

GÆÐI ÍSLENSKRAR FERÐAÞJÓNUSTU

álit erlendra ferðamanna 2006



Ljósmyndir: Rögnvaldur Guðmundsson.

Forsíðumynd: Hvalaskoðun á Skjálfaflóa sumarið 2006.

GÆÐI ÍSLENSKRAR FERÐAÞJÓNUSTU álit erlendra ferðamanna sumarið 2006



Á veitingahúsi í miðborginni.

**Unnið fyrir Samtök Ferðaþjónustunnar - SAF
Nóvember 2006**

Höfundur: Rögnvaldur Guðmundsson

Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar - RRF
Tæknigarði, Dunhaga 5,
107 Reykjavík

Efnisyfirlit

Samantekt	1
1.0 Inngangur	2
1.1 Könnunin	2
1.2 Úrvinnsla	2
1.3 Markmið og hagnýting	3
2.0 Gæði íslenskrar ferðapjónustu	4
2.1 Gæði miðað við væntingar	4
2.2 Gæði eftir fyrirtækjasviðum	6
3.0 Viðmót starfsfólks í íslenskri ferðapjónustu	9
3.1 Viðmót miðað við væntingar	9
3.2 Viðmót starfsfólks eftir fyrirtækjasviðum	11
4.0 Verðlag í íslenskri ferðapjónustu	14
5.0 Samanburður við kannanir RRF árin 1996 og 1998	17
5.1 Gæði íslenskrar ferðapjónustu	17
5.2 Verð á víni og mat á veitingahúsum og á bílaleigubílum	18

Samantekt

Gæði

36% töldu gæði íslenskrar ferðaþjónustu almennt betri en þeir þjuggust við, 58% töldu þau svipuð en 6% töldu gæðin lakari en þeir höfðu vænst.

85-87% töldu gæði íslenskra afþreyingarfyrirtækja og ferðaskrifstofa mjög eða fremur mikil og 79-80% voru sama sinnis varðandi hópíðlafyrirtæki, bílaleigur og flugfélög. Þá töldu 72-75% að gæði íslenskra veitinga- og gistinguvæðu væru mjög eða fremur mikil.

Viðmót

39% töldu viðmót starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu betra en þeir höfðu vænst, 53% töldu það svipað en 8% töldu viðmótið lakara en þeir höfðu búist við.

83% töldu viðmót starfsfólks á ferðaskrifstofum og hjá afþreyingarfyrirtækum mjög eða fremur gott, 76-79% töldu það eiga við um starfsfólk hjá hópíðlafyrirtækjum, flugfélögum og á gistinguvæðum. Þá töldu 73-74% að viðmót starfsfólks hjá bílaleigum og á veitingastöðum væri mjög eða fremur gott.

Verðlag

Spurt var um álit fólks á verðlagi á eftirtöldu á Íslandi, að teknu tilliti til gæða:

- *vín á veitingahúsum*
- *matur á veitingahúsum*
- *bílaleigubílar*
- *gisting á gistinguvæðum*
- *skipulögð afþreying*

Í öllum tilvikum taldi verulegur meirihluti þeirra sem afstöðu tóku til einstakra þátta, eða 62-92%, að verðlag þeirra væri mjög hátt eða fremur hátt miðað við gæði.

Álit fólks á vinnverði á veitingastöðum skar sig nokkuð úr, en 70% töldu það mjög hátt, 22% álitu það fremur hátt, 7% hæfilegt en 1% töldu það lágt.

Matur á veitingahúsum kom næstur, en helmingur aðspurðra (50%) taldi verð á honum mjög hátt, 39% álitu það fremur hátt, 10% hæfilegt en 1% álitu það lágt.

Þá töldu 78% verð á bílaleigubílum og hótulgistingu mjög eða fremur hátt, 70% voru sama sinnis varðandi gistinguvæði og 62% varðandi skipulagða afþreyingu. 34% álitu verð á skipulagðri afþreyingu vera hæfilegt.

Samkvæmt samanburði við við kannanir RRF frá árunum 1996 og 1998 er verðlag á vinni og mat á veitingastöðum héraðs nú enn óhagstæðara ferðamönnum en það var fyrir 8-10 árum síðan. Þessu er hins vegar öfugt farið með verðlag á bílaleigubílum sem talsvert færri telja nú vera hátt.

1.0 Inngangur

1.1 Könnunin

Þessi greinargerð byggir á niðurstöðum úr könnun sem Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) framkvæmdi fyrir Samtök ferðaþjónustunnar (SAF) meðal erlendra ferðamanna, frá júní og fram í september 2006. Könnunin var gerð meðal erlendra brottfararfarþega í Leifsstöð og á Seyðisfirði sem liður í stærri könnun RRF, *Dear Visitors sumarið 2006*. Alls svöruðu 1712 ferðamenn könnuninni á þessu tímabili, um 82% þeirra sem fengu hana í hendur. Í könnuninni var m.a. spurt um álit á gæðum íslenskrar ferðaþjónustu og viðmóti starfsfólks, bæði í greininni í heild og eftir fyrirtækjasviðum innan ferðaþjónustunnar. Jafnframt voru ferðamenn spurðir álit á verðlagi nokkurra þátta í íslenskri ferðaþjónustu.

1.2 Úrvinnsla

Við úrvinnslu niðurstaðna eru ferðamenn sem þátt tóku í könnuninni sumarið 2006 fyrst skoðaðir sem heild en síðan m.t.t. kyns, aldurshópa og búsetu (markaðssvæða) og ferðamáta (eigin vegum eða í hópferð), eftir því hvort þeir höfðu komið áður til landsins og eftir því hvort þeir komu hingað með Icelandair, Iceland Express eða Norrönu.

Erlendir ferðamenn eru flokkaðir eftir sex markaðssvæðum hvað búsetu varðar. Gestir með búsetu utan þeirra svæða eru hafðir saman undir heitinu *önnur svæði*.

1. tafla

Skilgreining á markaðssvæðum

Markaðssvæði	Lönd
Norðurlönd	Noregur, Svíþjóð, Finnland og Danmörk.
Mið-Evrópa	Þýskaland, Austurríki og Sviss.
Benelux löndin	Belgía, Holland og Lúxemborg.
Bretlandseyjar	England, Wales, Skotland og Írland.
Suður-Evrópa	Ítalía, Frakkland, Spánn, Portúgal, Grikkland ...
Norður-Ameríka	Bandaríkin, Kanada og Mexíkó.
Önnur svæði	A-Evrópa, Afríka, Asía, Ástralía og S-Ameríka.

Þegar rætt er um tölfræðilegan áreiðanleika niðurstaðna eru svokölluð fráviksmörk notuð sem viðmið. Fráviksmörk eru reiknuð fyrir hverja hlutfallstölu og segja til um það með hve mikilli nákvæmni megi yfirfæra niðurstöður úrtakskönnunar á þann viðmiðunarhóp eða „þýði“ sem til skoðunar er. Í könnuninni *Dear Visitors sumarið 2006* er þýðið t.d. allir erlendir ferðamenn sem komu til Íslands á tímabilinu júní til september 2006 en þeir voru um 230-240 þúsund talsins.¹ Í 2. töflu má sjá fráviksmörkin eftir því

¹. Samkvæmt talningu Ferðamálastofu komu um 220 þúsund erlendir ferðamenn til landsins um Leifsstöð á þessu tímabili. Þar við bætast svo farþegar með ferjunni Norrönu til Seyðisfjarðar og farþegar um aðra flugvelli landsins, einkum Reykjavík en einnig Akureyri og Egilsstaði.

hve stórt úrtakið er og eftir hlutfallstölum. Taflan miðar við 95% öryggismörk sem notuð eru í þessari samantekt.

