



KÖNNUN MEÐAL ÍSLENSKRA FERÐAÞJÓNUSTUFYRIRTÆKJA

Febrúar–mars 2016

GALLUP®





Ferðamálastofa

Könnun meðal íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja
Febrúar –mars 2016

Skýrsla þessi og innihald hennar er eingöngu til innanhússnota hjá því fyrirtæki, stofnun eða einstaklingi sem hana keypti. Öll opinber birting eða dreifing er óheimil án skriflegs leyfis Gallup. Starfsemi Gallup er með ISO 9001 gæðavottun. Auk þess er Gallup aðili að ESOMAR og WIN.
Allur réttur áskilinn: © Gallup.



Efnisyfirlit

Bls.

- 3 **Framkvæmdalýsing**
- 4 **Helstu niðurstöður**
- Ítarlegar niðurstöður**
- 11 Sp. 1 Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?
- 14 Sp. 2 Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?
- 17 Sp. 3 Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt
- 20 Sp. 4 Starfsemi
- 23 Sp. 5 Hver var fjöldi starfsmanna í fyrirtækinu/starfsstöðinni þinni þegar mest var á árinu 2015, að þér meðtöldum/-talinni?
- 27 Sp. 6 Hvað voru erlendir ferðamenn hátt hlutfall af heildarviðskiptavinum fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar á árinu 2015?
- 30 Sp. 7 Hver var árleg velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar árið 2015?
- 34 Sp. 8 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vetur (jan.-mars/nóv.-des.)
- 37 Sp. 9 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vor (apr.-maí)
- 40 Sp. 10 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Sumar (júní-ág.)
- 43 Sp. 11 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Haust (sept.-okt.)
- 46 Sp. 12 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við Íslendinga meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?
- 49 Sp. 13 Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við erlenda ferðamennt meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?
- 52 Sp. 14 Telur þú að velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 í samanburði við árið 2015?
- 55 Sp. 15 Telur þú að framlegð fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar, það er EBITDA, muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016?
- 58 Sp. 16 Telur þú að vaxtartækifæri fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar í dag séu betri, svipuð eða verri en fyrir ári síðan?
- 61 Sp. 17 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Íslandi?
- 64 Sp. 18 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norðurlöndum?
- 67 Sp. 19 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Bretlandi?
- 70 Sp. 20 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Mið-/Suður-Evrópu?
- 73 Sp. 21 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norður-Ameríku?
- 76 Sp. 22 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Asíu?

Efnisyfirlit

Bls.

- 79 Sp. 23 Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá öðru markaðssvæði?
- 82 Sp. 24 Telur þú að starfsmönnum í heilsársstarfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?
- 85 Sp. 25 Telur þú að starfsmönnum í hlutastarfi eða árstíðabundnu starfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?
- 88 Sp. 26 Hvaða þættir höfðu helst jákvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *
- 91 Sp. 27 Hafði eitthvað af eftirfarandi neikvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *
- 94 Sp. 28 Hversu ánægð(ur) eða óánægð(ur) ertu með það hvernig tekist hefur til við að markaðssetja Ísland á undanförunum fimm árum?
- 97 Sp. 29 Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?
- 105 **Leiðbeiningar um túlkun niðurstaðna**

Framkvæmdalýsing

Lýsing á rannsókn

Unnið fyrir

Ferðamálastofu

Markmið

Að leggja mat á árangur íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja á nýliðnu ári (2015) og hverjar horfurnar eru á árinu sem framundan er (2016). Verkefnið er liður í að koma á væntingavísi innan ferðaþjónustunnar

Framkvæmdatími

9. febrúar - 11. mars 2016

Aðferð

Netkönnun

Úrtak

1688 ferðaþjónustufyrirtæki úr gagnagrunni Ferðamálastofu*

Verknúmer

4025582

Stærð úrtaks og svörun

Úrtak

1688

Svara ekki

1097

Fjöldi svarenda

591

Þátttökuhlutfall

35,0%

*Úrtakið byggði á fyrirtækjum úr eftirfarandi flokkum:

-Beint frá býli

-Bílaleigur

-Bátaferðir

-Bókunarþjónusta (þar sem hún stendur með öðrum)

-Bændagisting

-Dagsferðir

-Einkagisting

-Farfuglaheimili og hostel

-Ferðaskipuleggjendur

-Ferðaskrifstofur

-Gistiheimili

-Gönguferðir (mínus ferðafélög)

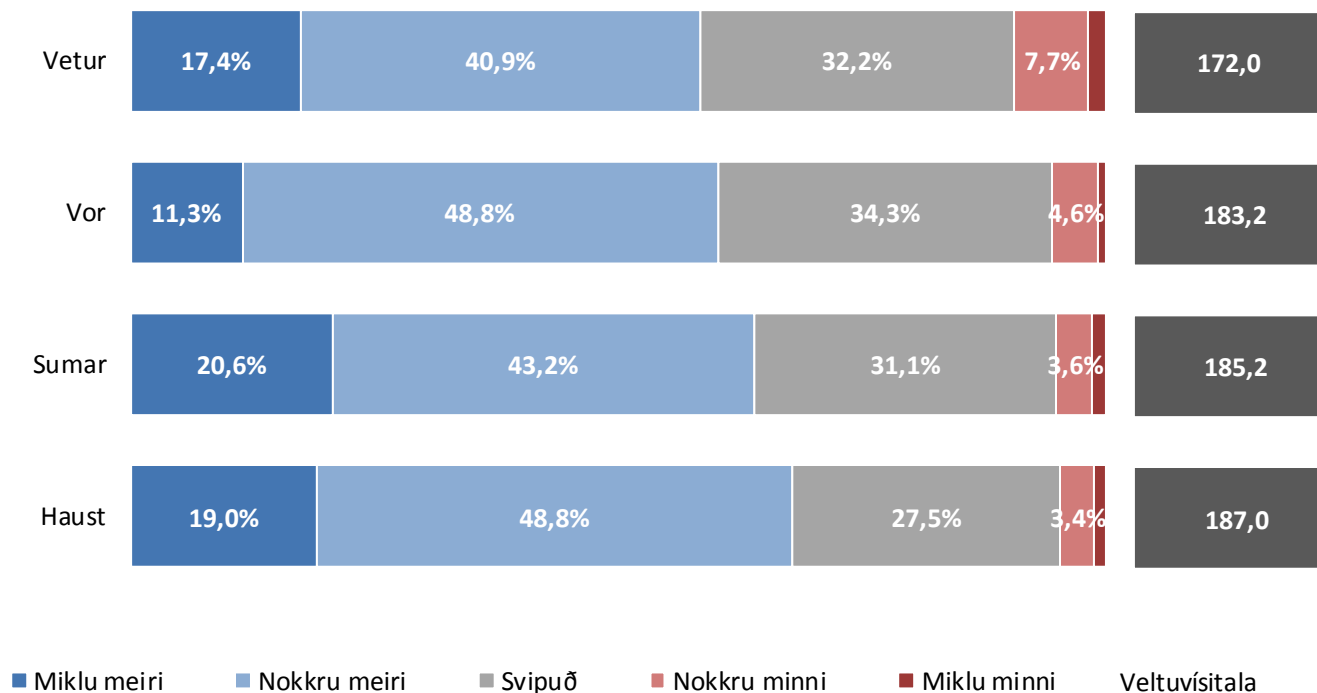
-Hótel

-Rútuferðir

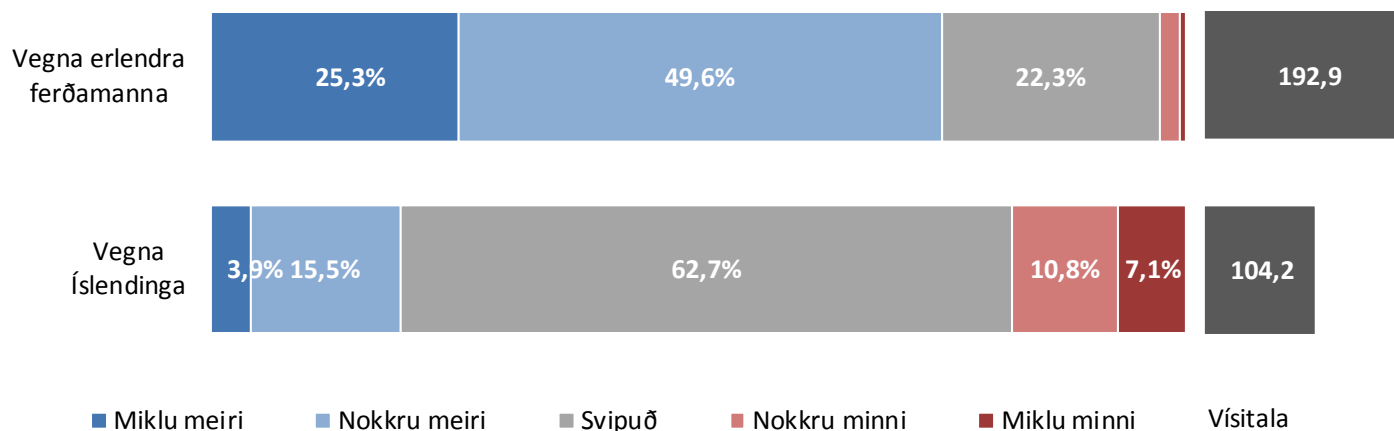


Helstu niðurstöður

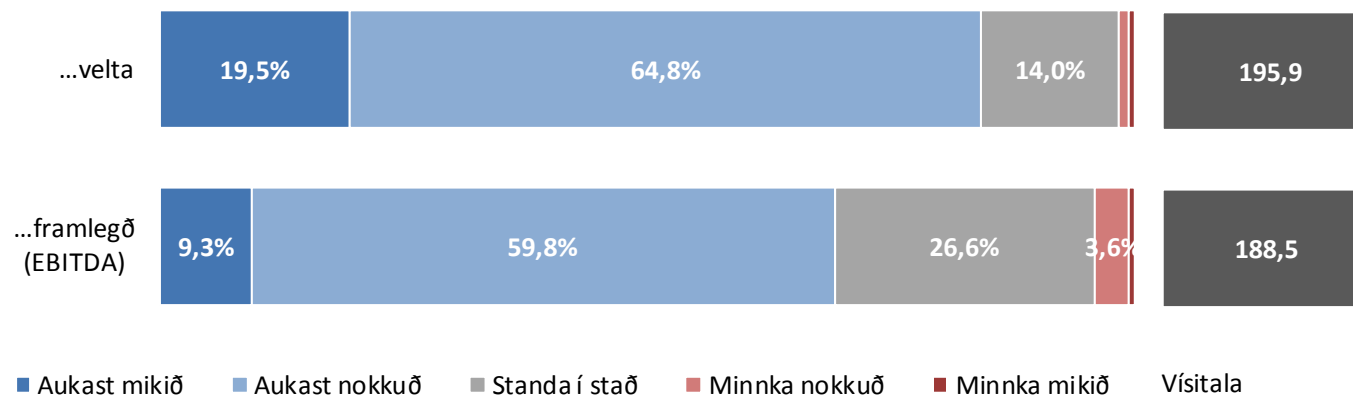
Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014?



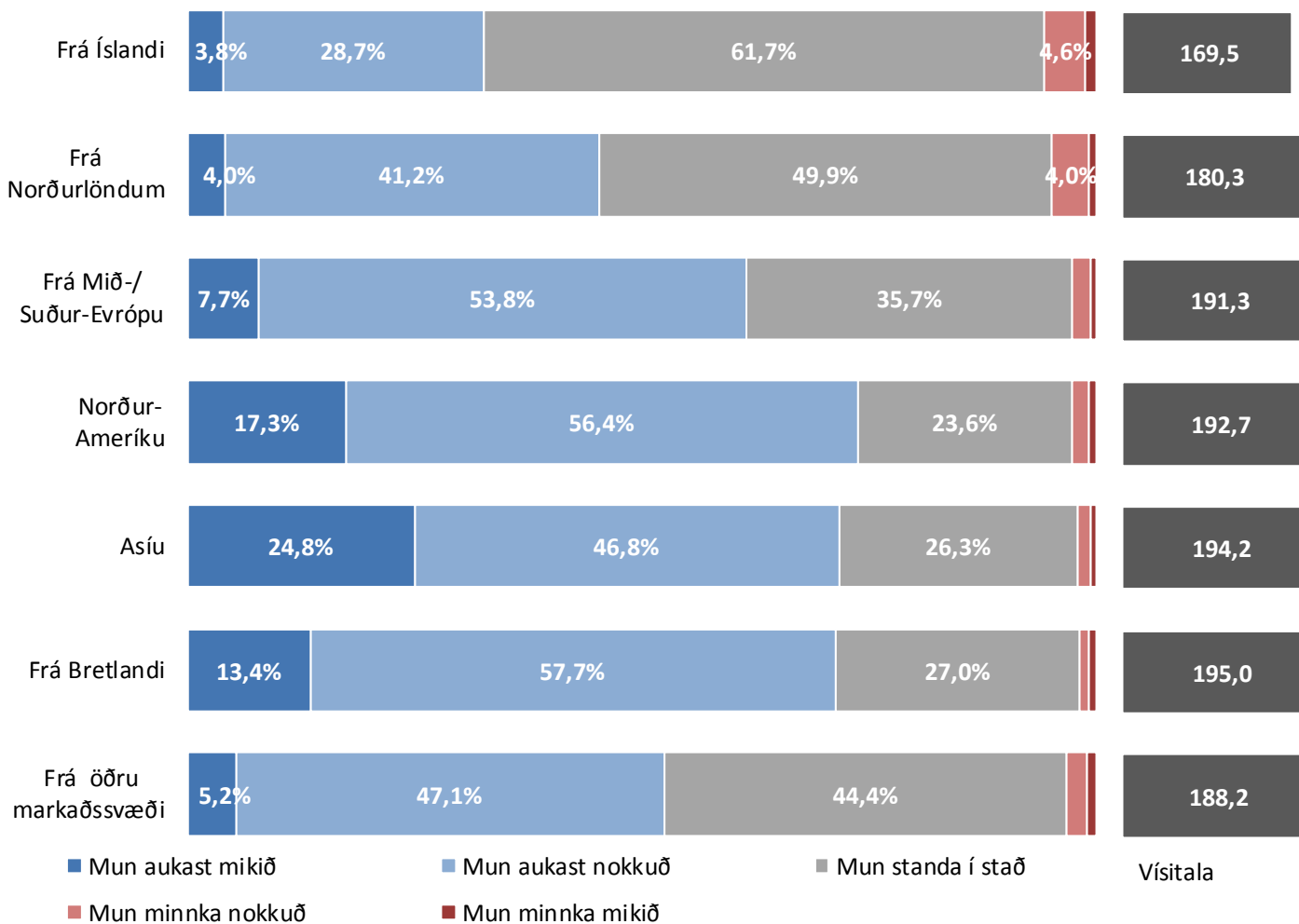
Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við Íslendinga annars vegar og hins vegar erlenda ferðamenn meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?



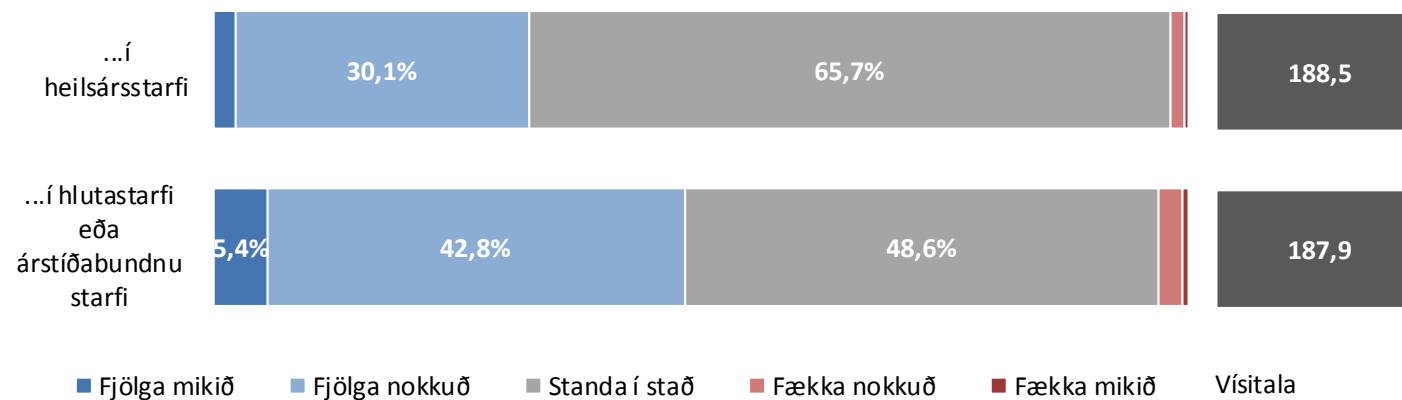
Telur þú að ... fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 í samanburði við árið 2015?



Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna...?



Telur þú að starfsmönnum ... hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

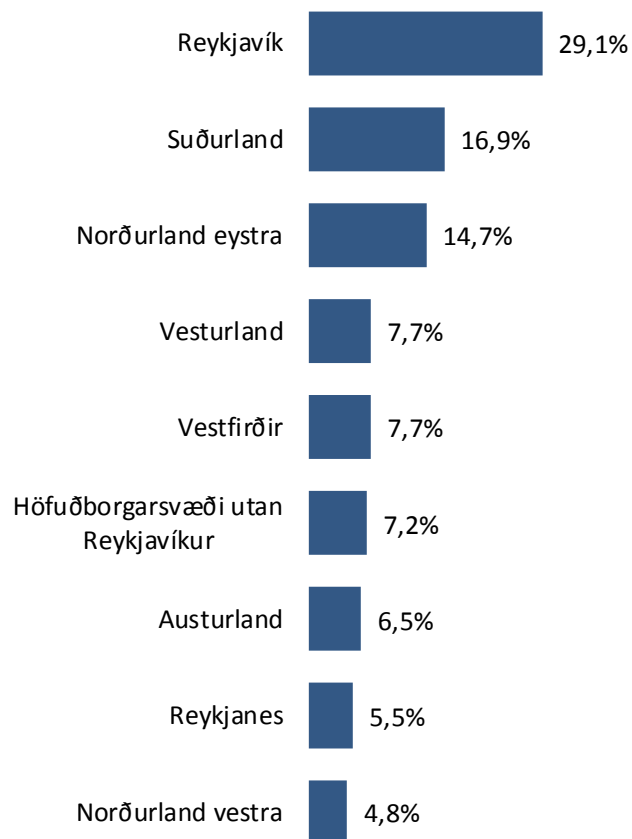




Ítarlegar niðurstöður























Sp. 1. Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?

