

Um gestakomur Íslendinga

Fjöldi heimsókna erlendra gesta hingað til lands hefur aukist um 6,4% á ári að meðaltali frá 1960 sem þýðir að fjöldi ferðamanna tvöfaldast á 12 ára fresti. Þegar horft er til baka, eins og gert er á mynd hér að neðan, sést vel að atburðir í heimstjórnámálum og heimsviðskiptum hafa haft áhrif á þessa þróun. Til að mynda hafa olúkreppurnar tvær 1973-75 og 1979-81 haft merkjanleg áhrif líkt og Persaflóastríðið 1990 og hryðjuverkin 11. september 2001. Allir þessi atburðir annað hvort juku kostnað við flugsamgöngur eða hræddu fólk frá ferðalögum, en aðeins í skamman tíma. Þegar litið er aftur í tímann hefur fjöldi heimsókna vaxið með fremur jöfnum og stöðugum hætti sem fellur vel að lógaritmískri leitnilínu (fylgnistuðull 93%) sem einnig sést á grafinu. Þannig virðist fjölgun erlendra ferðamanna hingað til lands ekki vera tilviljanakennt heldur vera rekin áfram að föstum vexti.

Hvað dregur fólk til Íslands?

Í sjálfu sér er erfitt að sundurgreina þá einstöku þætti sem reka áfram vöxtinn og að hversu miklu leyti íslensk ferðaþjónustufyrirtæki hafa skapað sína eigin eftirspurn með kynningu og þjónustuframboði, eða hvort vöxturinn sé sjálfvirkur og rekin áfram af ytri þáttum. Ísland hefur hvorki sól, baðstrendur né ódýrt verðlag til þess að lokka til sín fólk og þeir sem hingað koma gera það að mjög yfirlögðu ráði. Í könnunum sem ferðmálaráð gerði meðal erlendra gesta árin 2001-2002 að sumarlagi nefna 98% sumargesta og 85% vetrargesta áhuga á íslenskri menningu eða náttúru sem þátt sem hafði áhrif á ákvörðun um Íslandsferð. Ennfremur er athyglisvert í þessum könnunum að hjá 67% ferðamanna kom ekkert annað land til grein. Þeir höfðu ákveðið að fara hingað en ekki annað. Það virðast því vera upplýsingar um Ísland sjálft – landkynning – sem dregur ferðamenn til landsins og dreifð tédra upplýsinga hefur mest áhrif á komur ferðamanna og dreifð tédra upplýsinga ræður líklega mestu um fjölda þeirra. Sú skýring fellur reyndar mjög vel að föstum (logaritmískum) hlutfallsvexti

samkvæmt skilningi stærðfræðinnar en upplýsingadreifðin ræðst líklega af fjórum þáttum:

- 1) **Stækkun á markaðshóp:** Fjöldi þeirra Evrópubúa sem hefur bæði efni og vilja til að ferðast á milli landa hefur einnig vaxið með föstum hlutfallslegum vexti (líkt og raunin er með hagvöxt) og þannig fjölgar mögulegum ferðamönnum til Íslands.
- 2) **Smitun:** 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 hróður landsins manna í millum.
- 3) **Landkynning:** Eftir því sem ferðaðþjónustuaðilum fjölgar og ferðaðþjónustunni vex ásmegin hérlendis, þeim mun meiri fjármunum er varið til landkynningar með beinum og óbeinum hætti, á vegum ríkis og einkaaðila. Þannig skapa ferðaðþjónustuaðilarnir sér sína eigin eftirspurn.
- 4) **Flugnet Icelandair:** Icelandair hefur byggt Keflavík upp sem miðstöð eða *hub* sem mikil flugumferð rennur í gegn sem er á leið yfir Atlantshafið. Það hefur gert félaginu kleift að haldi 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.

Hversu mikla landkynningu?

