

Góðir málþingsgestir.

Ég býð ykkur velkomin til þessa þings og er afar ánægð með það hversu margir hafa ákveðið að eyða hádeginu með okkur í dag. Auk ykkar, sem sitjið hér í salnum á Grand Hótel, eru vonandi margir sem nýta sér það að fundinum er varpað beint á öldum ljósvakans, til þess að þeir sem ekki áttu heimangengt í dag geti hlýtt á þau erindi sem hér verða flutt og þær umræður sem vonandi skapast í kjölfarið.

Við fengum um daginn fyrir tilstilli Íslandsstofu góðan gest frá Kanada, William Harding frá Kanadíska ferðamálaráðinu, sem fjallaði um markhópagreiningu og þær leiðir sem Kanadamenn hafa farið í markaðssetningu á sinni ferðaþjónustu. Í samtölum síðar um daginn var hann spurður út í það, hvort og þá með hvaða hætti horft væri til þess að markaðssetja Kanada gagnvart heimamönnum. Því svaraði hann til að það væri lítil ástæða til þess; megináhersla atvinnugreinar á borð við ferðaþjónustuna væri og ætti að vera á að ná nýju fjármagni inn í hagkerfið, frekar en að endurnýta það fjármagn sem þar er fyrir. Þetta er rétt svo langt sem það nær – og að sjálfsögðu er alveg ljóst að ferðaþjónustan, sem er jú ein okkar mikilvægustu útflutningsgreina skiptir verulegu máli fyrir efnahag Íslendinga, einmitt vegna þess að ferða- og dvalarkostnaður ferðamanna innanlands skapar stóran hluta gjaldeyristekna okkar, eða 13,4% skv. nýjustu útreikningum Hagstofunnar fyrir árið 2010.

Hins vegar varð ég hugsí yfir þessu svari Williams, þegar ég fór að gruflla eftir fundinn. Því að málin eru ekki alveg svona einföld. Ferðaþjónustan gegnir jú ekki einvörðungu hlutverki við að afla gjaldeyris, heldur er hlutverk hennar í efnahagslífi þjóðarinnar margþætt. Eitt þeirra hlutverka hlýtur t.d. að felast í því að halda okkar dýrmæta gjaldeyri inni í landinu; íslensk ferðaþjónusta er ekki eingöngu í samkeppni við önnur lönd um erlenda ferðamenn, heldur líka okkar eigin og það hlýtur að teljast mikilvægt að neysla innanlands eflist á þessu sviði.

Nýbirtar niðurstöður úr könnun Ferðamálastofu meðal íslenskra ferðamanna gefa vísbendingar um ferðahegðun landans. Þannig ferðuðust rétt um 90% Íslendinga um eigið árið 2011, eins og raunar síðast liðin tvö ár, en hins hefur þeim sem eingöngu ferðuðust innanlands fækkað talsvert frá árinu 2009. 42,7% svarenda eyddu tveimur vikum eða lengur á ferðalagi innanlands árið 2011,

sem er örlítil fækkun frá árinu á undan; en það vekur athygli að þeim fækkar einnig örlítið sem nefna hásumarið sem ferðatíma um leið og örlítil fjölgun hefur orðið meðal þeirra sem nefna haust- og vetrarmánuðina í þessu samhengi. Ég skal þó ekki segja til um hvort þessar breytingar teljast tölfræðilega marktækar – enda ennþá langhæsta hlutfall þeirra sem svara sem ferðast yfir hásumarið. Ekki eru miklar breytingar sýnilegar um eðli fyrirhugaðra ferðalaga erlendis á næsta ári. Niðurstöður þessar eru aðgengilegar á vef Ferðamálastofu, [www.ferdamalastofa.is](http://www.ferdamalastofa.is).

Neysla innlendra ferðamanna innanlands árið 2010 var skv. mínum upplýsingum um 80 milljarðar króna, eða rétt um 40% af allri neyslu vegna ferðaþjónustu innanlands það ár. Íslendingar skipta því gríðarlega miklu máli fyrir hlut ferðaþjónustunnar í efnahagslífi þjóðarinnar, en ekki síður skipta viðskipti Íslendinga við ferðaþjónustufyrirtæki af ýmsum toga máli fyrir afkomu þeirra.

Það vekur því spurningar þegar í ljós kemur, að samkvæmt könnunum Ferðamálastofu er t.d. langur vegur milli krafna íslenskra og erlendra ferðamanna um viðurkenndar gæðaúttektir á þeim ferðaþjónustufyrirtækjum sem skipt er við; á meðan 56% erlendra ferðamanna telja slíkar úttektir skipta máli, gera ríflega helmingi færri íslenskir ferðamenn, eða 27% slíkar kröfur. Við hljótum að vilja að nánustu nágrannar okkar veiti okkur aðhald og hjálpi okkur með sínum væntingum að byggja upp faglega gæðaþjónustu – og það hlýtur því að verða eitt viðfangsefnanna í innleiðingu Vakans að vekja íslenska ferðamenn til vitundar um það hversu mikilvægt að það er að geta gengið að gæðunum vísun, hvar sem leitað er eftir þjónustu innan atvinnugreinarinnar.

Og mikilvægið er ekki einvörðungu á efnahagssviðinu. Okkur hlýtur að vera akkur í að ferðaþjónustan leggi sitt af mörkum til að auðga líf meðborgara okkar, kynna nærumhverfið, vekja áhuga á landi og þjóð og bjóða upp á ævintýri árið um kring í túninu heima – eða því sem næst. Við viljum að Íslendingar tali af þekkingu um það sem landið býður upp á, að það þyki jafn sjálfsagt að hafa kynnt sér ævintýri í íslenskri náttúru og í erlendum skemmtigörðum, að menn sýni jafnoft myndir frá menningarferðum um landið og frá söfnum í erlendum borgum. Mikilvægi þess að sigla utan til að afla sér reynslu og þekkingar yfirskyggir ekki mikilvægi þess að vera eins og heima hjá sér – heima hjá sér.

Nú hafa þeir aðilar, sem ábyrgð bera á markaðssetningu ferðaþjónustunnar á erlendum vettvangi ráðist í metnaðarfullt þriggja ára átak um það að hvetja okkar erlendu gesti til að heimsækja okkur allt árið um kring. Eins og fram kemur af þeim tölum sem ég vitnaði til hér á undan, er langur vegur frá því Að Íslendingar hafi til full opnað augun fyrir þeim möguleikum sem ferðalög um Ísland skapa utan sumarsins. Úr þessu væri æskilegt að bæta. Og Ferðamálastofa, ásamt markaðsstofum ferðaþjónustunnar um land allt hefur hug á að leggja sitt af mörkum til þess. Þessi fundur í dag er fyrsta skrefið í því. Hér á eftir munu....það er von okkar sem að þinginu standa að hér kvikni frjóar hugsanir og skapist fjörugar umræður. Afraksturinn getur orðið til góðs fyrir okkur öll.