögugerðinni um ferðaþjónustu að gengið sé út frá nýjustu gögnum en einungis notast við gamlar forsendur eða engar.
- Að taka frá svæði sem hafa sérstaka þýðingu fyrir ímynd landsins, eins og t.d. Dettifoss.
- Að fara skuli með varúð vegna ferðaþjónustunnar, þ.e. vegna þeirrar frumvinnu innan hennar sem nú er í gangi.

- Að skipulagstillögugerðin hafi í raun orðið til þess að heildarumræða hófst og hún eigi að halda áfram í mikilli samvinnu allra hagsmunaaðila.
- Að fyrst hefði þurft að komast að niðurstöðu um nýtingarþörf allra þátta á miðhálandinu og taka síðan til við skipulagsvinnuna.
- Að nauðsynlegt sé fyrir ráðamenn að skoða betur til framtíðar æskilega þróun atvinnuuppbyggingar með hliðsjón af nauðsyn framkvæmda, t.d. skapist 100 störf við kaup Flugleiða á einni flugvél en nauðsyn framkvæmda sáralítill.
- Að Ferðamálaráð standi fyrir sameiginlegum fundi ferðaþjónustunnar - Landsvirkjunar - landbúnaðar - náttúruverndar o.fl.

Tillaga var um að halda fundinn í Reykholti þar sem m.a. er gamalt orku- og afþreyingarmannvirki - Snorralaug.

B) Svört atvinnustarfsemi

Frummælandi: Erna Hauksdóttir, framkvæmdastjóri SVG

1. Háir skattar.

Því hærri sem skattar eru þeim mun meira er upp úr undanskotum að hafa.

2. Fjárhagserfiðleikar fyrirtækjanna.

Fjárhagserfiðleikar leiða oft til þess að fyrirtæki grípi til undanskota til að minnka skattbyrði.

3. Flóknar, óskýrar og ósanngjarnar reglur.

Virðisaukaskattskerfið er flókið og mismunun mikil milli fyrirtækja og atvinnugreina.

4. Of auðvelt að stunda skattsvik.

Skattyfirvöld ráða lítið við vandann og bæði löggjafarvald og framkvæmdavald hafa staðið sig slælega. Afleiðingin er sú að skattsvik eru þjóðarsport og þótt menn hafi verið staðnir að verki borgar sig að taka þátt þar sem refsingar hafa verið mun minni en upp úr skattsvikunum er að hafa.

HVAÐ ER TIL RÁÐA?

1. Lækka skatta.
2. Einfalda skattkerfið/reglur.
3. Virkara skattaeftirlit.
4. Strangari refsingar.
5. Strangari skilyrði leyfa.
6. Umbun til heiðarlegra fyrirtækja.
7. Auka aðhald með strangara eftirliti.

Fram kom í umræðum að svört atvinnustarfsemi blómstri einnig vegna ríkjandi viðhorfs almennings til skattsvika. Það var samdóma álit hópsins að skattasiðferði í landinu sé stórlega ábótavant. Lögð var áhersla á að ná þyrfti þjóðarsátt, þ.e. meðal stjórnvalda, atvinnulífsins og almennings, um að allir sitji við sama borð og að leikreglur samfélagsins séu virtar. Það var sérstaklega rætt að hið opinbera þurfi að ganga á undan með góðu fordæmi og fara að sínum eigin reglum um leið og fram fari endurskoðun á gildandi lögum og reglum. Það var ennfremur samdóma álit hópsins að skattsvik fari vaxandi í ferðapjónustu og sé orðið eitt af stærstu vandamálum atvinnugreinarinnar. Stórherða þarf skatteftirlit svo komið verði í veg fyrir að fyrirtæki í ferðapjónustu þurfi áfram að eiga í samkeppni við fyrirtæki sem sniðganga lög og reglur samfélagsins.

C) Arðsemi til endurnýjunar

Frummælandi: Þorleifur Þór Jónsson, framkvæmdastjóri

Hópfærðamiðstöðvarinnar.

Hvað er arðsemi? Hvernig er hægt að ná fram arðsemi í ferðapjónustu?

Fundarmenn voru sammála um að arðsemi væri heldur lítil og arðsemisdæmi sem frummælandi tók voru mjög sláandi þar sem að arðsemin hefur í mörgum þáttum ferðapjónustunnar farið niður á við á síðustu árum. Það eru gerðar ákveðnar kröfur um arðsemi í alvöru atvinnugreinum. Einn þátturinn sem fundarmenn töldu að stæði því fyrir þrífum að ferðapjónustan gæti skilað arðsemi er sá að svo stór hluti af ferðapjónustunni er ekki "alvöru", má nefna t.d. að stór hluti af afþreyingunni er um tveggja mánaða fyrirbæri. Það þykir gott að hafa þokkalegar meðaltekjur hluta úr ári án þess að líta til þess að það þurfi að hafa arð af tilkostnaði. Fundarmenn töldu jafnvel of auðvelt að komast yfir fé til að koma af stað ferðapjónustu af einhverju tagi. Liggur vandinn í því að vitneskja lánastofnana sem eru að lána til ferðapjónustu, þ.e. þá bankanna, um arðsemismöguleika í ferðapjónustunni er ekki til staðar. Ferðamálasjóður er sú stofnun sem hefur einhverja fagþekkingu á háttum og arðsemi í ferðapjónustu en lánamöguleikar hans eru náttúrulega mjög takmarkaðir. Oft þegar hugmyndir manna fá ekki brautargengi hjá Ferðamálasjóði þá er oftast en ekki hægt að fara í banka og fá lán þó að Ferðamálasjóður hafi sýnt fram á að hugmyndin geti ekki skilað arði. Þannig að of auðvelt aðgengi inn í greinina er vandamál sem þarf að taka á.