2. tafla Fráviksmörk í úrtakskönnun - allar tölur í %

Fjöldi	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50
100	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8
200	3,0	4,2	5,0	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9
300	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7
400	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9
500	1,9	2,6	3,1	3,5	3,9	4,1	4,3	4,4
600	1,8	2,4	2,9	3,3	3,6	3,8	4,0	4,2
700	1,7	2,3	2,7	3,1	3,4	3,5	3,8	4,0
800	1,6	2,2	2,5	2,9	3,2	3,3	3,6	3,7
1000	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1
1200	1,3	1,7	2,0	2,3	2,5	2,6	2,8	2,8
1500	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,5	2,5
1700	1,0	1,4	1,7	1,9	2,1	2,2	2,3	2,4

Sem dæmi má taka ef 95% eða 5% svarenda í *Dear Visitors sumarið 2006* voru á ákveðinni skoðun verður frávikið frá gefnu hlutfalli +/- 1% miðað við 1700 svarendur. Ef 50% eru á ákveðinni skoðun verður frávikið hins vegar +/- 2,4%.

1.3 Markmið og hagnýting



Í undraveröld Bláa Lónsins.

Markmiðið með þessari greinargerð er að auðvelda forystu SAF, faghópum og félagsmönnum samtakanna, og öðrum þeim sem láta sig gæði íslenskrar ferðaþjónustu varða að átta sig betur á afstöðu erlendra ferðamanna til gæða þeirrar þjónustu sem veitt er og viðhorfi þeirra til viðmóts starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu. Jafnframt er markmiðið að mæla viðhorf erlendra gesta til verðlags á ýmsum þeim þáttum í ferðaþjónustu hérlendis sem til umræðu hafa verið hin síðustu ár.

Niðurstöðurnar nýtast vel til að sjá hvar skórinna kreppir í þessum efnum og eiga jafnframt að auðvelda ákvarðanir um úrbætur. Að sama skapi er niðurstöðunum ætlað að varpa ljósi á það sem vel er gert.

2.0 Gæði íslenskrar ferðapjónustu



Áð hjá Grafarlandaá við Öskjuveg (F88). Bílaleigubíll á norðurleið.

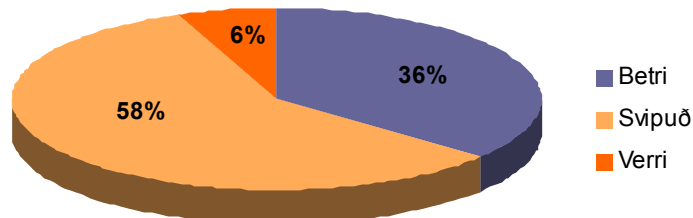
Í könnuninni var spurt um gæði íslenskrar ferðapjónustu í heildina tekið og hvort þau væru betri, svipuð eða verri en fólk bjóst við. Einnig voru þátttakendur beðnir um að gefa einstökum sviðum ferðapjónustunnar á Íslandi einkunn á bilinu 1-10, þar sem 10 var hæsta einkunn. Þau svið eru: ferðaskrifstofur, afþreyingarfyrtæki, hópbílafyrtæki, bílaleigur, flugfélög, gististaðir og veitingastaðir. Hér verður meðaltalseinkunn þeirra kynnt. Auk þess verða einkunnir þessara sviða flokkaðar til að niðurstöðurnar verði ljósari.

2.1 Gæði miðað við væntingar

36% svarenda töldu gæði íslenskrar ferðapjónustu betri en þeir bjuggust við, 58% töldu þau svipuð en 6% töldu gæðin lakari en þeir höfðu vænst.

1. mynd

Gæði íslenskrar ferðapjónustu miðað við væntingar ferðamanna



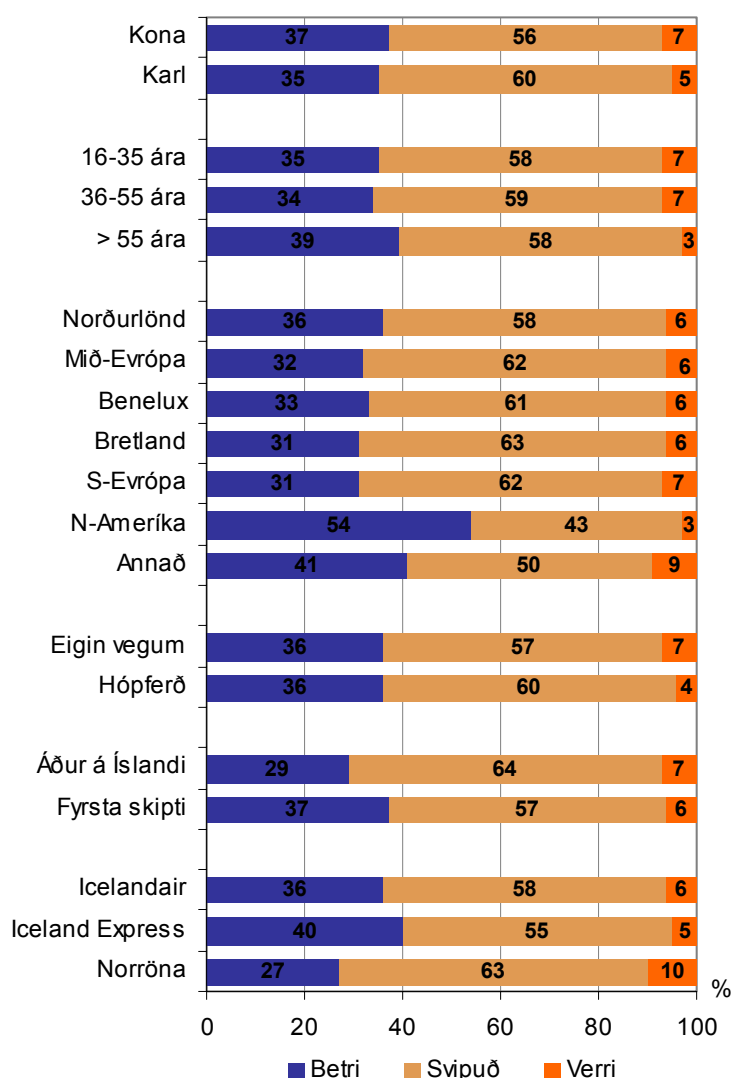
Þessi niðurstaða er jákvæð fyrir ferðapjónustuna á Íslandi sem atvinnugrein. Þó er mikilvægt að fækka þeim enn frekar sem telja gæðin lakari en þeir bjuggust við og urðu þar með fyrir vonbrigðum með Ísland sem ferðamannaland.