	Fjöldi	%	+/-
Reykjavík	170	29,1	3,7
Suðurland	99	16,9	3,0
Norðurland eystra	86	14,7	2,9
Vesturland	45	7,7	2,2
Vestfirðir	45	7,7	2,2
Höfuðborgarsvæði utan			
Reykjavík	42	7,2	2,1
Austurland	38	6,5	2,0
Reykjanes	32	5,5	1,8
Norðurland vestra	28	4,8	1,7
Fjöldi svara	585	100,0	
Tóku afstöðu	585	99,0	
Tóku ekki afstöðu	6	1,0	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 1. Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?

Greiningar




	Fjöldi	Norðurland eystra/ Suðurland			Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/ Reykjanes		Vestfirðir/ Norðurland vestra Vesturland		Reykjavík
		Reykjavík	Austurland	Suðurland	Reykjanes	vestra	Vesturland		
Heild	585	29%	21%	17%	13%	12%	8%	 29%	
Starfsemi *									
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	201	47%	13%	12%	13%	9%	5%	 47%	
Gisting	271	14%	30%	22%	7%	16%	10%	 14%	
Samgöngur	44	32%	11%	5%	50%		2%	 32%	
Annað	28	25%	18%	21%	7%	21%	7%	 25%	
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?									
Innan við 6 ár	224	30%	18%	16%	15%	12%	9%	 30%	
6 - 10 ár	130	32%	22%	12%	11%	14%	10%	 32%	
Lengur en 10 ár	224	26%	25%	21%	12%	12%	5%	 26%	
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015 *									
1-3 starfsmenn	267	25%	19%	14%	14%	17%	11%	 25%	
4-5 starfsmenn	71	25%	39%	14%	11%	6%	4%	 25%	
6-10 starfsmenn	61	30%	21%	21%	16%	8%	3%	 30%	
11-15 starfsmenn	49	27%	16%	16%	14%	16%	10%	 27%	
16-30 starfsmenn	57	33%	16%	23%	11%	12%	5%	 33%	
Fleiri en 30 starfsmenn	45	47%	20%	27%	7%			 47%	
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015 *									
0-50%	64	28%	20%	22%	8%	13%	9%	 28%	
51-80%	98	12%	29%	16%	6%	27%	10%	 12%	
81-90%	103	20%	30%	17%	11%	11%	11%	 20%	
91-100%	275	37%	16%	16%	17%	9%	5%	 37%	
Árleg velta 2015 *									
0-49 milljónir kr.	276	20%	28%	16%	13%	15%	9%	 20%	
50-99 milljónir kr.	58	31%	9%	24%	16%	9%	12%	 31%	
100-499 milljónir kr.	86	36%	22%	21%	14%	6%	1%	 36%	
500 milljónir kr. eða meira	40	58%	10%	8%	10%	8%	8%	 58%	

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 1. Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?

Greiningar

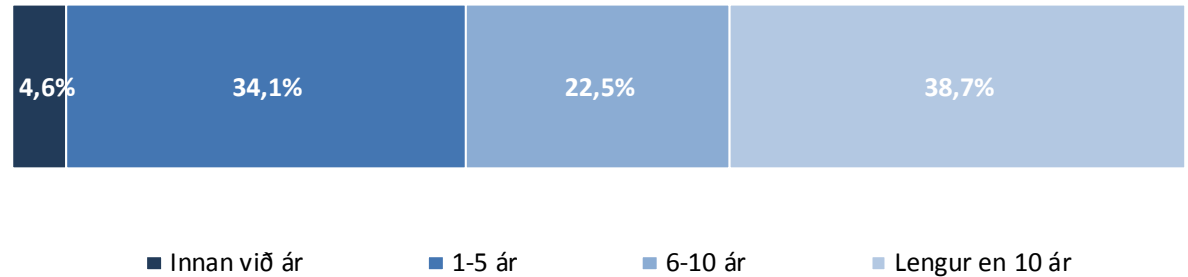
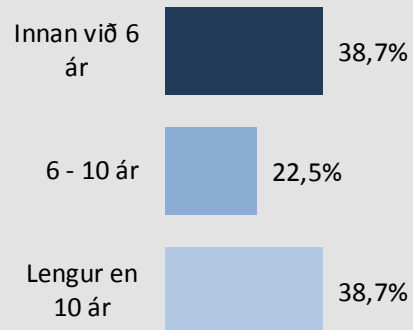
	Fjöldi	Reykjavík	Norðurland eystra/ Austurland	Suðurland	Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/ Reykjanes	Vestfirðir/ Norðurland vestra	Vesturland	Reykjavík
Heild	585	29%	21%	17%	13%	12%	8%	 29%
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt *								
Hluta ársins	128	6%	32%	16%	9%	28%	8%	 6%
Allt árið	440	35%	18%	17%	14%	8%	8%	 35%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærri en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

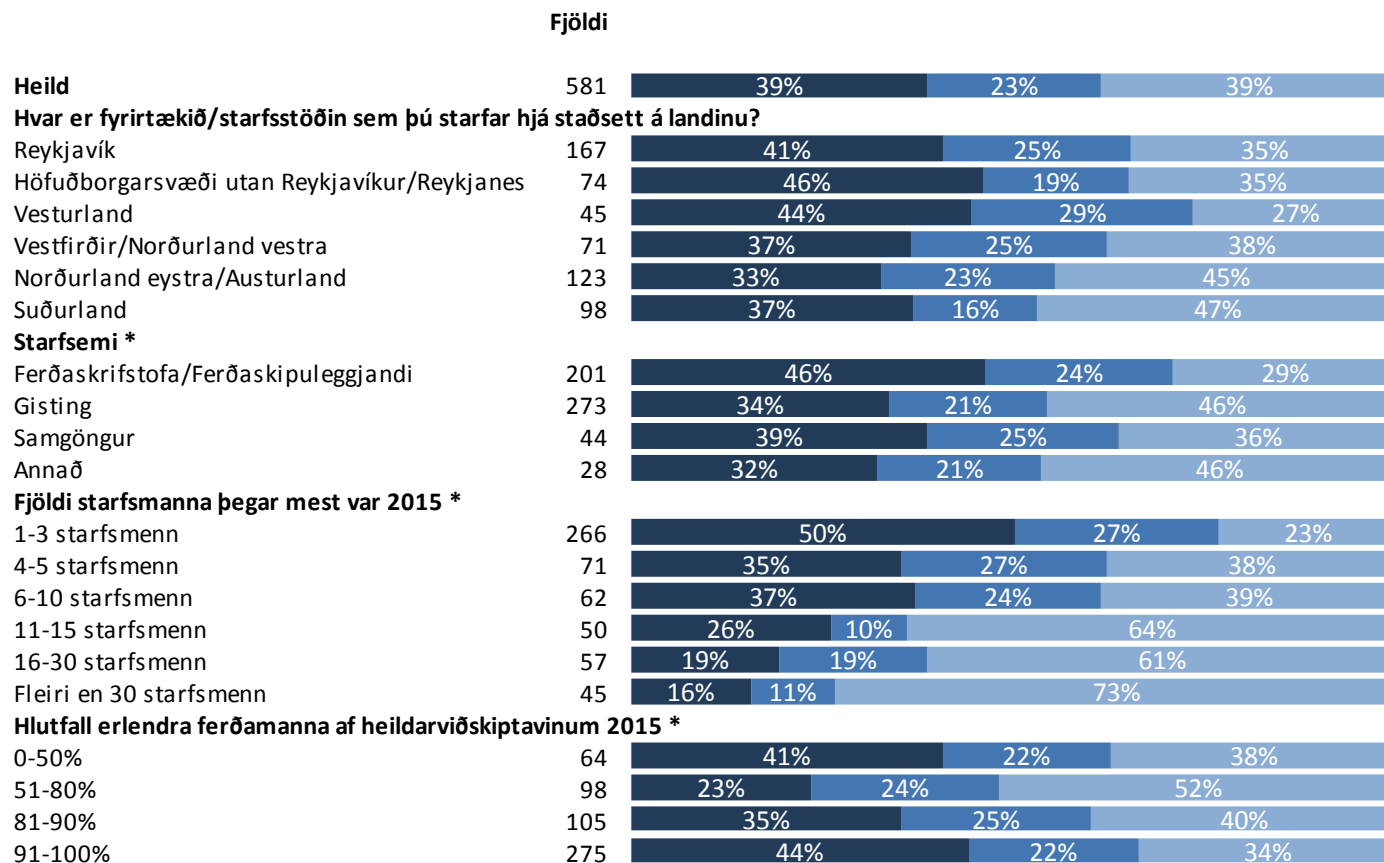
Sp. 2. Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?

	Fjöldi	%	+/-
Innan við ár	27	4,6	1,7
1-5 ár	198	34,1	3,9
6-10 ár	131	22,5	3,4
Lengur en 10 ár	225	38,7	4,0
Fjöldi svara	581	100,0	
Tóku afstöðu	581	98,3	
Tóku ekki afstöðu	10	1,7	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 2. Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?

Greiningar

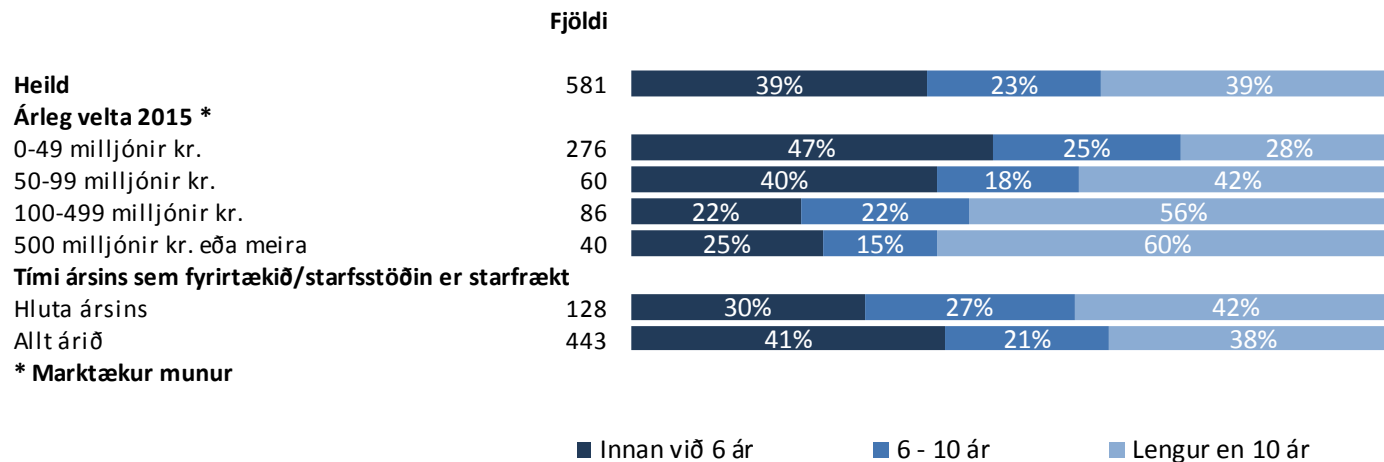


* Marktækur munur

■ Innan við 6 ár ■ 6 - 10 ár ■ Lengur en 10 ár

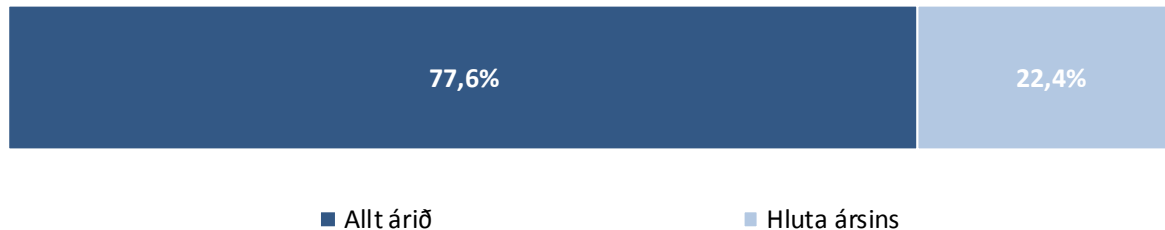
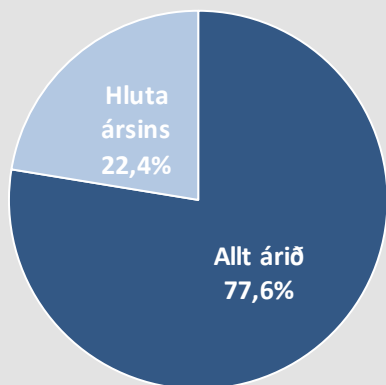
Sp. 2. Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?

Greiningar



Sp. 3. Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt

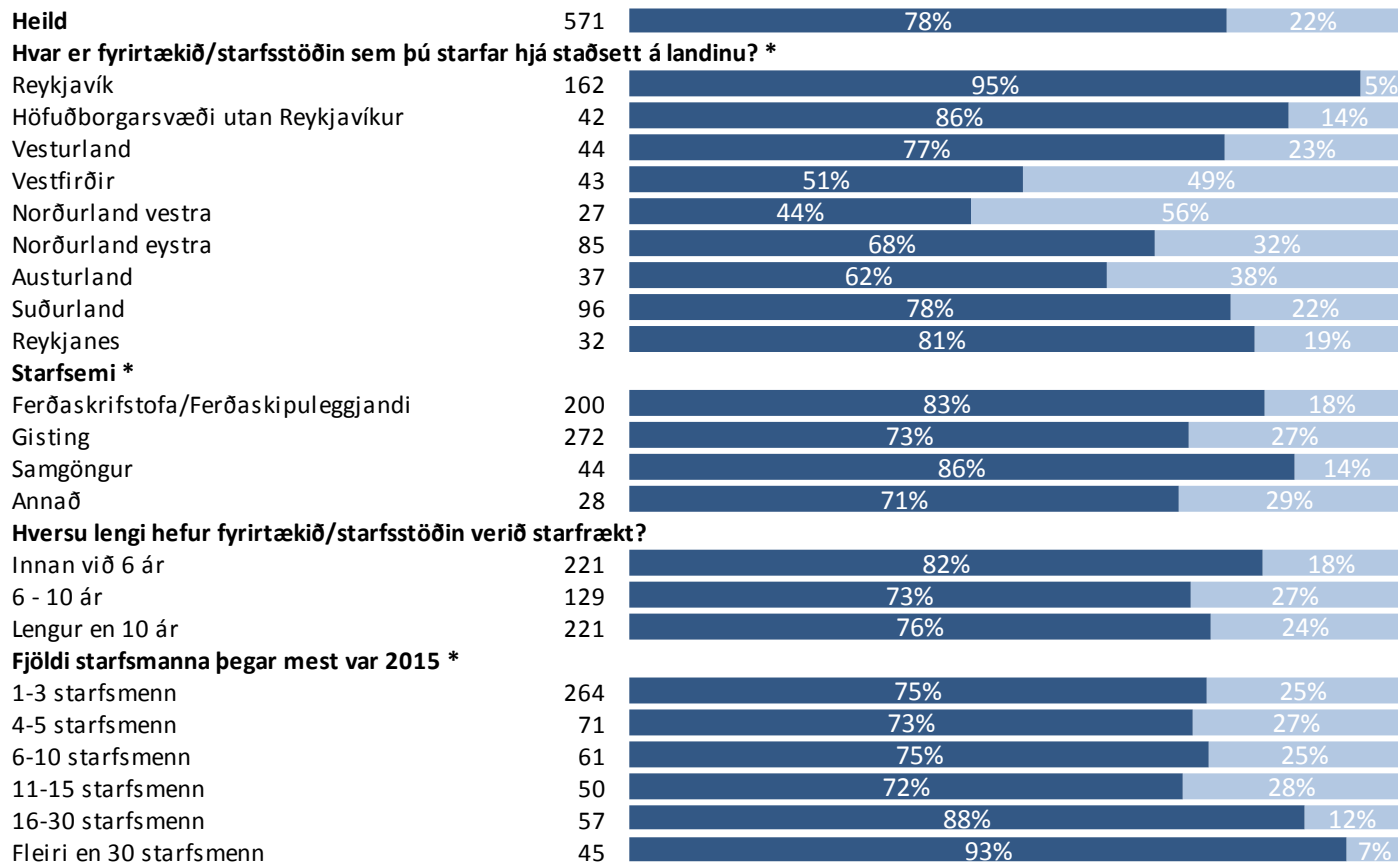
	Fjöldi	%	+/-
Allt árið	443	77,6	3,4
Hluta ársins	128	22,4	3,4
Fjöldi svara	571	100,0	
Tóku afstöðu	571	96,6	
Tóku ekki afstöðu	20	3,4	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 3. Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt

Greiningar

Fjöldi



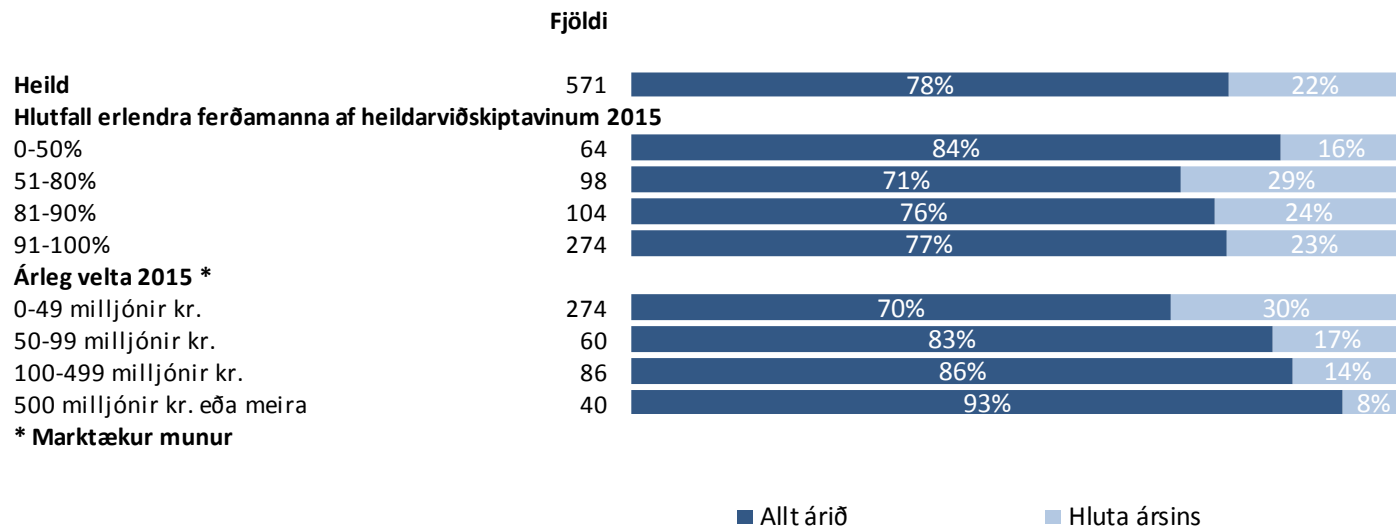
* Marktækur munur

■ Allt árið

■ Hluta ársins

Sp. 3. Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt

Greiningar



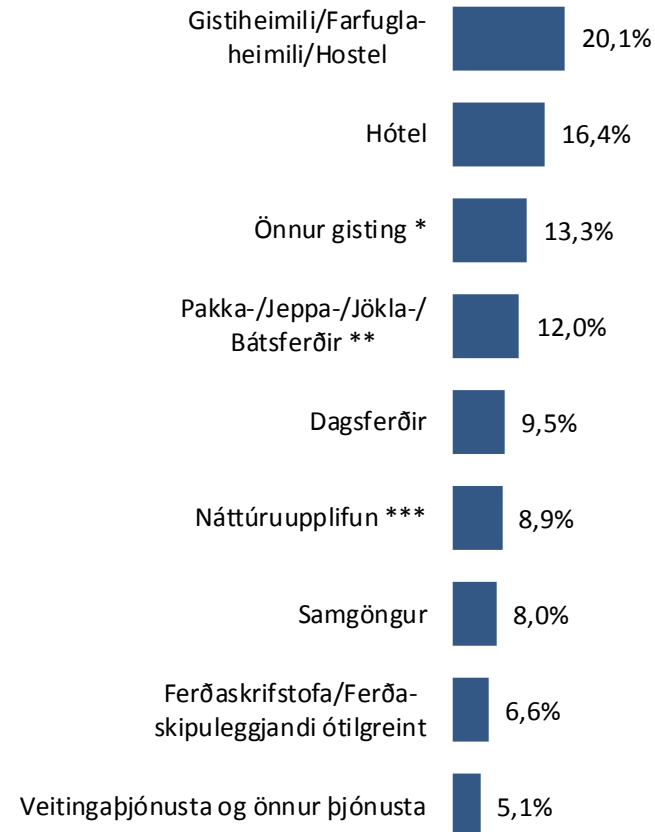
Sp. 4. Starfsemi

	Fjöldi	%	+/-
Gistiheimili/Farfuglaheimili/Hostel	110	20,1	3,4
Hótel	90	16,4	3,1
Önnur gisting *	73	13,3	2,8
Pakka-/Jeppa-/Jökla-/Bátsferðir **	66	12,0	2,7
Dagsferðir	52	9,5	2,5
Náttúruupplifun ***	49	8,9	2,4
Samgöngur	44	8,0	2,3
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi ótilgreint	36	6,6	2,1
Veitingaþjónusta og önnur þjónusta	28	5,1	1,8
Fjöldi svara	548	100,0	
Tóku afstöðu	548	92,7	
Tóku ekki afstöðu	43	7,3	
Fjöldi svarenda	591	100,0	

* Bændagisting, Einkagisting/íbúðir, Önnur gisting, Sumarhús/Orlofshús, Gisting

** Bátsferðir aðrar en hvalaskoðun, Jeppa- jökla- og snjósleðaferðir, Pakkaferðir með ýmiss konar afþreyingu

*** Göngu- /fjallaferðir, Hestaferðir, Hvalaskoðun, Náttúruskoðun, Norðurljósaferðir, Sjóstangaveiði/stangveiði, Skotveiði, Ljósmyndaferðir



Sp. 4. Starfsemi

Greiningar

	Fjöldi	Gisting	Ferðaskrifstofa/ Ferðaskipuleggjandi	Samgöngur	Veitingaþjónusta og önnur þjónusta	Gisting
Heild	548	50%	37%	8%	5%	50%
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu? *						
Reykjavík	155	25%	61%	9%	5%	25%
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	70	29%	37%	31%	3%	29%
Vesturland	40	65%	28%	3%	5%	65%
Vestfirðir/Norðurland vestra	68	65%	26%		9%	65%
Norðurland eystra/Austurland	118	69%	22%	4%	4%	69%
Suðurland	93	65%	27%	2%	6%	65%
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt? *						
Innan við 6 ár	211	44%	44%	8%	4%	44%
6 - 10 ár	122	46%	40%	9%	5%	46%
Lengur en 10 ár	213	59%	28%	8%	6%	59%
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015						
1-3 starfsmenn	261	49%	40%	5%	6%	49%
4-5 starfsmenn	68	44%	40%	12%	4%	44%
6-10 starfsmenn	59	46%	37%	12%	5%	46%
11-15 starfsmenn	49	55%	31%	10%	4%	55%
16-30 starfsmenn	55	53%	31%	13%	4%	53%
Fleiri en 30 starfsmenn	45	60%	27%	7%	7%	60%
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015 *						
0-50%	57	32%	44%	11%	14%	32%
51-80%	95	68%	14%	6%	12%	68%
81-90%	103	71%	21%	7%	1%	71%
91-100%	274	41%	48%	9%	3%	41%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærri en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 4. Starfsemi

Greiningar

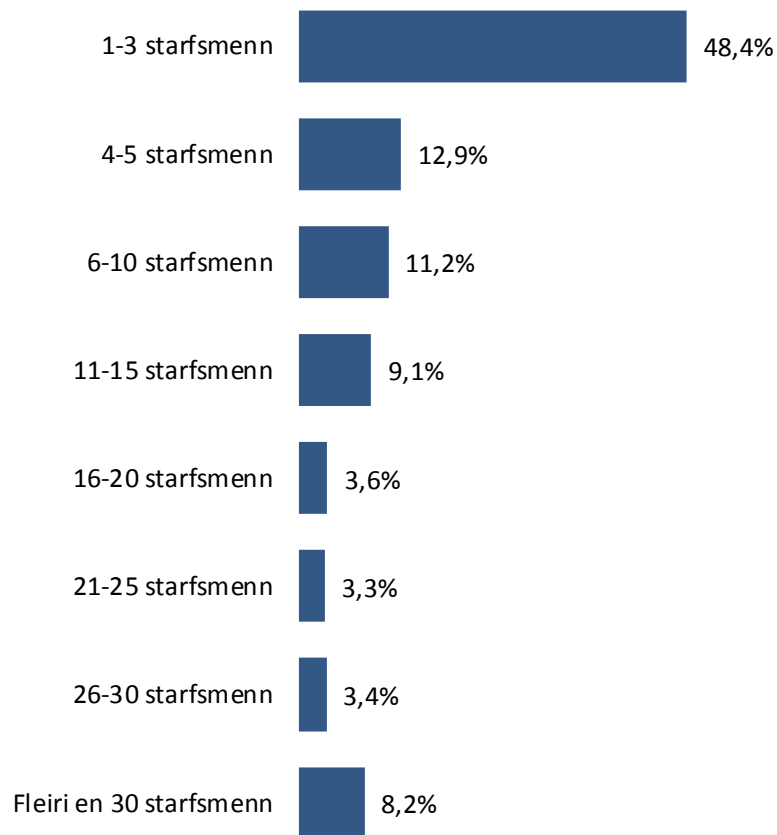
	Fjöldi	Gisting	Ferðaskrifstofa/ Ferðaskipuleggjandi	Samgöngur	Veitingaþjónusta og önnur þjónusta	Gisting
Heild	548	37%	50%	8%	5%	37%
Árleg velta 2015 *						
0-49 milljónir kr.	268	54%	35%	5%	6%	54%
50-99 milljónir kr.	59	49%	36%	8%	7%	49%
100-499 milljónir kr.	84	42%	40%	14%	4%	42%
500 milljónir kr. eða meira	40	38%	43%	18%	3%	38%
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt *						
Hluta ársins	123	60%	28%	5%	7%	60%
Allt árið	421	47%	39%	9%	5%	47%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina










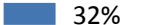



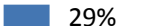





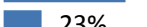

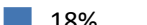
Sp. 5. Hver var fjöldi starfsmanna í fyrirtækinu/starfsstöðinni þinni þegar mest var á árinu 2015, að þér meðtöldum/-talinni?

	Fjöldi	%	+/-
1-3 starfsmenn	267	48,4	4,2
4-5 starfsmenn	71	12,9	2,8
6-10 starfsmenn	62	11,2	2,6
11-15 starfsmenn	50	9,1	2,4
16-20 starfsmenn	20	3,6	1,6
21-25 starfsmenn	18	3,3	1,5
26-30 starfsmenn	19	3,4	1,5
Fleiri en 30 starfsmenn	45	8,2	2,3
Fjöldi svara	552	100,0	
Tóku afstöðu	552	93,4	
Tóku ekki afstöðu	39	6,6	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 5. Hver var fjöldi starfsmanna í fyrirtækinu/starfsstöðinni þinni þegar mest var á árinu 2015, að þér meðtöldum/-talinni?

Greiningar




	Fjöldi	1-3 starfsmenn	4-5 starfsmenn	6-10 starfsmenn	11-15 starfsmenn	16-30 starfsmenn	Fleiri en 30 starfsmenn	1-3 starfsmenn
Heild	552	48%	13%	11%	9%	10%	8%	 48%
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu? *								
Reykjavík	155	43%	12%	12%	8%	12%	14%	 43%
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	71	52%	11%	14%	10%	8%	4%	 52%
Vesturland	43	70%	7%	5%	12%	7%		 70%
Vestfirðir/Norðurland vestra	70	66%	6%	7%	11%	10%		 66%
Norðurland eystra/Austurland	117	43%	24%	11%	7%	8%	8%	 43%
Suðurland	94	40%	11%	14%	9%	14%	13%	 40%
Starfsemi								
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	197	53%	14%	11%	8%	9%	6%	 53%
Gisting	268	48%	11%	10%	10%	11%	10%	 48%
Samgöngur	44	32%	18%	16%	11%	16%	7%	 32%
Annað	28	54%	11%	11%	7%	7%	11%	 54%
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt? *								
Innan við 6 ár	212	63%	12%	11%	6%	5%	3%	 63%
6 - 10 ár	126	56%	15%	12%	4%	9%	4%	 56%
Lengur en 10 ár	213	29%	13%	11%	15%	16%	15%	 29%
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015								
0-50%	61	61%	11%	5%	8%	8%	7%	 61%
51-80%	98	41%	14%	7%	10%	15%	12%	 41%
81-90%	103	39%	14%	14%	11%	11%	13%	 39%
91-100%	273	52%	13%	13%	8%	8%	5%	 52%
Árleg velta 2015 *								
0-49 milljónir kr.	272	75%	15%	7%	2%	0%		 75%
50-99 milljónir kr.	60	23%	22%	22%	28%	5%		 23%
100-499 milljónir kr.	86	2%	10%	17%	20%	34%	16%	 2%
500 milljónir kr. eða meira	40	18%	3%	5%	5%	18%	53%	 18%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 5. Hver var fjöldi starfsmanna í fyrirtækinu/starfsstöðinni þinni þegar mest var á árinu 2015, að þér meðtöldum/-talinni?

Greiningar









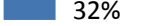

	Fjöldi	1-3 starfsmenn	4-5 starfsmenn	6-10 starfsmenn	11-15 starfsmenn	16-30 starfsmenn	Fleiri en 30 starfsmenn	1-3 starfsmenn
Heild	552	48%	13%	11%	9%	10%	8%	 48%
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt *								
Hluta ársins	124	53%	15%	12%	11%	6%	2%	 53%
Allt árið	424	47%	12%	11%	8%	12%	10%	 47%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærri en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 5. Hver var fjöldi starfsmanna í fyrirtækinu/starfsstöðinni þinni þegar mest var á árinu 2015, að þér meðtöldum/-talinni?

Greiningar

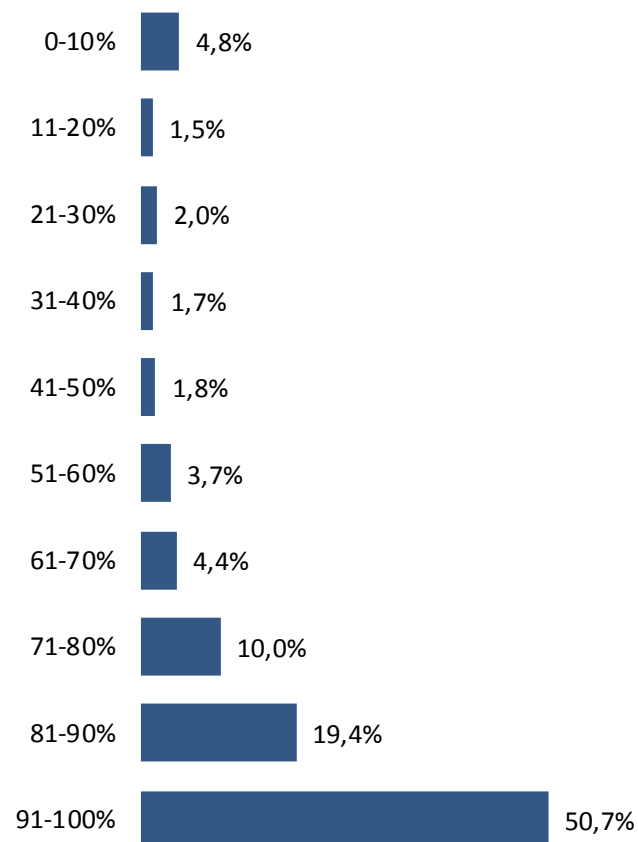
	Fjöldi	1-3 starfsmenn	4-5 starfsmenn	6-10 starfsmenn	11-15 starfsmenn	16-30 starfsmenn	Fleiri en 30 starfsmenn	1-3 starfsmenn
Heild	552	48%	13%	11%	9%	10%	8%	 48%
Starfsemi *								
Pakka-/Jeppa-/Jökla-/Bátsferðir	64	45%	11%	16%	9%	9%	9%	 45%
Dagsferðir	51	71%	14%	6%	2%	2%	6%	 71%
Náttúruupplifun	47	47%	15%	13%	13%	9%	4%	 47%
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi ótilgreint	35	49%	17%	9%	6%	17%	3%	 49%
Hótel	89	7%	7%	12%	20%	27%	27%	 7%
Gistiheimili/farfuglaheimili/Hostel	108	59%	15%	13%	7%	4%	2%	 59%
Önnur gisting	71	82%	11%	3%	1%	1%	1%	 82%
Samgöngur	44	32%	18%	16%	11%	16%	7%	 32%
Veitingaþjónusta og önnur þjónusta	28	54%	11%	11%	7%	7%	11%	 54%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærra en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina





















Sp. 6. Hvað voru erlendir ferðamenn hátt hlutfall af heildarviðskiptavinum fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar á árinu 2015?

	Fjöldi	%	+/-
0-10%	26	4,8	1,8
11-20%	8	1,5	1,0
21-30%	11	2,0	1,2
31-40%	9	1,7	1,1
41-50%	10	1,8	1,1
51-60%	20	3,7	1,6
61-70%	24	4,4	1,7
71-80%	54	10,0	2,5
81-90%	105	19,4	3,3
91-100%	275	50,7	4,2
Fjöldi svara	162	29,9	
Tóku afstöðu	542	91,7	
Tóku ekki afstöðu	49	8,3	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 6. Hvað voru erlendir ferðamenn hátt hlutfall af heildarviðskiptavinum fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar á árinu 2015?

Greiningar








	Fjöldi	0-50%	51-80%	81-90%	91-100%	91-100%
Heild	542	12%	18%	19%	51%	 51%
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu? *						
Reykjavík	153	12%	8%	14%	67%	 67%
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	70	7%	9%	16%	69%	 69%
Vesturland	42	14%	24%	26%	36%	 36%
Vestfirðir/Norðurland vestra	69	12%	38%	16%	35%	 35%
Norðurland eystra/Austurland	115	11%	24%	27%	37%	 37%
Suðurland	91	15%	18%	20%	47%	 47%
Starfsemi *						
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	191	13%	7%	12%	69%	 69%
Gisting	268	7%	24%	27%	42%	 42%
Samgöngur	43	14%	14%	16%	56%	 56%
Annað	27	30%	41%	4%	26%	 26%
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt? *						
Innan við 6 ár	207	13%	11%	18%	58%	 58%
6 - 10 ár	125	11%	19%	21%	49%	 49%
Lengur en 10 ár	210	11%	24%	20%	44%	 44%
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015						
1-3 starfsmenn	259	14%	15%	15%	55%	 55%
4-5 starfsmenn	70	10%	20%	20%	50%	 50%
6-10 starfsmenn	60	5%	12%	23%	60%	 60%
11-15 starfsmenn	49	10%	20%	22%	47%	 47%
16-30 starfsmenn	53	9%	28%	21%	42%	 42%
Fleiri en 30 starfsmenn	44	9%	27%	30%	34%	 34%

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 6. Hvað voru erlendir ferðamenn hátt hlutfall af heildarviðskiptavinum fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar á árinu 2015?