Nánast hvergi er krafist einhvern þekkingar þegar ferðapjónustufyrirtæki eru stofnuð, má t.d. nefna að til þess að reka hópfærðaskrifstofu þarf forstöðumaðurinn einungis að hafa meirapróf, hann þarf ekki að hafa nokkurt vit á rekstri o.þ.h. Þetta veldur því að fyrirtæki eru stofnuð án þess að það sé nógu vel ígrundað og þar af leiðandi er stöðug grysjun í greininni sem veldur því að greinin verður ekki nógu vönduð.

Þekktur vandi í arðseminni eru þessar gríðarlegu sveiflur í nýtingunni, háir toppar í háönninni en lognast síðan út af. Þá er setið uppi með mikla fjárfestingu

heima í héraði því óneitanlega er vandinn stærstur á landsbyggðinni. Grundvöllur af arðsemi er að reyna að dreifa nýtingunni yfir lengri tíma, ef það gengur ekki með góðu þá væri ráð að setja þak til þess að við gætum hreinlega ekki tekið við þessum mikla toppi en reynt að pressa á ferðamenn til að koma yfir lengra tímabil. Ekki eru allir sammála um hvernig á að fara að því og hvort það sé yfirleitt mögulegt. Gæðaflokkun er hugsanlega grunnur að aukinni arðsemi, gæði og verð haldist þá í hendur. Ferðamaðurinn viti nákvæmlega hvað hann er að kaupa. Á að setja menntunarkröfur? Á að gera stífari hollustukröfur? o.s.frv. Á greinin að sjá um þetta sjálf eða einhver opinber aðili?

D) Nýsköpun í ferðaþjónustu á Íslandi

Frummælandi: Árni Gunnarsson, framkvæmdastjóri Íslandsferða,

Með tilliti til stöðugra breytinga á þörfum neytenda, tækninýjunga og samkeppni er þróun nýrra vara geysilega mikilvæg fyrir fyrirtæki. Nýsköpun er skilgreind sem hugmynd, vara eða tækni sem hefur verið þróuð og markaðssett til neytenda sem líta á vöruna sem einstaka og/eða nýja. Til að standa vel að nýsköpun þurfa fyrirtæki að hafa skilning á þörfum neytenda og markaðarins og skilgreina í hvernig samkeppni það býr við.

Árangursrík nýsköpun verður sífellt erfiðari í framtíðinni, sterk samkeppni leiðir til dreifingar á markaðnum sem þýðir að fyrirtæki verða nú í auknum mæli að einbeita sér að minni mörkuðum sem gæti þýtt minni sölu og hagnað fyrir hverja vöru sem fyrirtækið býður upp á. Kostnaðurinn við vöruþróun og að koma nýrri vöru á framfæri kemur til með að aukast og er það orðið þannig að sum fyrirtæki sjá sér ekki fært að standa í nýsköpun heldur einbeita þau sér að því að bæta þær vörur sem fyrir eru og eða taka upp eftir öðrum frekar en að standa í kostnaðarsamri vöruþróun sjálf.

Fyrirtæki þurfa að takast á við það vandamál að þróa nýja vöru til að lifa af en um leið eru miklar líkur á því að nýsköpunin beri ekki árangur. Lausnin liggur í góðri skipulagningu og undirbúningsvinnu.

Skýr skilaboð eru mikilvæg frá stjórnendum eins og til hvers er ætlast innan fyrirtækis varðandi vöruþróun. Áætla þarf fjármagn í nýsköpun. Fjallað er um þróunarferli nýsköpunar og það samanstandi af eftirtöldum þáttum í stórum dráttum;

- Leit að hugmyndum innan veggja fyrirtækisins.
- Leit að hugmyndum meðal viðskiptavina og samkeppnisaðila, dreifi -og þjónustuaðila
- Prófa vöruna
- Hver er markhópurinn?
- Staðsetning vörunnar á markaði.

- Áætla hlutdeild vörunnar á markaði.
- Framleiða og prufa vöruna á sýningum.

Það eiga sér stað stöðugar breytingar á þörfum neytenda og þessu þurfa fyrirtæki að bregðast við. Hvalaskoðunarferðir eru dæmi um nýsköpun. En til þess ber að líta að markaðurinn var fyrir hendi. Markaðurinn var þarna og tækifærið var gripið en ekki var unnið áður markvisst né skipulega. Sjá mætti fyrir sér lengri ferðir þar sem farið væri á milli staða í hvalaskoðun.

Bláa Lónið varð til vegna tækninýjunga. Þar til viðbótar hefur komið til framleiðsla á húðvörum sem hafa náð mjög mikilli athygli. Græn ferðamennska er vara sem krefst meiri þróunar. Golf ferðir eru ekki kynntar nægilega markvisst og mætti koma betur til skila til neytenda. Líftími fyrirtækja í dag stendur og fellur með nýsköpun. Ánægjulegt er til þess að vita að Ferðamálaráð ætli að veita nýsköpunarverðlaun til fyrirtækja í ferðaþjónustu á Íslandi.

Umræður úr sal:

Hvernig fer litli maðurinn í afdalnum af stað? Setja hugmynd á blað og afla sér vitnesku um markaðinn. Hægt er að gera það með ýmsu móti, t.d. hafa samband við ferðamálafulltrúa á viðkomandi svæði, skrifstofur Ferðamálaráðs á Íslandi og erlendis. Varast að þróa vöru sem síðan kemur í ljós að ekki er þörf fyrir.

Nefnt að í könnunum Ferðamálaráðs sé eingöngu spurt um fortíðina, hvert fórstu o.þ.h. Það vantar að leita eftir ábendingum frá ferðamönnum og hvað þeir vildu gera á Íslandi.