Á næstu mynd eru niðurstöðurnar greindar eftir kyni, aldurshópum, búsetu (markaðssvæðum), ferðamáta, eftir því hvort viðkomandi höfðu verið áður á Íslandi og eftir farartæki til landsins.

Niðurstaðan er sú að ekki er munur á afstöðu kynjanna til gæða í íslenskrri ferðaþjónustu, eldra fólk er nokkru jákvæðara en það yngra og fólk frá Norður-Ameríku telur gæðin meiri en ferðamenn frá öðrum markaðssvæðum.

Fólk á eigin vegum er heldur gagnrýnna á gæðin en þeir sem eru í hópferð. Mun herra hlutfall flugfarþega en ferjufarþega töldu gæðin meiri en þeir þjuggust við. Spilar þar inn í að Norrönufarþegar hafa fremur verið áður á Íslandi og segja því gæðin oftara vera svipuð og þeir þjuggust við.

2. mynd Gæði íslenskrar ferðaþjónustu miðað við væntingar eftir kyni, aldri, búsetu, ferðamáta o.fl.

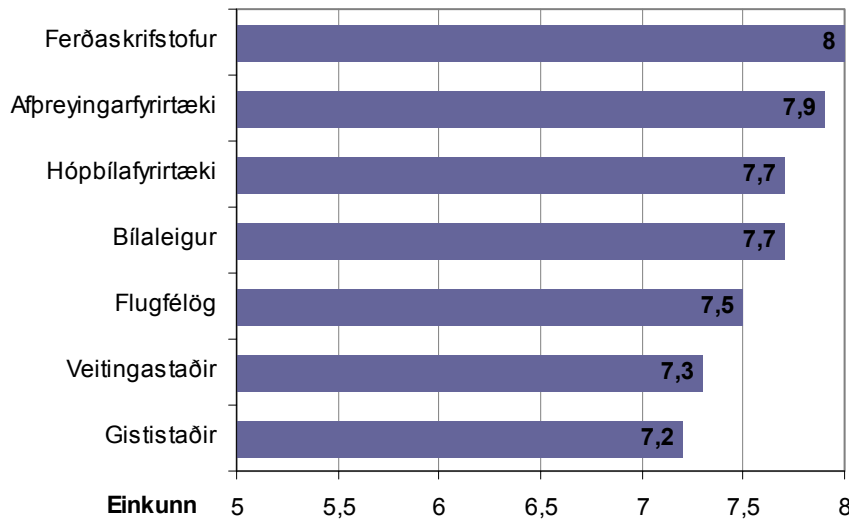


2.2 Gæði eftir fyrirtækjasviðum

Ekki var afgerandi munur á þeirri gæðaeinkunn sem ferðamenn gáfu einstökum sviðum ferðapjónustu á Íslandi. Þó fengu ferðaskrifstofur og afþreyingarfyrirtæki bestu meðaleinkunnina af þeim þáttum sem spurt var um álit á (7,9-8,0) en veitinga- og gististaðir þá lökustu (7,2-7,3).²

3. mynd

Gæðaeinkunn eftir fyrirtækjasviðum



Á næstu mynd eru þær einkunnir sem þátttakendur gáfu gæðum þjónustu í einstökum greinum ferðapjónustunnar flokkaðar sem hér greinir:

Einkunn 9-10 = mjög mikil gæði

Einkunn 7-8 = fremur mikil gæði

Einkunn 5-6 = sæmileg gæði

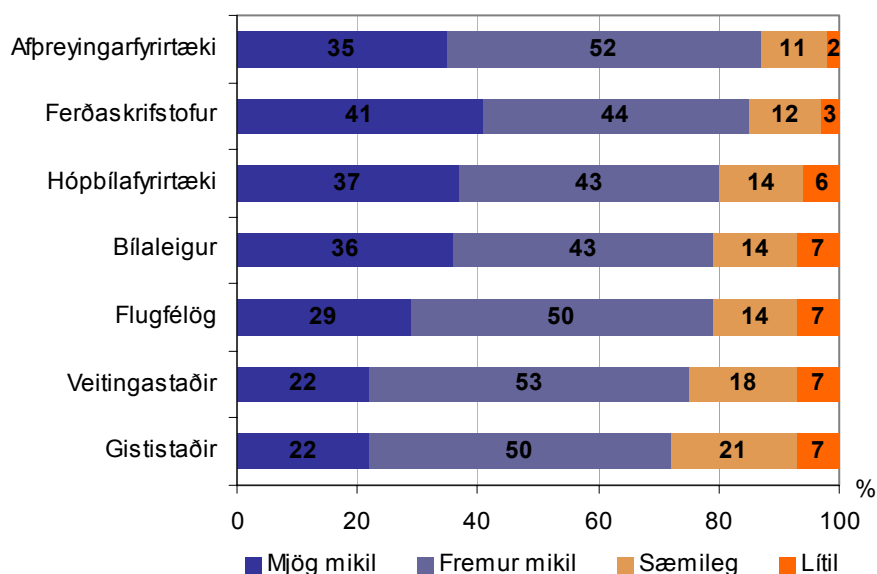
Einkunn 1-4 = lítil gæði

Miðað við þessa flokkun töldu 85-87% þátttakenda í könnuninni að gæði íslenskra afþreyingarfyrirtækja og ferðaskrifstofa væru *mjög* eða *fremur mikil* og 79-80% voru sama sinnis varðandi hópbílafyrirtæki, bílaleigur og flugfélög. Þá töldu 72-75% að gæði íslenskra veitinga- og gististaða væru *mjög* eða *fremur mikil*.

Einungis 3-7% svarenda töldu gæði þessara greina í íslenskri ferðapjónustu vera *lítil* en 11-21% að þau væru *sæmileg*.