Greiningar

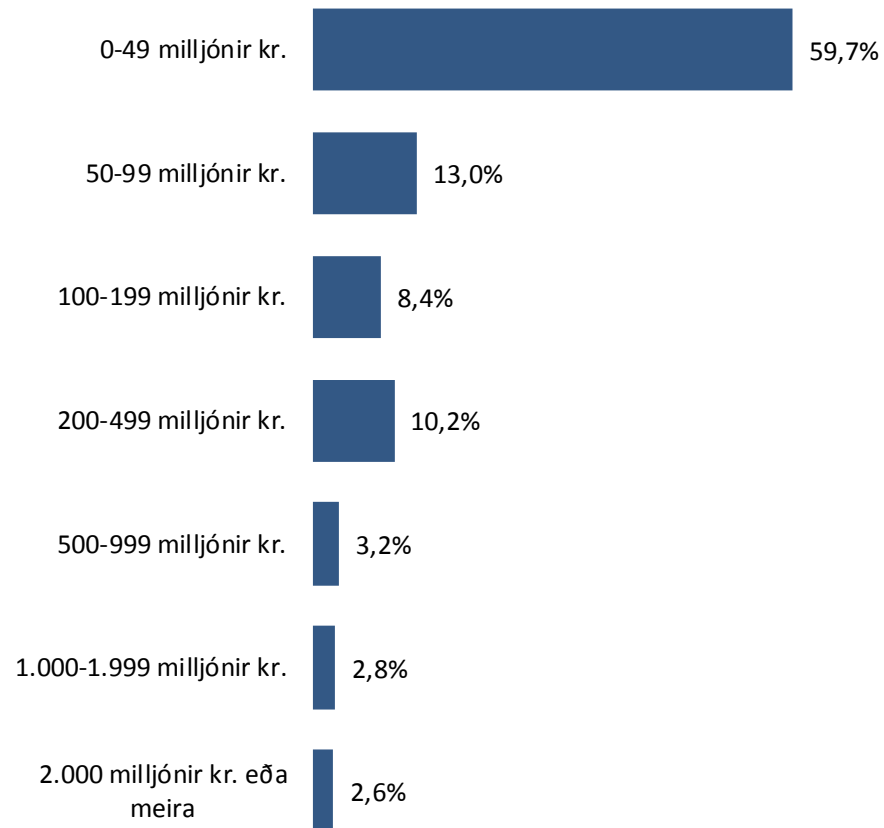
	Fjöldi	0-50%	51-80%	81-90%	91-100%	91-100%
Heild	542	12%	18%	19%	51%	 51%
Árleg velta 2015						
0-49 milljónir kr.	275	12%	16%	18%	53%	 53%
50-99 milljónir kr.	59	15%	8%	22%	54%	 54%
100-499 milljónir kr.	86	12%	16%	21%	51%	 51%
500 milljónir kr. eða meira	40	5%	25%	13%	58%	 58%
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt						
Hluta ársins	125	8%	22%	20%	50%	 50%
Allt árið	415	13%	17%	19%	51%	 51%

Ekki marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina




















Sp. 7. Hver var árleg velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar árið 2015?

	Fjöldi	%	+/-
0-49 milljónir kr.	276	59,7	4,5
50-99 milljónir kr.	60	13,0	3,1
100-199 milljónir kr.	39	8,4	2,5
200-499 milljónir kr.	47	10,2	2,8
500-999 milljónir kr.	15	3,2	1,6
1.000-1.999 milljónir kr.	13	2,8	1,5
2.000 milljónir kr. eða meira	12	2,6	1,5
Fjöldi svara	462	100,0	
Tóku afstöðu	462	78,2	
Tóku ekki afstöðu	129	21,8	
Fjöldi svarenda	591	100,0	



Sp. 7. Hver var árleg velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar árið 2015?

Greiningar








	Fjöldi	500 milljónir kr.				0-49 milljónir kr.
		0-49 milljónir kr.	50-99 milljónir kr.	100-499 milljónir kr.	eða meira	
Heild	462	60%	13%	19%	9%	 60%
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu? *						
Reykjavík	127	43%	14%	24%	18%	 43%
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	60	58%	15%	20%	7%	 58%
Vesturland	35	69%	20%	3%	9%	 69%
Vestfirðir/Norðurland vestra	54	76%	9%	9%	6%	 76%
Norðurland eystra/Austurland	106	74%	5%	18%	4%	 74%
Suðurland	78	55%	18%	23%	4%	 55%
Starfsemi *						
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	167	57%	13%	20%	10%	 57%
Gisting	223	65%	13%	16%	7%	 65%
Samgöngur	37	35%	14%	32%	19%	 35%
Annað	24	67%	17%	13%	4%	 67%
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt? *						
Innan við 6 ár	183	71%	13%	10%	5%	 71%
6 - 10 ár	104	65%	11%	18%	6%	 65%
Lengur en 10 ár	175	45%	14%	27%	14%	 45%
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015 *						
1-3 starfsmenn	227	90%	6%	1%	3%	 90%
4-5 starfsmenn	65	65%	20%	14%	2%	 65%
6-10 starfsmenn	49	39%	27%	31%	4%	 39%
11-15 starfsmenn	42	14%	40%	40%	5%	 14%
16-30 starfsmenn	40	3%	8%	73%	18%	 3%
Fleiri en 30 starfsmenn	35			40%	60%	

* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 7. Hver var árleg velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar árið 2015?

Greiningar











	Fjöldi	500 milljónir kr. eða meira				0-49 milljónir kr.
		0-49 milljónir kr.	50-99 milljónir kr.	100-499 milljónir kr.	500 milljónir kr. eða meira	
Heild	462	60%	13%	19%	9%	 60%
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015						
0-50%	55	62%	16%	18%	4%	 62%
51-80%	73	60%	7%	19%	14%	 60%
81-90%	86	58%	15%	21%	6%	 58%
91-100%	246	60%	13%	18%	9%	 60%
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt *						
Hluta ársins	107	77%	9%	11%	3%	 77%
Allt árið	353	54%	14%	21%	10%	 54%

*** Marktækur munur**

Grænar tölur eru hærri en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

Sp. 7. Hver var árleg velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar árið 2015?

Greiningar

	Fjöldi	500 milljónir kr.				0-49 milljónir kr.
		0-49 milljónir kr.	50-99 milljónir kr.	100-499 milljónir kr.	eða meira	
Heild	462	60%	13%	19%	9%	 60%
Starfsemi *						
Pakka-/Jeppa-/Jökla-/Bátsferðir	57	46%	18%	21%	16%	 46%
Dagsferðir	38	84%	5%	8%	3%	 84%
Náttúruupplifun	43	58%	12%	21%	9%	 58%
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi ótilgreint	29	41%	14%	34%	10%	 41%
Hótel	69	19%	25%	43%	13%	 19%
Gistiheimili/farfuglaheimili/Hostel	94	81%	11%	4%	4%	 81%
Önnur gisting	60	92%	3%	2%	3%	 92%
Samgöngur	37	35%	14%	32%	19%	 35%
Veitingaþjónusta og önnur þjónusta	24	67%	17%	13%	4%	 67%

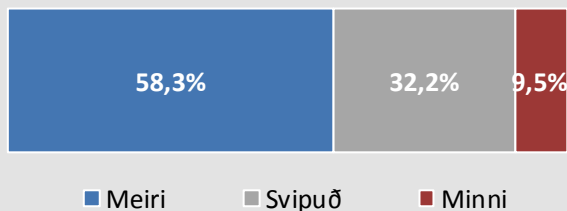
* Marktækur munur

Grænar tölur eru hærrí en efri vikmörk fyrir heildina en rauðar tölur eru lægri en neðri vikmörk fyrir heildina

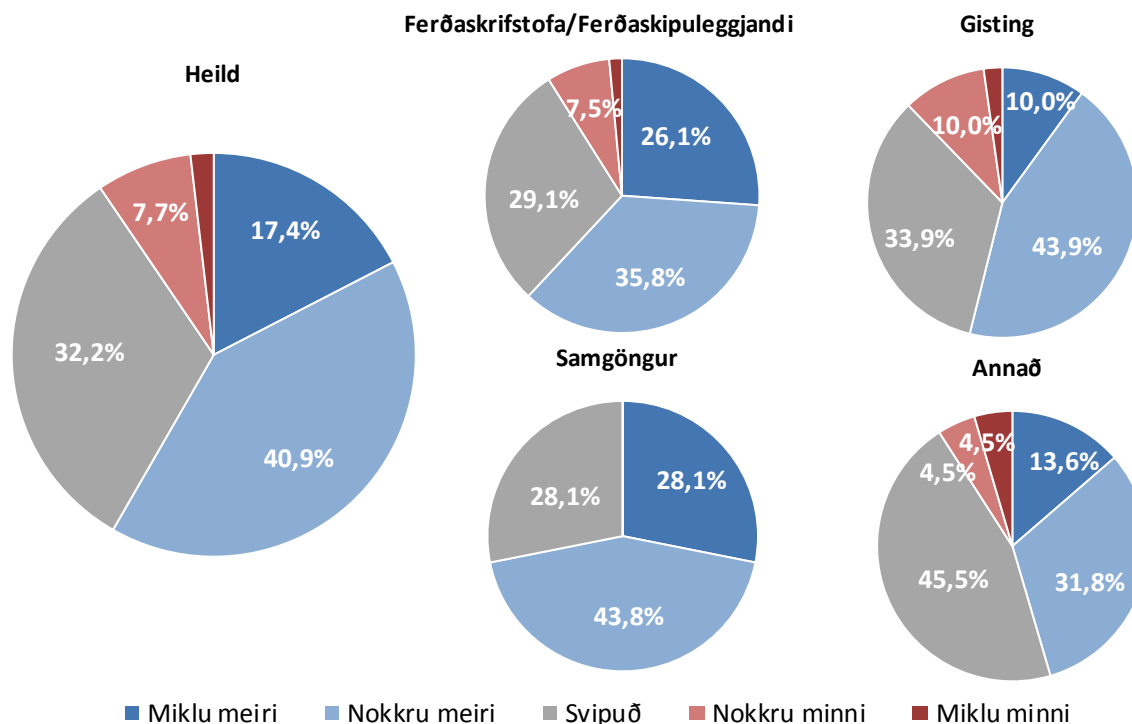
Sp. 8. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vetur (jan.-mars/nóv.-des.)

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	66	17,4	3,8
Nokkru meiri (4)	155	40,9	4,9
Svipuð (3)	122	32,2	4,7
Nokkru minni (2)	29	7,7	2,7
Miklu minni (1)	7	1,8	1,4
Meiri	221	58,3	5,0
Svipuð	122	32,2	4,7
Minni	36	9,5	3,0
Vísitala	172,0		
Fjöldi svara	379	100,0	
Tóku afstöðu	379	64,1	
Á ekki við	113	19,1	
Tóku ekki afstöðu	99	16,8	
Fjöldi svarenda	591	100	

Í töflunni hér fyrir ofan og sambærilegum spurningum í skýrslunni reiknast vísitala skv. eftirfarandi formúlu: $[(\text{Miklu meiri} + \text{Nokkru meiri}) / (\text{miklu meiri} + \text{nokkru meiri} + \text{nokkru minni} + \text{miklu minni})] / * 200$.

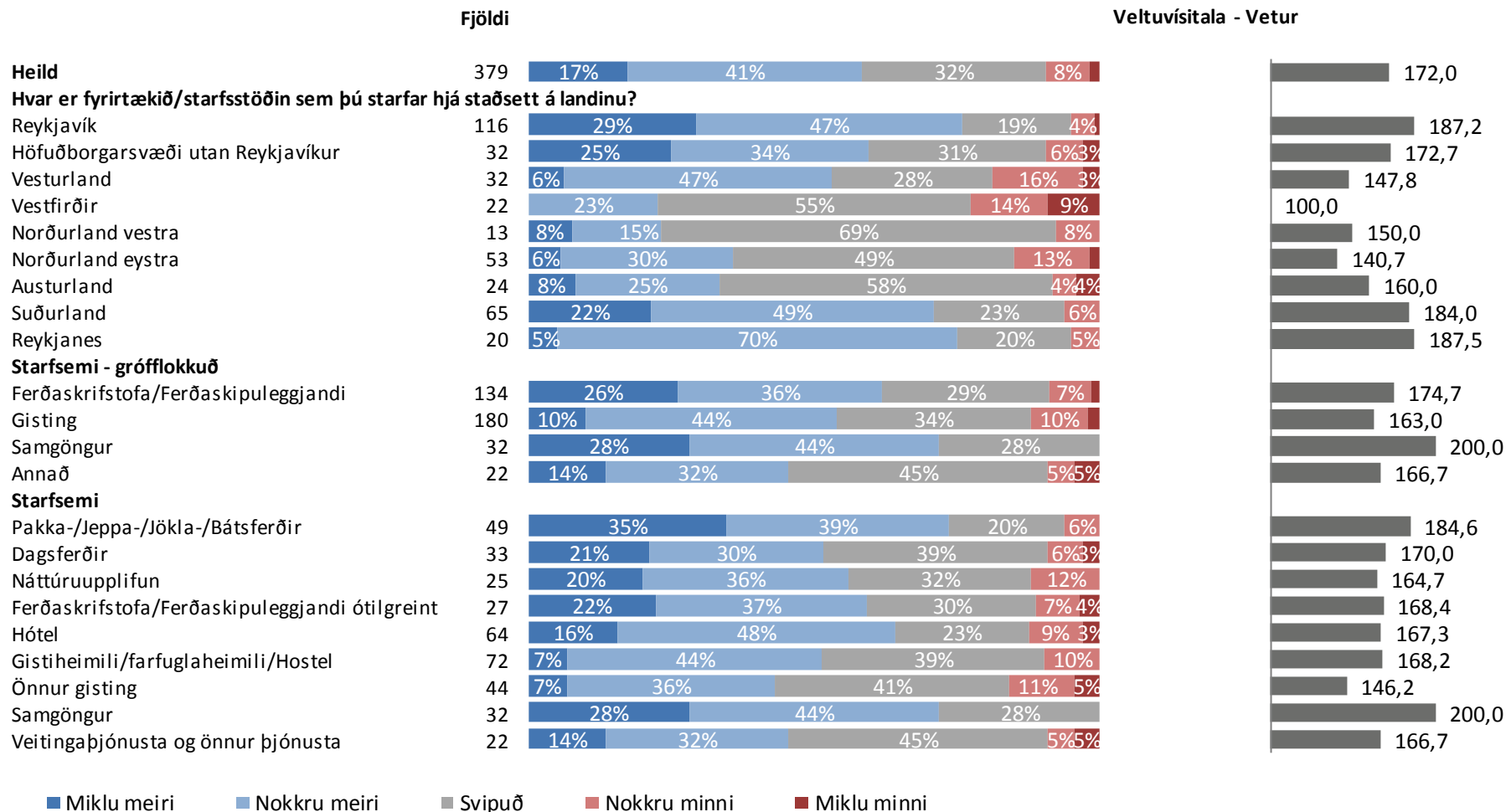


172,0
 Feb.-mars '16
 Veltuvísitala - Vetur



Sp. 8. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vetur (jan.-mars/nóv.-des.)

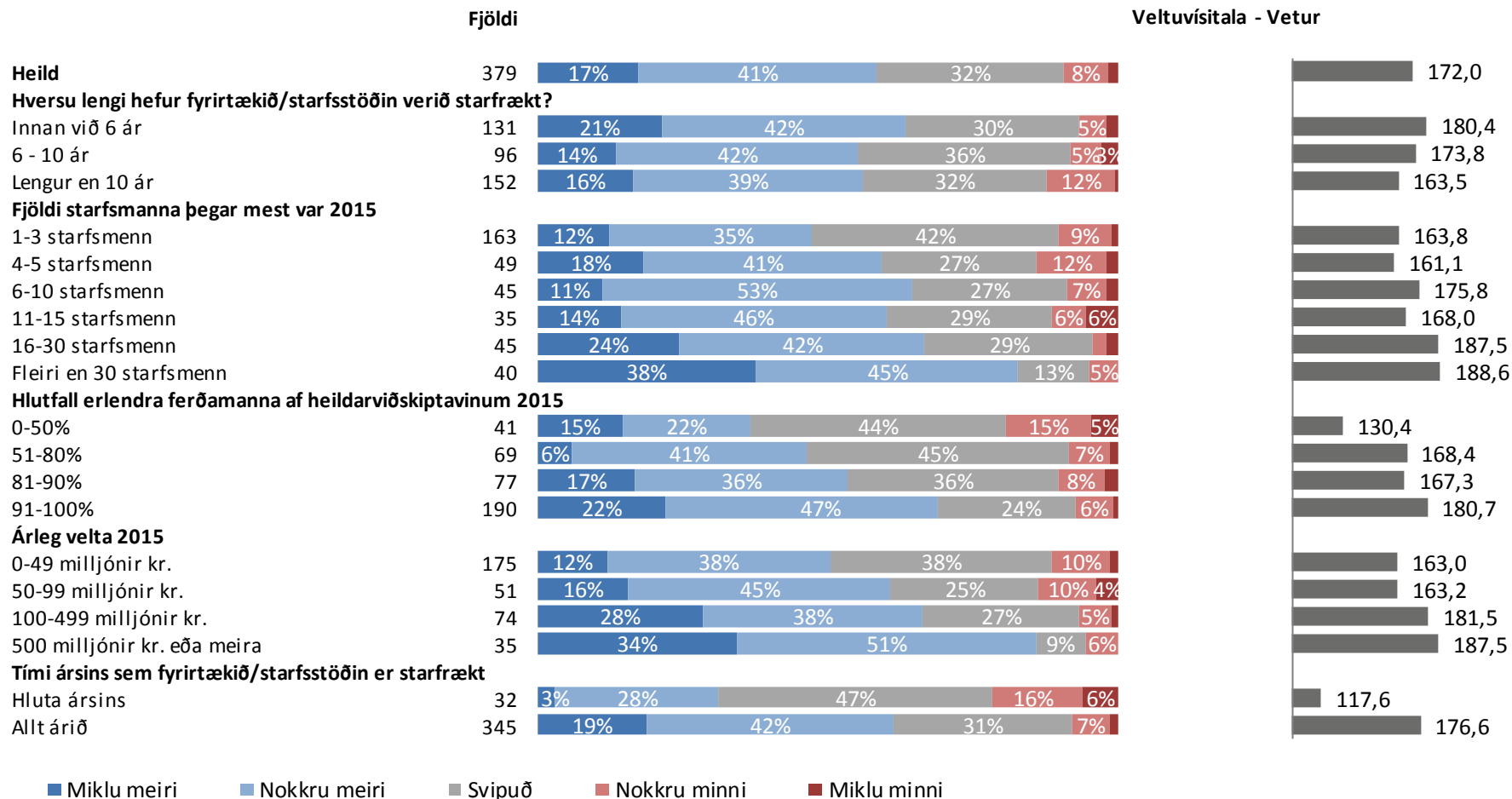
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 8. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vetur (jan.-mars/nóv.-des.)