Fullt af fólki um allt land er að vinna að uppbyggingu í ferðaþjónustu. Hvar er aðgengilegt fjármagn eins og styrkir og eða víkjandi lán fyrir þá sem vinna að nýsköpun í ferðaþjónustu. Mikið er leitað til Ferðamálaráðs varðandi slíkar upplýsingar, Byggðastofnun hefur sinnt þessu fyrir fyrirtæki í dreifbýli, einnig Rannsóknarráð ríkisins.

Heildarstefnu vantar fyrir landið og kraftarnir eru alltof dreifðir í markaðssetningu. Gæti Nýsköpunarsjóður atvinnulífsins nýst ferðaþjónustu? Nauðsynlegt að álykta um að tekið verði tillit til ferðaþjónustunnar. Mismunurinn hvað landsbyggðin hefur aðgang að fleiri sjóðum en Reykjavík. Það vantar að skapa grundvöll svo nýsköpun eigi sér stað. Hér er ekki ýtt undir nýsköpun. Betra væri að veita lán en styrki, t.d. úr áhættulánasjóði. Það þarf að gera tilraunir með vöru. Sumt gengur, annað ekki en það er nauðsynlegt að vera sannfærður um ágæti vörunnar.

Hlutverk Ferðamálaráðs á að vera að vekja athygli á ferðaþjónustunni og gæta þess að hún gleymist ekki. Ráðstefnur Ferðamálaráðs hafa ekki náð þeim

slagkrafti sem vonir hafa staðið til. Ekkert hefur verið gert með ályktanir frá ráðstefnunni.

Stjórnámálamenn verða að fara að taka eftir ferðaþjónustunni og atvinnusköpun þúsunda manna í landinu að ógleymdri gjaldeyrissköpun hennar. Þetta er atvinnugrein sem skiptir meginmáli og ekki hægt að láta lengur eins og hún sé ekki til. Fagleg umræða fátækleg í greininni hjá íslenskum fjölmiðlum. Umfjöllun um ferðamál sett í léttu dægurmálakálfa, t.d. blaðanna. Meðan sjávarútvegurinn hefur öflugt sérblað svo dæmi sé tekið. Ef umfjöllunin verður gerð viðskiptatengdari þá verður atvinnugreinin gildari.

Rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar - ekki eru til nægjanlega skýrar reglugerðir varðandi t.d. öryggismál. Bæta má upplýsingaflæði í greininni því upplýsingaskorturinn er hamlandi.

Það kom fram hugmynd um að Ferðamálaráð setji á stofn nýsköpunarkaupstefnu sem kynni fyrir ferðaskrifstofum það sem fólk um allt land er að þróa og hugsa - allir fá að vita hvað er að gerast. Brúa þarf bil milli framleiðenda og söluaðila. Mikilvægt er að koma upp upplýsingabanka fyrir greinina sjálfa.

Ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs haldin daganna 9. og 10. október 1997 hvetur stjórn Nýsköpunarsjóðs atvinnulífsins og Fjárfestingarbanka atvinnulífsins til þess að taka jafnt tillit til ferðaþjónustunnar í starfsemi sinni í framtíðinni og annara atvinnugreina.

Ferðaþjónusta er ein af umfangsmestu atvinnugreinum landsins. Tekjur af erlendum ferðamönnum voru tæplega 21 milljarður árið 1996 og hafði aukist um 31% frá árinu 1993. Vöruþróun, ekki síst í afþreyingu, er nauðsynleg til að atvinnugreinin geti dafnað en skortur á fjármagni hefur hamlað eðlilegri þróun í þessum efnunum.

Oddný Þ. Óladóttir

Heilsárskönnun FMR, Kynning á heilsárskönnun Ferðamálaráðs og niðurstöðum sumarmánuðina 1997.

Inngangur

Á árinu 1996 var byrjað á reglubundinni könnun meðal erlendra ferðamanna á vegum Ferðamálaráðs Íslands. Könnunin er liður í fjögurra ára áætlun ráðsins um upplýsingasöfnun um ferðamenn á Íslandi. Aðdragandann að verkefninu má rekja til umræðunnar um skort á talnagögnum í ferðaþjónustu á undanförunum misserum. Ferðamálaráð leitaði eftir stuðningi og samvinnu ferðaþjónustufyrirtækja, hagsmunasamtaka í ferðaþjónustu, opinberra aðila og stofnana við framkvæmd verksins. Hagsmunaaðilar voru m.a. beðnir um að meta þörfina fyrir tölfræðilegar upplýsingar um ferðamenn (erlenda og innlenda) og hvernig þeir töldu best að nálgast þær. Þetta var gert með það í huga að hanna könnun í samræmi við þarfir þeirra. Niðurstaðan varð síðan sú

að fara af stað með reglulega upplýsingasöfnun um ferðamenn - þ.e. safna marktækum gögnum sem hægt er að bera saman frá ári til árs. Fyrirtækjum var/er gert kleift að gerast áskrifendur að niðurstöðunum en þær hafa komið út í skýrsluformi alls fjórum sinnum frá því gagnasöfnunin hófst.

Stöðug upplýsingasöfnun um ferðamarkaðinn er m.a. liður í að mæla samsetningu hans eftir árstíðum. Leitast er við að svara spurningum sem ætla má að nýtist sem flestum í íslenskri ferðaþjónustu á hverjum tíma. Þannig munu niðurstöðurnar leiða í ljós samsetningu ferðamarkaðarins eftir árstíðum, ferðahegðun hans, væntingar, þarfir, útgjöld, eyðsluhætti, viðhorf o.fl. Niðurstöðurnar munu veita svör við ýmsum sértækum spurningum um ferðamarkaðinn, jafnframt því að veita heildarsýn.