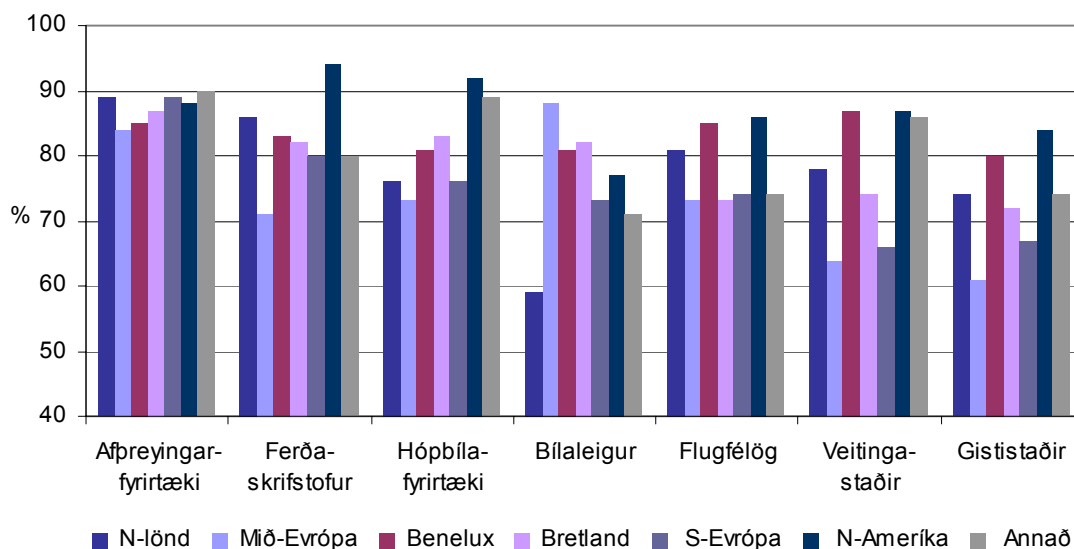
2. Misjafnt var hve margir gáfu einkunn fyrir gæði eftir því hvað um var að ræða, enda færri sem nýttu sér t.d. íslenskar ferðaskrifstofur en flugfélög í tengslum við ferðina til Íslands. Af þeim 1712 sem tóku þátt í könnuninni tóku þannig 85% afstöðu til gæða veitingahúsa, 83% til gæða gististaða og 69% tóku afstöðu til gæða íslenskra flugfélaga. Þá tóku 46% afstöðu til gæða afþreyingarfyrirtækja og bílaleiga, 42% til gæða hópperðafyrirtækja og 30% tóku afstöðu til gæða íslenskra ferðaskrifstofa. Þetta hlutfall var mjög svipað hvað varðar mat á viðmóti starfsfólks í þessum greinum ferðapjónustunnar sem gerð verður grein fyrir í kafla 3.2.

4. mynd Gæði íslenskrar ferðaþjónustu eftir fyrirtækjasviðum



Á næstu mynd má sjá hlutfall ferðamanna frá mismunandi markaðssvæðum sem töldu gæði í einstökum greinum ferðaþjónustunnar á Íslandi vera *mjög* eða *fremur mikil*.

5. mynd „Mjög mikil“ eða „fremur mikil“ gæði eftir fyrirtækjasviðum álit fólks eftir markaðssvæðum



Þannig voru gestir frá Norður-Ameríku oftast ánægðari með gæði ferðaþjónustu á Íslandi en fólk frá öðrum markaðssvæðum, nema hvað varðar bílaleigur, þar sem ferðamenn frá Mið-Evrópu voru sáttari við gæðin. Íbúar frá Norðurlöndunum voru síst ánægðir með bílaleigurnar.

Íbúar frá Mið- og Suður Evrópu voru oft síður ánægðir með gæðin en fólk frá öðrum svæðum.



Erlendir ferðamenn skyggast yfir Hérað af vesturbrún Fjarðarheiðar.

Næsta tafla sýnir auk þess hlutfall þeirra sem töldu gæði umræddra greina ferðapjónustunnar *mjög* eða *fremur mikil*, greint eftir aldri, kyni, búsetu og öðrum grunnbreytum.

Lítill munur er á afstöðu kynjanna en eldra fólk taldi gæðin yfirleitt meiri en þeir yngri, einkum hvað varðar þjónustu ferðaskrifstofa og veitingastaða. Fólk á miðjum aldri taldi þjónustu bílaleiga betri en fólk í öðrum aldurshópum.

3. tafla „Mjög mikil“ eða „fremur mikil“ gæði eftir fyrirtækjasviðum eftir kyni, aldurshópum, búsetu og ferðamáta

%	Afpreyingar- fyrirtæki	Ferða- skrifstofur	Hópbíla- fyrirtæki	Bíla- leigur	Flug- félög	Veitinga- staðir	Gisti- staðir
Kona	87	85	80	78	78	74	72
Karl	87	84	80	79	80	76	72
16-35 ára	89	77	80	75	77	70	71
36-55 ára	84	87	77	84	80	75	71
> 55 ára	89	90	85	72	80	81	75
Norðurlönd	89	86	76	59	81	78	74
Mið-Evrópa	84	71	73	88	73	64	61
Benelux lönd	85	83	81	81	85	87	80
Bretland	87	82	83	82	73	74	72
S-Evrópa	89	80	76	73	74	66	67
N-Ameríka	88	94	92	77	86	87	84
Annað	90	80	89	71	74	86	74
Eigin vegum	88	85	80	79	79	73	73
Hópfærð	85	86	80	71	81	79	66
Áður á Íslandi	91	85	83	78	78	74	76
Fyrsta skipti	86	85	80	79	79	75	71
Icelandair	87	84	82	79	79	78	73
Iceland Express	85	70	75	78	79	64	73
Norröna	92	92	68			68	60
Meðaltal	87	85	80	79	79	75	72

3.0 Viðmót starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu



Minnisstæður og fræðandi starfsmaður í íslenskri ferðaþjónustu, í Ósvör við Bolungarvík.

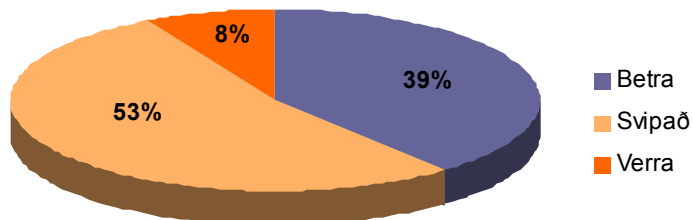
Auk gæða í greininni var spurt um viðmót starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu. Var annars vegar spurt um viðmót starfsfólks í heildina tekið og hvort það væri betra, svipað eða verra en fólk bjóst við. Hins vegar voru þátttakendur beðnir um að gefa starfsfólki á einstökum sviðum ferðaþjónustunnar á Íslandi einkunn fyrir viðmót á bilinu 1-10, þar sem 10 var hæsta einkunn. Þau svið eru sem áður: ferðaskrifstofur, afþreyingarfyrtæki, hópbílafyrtæki, bílaleigur, flugfélög, gististaðir og veitingastaðir. Greint verður frá meðaltalseinkunn viðmóts eftir greinum en auk þess verða einkunnir starfsfólks flokkaðar nánar.

3.1 Viðmót miðað við væntingar

39% svarenda töldu viðmót starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu betra en þeir bjuggust við, 53% töldu það svipað en 8% töldu það lakara en þeir höfðu vænst.

6. mynd

Viðmót starfsfólks í íslenskri ferðaþjónustu miðað við væntingar ferðamanna



Þessi niðurstaða er einnig jákvæð að flestu leyti. Þó er það umhugsunarvert að heldur fleiri töldu viðmót starfsfólks lakara en gæði íslenskrar ferðaþjónustu (sjá bls. 4).