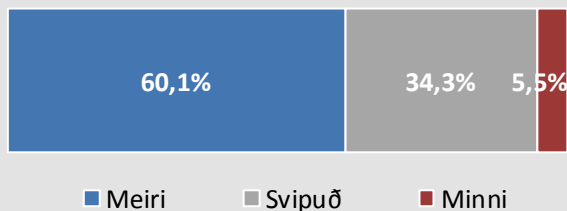
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

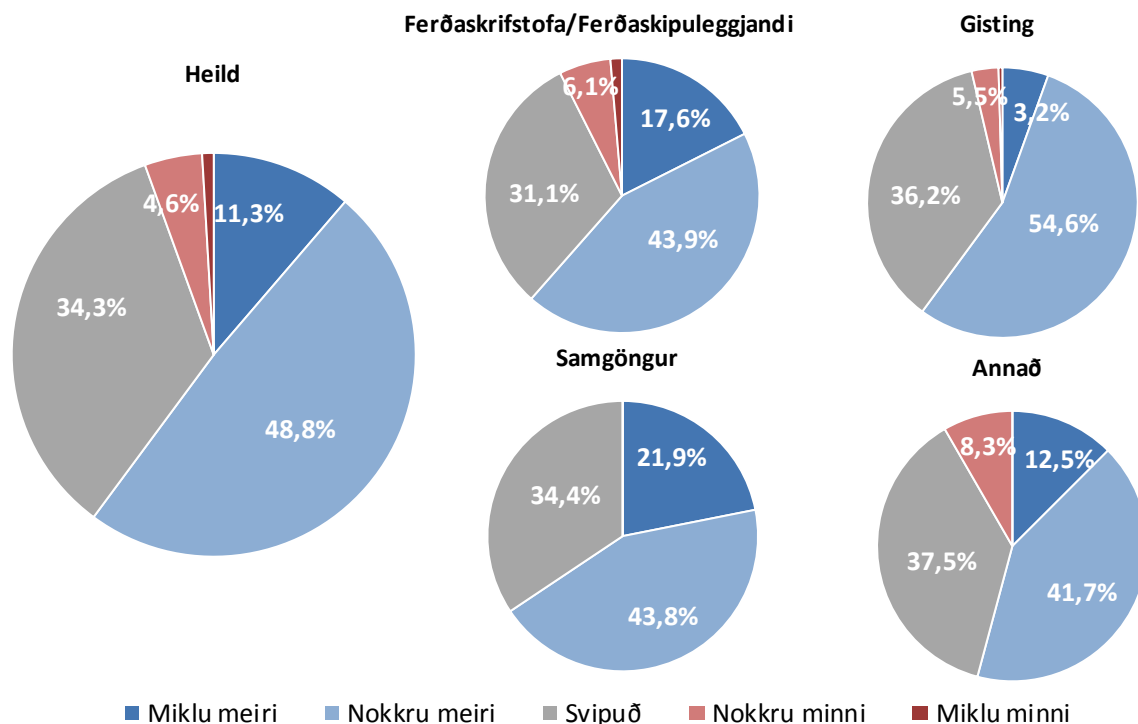
Sp. 9. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vor (apr.-maí)

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	49	11,3	3,0
Nokkru meiri (4)	212	48,8	4,7
Svipuð (3)	149	34,3	4,5
Nokkru minni (2)	20	4,6	2,0
Miklu minni (1)	4	0,9	0,9
Meiri	261	60,1	4,6
Svipuð	149	34,3	4,5
Minni	24	5,5	2,2
Vísitala	183,2		
Fjöldi svara	434	100,0	
Tóku afstöðu	434	73,4	
Á ekki við	59	10,0	
Tóku ekki afstöðu	98	16,6	
Fjöldi svarenda	591	100	



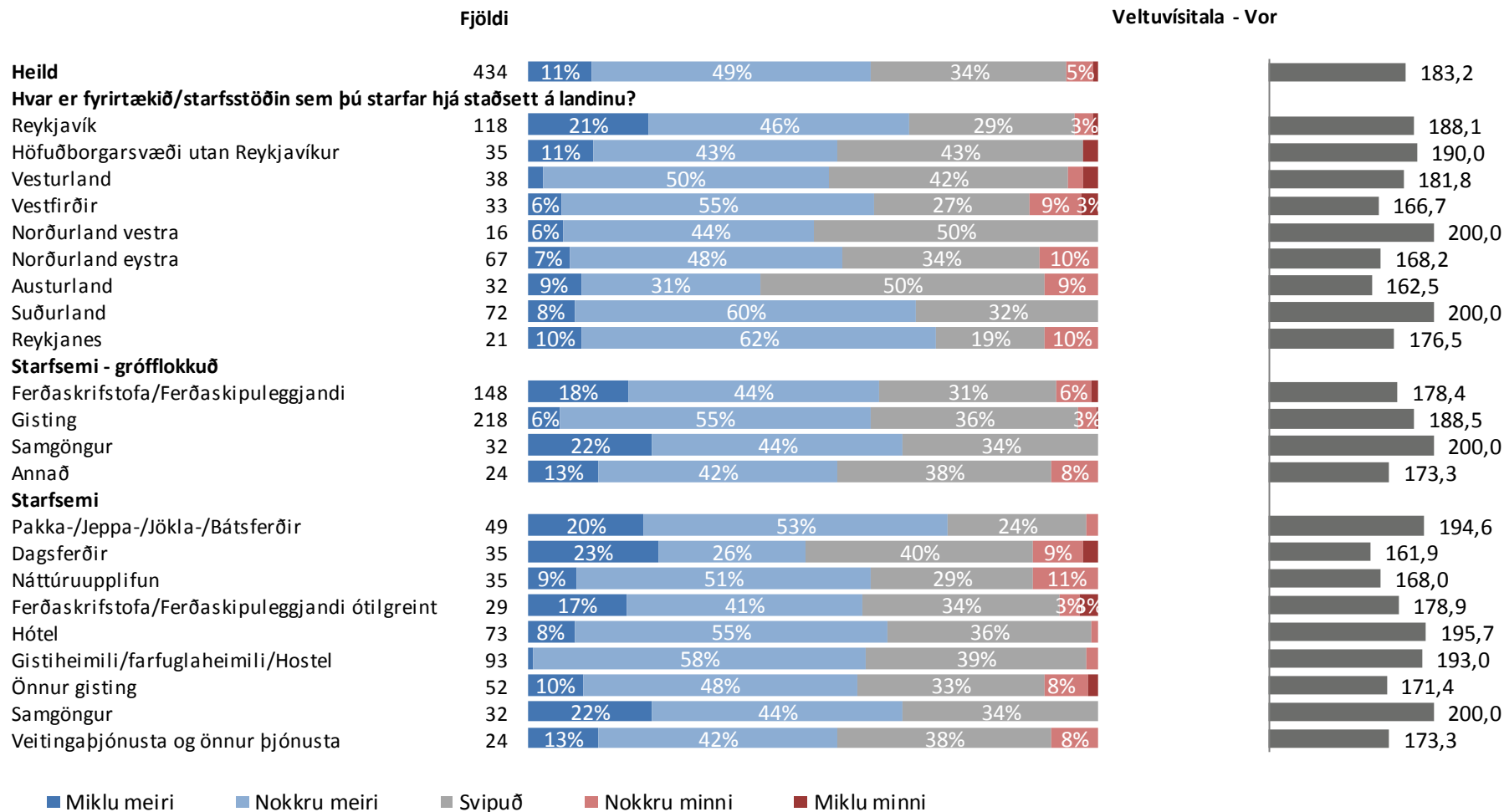
183,2 ♦ ← Veltuvisitala - Vor

Feb.-mars '16



Sp. 9. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vor (apr.-maí)

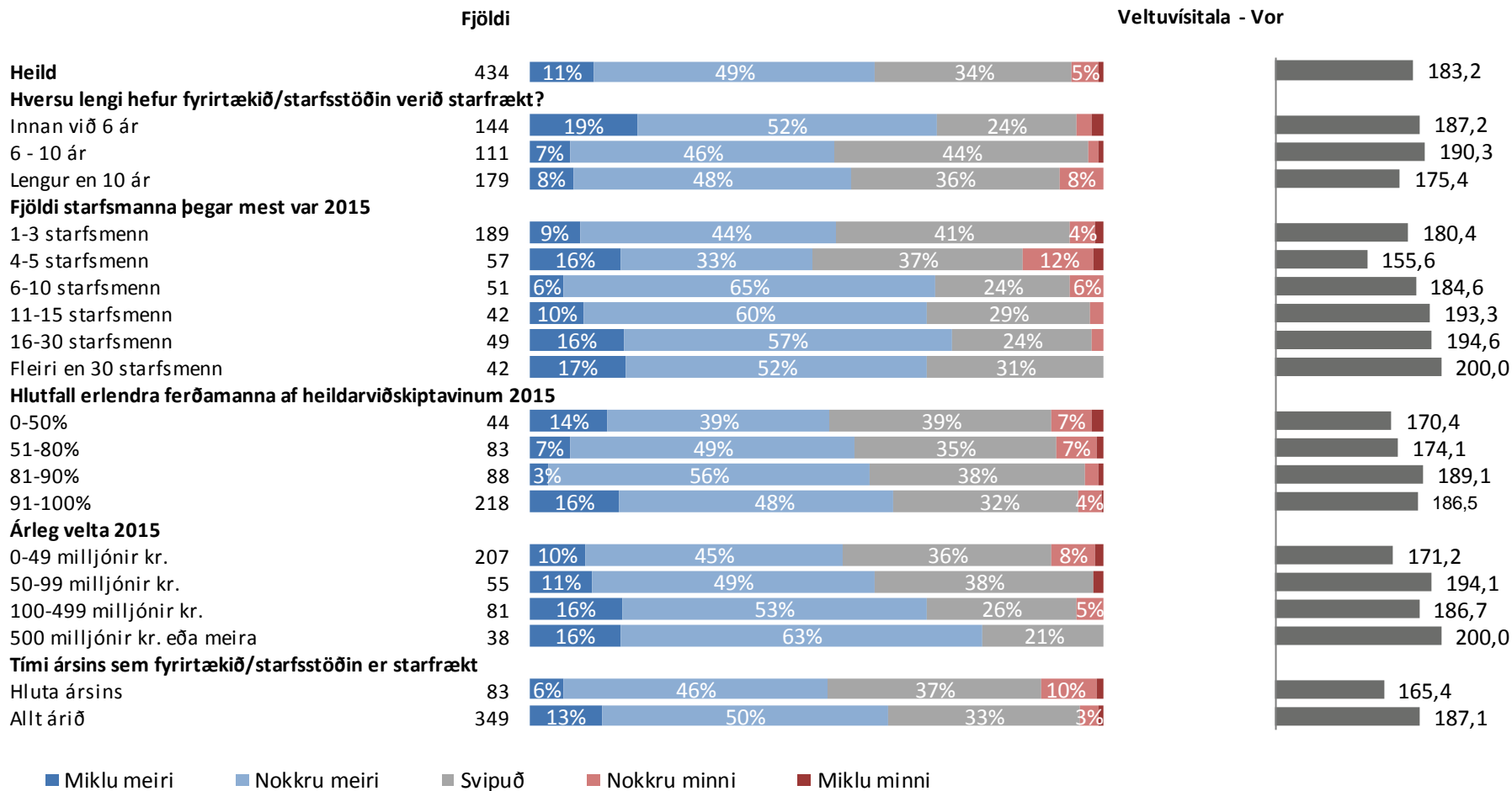
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 9. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Vor (apr.-maí)

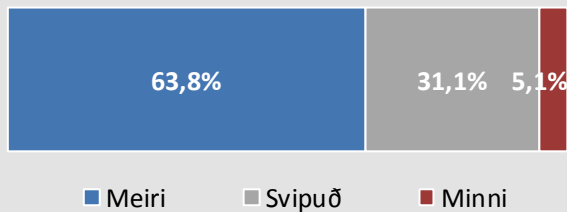
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

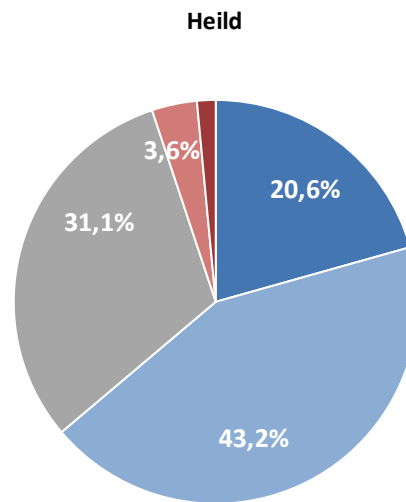
Sp. 10. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Sumar (júní-ág.)

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	97	20,6	3,7
Nokkru meiri (4)	203	43,2	4,5
Svipuð (3)	146	31,1	4,2
Nokkru minni (2)	17	3,6	1,7
Miklu minni (1)	7	1,5	1,1
Meiri	300	63,8	4,3
Svipuð	146	31,1	4,2
Minni	24	5,1	2,0
Vísitala	185,2		
Fjöldi svara	470	100,0	
Tóku afstöðu	470	79,5	
Á ekki við	24	4,1	
Tóku ekki afstöðu	97	16,4	
Fjöldi svarenda	591	100	

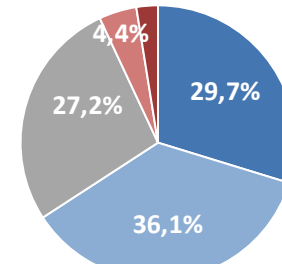


185,2 ♦ ← Veltuvisitala - Sumar

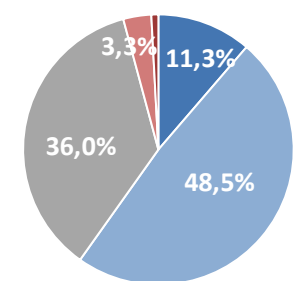
Feb.-mars '16



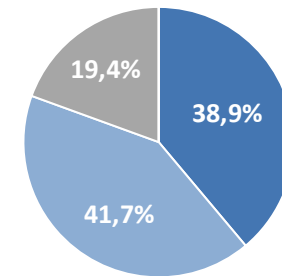
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi



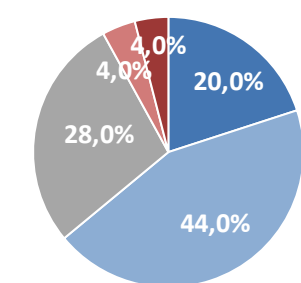
Gisting



Samgöngur



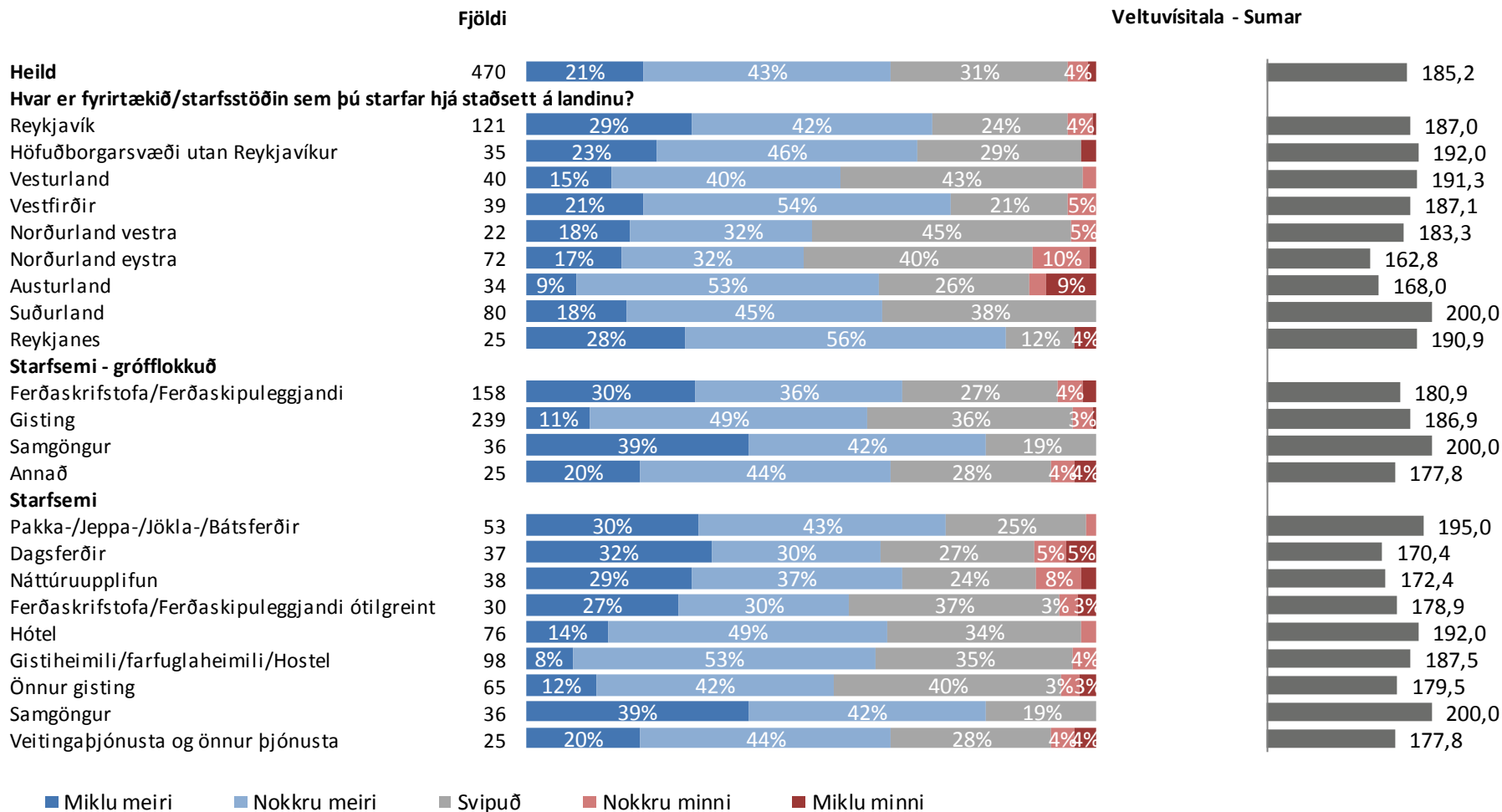
Annað



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 10. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Sumar (júní-ág.)