Könnunin fer fram í Leifsstöð og á Seyðisfirði. Spurningalisti er lagður fyrir ferðamenn við brottför úr landinu. Við framkvæmd og úrvinnslu er ferðaárinu skipt í fjórar árstíðir. Úrtakið er vegið út frá daglegum brottfarartölum Útlendingaeftirlitsins til að leiðrétta frávík milli úrtaks og raunverulegrar samsetningar þjóðerna. Þannig eru allar tölur um fjölda ferðamanna vegnar og markast niðurstöðurnar af því. Við úrvinnslu eru félagsleg einkenni allra svarenda greind (þjóðerni, starfsstétt, menntun, aldur, kyn og tekjur) greind og félagsleg einkenni eftir þjóðerni. Svör við einstökum spurningum eru unnin eftir þjóðerni, markaðssvæðum, þjóðfélagsstöðu (kyni, aldri, starfsstétt, menntun og tekjum), tegund ferðar, tilgangi - og yfir sumarmánuðina eftir fararmáta til landsins flug/skip, og gistimáta. Þannig ættu nær allir að geta fundið upplýsingar sem að gangi koma við ákvörðunartöku og uppbyggingu í atvinnugreininni.

Meginmál

Í eftirfarandi umfjöllun ætla ég að kynna nokkrar niðurstöður úr sumarkönnun Ferðamálaráðs - nýlega hefur verið unnið úr þessum niðurstöðum og verða þær sendar áskrifendum innan skamms. Könnunin var gerð á tímabilinu frá 1. júní til 31. ágúst 1997. Könnunin náði til tæplega 3000 ferðamanna sem er um 3% svörun. Um 96.400 ferðamenn fóru frá landinu á tímabilinu - 91.200 þús ferðamenn með flugi og 5.200 með Norrænu ferjunni.

Þjóðfélagsstaða

60 prósent voru karlar, 40 prósent konur - tæplega helmingur á aldrinum 26-45 ára, ríflega þriðjungur á aldrinum 45-55 ára, rúmlega einn af hverjum tíu, yngri en 25 ára og tæp 6%, 66 ára og eldri.

Tilgangur ferðar

Tæplega átta af hverjum tíu ferðamönnum voru í fríi, fimmtungur í viðskiptaerindum, á fundi eða á ráðstefnu. Tæplega einn af hverjum tíu var í heimsókn hjá vinum og ættingjum, um fjögur prósent í náms- eða rannsókniferð. Tæp sjö prósent komu til landsins í öðrum tilgangi.

Hvaðan kom hugmyndin að Íslandsferð?

Tæplega helmingur sagðist hafa fengið hugmyndina vegna áhuga á náttúru landsins, um fjórðungur hefði fengið hugmyndina hjá vinum/ættingjum og tæplega fimmtungur vegna auglýsingar/greinar um Ísland. Um fjórtán prósent fengu hugmyndina við lestur bæklinga/handbóka, tæplega þrettán prósent vegna íslenskrar menningar og sama hlutfall vegna fyrri ferðar. Ljósvakamiðlar kveiktu hugmyndina hjá tæpum átta prósentum og fyrirlestur/skyggusýning hjá rúmlega sex prósentum. Tæplega fjórðungur nefndi annað.

Hve mörgum mánuðum fyrir brottför varð hugmyndin að Íslandsferð til?

Svarendur fengu hugmyndina að ferðinni að jafnaði þremur árum fyrir brottför. Flokkun eftir tímabilum gefur mun betri vísbendingu um þetta ferli. Tæpur fjórðungur fékk hugmyndina innan fjögurra mánuða fyrir brottför, tæplega fimmtungur fjórum til átta mánuðum fyrir brottför, rúmlega fimmtungur níu til tólf og tæplega tólf prósent 13-24 mánuðum fyrir brottför. Fjórðungur fékk hugmyndina meira en 24 mánuðum fyrir brottför.

Hve mörgum mánuðum fyrir brottför var endanleg ákvörðun tekin um ferðina?

Svarendur tóku endanlega ákvörðun um ferðina að jafnaði níu mánuðum fyrir brottför. Helmingur fékk hugmyndina innan fjögurra mánuða fyrir brottför, tæplega þriðjungur fjórum til átta mánuðum fyrir brottför og tæplega sextán prósent níu til átta mánuðum. Tæp sex prósent tóku endanlega ákvörðun með ársfyrirvara eða meira.

Komu önnur lönd en Ísland til greina?

Rúmlega fjórðungur (28,8%) sagði að annað/önnur lönd hefðu komið til greina. Tæplega helmingur nefndi Norðurlöndin. Svipað hlutfall nefndi Bretland/Írland, Mið/S-Evrópu og N-Ameríku eða um tuttugu prósent. Sautján prósent nefndu lönd utan Evrópu.

Áhrifapættir á ákvörðun um Íslandsferð?

Af svarendum sem tóku afstöðu til einstakra þátta sögðu nær allir (97%) að íslensk náttúra hefði haft einhver eða mjög mikil áhrif á ákvörðun um Íslandsferð. Aðrir þættir sem tengjast náttúru landsins höfðu ennfremur umtalsverð áhrif.....

Hvaðan voru upplýsingar um Ísland fengnar?

Rúmlega helmingur fékk upplýsingar um landið í gegnum bæklinga eða handbækur, tæplega helmingur hjá ferðaskrifstofum og ríflega þriðjungur hjá vinum/ættingjum. Svipað hlutfall leitaði upplýsinga hjá Flugleiðum og Ferðamálaráði eða tæpur fimmtungur svarenda. Um sextán prósent fengu upplýsingar í gegnum internetið. Tæp þrettán prósent leituðu annað eftir upplýsingum.

Hve löngu fyrir brottför var ferðin bókuð/keypt?