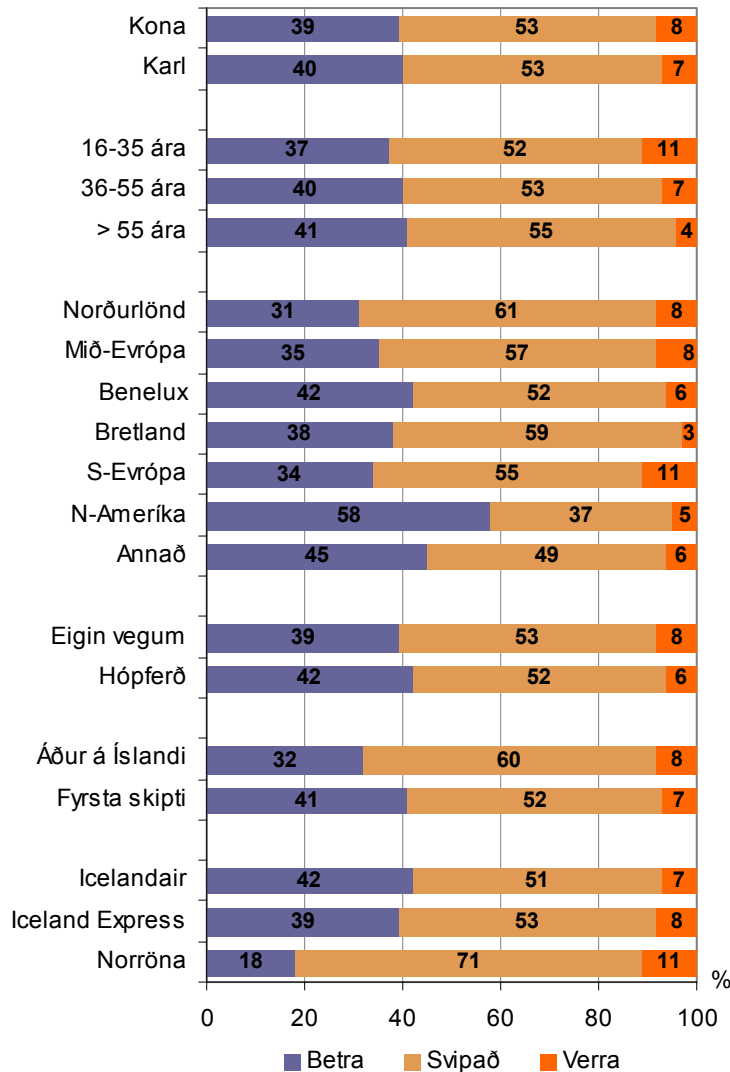


Vestmannaeyjar séðar frá Markarfljótsbrú.

Ekki er munur á kynjum hvað þetta varðar en eldra fólk taldi viðmót fólks í ferðapjónustu betra en þeir sem voru í yngsta aldurshópnum (16-35 ára). Íbúar frá Norður-Ameríku skera sig úr, en 58% þeirra töldu viðmót starfsmanna betra en þeir bjuggust við. Hins vegar voru 31% Norðurlandabúa á sömu skoðun. 11% íbúa frá Suður-Evrópu töldu viðmót fólks verra en þeir bjuggust við en einungis 3% gesta frá Norður-Ameríku.

Fólk í hópferð var heldur ánægðara með viðmót starfsfólks í íslenski ferðapjónustu en fólk á eigin vegum og fólk með flugi ánægðara en farþegar með Norrönu.

7. mynd Viðmót starfsfólks í íslenski ferðapjónustu miðað við væntingar eftir kyni, aldri, búsetu, ferðamáta o.fl.



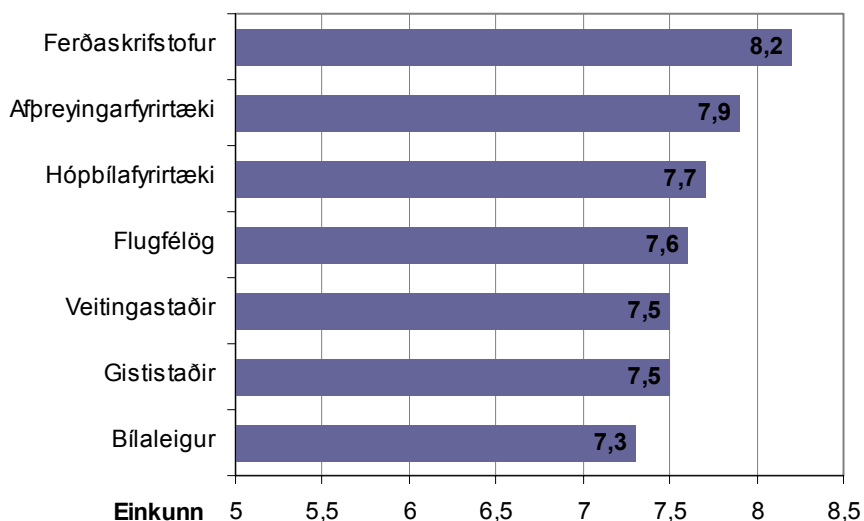
3.2 Viðmót starfsfólks eftir fyrirtækjasviðum



Gestgjafi í Skagafirði syngur fyrir gesti ásamt góðum félagamönnum.

Ekki var verulegur munur á viðmóti starfsfólks eftir greinum ferðaþjónustunnar að mati svarenda. Starfsfólk á ferðaskrifstofum fékk þó hæstu meðaleinkunnina (8,2), starfsmenn afþreyingarfyrirtækja þá næsthæstu (7,9) en starfsfólk á bílaeigum þá lægstu (7,3).

8. mynd Viðmót starfsfólks - einkunn eftir fyrirtækjasviðum



Á næstu mynd eru einkunnirnar sem þátttakendur gáfu viðmóti starfsfólks í einstökum greinum ferðaþjónustunnar flokkaðar sem hér greinir:

Einkunn 9-10 = mjög gott viðmót

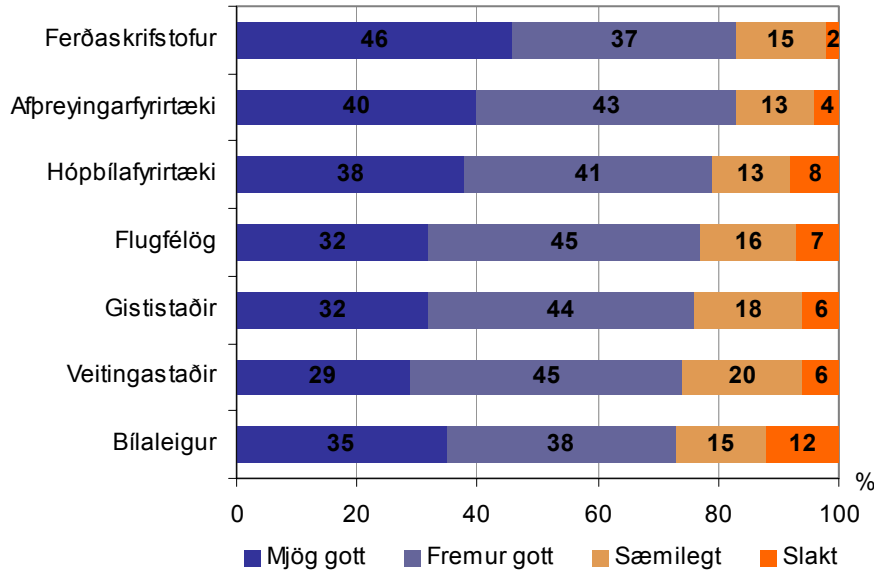
Einkunn 5-6 = sæmuleg viðmót

Einkunn 7-8 = fremur gott viðmót

Einkunn 1-4 = slakt viðmót

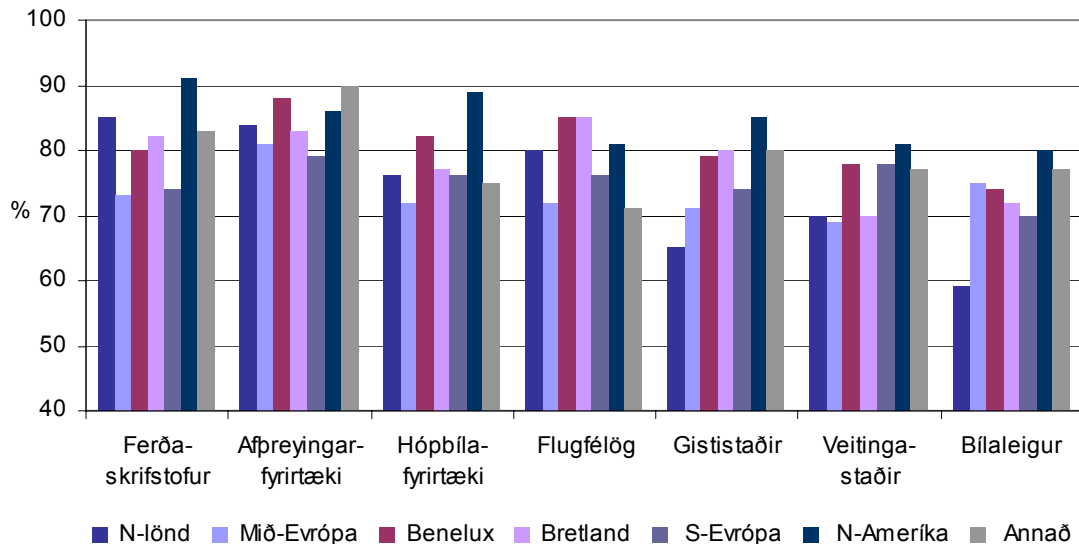
Samkvæmt þessari flokkun töldu 83% svarenda að viðmót starfsfólks á ferðaskrifstofum og hjá afþreyingarfyritækjum væri *mjög* eða *fremur gott* og 76-79% töldu það eiga við um starfsfólk hjá hópílafyrirtækjum, flugfélögum og á gististöðum. Þá töldu 73-74% að viðmót starfsfólks hjá bílaleigum og á veitingastaðum væri *mjög* eða *fremur gott*.

9. mynd Viðmót starfsfólks í ferðapjónustu eftir fyrirtækjasviðum



Á næstu mynd er sýnt hlutfall ferðamanna frá mismunandi markaðssvæðum sem töldu viðmót starfsfólks í einstökum greinum ferðapjónustunnar vera *mjög gott* eða *fremur gott*.

10. mynd „Mjög gott“ eða „fremur gott“ viðmót eftir fyrirtækjasviðum álit fólks eftir markaðssvæðum



Ferðamenn frá Norður-Ameríku voru að jafnaði ánægðari með viðmót Íslendinga í ferðapjónustu en fólk frá öðrum markaðssvæðum, nema hvað varðar afþreyingarfyritæki, þar sem ferðamenn frá Benelux löndunum voru heldur ánægðari með

viðmótið. Einnig voru ferðamenn frá Benelux löndunum og Bretlandi ánægðari með viðmót starfsfólks flugfélaganna. Norðurlandabúar voru síður ánægðir með viðmót starfsfólks á bílaleigum og gististöðum en aðrir. Að öðru leyti voru íbúar frá Mið- og Suður-Evrópu síður ánægðir með viðmót fólks í öðrum greinum, s.s. á ferðaskrifstofum og hjá flugfélögum.

Næsta tafla sýnir hutfall þeirra sem töldu viðmót starfsfólks eftir þessum greinum ferðaþjónustunnar *mjög* eða *fremur gott*, greint eftir aldri, kyni, búsetu og öðrum grunnbreytum.

4. tafla „*Mjög gott*“ eða „*fremur gott*“ viðmót verð miðað við gæði eftir kyni, aldurshópum, búsetu og ferðamáta

%	Ferða- skrifstofur	Afþreyingar- fyrirtæki	Hópbíla- fyrirtæki	Flug- félög	Gisti- staðir	Veitinga- staðir	Bíla- leigur
Kona	84	87	80	75	76	74	73
Karl	82	80	77	79	75	75	72
16-35 ára	78	87	77	78	75	72	71
36-55 ára	84	79	76	76	74	74	76
> 55 ára	87	83	86	79	79	77	68
Norðurlönd	85	84	76	80	65	70	59
Mið-Evrópa	73	81	72	72	71	69	75
Benelux lönd	80	88	82	85	79	78	74
Bretland	82	83	77	85	80	70	72
S-Evrópa	74	79	76	76	74	78	70
N-Ameríka	91	86	89	81	85	81	80
Annað	83	90	75	71	80	77	77
Eigin vegum	81	82	78	77	77	73	72
Hópförð	86	86	83	77	71	79	80
Áður á Íslandi	85	78	80	76	73	70	64
Fyrsta skipti	83	85	79	77	76	76	75
Icelandair	84	83	82	78	76	76	75
Iceland Express	74	85	67	75	81	72	66
Norröna	83	82	75		58	56	
Meðaltal	83	83	79	77	76	74	73

Lítill munur er á afstöðu kynjanna, nema hvað konur töldu viðmót fólks hjá afþreyingar-fyrirtækjunum betra en karlar.

Eldra fólk taldi viðmót starfsmanna oftast betra en þeir yngri einkum hvað varðar ferðaskrifstofur og hópbílafyrirtæki. Ungu fólkið (16-35 ára) taldi þó viðmót starfsmanna hjá afþreyingarfyrirtækjum betra en þeir sem eldri voru og miðaldra fólk (36-55 ára) var ánægðara en aðrir með viðmót starfsfólks hjá bílaleigum.

Erlendir ferðamenn í hópförð töldu, oftar en þeir sem voru á eigin vegum, að viðmót starfsfólks hefði verið gott ef frá er talið viðmót fólks á gististöðum.