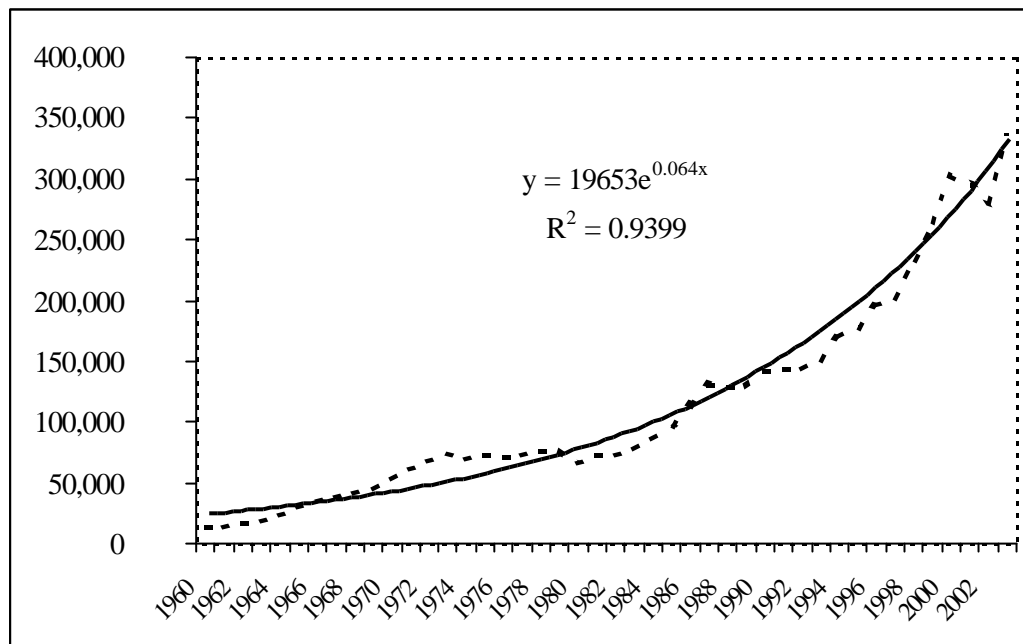
Sá þáttur sem íslensk stjórnvöld geta haft mest áhrif er landkynning og raunar er mikilvægt að opinberir aðilar hafi umsjón með henni. En vegna þess að landkynning er almannagæði sem nýtist öllum ferðaðþjónustuaðilum hefur hvert fyrirtæki um sig ekki nægjanlega hvata til þess að fjármagna slíka kynningu. Þetta er oft kallað laumufarþegavandamálið (*free rider problem*) í hagfræði sem þar sem hver og einn aðili vonast eftir því að hagnast á kynningu annarra og spara sjálfur eigin kostnað. Þessi vandi hefur ekki verið verulega til trafala hingað til vegna stærðar Flugleiða í ferðaðþjónustu sem hafa gert fyrirtækinu kleift að fá kynningarkostnað sinn til baka með auknum viðskiptum. En um leið og ferðaðþjónustufyrirtækjum fjölgar mun þessi vandi ágerast í framtíðinni. Af þessum sökum verða stjórnvöld að taka að sér að

samhæfa slíka kynningu fyrir greinina sem heild, sem hefur reyndar gerst framlög því framlög ríkisins til kynningarmála eru áætluð um 500 milljónir í fjárlögum næsta og hafa því þrefaldast frá árinu 1999.

Hversu marga ferðamenn?

Flest bendir því til þess að eftirspurn í ferðaþjónustu standi nokkuð á styrkum fótum héraendis og viðskiptavinum muni fjölga jafnt og þétt á næstu árum – líkt og gerst hefur á síðustu 40 árum. Svo virðist vera sem olúverðshækkunir, hryðjuverk og staðbundnar styrjaldir hafi aðeins skammtímaáhrif, því þegar til lengri tíma er litið ef vöxtur í fjölda ferðamanna verði ótrúlega nálægt 6,4% logaritmískum leitnivexti. Hins vegar er ekki sjálfgefið að Íslendingar vilji taka við óendanlega mörgum ferðamönnum. Í þessu tilliti er Ísland ekki í sömu aðstöðu og margar þriðja heims þjóðir sem sjá ferðaþjónustu sem eina vaxtarsprotana fyrir nútímavæðingu samfélagsins. Ferðamennskan er ekki þrautaráð fyrir Íslendinga heldur aðeins kostur af mörgum góðum möguleikum sem þjóðin hefur úr að spila og ef fjöldi ferðamanna fer upp fyrir ákveðin mörk gæti það hæglega gerst að hver landsmenn fari að finna fyrir óþægindum vegna of mikillar umferðar og átroðnings. Þegar til framtíðar er litið er líklegt að aðalviðfangsefni stjórnvalda verði ekki að fjölga ferðamönnum heldur að tryggja hámarksafrakstur í greininni og jafna álagið á land og þjóð.

Fjöldi erlendra ferðamanna sem hefur heimsótt Ísland frá 1960 til 2003 og leitnilína miðuð við 6,4% vöxt á ári.



Heimild: Hagstofa Íslands og útreikningar höfundar