Ferðin var bókuð/keypt að jafnaði tæpum 10 vikum fyrir brottför. Rúmlega fimmtungur bókaði/keypti ferðina innan tveggja vikna fyrir brottför, fjórðungur tveimur til sex vikum fyrir brottför, fimmtungur sex til tíu vikum fyrir brottför, rúmlega fimmtungur, tíu til tuttugu og einn af hverjum tíu, meira en tuttugu vikum fyrir brottför.

Hvar var ferðin keypt?

Um þrír af hverjum fjórum keyptu ferðina hjá ferðaskrifstofu, um einn af hverjum fimm hjá Flugleiðum, um þrjú prósent hjá öðrum flugfélögum og um tvö prósent beint af fyrirtæki á Íslandi. Um sex prósent sögðust ekki vita hvar ferðin var keypt þar sem fyrirtæki svarenda sáu um bókun/kaup á ferð. Annað nefndu um tvö prósent svarenda.

Tegund ferðar

Langflestir voru í pakkaferð eða um 60% svarenda, tæpur þriðjungur á eigin vegum og einn af hverjum tíu í pakkaferð eða á eigin vegum.

Með hverjum var ferðast?

Ríflega þriðjungur ferðaðist með maka, um fimmtungur með vinum, fimmtungur ferðaðist einn, um 16% með fjölskyldu/ættingjum, um 13% í ferðahóp og um 8% með viðskiptafélögum.

Til hvaða annarra landa var ferðast?

Rúmlega fjórðungur (28%) ferðaðist til annarra landa í ferðinni. Tæplega þrír af hverjum fimm ferðuðust til Norðurlanda, fjórðungur til Mið- eða S-Evrópu, einn af hverjum fimm til Bretlands eða Írlands, tæplega fimmtungur til N-Ameríku og um sex prósent annað.

Afþreying

Um 60% fóru í sund, 58% í náttúruskoðunarferð, ríflega helmingur í hveralaug og um helmingur á söfn/sýningar. Afþreyingamöguleikarnir, jöklaferðir, hestaferðir, fjallgöngur og hvalaskoðun voru ennfremur töluvert nýttir. Sextán prósent hefði viljað nýta sér aðra afþreyingu ef hún hefði verið í boði.

Ferðamáti

Tæpur helmingur ferðaðist í hópferðarútu, ríflega þriðjungur með áætlunarrútu, og fimmtungur með bílaleigubíl. Um fimmtán prósent nýttu sér einkabíla (bílar í eigu Ísl. eða eigu Norrænu farþega).

Gistimáti

Um 60 prósent svarenda gistu á hóteli í ferðinni, tæplega þriðjungur á gistihúsi, einn af hverjum tíu á ferðapjónustubæ, tæp 13% á farfuglaheimili, rúmlega fimmtungur í tjaldi eða húsvagni og einn af hverjum tíu hjá vinum/ættingjum. 14% nýttu sér aðra gistingu.

Gistinætur

Meðalfjöldi gistinátta í landinu öllu yfir sumarmánuðina var 10,6 nætur. Langflestir gistu í Reykjavík eða níu af hverjum tíu svarendum. Ríflega fjórðungur gisti á Vesturlandi, rúmlega einn af hverjum tíu á Vestfjörðum, um 45 prósent á Norðurlandi, tæplega þriðjungur á Austurlandi, um helmingur á Suðurlandi og tæplega fimmtungur á hálendinu.

Fjöldi gistinátta - flokkuð svör

Tveir af hverjum fimm gistu á bilinu átta til fjórtán nætur, rúmlega fimmtungur fjórar til sjö nætur, um 15% á bilinu eina til þrjár nætur og tæp 18%, 15 nætur eða fleiri.

Meðalútgjöld í ferðinni

Pakkaferðin kostaði að jafnaði 130 þús kr. Í langflestum tilfellum voru flugmiði og gisting innifalin í pakkaverðinu. Útgjöld einstaklings á Íslandi fyrir utan pakkaferð voru að jafnaði 31 þús kr. - á dag 4.400 kr. Flugmiðinn kostaði að jafnaði 55.400 kr. Útgjöld einstaklings á eigin vegum voru að meðaltali 66 þús kr. - á dag 9.300 kr.

Útgjöld á mann á dag - flokkuð svör

Um 70% þeirra sem ferðuðust í pakkaferð eyddu innan við fjögur þús kr. á dag, tæplega fimmtungur fjögur til átta þús.kr. og einn af hverjum tíu meira en átta þús. kr. Rúmlega þriðjungur þeirra sem ferðaðist á eigin vegum eyddi innan við fjögur þús. kr., fjórðungur fjögur til átta þús, 15% átta til tíu þús. og fimmtungur meira en tólf þús.kr.

Hlutfallsleg dreifing útgjalda þeirra sem voru í pakkaferð

Hlutfallslega mestu eytt í mat og drykki eða 40%, fjórðungur í verslun, 13 prósent í verslun og um fimmtungur í annað.

Hlutfallsleg dreifing útgjalda á eigin vegum

Rúmlega fjórðungur fór í gistingu, fjórðungur í mat og drykki, rúmlega fimmtungur í ferðir, 12 prósent í verslun, 9 prósent í skemmtun/afþreyingu og tæp fjögur í annað.

Álit á íslenskum aðstæðum

Meðaleinkunn fyrir ferðina í heild var 8,8

Lokaorð

Það hefur lengi loðað við ferðapjónustuna að skortur á upplýsingum hafi staðið uppbyggingu atvinnugreinarinnar fyrir þrifum. Allt of mikið hafi verið um getgátur án haldbærra upplýsinga. Vegna þess hve ferðamarkaðurinn breytist ört þarf stöðug upplýsingasöfnun að fara fram - og upplýsingarnar að vera aðgengilegar þeim sem á þurfa að halda. Með heilsárskönnun Ferðamálaráðs hefur verið lagt í eina viðamestu könnun sem gerð hefur verið á íslenska ferðamarkaðnum. Grunnur hefur verið lagður að gagnabanka sem nýtist öllum

ferðapjónustuaðilum stórum og smáum. Mörgum spurningum er þó ósvarað - og ber okkur sem sitjum þessa ráðstefnu að tryggja stöðuga upplýsingasöfnun um ferðamarkaðinn - en með henni ber að afla traustar þekkingar á ferðmanninum og atvinnugreininni.