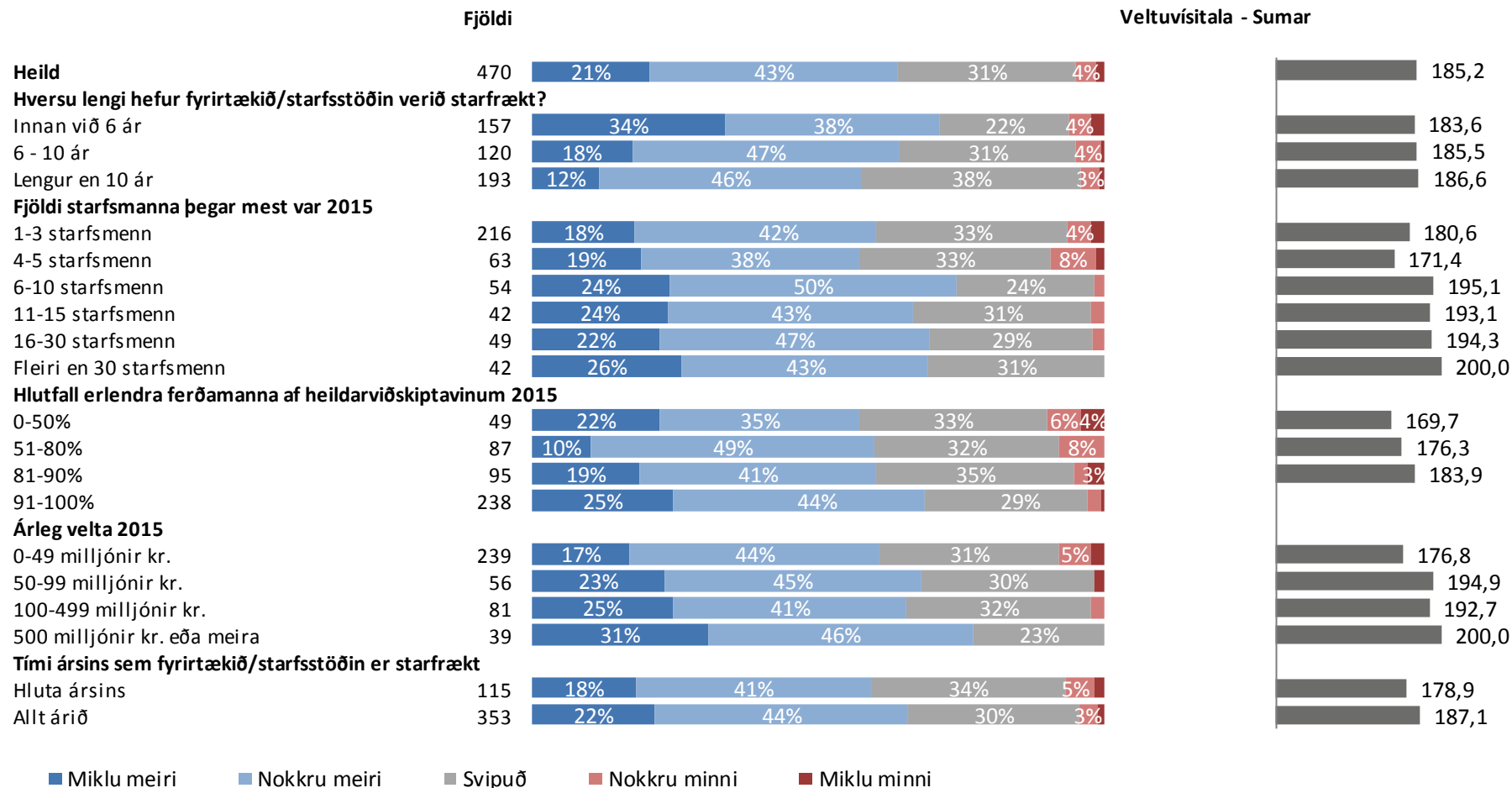
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 10. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Sumar (júní-ág.)

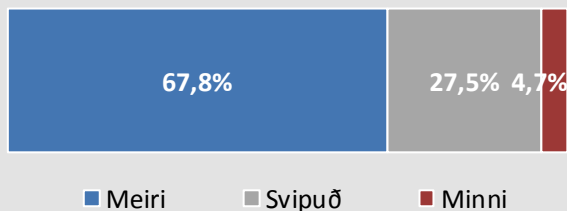
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

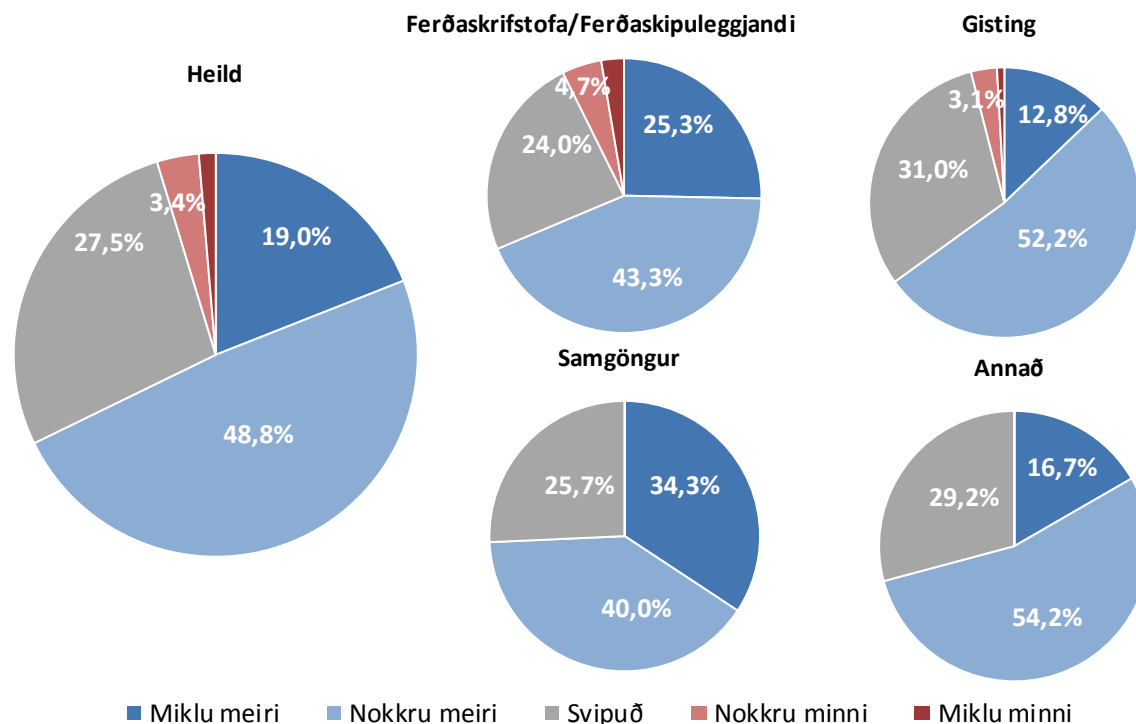
Sp. 11. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Haust (sept.-okt.)

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	85	19,0	3,6
Nokkru meiri (4)	218	48,8	4,6
Svipuð (3)	123	27,5	4,1
Nokkru minni (2)	15	3,4	1,7
Miklu minni (1)	6	1,3	1,1
Meiri	303	67,8	4,3
Svipuð	123	27,5	4,1
Minni	21	4,7	2,0
Vísitala	187,0		
Fjöldi svara	447	100,0	
Tóku afstöðu	447	75,6	
Á ekki við	48	8,1	
Tóku ekki afstöðu	96	16,2	
Fjöldi svarenda	591	100	



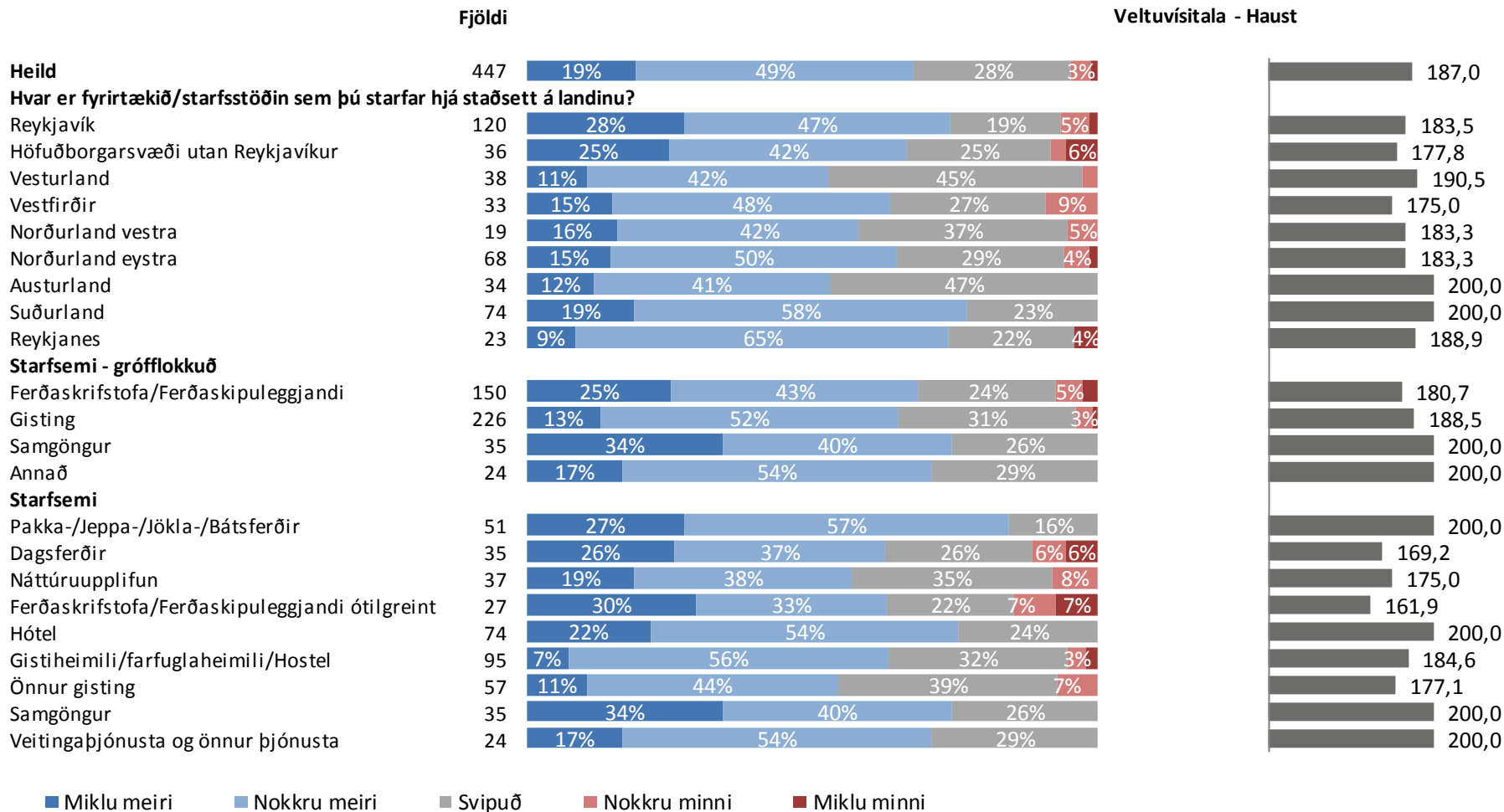
187,0 ♦ — Veltuvísitala - Haust

Feb.-mars '16



Sp. 11. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Haust (sept.-okt.)

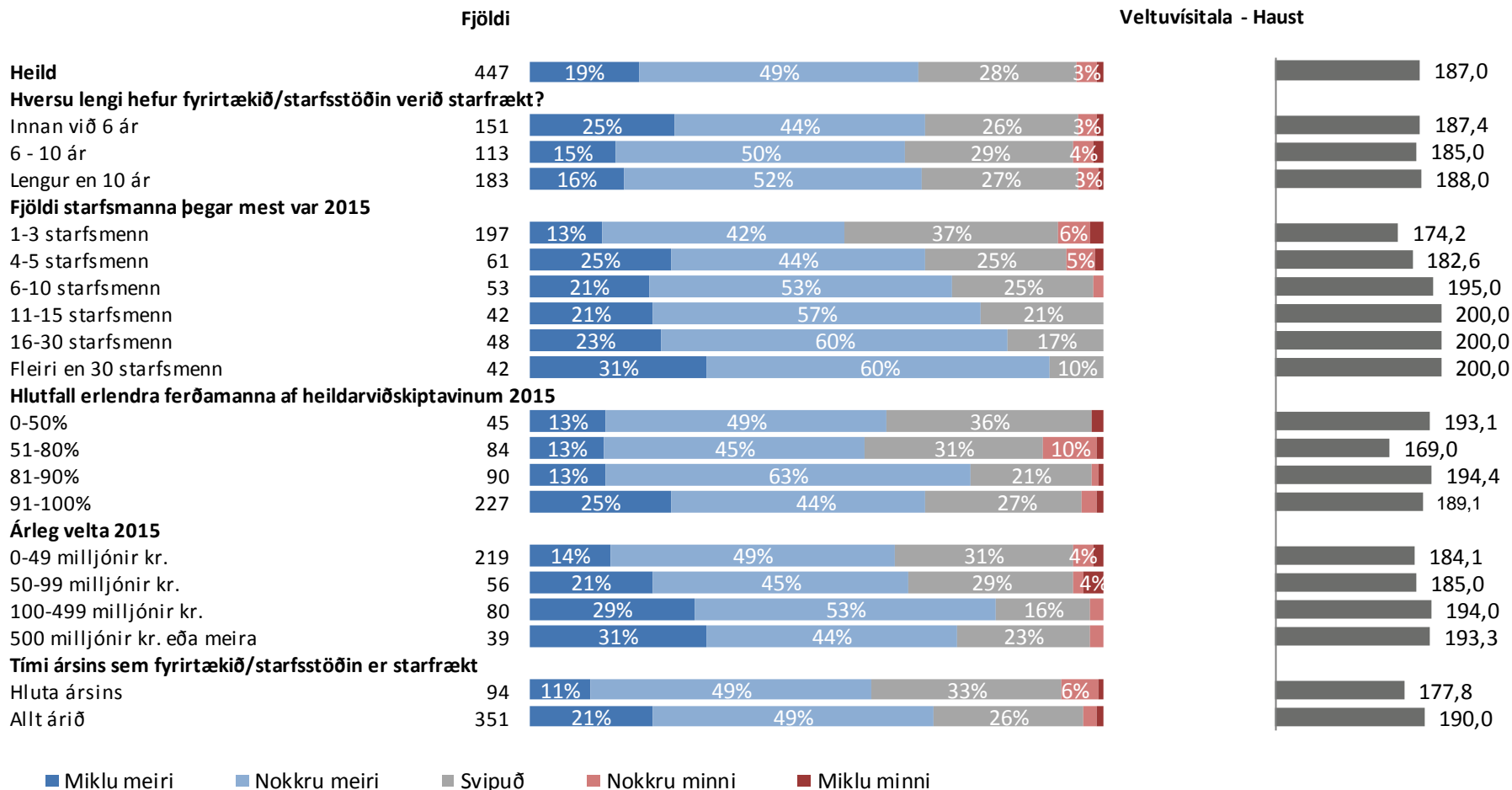
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 11. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar eftir árstíðum meiri, svipuð eða minni árið 2015 en árið 2014? Haust (sept.-okt.)