4.0 Verðlag í íslenskri ferðapjónustu

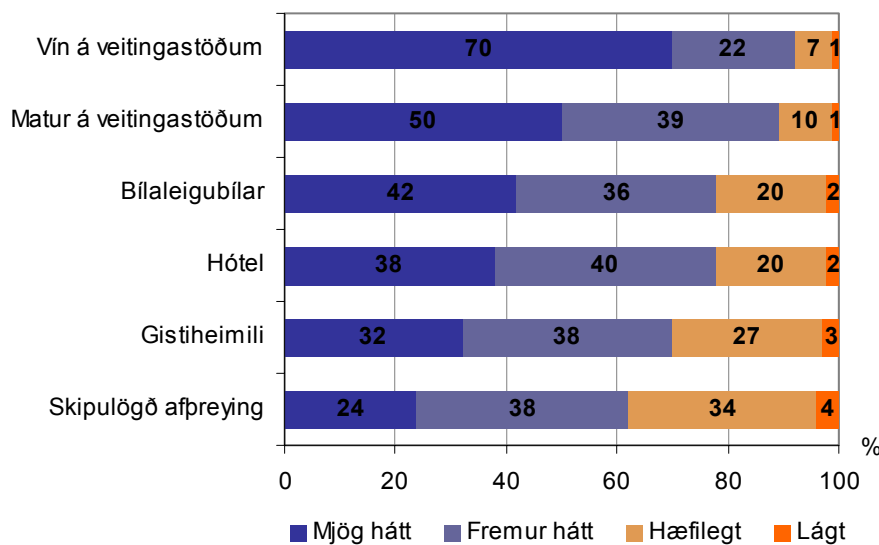
Flestir eru sammála um að Ísland sé dýrt land. Í könnuninni var spurt hvað þátttakendum fyndist um verðlag á sex þáttum íslenskrar ferðapjónustu að teknu tilliti til gæða. Þannig var spurt um verðlag á víni og mat á veitingastöðum, á bílaleigubílum, hótulgistingu, gistingu á gistiheimilum og á skipulagðri afþreyingu.³ Í öllum tilvikum taldi verulegur meirihluti svarenda sem afstöðu tóku til einstakra þátta að verðlag þeirra væri *mjög hátt* eða *fremur hátt* miðað við gæði (62-92% þeirra).

Álit fólks á vínverði á veitingastöðum skar sig nokkuð úr og 70% töldu það *mjög hátt*, 22% *fremur hátt*, 7% *hæfilegt* en 1% töldu það *lágt*. Matur á veitingahúsum kom næstur, en helmingi aðspurðra (50%) þótti verð á honum *mjög hátt*, 39% töldu það *fremur hátt*, 10% *hæfilegt* en 1% álitu það *lágt*.

Þá töldu 78% verð á bílaleigubílum og hótulgistingu *mjög* eða *fremur hátt*, 70% voru sama sinnis varðandi gistiheimili og 62% varðandi skipulagða afþreyingu. 34% álitu verð á skipulagðri afþreyingu vera *hæfilegt*.

11. mynd

Verðlag í íslenskri ferðapjónustu að teknu tilliti til gæða



Þessar niðurstöður benda til þess að hátt verðlag á Íslandi geti að nokkru leyti staðið ferðapjónustu á Íslandi fyrir þrífum, einkum verðlag á víni og mat á veitingastöðum, en einnig hátt verð á bílaleigubílum og hótulgistingu.

Lækkun á virðisaukaskatti af veitingapjónustu og gistingu niður í 7% á næsta ári, auk lækkunar á tollum og vörugjöldum, ætti að geta bætt þessa stöðu. Auk þess er mikilvægt að lækka opinberar álögur á víni og bjór hérlandis til að Ísland verði samkeppnishæft

³ Misjafnt var hve margir svöruðu spurningu um verðlag eftir því hvað var um að ræða. Af þeim 1712 sem tóku þátt í könnuninni tóku þannig 88% afstöðu til verðlags á mat á veitingahúsum, 68% til verðlags á víni, 67% tóku afstöðu til verðlags á skipulagðri afþreyingu, 63% til verðs hótulgistingar, 48% til verðs á bílaleigubílum og 43% tóku afstöðu til verðlags gistingar á gistiheimilum.

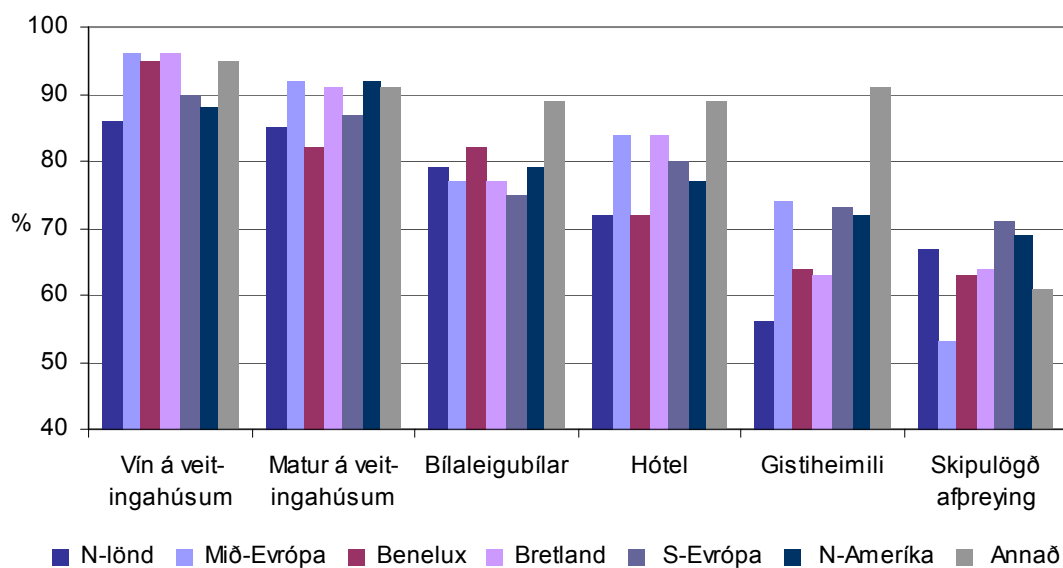
hvað það varðar. Eftir sem áður er ljóst að Ísland verður seint ódýrt ferðamannaland enda er það ekki keppikeflið, en það er afar mikilvægt að ofbjóða ekki verðskyni viðskiptavinanna.



Frá háhitasvæðinu í Krýsuvík.

Á næstu mynd má sjá hlutfall þeirra sem töldu verðlag áðurnefndra þátta *mjög hátt* eða *fremur hátt* á Íslandi eftir því frá hvaða markaðssvæðum þeir komu.

12. mynd „Mjög hátt“ eða „fremur hátt“ verðlag að teknu tilliti til gæða álit fólks eftir markaðssvæðum





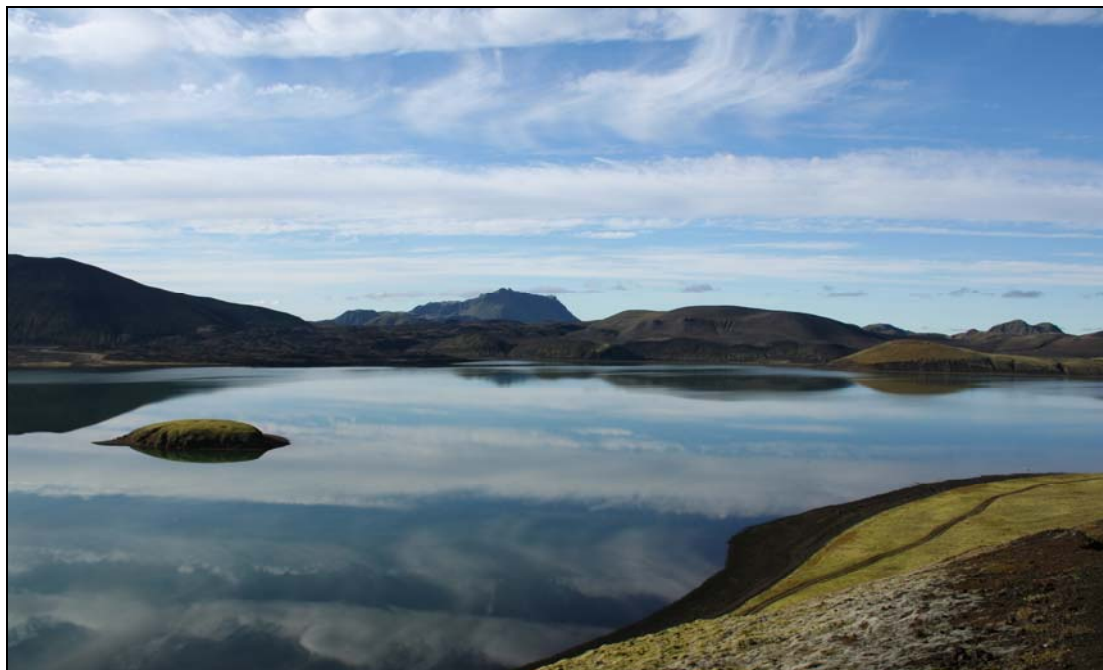
Ekki verður allt metið til fjár. Úr Skeiðaréttum haustið 2006.