Umræður, fyrirspurnir og ályktanir

Birgir Þorgilsson, formaður Ferðamálaráðs, tók fyrstur til máls og talaði um tillögur markaðshóps þess sem starfaði í tengslum við stefnumótun í ferðapjónustu en í tillögum hópsins var lagt til að ríki og einstaklingar leggðu árlega fram samtals 300 milljónir króna. Hann undraðist um hve lága upphæð væri að ræða. Mun hærrí upphæð þyrfti í markaðssetningu til að hún skilaði einhverjum árangri. Hann vildi einnig ítreka það að fólk talaði um ferðapjónustu en ekki ferðaiðnað. Hann benti á reynt var að fá ferðamálasamtök Rvíkur til samstarfs við Upplýsingamiðstöð ferðamála. Hann telur að FMR gefist frekar upp á að taka þátt í rekstri upplýsingamiðst. í Reykjavík heldur en að taka þátt í rekstri annarra uppl. Uppl. miðstöðin í Rvík þjónar landsbyggðinni ekki síður en höfuðborgarsvæðinu.

Dieter Wendler kom inn á það hvaðan Írar fá fjármagn til markaðssetningar. Hann sagði að Írar hefðu ákveðið á sínum tíma að byggja Írland upp sem ferðamannaland þannig að allir leggðu til peninga. Hann mælti með því að Íslendingar gerðu slíkt hið sama og þá e.t.v. myndum við hafa meira fjármagn til markaðssetningar. Hann lagði einnig til að haldinn yrði Þýskalandsdagur á Íslandi, þar sem allir sem hagsmuna hafa að gæta héldu fund með heildsölum erlendis frá.

Helgi Pétursson, Samvinnuferðum Landsýn, nefndi að 1989 hefðu Írar ákveðið að gera ferðapjónustuna að sínum höfuð atvinnuvegi. Þeir hafa lagt sem nemur 67 milljörðum króna til ferðapjónustu á tíu ára tímabili eða frá 1989-1999, helmingur af því fé hefur komið frá þróunarsjóði norður Evrópu (North European Development Fund), hinn helmingurinn kemur úr þeirra eigin vasa, á fjárlögum og frá sveitarfélögum og fyrirtækjum.

Pétur Rafnsson, Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins, sagði að á fundi FMR samþykkt að vinnuhópur undir stjórn Þórhalls Jósepssonar ynni drög að ályktun vegna umræðna og framgangs vinnunnar við skipulagstillögu miðhálandisins. Hópin skipuðu auk Þórhalls og Péturs, Arngrímur Hermannsson. Ályktun fundarins hljóðar svo:

27. Ferðamálaráðstefnan, haldin á Blönduósi 9.-10. október 1997, skorar á samgönguráðherra að hann beiti sér að afgreiðslu tillögu um skipulag miðhálandis á Íslands - svæðisskipulag 2015 verði frestað og að íslensk ferðapjónusta fái tækifæri til að koma að málinu með formlegum hætti.

Ferðamálaráðstefnan tekur heilshugar undir ályktun Ferðamálaráðs Íslands frá 15. sept. 1997 um þetta efni. Fyrirliggjandi tillaga tekur ekki tillit til hagsmuna

ferðapjónustunnar, mikið skortir á að samráðsnefnd um svæðisskipulag miðhálandis Íslands hafi kynnt sér þarfir ferðapjónustunnar og nefndin hefur alls ekki stuðst við nýjustu gögn sem hafa legið fyrir. Fyrirliggjandi tillaga felur í sér stefnumörkun fyrir ferðapjónustuna, án þess að nokkur fulltrúi greinarinnar hafi komið þar nærri, né heldur nokkur fulltrúi þeirra stjórnvalda sem hafa með málefni ferðapjónustunnar að gera og vinnur nú að stefnumótun fyrir greinina. Tillaga nefndarinnar gerir ráð fyrir að miðhálandinu verði skipt á milli þeirra sveitarfélaga sem liggja að því og stjórnsýslumörk þeirra framlengd inn að miðju.

Ekki er gert ráð fyrir að aðrir hafi neitt með stjórnsýslu og skipulag þar að gera eða ákvarðanatöku um nýtingu miðhálandisins. Þessi niðurstaða endurspeglar samsetningu nefndarinnar og er því með öllu óviðunandi. Tillagan um skipulag miðhálandisins er ávísun á átök og deilur milli annars vegar þeirra sveitarfélaga sem ætlað er að eiga stjórnsýslu á svæðinu og hins vegar milli þeirra og hagsmunaaðila. Hagsmunir ferðapjónustunnar og annarra sem nýta vilja hálandið hljóta að felast í að víðtæk og almenn sátt ríki um skipulag og stjórnsýslu þessa svæðis. Ferðamálaráðstefnan minnir á að ferðapjónustan er næst stærsta gjaldeyrisaflandi atvinnugrein þjóðarinnar, hún vex örast og starf hennar teygir sig um gjörvallar byggðir landsins. Ennfremur að miðhálandi Íslands er einn helsti vettvangur ferðapjónustunnar, ekki síst meðal náttúruunnenda, og þar af leiðandi ein helsta tekjulind þjóðarinnar. Ferðamálaráðstefnan telur að skilyrði þess að sátt ríki um miðhálandi Íslands sé, að það verði eitt óskipt stjórnsýslu- og skipulagssvæði. Það er því krafa ferðapjónustunnar að skipulagstillagan verði unnin að nýju með þátttöku allra hagsmunaaðila.