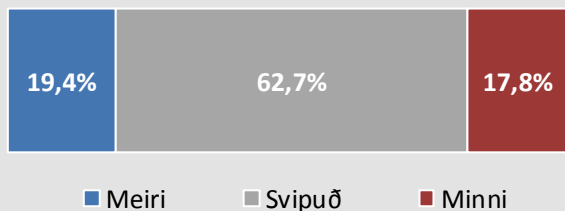
Greiningar



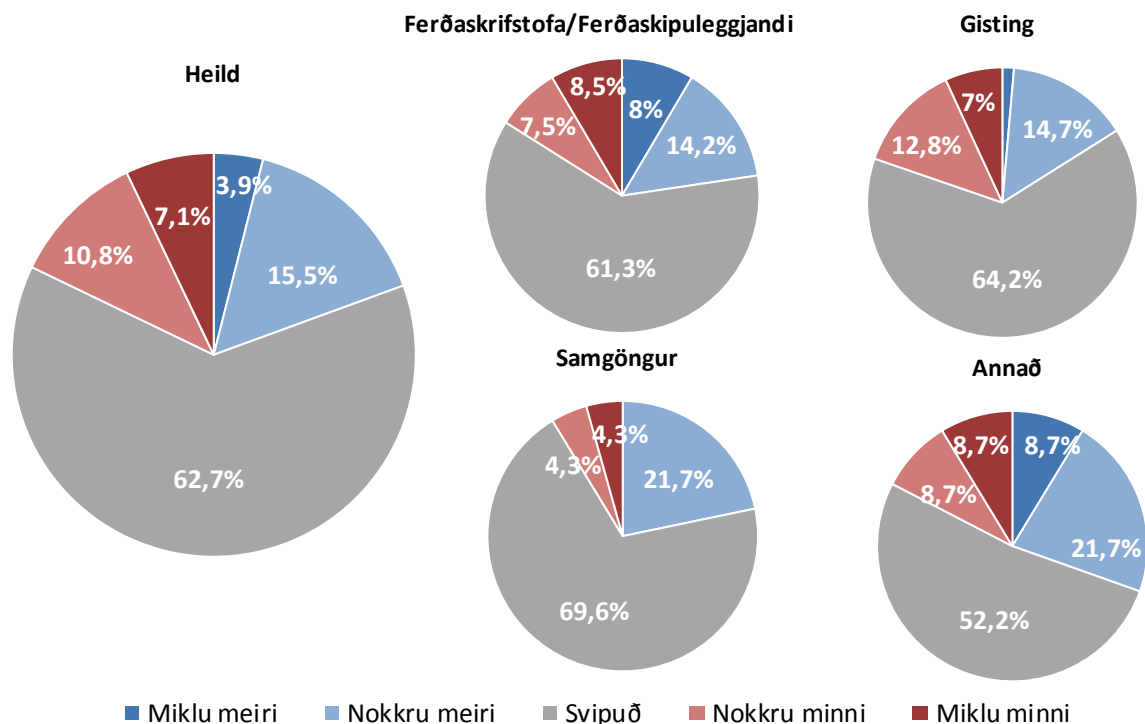
■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 12. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við Íslendinga meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	15	3,9	2,0
Nokkru meiri (4)	59	15,5	3,6
Svipuð (3)	239	62,7	4,9
Nokkru minni (2)	41	10,8	3,1
Miklu minni (1)	27	7,1	2,6
Meiri	74	19,4	4,0
Svipuð	239	62,7	4,9
Minni	68	17,8	3,8
Vísitala	104,2		
Fjöldi svara	381	100,0	
Tóku afstöðu	381	64,5	
Á ekki við	115	19,5	
Tóku ekki afstöðu	95	16,1	
Fjöldi svarenda	591	100	

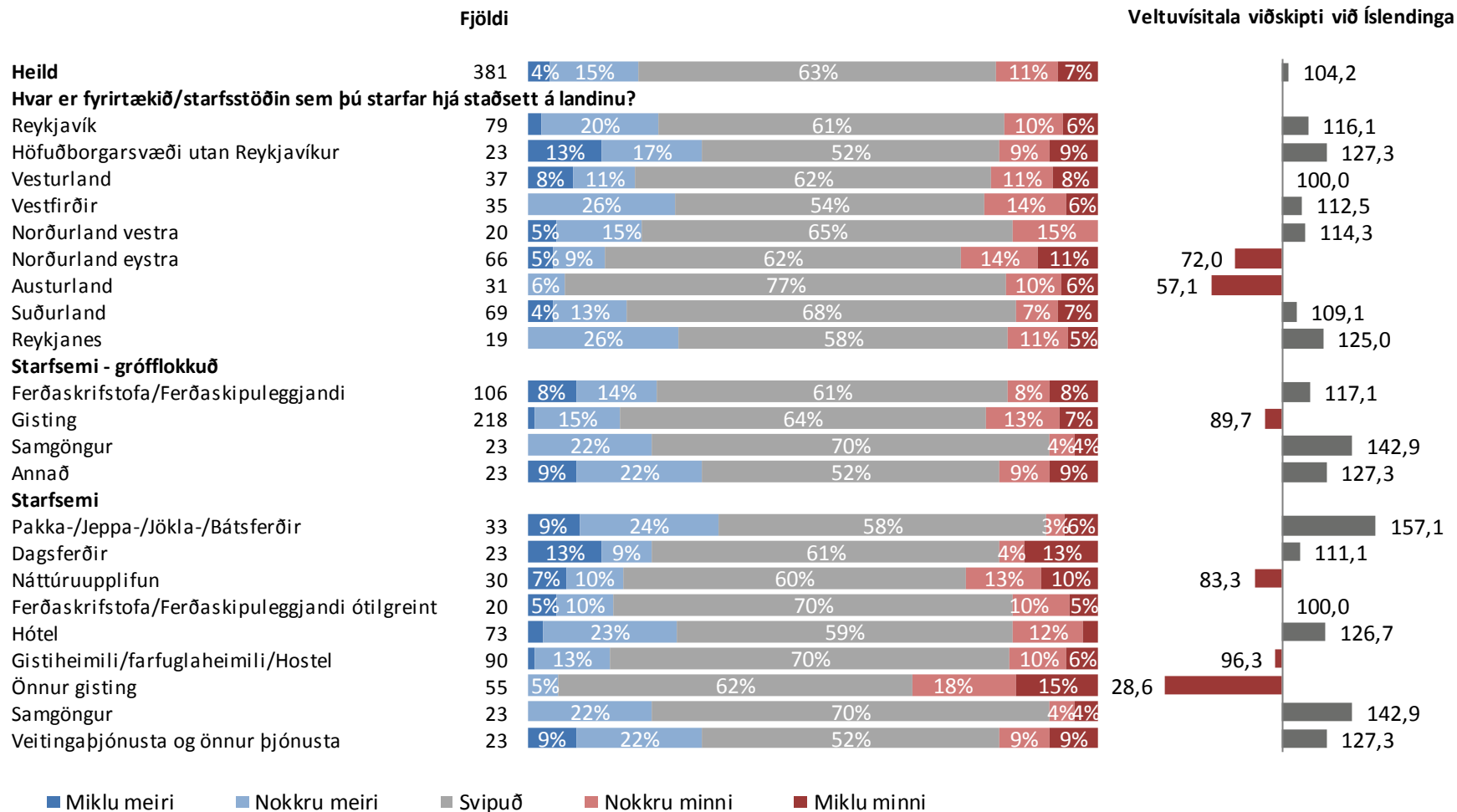


104,2
 Feb.-mars '16
 Veltuvísitala viðskipti við Íslendinga



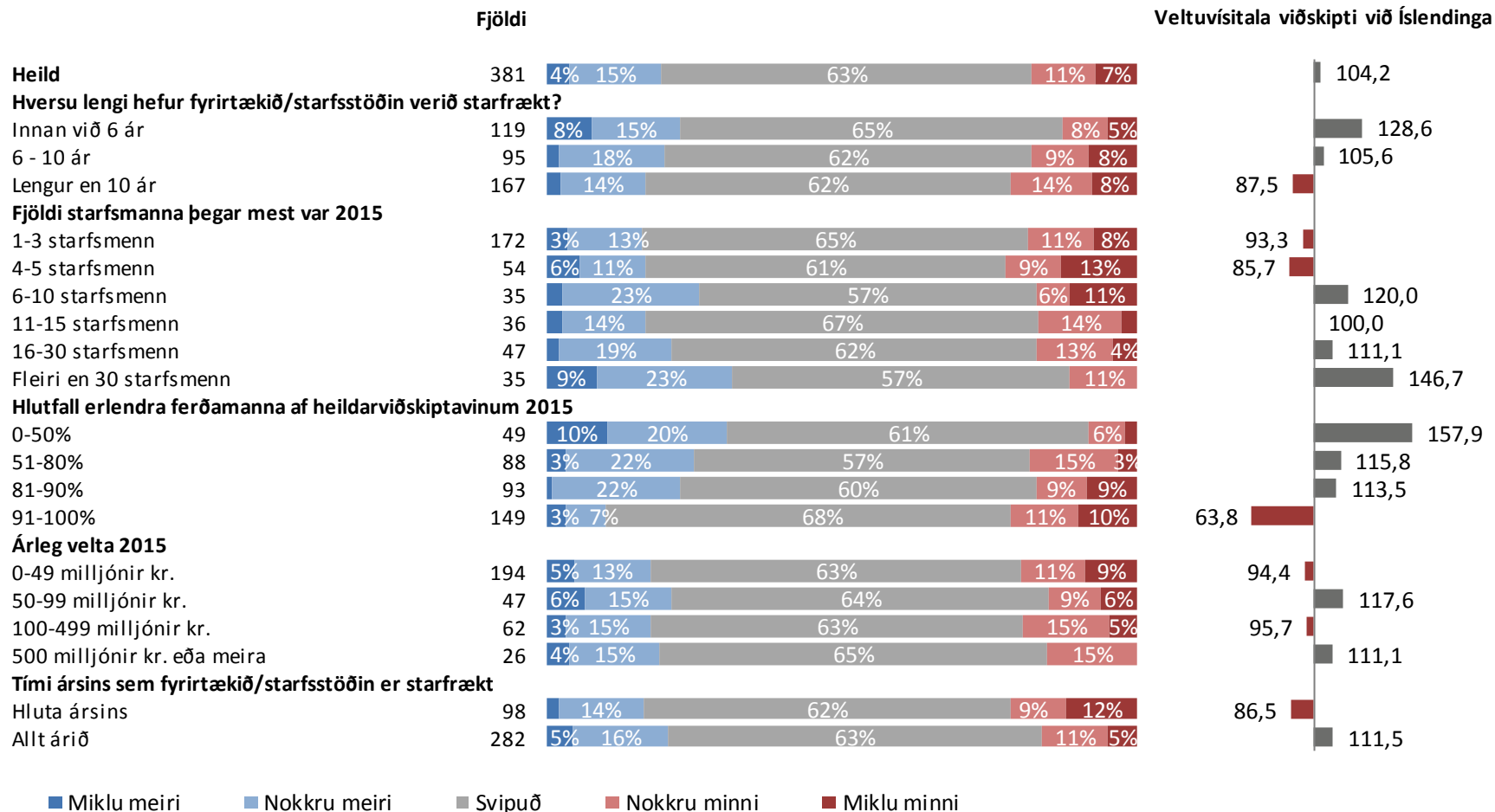
Sp. 12. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við Íslendinga meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

Greiningar



Sp. 12. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við Íslendinga meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

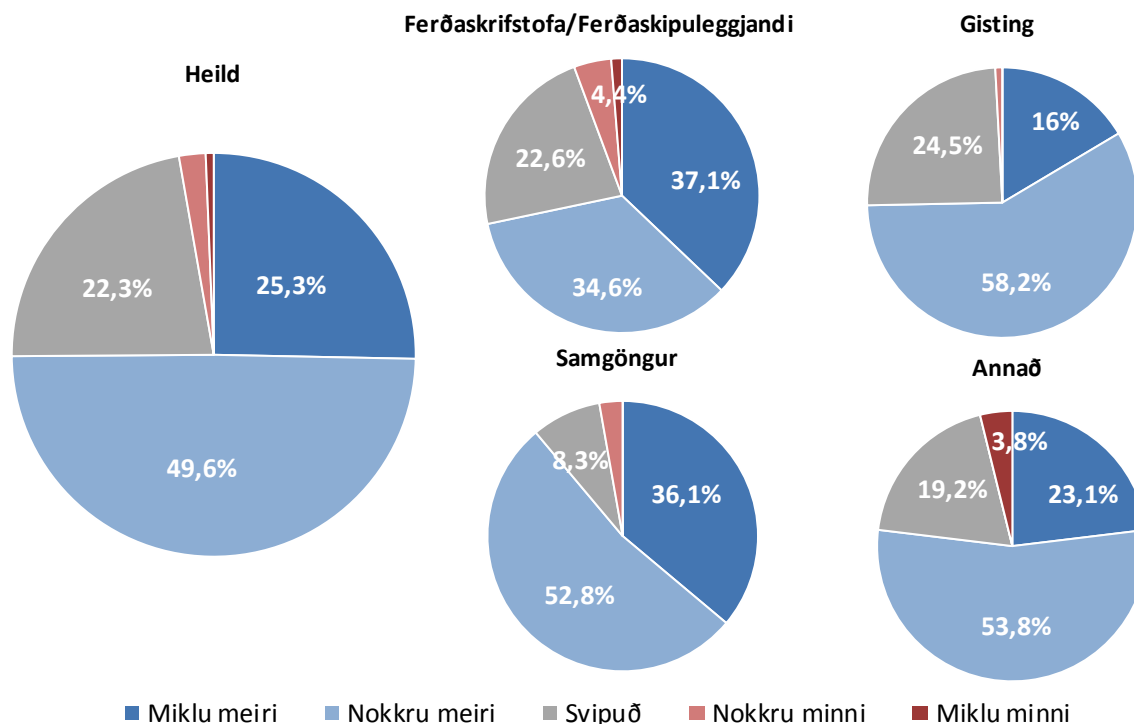
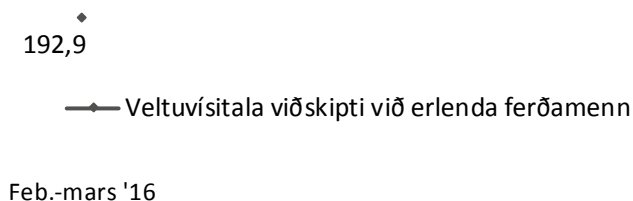
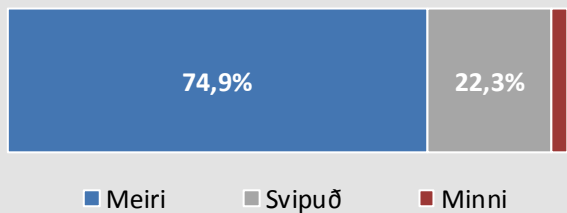
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

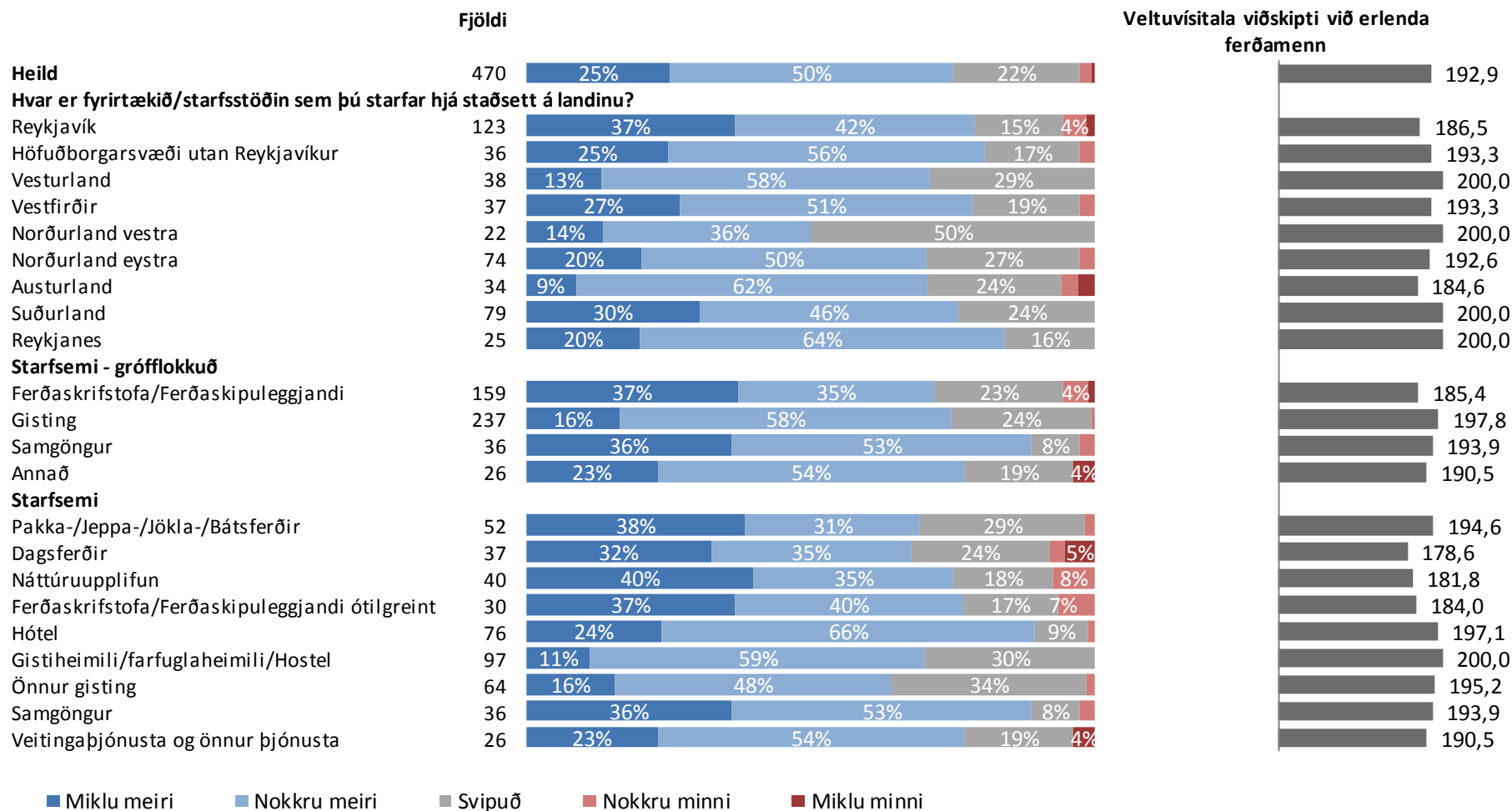
Sp. 13. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við erlenda ferðamenn meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

	Fjöldi	%	+/-
Miklu meiri (5)	119	25,3	3,9
Nokkru meiri (4)	233	49,6	4,5
Svipuð (3)	105	22,3	3,8
Nokkru minni (2)	10	2,1	1,3
Miklu minni (1)	3	0,6	0,7
Meiri	352	74,9	3,9
Svipuð	105	22,3	3,8
Minni	13	2,8	1,5
Vísitala	192,9		
Fjöldi svara	470	100,0	
Tóku afstöðu	470	79,5	
Á ekki við	30	5,1	
Tóku ekki afstöðu	91	15,4	
Fjöldi svarenda	591	100	



Sp. 13. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við erlenda ferðamenn meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