Á næstu töflu eru verðlagsniðurstöðurnar einnig greindar nánar eftir kyni, búsetu, ferðamáta, eftir því hvort viðkomandi höfðu verið áður á Íslandi og eftir faratæki til landsins.

5. tafla „Mjög hátt“ eða „fremur hátt“ verðlag að teknu tilliti til gæða eftir kyni, aldurshópum, búsetu, ferðamáta o.fl.

%	Vín á veitinga-húsum	Maturá veitinga-húsum	Bílaleigu-bílar	Hótel	Gistiheimili	Skipulögð afþreying
Kona	94	89	80	80	67	59
Karl	90	89	77	76	74	66
16-35 ára	94	92	78	84	69	64
36-55 ára	92	88	80	76	71	62
> 55 ára	91	86	74	72	70	59
Norðurlönd	86	85	79	72	56	67
Mið-Evrópa	96	92	77	84	74	53
Benelux lönd	95	82	82	72	64	63
Bretland	96	91	77	84	63	64
S-Evrópa	90	87	75	80	73	71
N-Ameríka	88	92	79	77	72	69
Annað	95	91	89	89	91	61
Eigin vegum	92	90	79	79	69	60
Hóþferð	92	86	75	74	74	69
Áður á Íslandi	89	85	78	77	67	60
Fyrsta skipti	93	90	78	78	71	63
Icelandair	91	89	77	77	71	64
Iceland Express	95	91	80	82	67	62
Norröna	94	85		81	72	52
Meðaltal	92	89	78	78	70	62

5.0 Samanburður við kannanir RRF 1996 og 1998



Íslensk náttúrugæði. Við Frostastaðavatn á Landmannaleið.

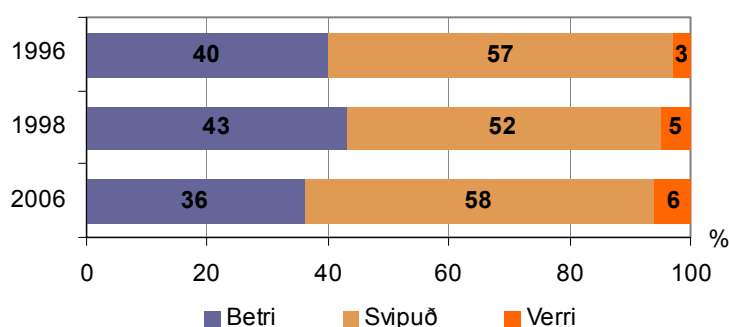
Dear Visitors kannanir RRF meðal erlendra ferðamann hófust með reglubundnum hætti í Leifsstöð og á Seyðisfirði sumarið 1996 og tóku þá tæplega 1700 manns þátt í könnuninni. Strax það sumar voru ferðamenn m.a. spurðir sambærilegra spurninga og nú 10 árum síðar fyrir SAF. Þær spurningar voru svo endurteknar sumarið 1998 og þá svöruðu 2400 erlendir brottfararferðamenn.

5.1 Gæði íslenskrar ferðaþjónustu

Eins og nú var árin 1996 og 1998 spurt hvort gæði íslenskrar ferðaþjónustu væru betri, svipuð eða verri en fólk bjóst við.

13. mynd

**Gæði íslenskrar ferðaþjónustu
miðað við væntingar ferðamanna 1996, 1998 og 2006**



Þannig eru vísbendingar um að gæði í íslenskri ferðaþjónustu hafi heldur látið undan síga á þessu árabili, miðað við væntingar ferðamanna. Þó er munurinn á mörkum þess að vera marktækur.

5.2 Verð á víni og mat á veitingahúsum og á bílaleigubílum

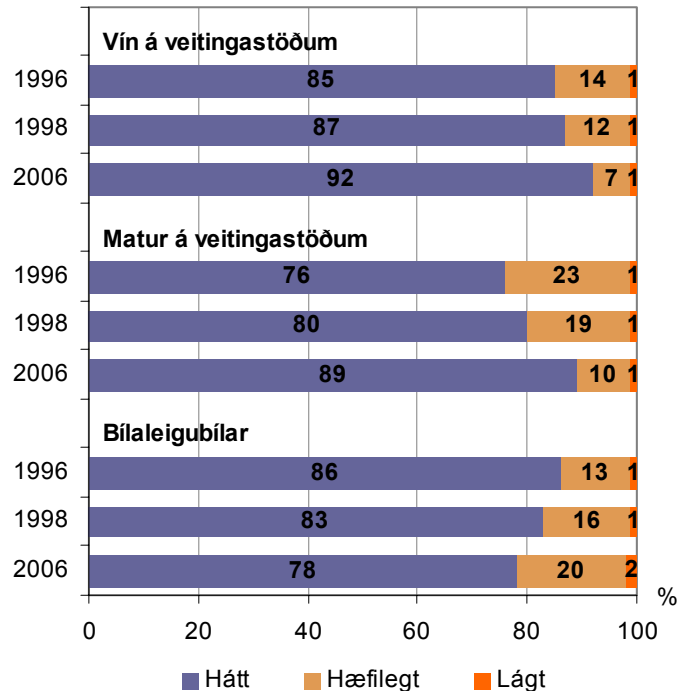


Gómsætur eftirréttur.

Árin 1996 og 1998 voru erlendir ferðamenn einnig spurðir hvort þeir teldu verðlag á víni og mat á veitingastöðum og á bílaleigubílum vera hátt, hæfilegt eða lágt. Þær niðurstöður eru því samanburðarhæfar við sömu spurningar fyrir SAF nú.

14. mynd

Verðlag í íslenskri ferðaþjónustu álit ferðamanna 1996, 1998 og 2006



Samkvæmt þessum samanburði er verðlag á víni og mat á veitingastöðum héraðs nú enn óhagstæðara ferðamönnum en það var fyrir 8-10 árum síðan.

Þessu er hins vegar öfugt farið með verð á bílaleigubílum sem talsvert færri telja nú vera hátt, þó mikill meirihluti sé enn á þeirri skoðun. eru þetta athyglisverðar niðurstöður.