Jóhanna Magnúsdóttir, formaður ferðamálasamtaka Suðurlands, var ekki alveg sammála tillögu vinnuhópsins varðandi skipulag miðhálandisins. Hún taldi það ekki hagsmuni ferðapjónustunnar að búa til hálandishrepp. Hún sagðist hlynnt því að sveitarfélögin hefðu með stjórnsýslu og skipulagsmál á hálandinu að gera.

Ágúst Hafberg, Ferðamálasjóði, studdi tillögu vinnuhópsins og hvatti ráðstefnugesti til að styðja hana einnig. Það gengur ekki að samtök sem vilja móta stefnu í málefnum miðhálandisins þurfi að leita til margra sveitarstjórna sem hafa mismunandi sjónarmið.

Ásmundur Gíslason, Árnarnesi, ræddi um öra þróun internetsins og beindi fyrirspurn til Ferðamálaráðs; Er einhver heimasíða fyrir Ísland? Hverjir eru möguleikar ferðamanns sem áhuga hefur á að heimsækja Ísland að nálgast upplýsingar um ferðapjónustu á netinu? Hann sagðist vilja sjá sameiginlega heimsíðu fyrir Ísland sem ferðapjónustuaðilar gætu tengt sínar heimasíður inn á.

Pórarna Jónasdóttir, félagi leiðsögumanna, mælti með því að þeir sem vinna að undirbúningi ferðamálaráðstefna fari fram á að þeir sem flytja framsöguerindi láti erindin liggja fram svo ráðstefnugestir geti tekið eintak með sér.

Ásborg Arnþórsdóttir, ferðamálafræðingur, kom inn á internetmálin. Hún sagði frá samningi sem uppsveitarmenn í Árnassýslu væru búnir að undirrita varðandi internetið. Menntaskólinn á Laugarvatni, nemendur og kennarar, ætla að setja uppsveitirnar inn á internetið, þar sem verður að finna upplýsingar um sögu, menningu, landafræði o.s.frv. Um er að ræða tveggja ára verkefni og verður unnið undir stjórn sérfræðinga á hverju sviði. Tungumálakennarar hjálpa við að þýða yfir á erlend mál.

Magnús Oddsson, ferðamálastjóri, sté í pontu til að svara spurningu Ásmundar um internetið. Hann tók undir með fyrirspyrjanda um mikilvægi internetsins í upplýsingagjöf. Hann benti á að í skýrslu sinni í ársskýrslu Ferðamálaráðs væri vikið að þessum málum. Internetmál hafa mikið verið rædd á alþjóðavettvangi og þjóðir eru smátt og smátt að koma sínum vefsíðum inn á netið. Á fundi ferðamálaráða Evrópu fyrir skömmu kom fram að um 50% þjóða í Evrópu hafa opnað sínar heimasíður á netinu. Í lok maí var samþykkt í framkvæmdarstjórn Ferðamálaráðs að leggja í þann kostnað og þá vinnu sem þessu er samfara. Ekki var gert ráð fyrir þessum lið í fjárhagsáætlun ráðsins en sótt var um sérstaka fjárveitingu til þessa þáttar en Alþingi varð ekki við því, en út í málið var ráðist samt.

Þessi 16% sem fengið hafa upplýsingar um Ísland á netinu hafa fengið þær í gegnum heimasíður ýmissa ferðaþjónustuaðila sem þegar hafa opnað heimasíður á netinu. Magnús benti þó á það að fyrirspurnum sem berast í pósti eða á faxi og þ.h. hefur ekki fækkað. Unnið hefur verið að því síðan í maí að umbreyta upplýsingunum sem er safnað á skrifstofunni á Akureyri fyrir Handbók FMR á það form sem hentar þessum nýja miðli. Áður en lagt var í þetta var gerð könnun meðal áskrifenda handbókarinnar á því hvort þeir teldu að þessi breyting yrði til þess að þeir þyrftu ekki á handbókinni að halda en niðurstaðan úr könnunni var sú að 95% áskrifenda töldu sig áfram þurfa hana í prentuðu formi. Ekki er nóg að hanna heimasíður og setja inn upplýsingarnar ef enginn hefur aðgang að síðunni. Mikilvægasti þátturinn er að leitarvélarnar finni þessar heimasíður. Í síðustu viku undirritaði Ferðamálaráð samning við aðila eftir að vera búin að ræða við fjölda aðila. Leitað var eftir fyrirtæki sem gæti tryggt það að það sem fer inn á vefinn sé þá aðgengilegt sem flestum leitarvélum.

Rögvaldur Guðmundsson, ferðamálafræðingur, vildi vekja athygli á rannsókn sem er að koma út núna. Könnun sem gerð var meðal erlendra gesta síðastliðið sumar. Þar má finna upplýsingar m.a. um dreifingu ferðamanna um landið. 1700 manns tóku þátt í könnunni (júlí-sept.) af þeim teiknuðu um 1100 manns sína ferðaleið. Gistinætur á hálendi Íslands skv. þessari könnun eru vel yfir 100.000 en skv. Skipulagi ríkisins eru þær um 39.000. Hann taldi að varlega

þyrfti að fara í að taka tölur Hagstofu Íslands sem heilagan sannleika og miða meira við gistináttatölur sem koma fram í könnunum. Innan skamms kemur út könnun sem gerð var meðal innlendra ferðamanna sem gerð var í fyrra. Rögnvaldur minnti einnig á norræna rannsóknarráðstefnu í ferðamálum 31. okt.-1. nóv. nk., þar munu ýmsir erlendir sérfræðingar í ferðamálum með fyrirlestur.

Árni Þorsteinsson, veitingastaðnum Sjanghæ, minntist á heimasíðu Íslands, sem kynnt hefði verið á ferðamálaráðstefnunni á síðasta ári og spurði hvort einhver gæti veitt upplýsingar um það hvað hefði gerst á þessu ári sem væri liðið.

Magnús Oddsson, ferðamálastjóri, svaraði fyrirspurn Árna varðandi netmálin og sagði að Samgönguráðuneytið og Flugleiðir hefðu gert samning skömmu fyrir ferðamálaráðstefnuna 1996 um kynningu á internetinu en sá samningur var kynntur á Vest Norden kaupstefnunni á Akureyri 1996. Samningurinn hefur ekki verið settur í framkvæmd vegna kæru til samkeppninsstofnunar. Var því ákveðið að láta ekkert verða af samstarfi, Flugleiðir halda því áfram með sinn vef og síðan hefur Ferðamálaráð tekið upp verkið eins og það var komið af stað af hálfu Samgönguráðuneytisins.

Tómas Tómasson, hótelstjóri, ræddi um arðsemi til endurnýjunar og nýsköpun. Hann sagði að hlutverk Ferðamálasjóðs hefði verið að lána til ferðapjónustuaðila en nú væru kröfur sjóðsins um tryggingar orðnar svo strangar að hagkvæmara væri að fá lán hjá öðrum lánastofnunum. Ferðamálasjóður sé því ekki lengur sú aðstoð og styrkur fyrir ferðapjónustuna. Tómas mælti með því að reglum Ferðamálasjóðs yrði breytt þannig að hann tæki meiri áhættu, (a.m.k. hluti af sjóðnum).

Pétur Geirsson, hótelstjóri, lagði fram ályktunartillögu, sem hljóðar svo:

Ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs Íslands haldin 9.-10. október 1997 skorar á Alþingi að lækka þann hluta virðisaukaskatts á ferðapjónustu sem nú er 24,5% í 14%. Lækka áfengisskatt á bjór og léttum vínum. Lækka innflutningsgjöld á bílaleigubílum.

Ágúst Hafberg, Ferðamálasjóði tók næstur til máls. Hann sagði að síðustu árin hefði Ferðamálasjóður nokkurn veginn getað sinnt þeim verkefnum til hans hafa borist. Framtíð sjóðsins hafi oft verið rædd og ekki síst undanfarið þegar verið væri að stokka upp banka og sjóðakerfi í landinu. Ekki var talið til bóta að fella Ferðamálasjóð inn í hinn nýja Fjárfestingabanka. Hann sagðist vilja sjá lánasvið innan bankastofnana sem félli að ferðapjónustunni en svar bankanna væri að þeir hafi brennt sig illa á ferðapjónustunni. Af hverju lánar sjóðurinn ekki áhættulán? Ferðamálasjóði eru settar ákveðnar reglur fyrir því hvaða tryggingar hann má veita lán út á, þær hafa orðið strangari síðustu árin.

Sjóðurinn má ekki útvega slík áhættulán, hann hefur þröngar heimildir til að hækka vexti.

Ráðstefnuslit

Birgir Þorgilsson, Formaður Ferðamálaráðs Íslands.

Ráðstefnustjórar, ágætu ráðstefnugestir!

Nú líður að lokum þessarar ráðstefnu, sem mér finnst hafa tekist í alla staði með miklum ágætum. Margir heimamenn hafa lagt á sig mikla vinnu til þess að dvöl okkar hér á Blönduósi gæti orðið sem ánægjulegust og væri of langt mál að nefna þá alla með nöfnum. Ég vil þó sérstaklega þakka Valgeiri Baldurssyni, sem fór fyrir heimamönnum hvað allan undirbúning varðar. Einnig vil ég þakka Pétri Arnari Péturssyni, forseta bæjarstjórnar og öðrum fulltrúum í bæjarstjórn fyrir frábæra gestrisni og höfðingskap í hvívetna. Ég vil einnig flytja Ófeigi Gestssyni þakkir, en hann átti frumkvæðið að því að ákveðið var að halda ráðstefnuna hér á Blönduósi.

Ég vil þakka Ásgerði Pálsdóttur og Lárusi Ægi Guðmundssyni fyrir þeirra öruggu og lipru stjórn á umræðunum og Brynju og Óskari Húnfjörð fyrir að hafa lagt húsnaði sitt hér á Sveitasetrinu í hættu með því að leyfa hér glaum og gleði. Ég flyt öllum framsögumönnum einlægur þakkir fyrir frábær erindi, sem þeir fluttu af mikilli kunnáttu og fagmennsku og fundarstjórum í vinnuhópunum fyrir þeirra þýðingarmiklu störf. Hvað undirbúningsstarfið af hálfu Ferðamálaráðs snertir, þá hefur það mest hvílt á herðum Magnúsar Oddssonar, Hauks Birgissonar og Sigrúnar Hlínar Sigurðardóttur en annað starfsfólk ráðsins kom þar einnig mikið við sögu. Ég flyt þeim öllum okkar bestu þakkir.

Ég hefi ávallt verið sannfærður um ágæti þess að halda Ferðamálaráðstefnur árlega og þessi ráðstefna hefur styrkt þá skoðun mína enn frekar. Það er von mín að þið séuð mér öll sammála um þetta atriði, en mun dæma um það eftir því hvað þið klappið sterkt og lengi eftir þetta spjall mitt.

Ég þakka ykkur af alhug og einlægni fyrir ánægjulegar samverustundir hér á Blönduósi. Megi ykkur öllum vegna sem best í leik og starfi. 27.
Ferðamálaráðstefnu Ferðamálaráðs Íslands er frestað til framlengingar þessa leiks, sem hefst með boði Samgönguráðherra kl. 19:30.