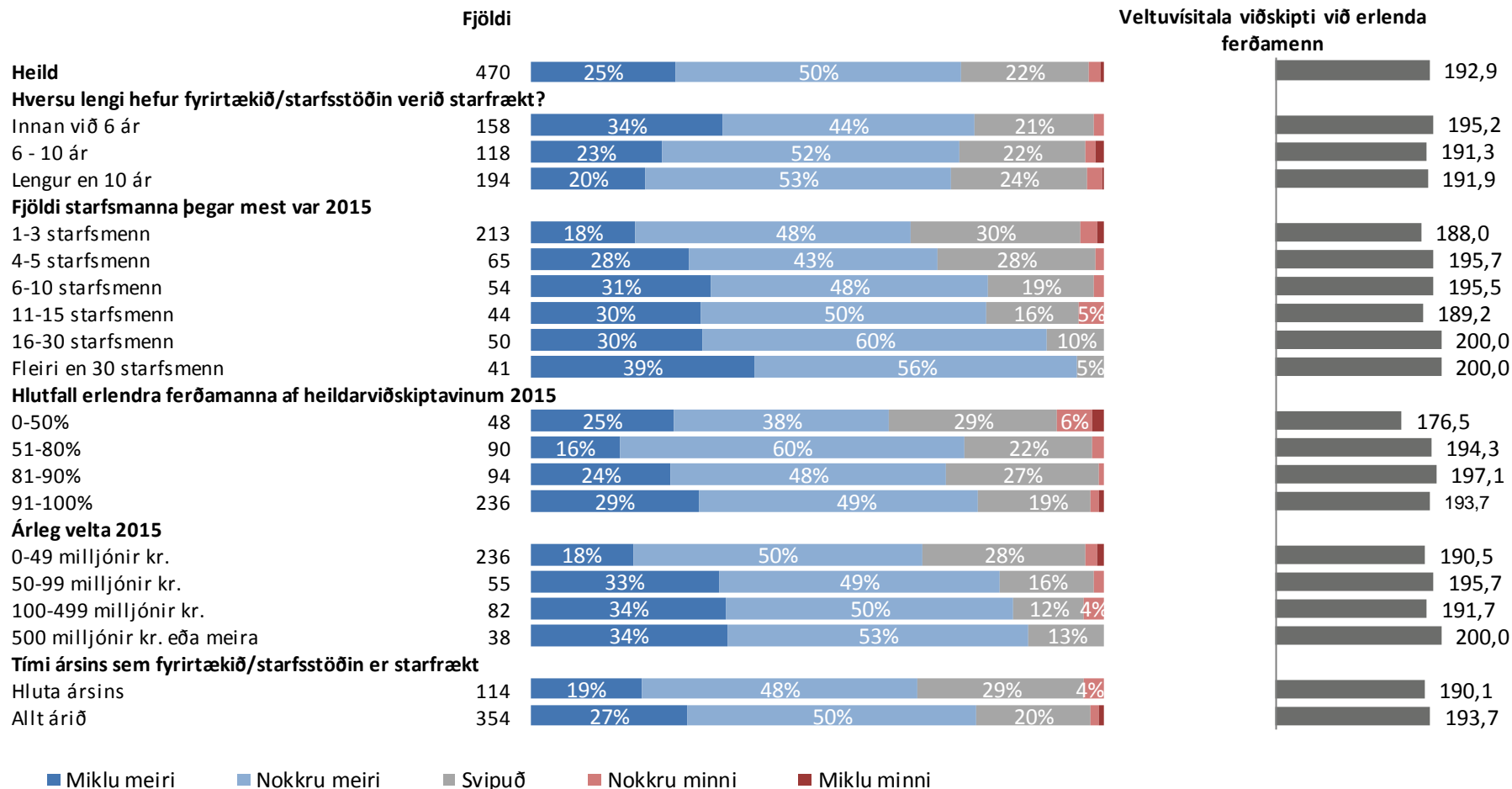
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

Sp. 13. Var velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar vegna viðskipta við erlenda ferðamenn meiri, svipuð eða minni á árinu 2015 en árið 2014?

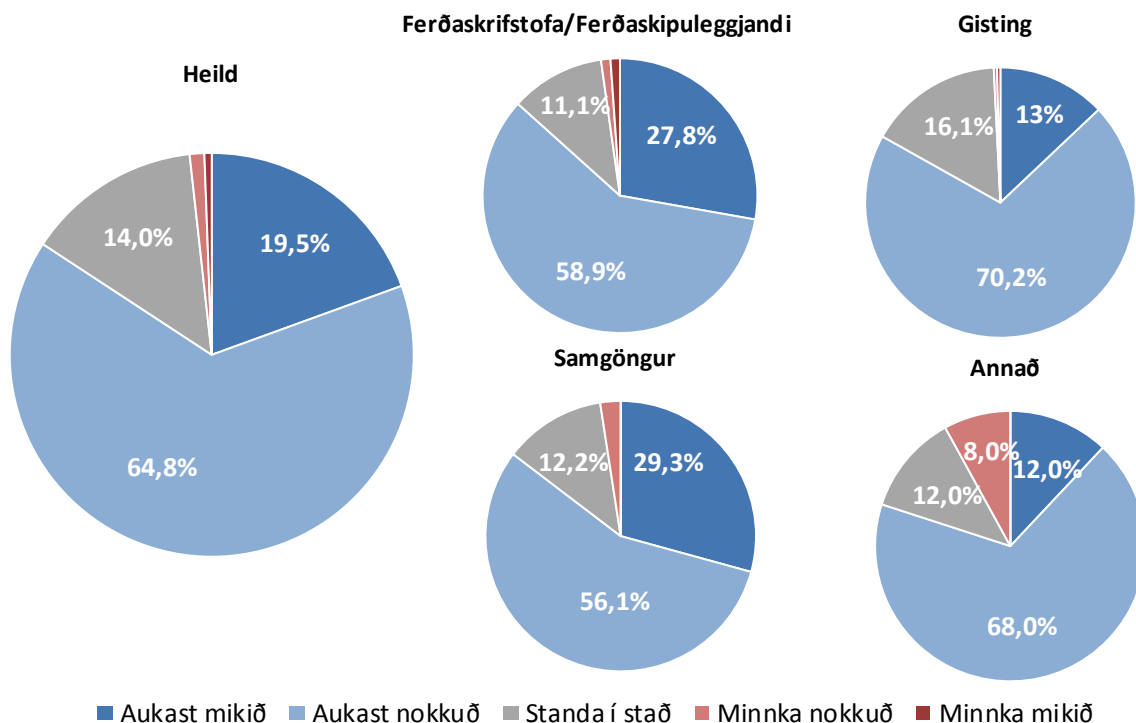
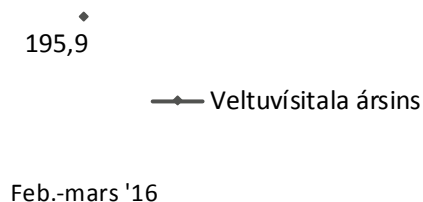
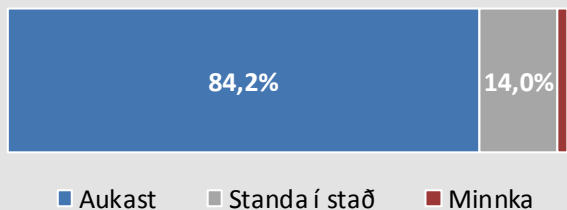
Greiningar



■ Miklu meiri ■ Nokkru meiri ■ Svipuð ■ Nokkru minni ■ Miklu minni

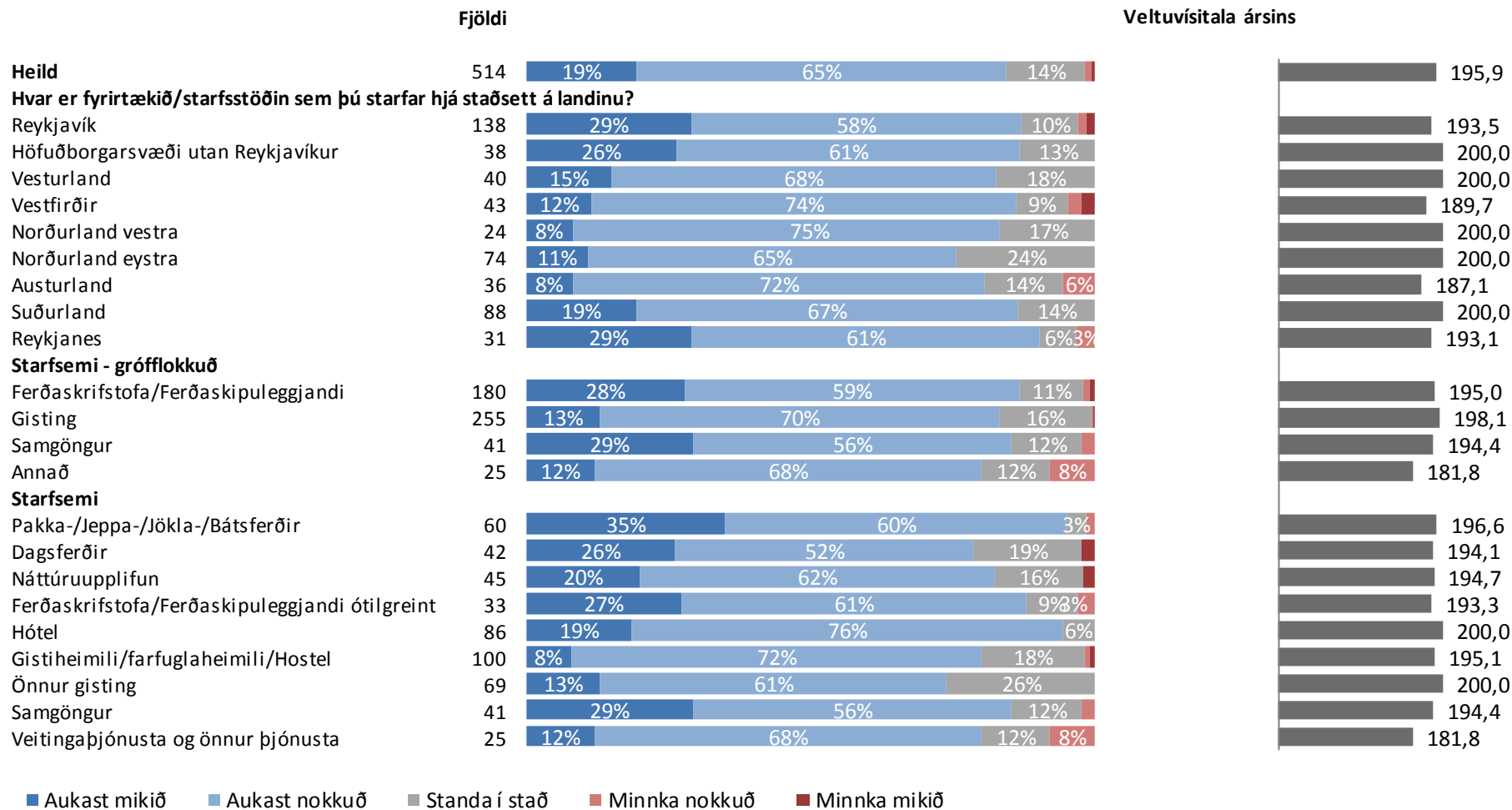
Sp. 14. Telur þú að velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 í samanburði við árið 2015?

	Fjöldi	%	+/-
Aukast mikið (5)	100	19,5	3,4
Aukast nokkuð (4)	333	64,8	4,1
Standa í stað (3)	72	14,0	3,0
Minnka nokkuð (2)	6	1,2	0,9
Minnka mikið (1)	3	0,6	0,7
Aukast	433	84,2	3,1
Standa í stað	72	14,0	3,0
Minnka	9	1,8	1,1
Vísitala	195,9		
Fjöldi svara	514	100,0	
Tóku afstöðu	514	87,0	
Tóku ekki afstöðu	77	13,0	
Fjöldi svarenda	591	100	



Sp. 14. Telur þú að velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 í samanburði við árið 2015?

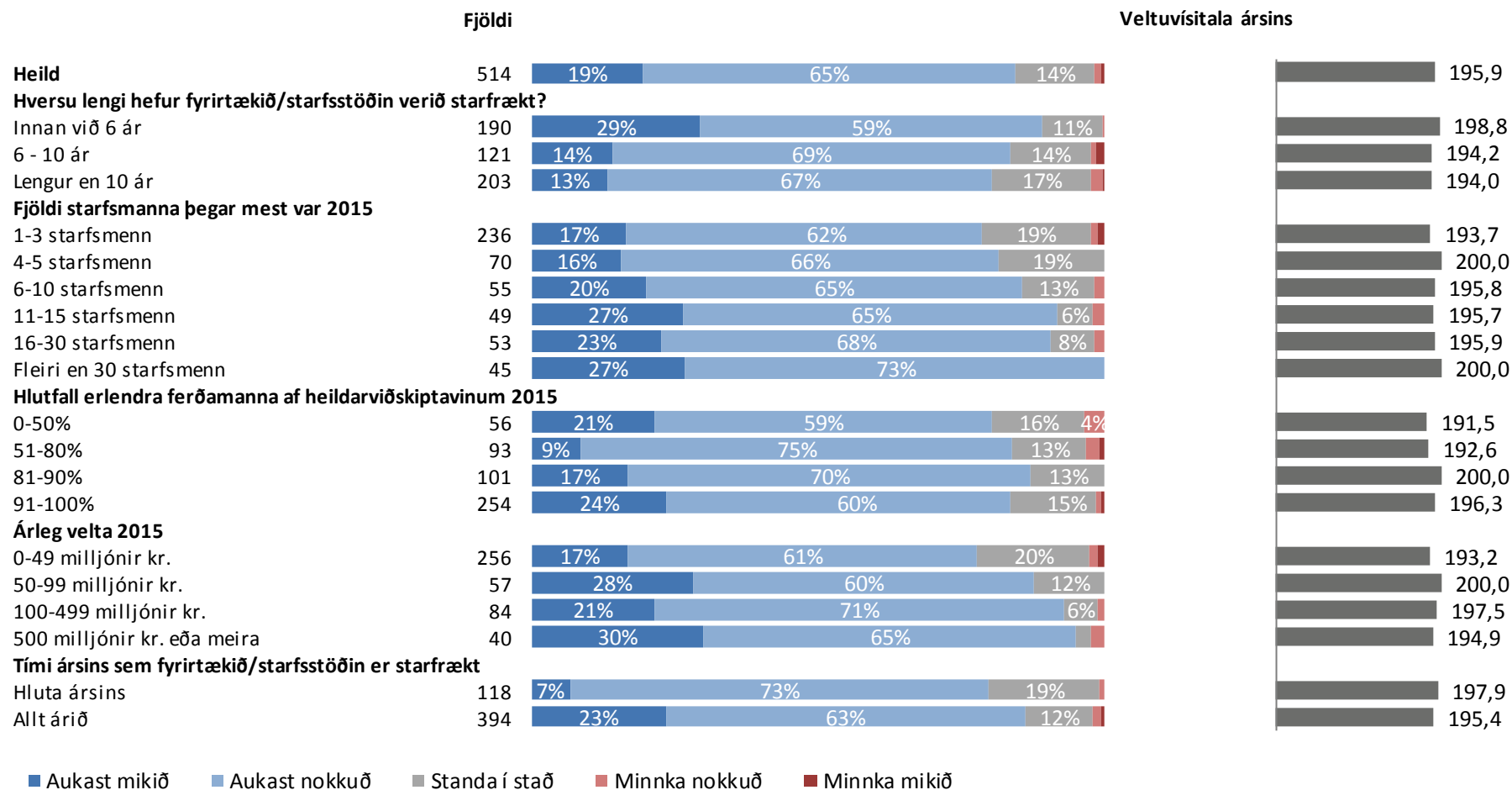
Greiningar



■ Aukast mikið
 ■ Aukast nokkuð
 ■ Standa í stað
 ■ Minnka nokkuð
 ■ Minnka mikið

Sp. 14. Telur þú að velta fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 í samanburði við árið 2015?

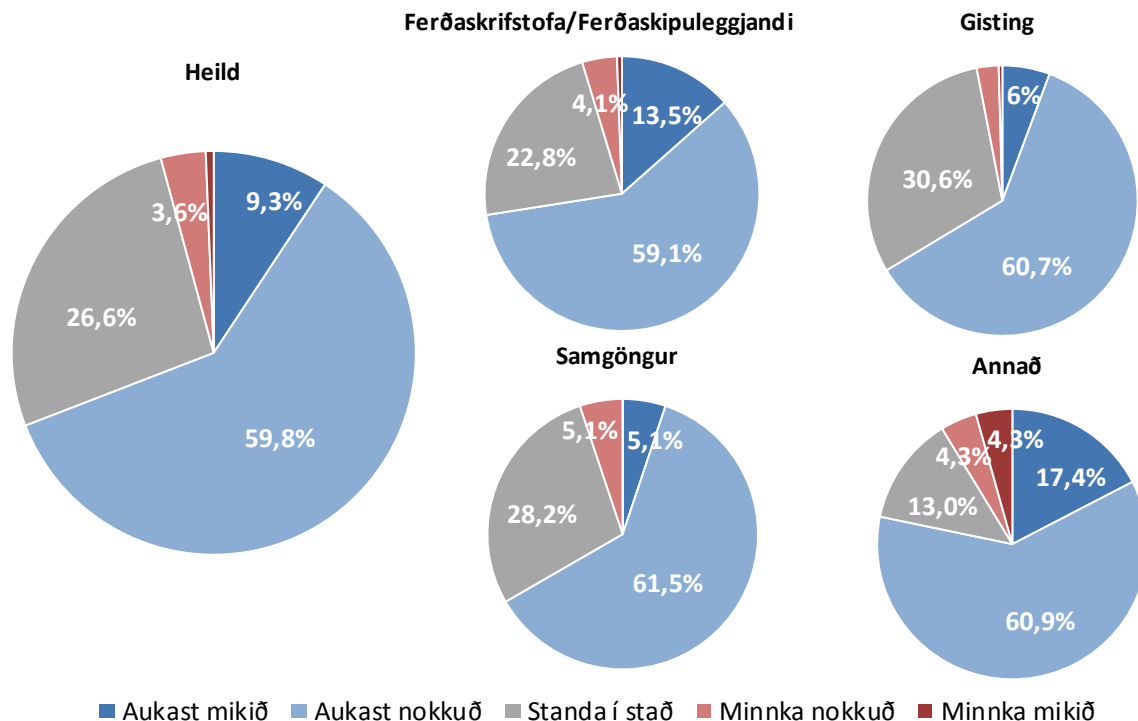
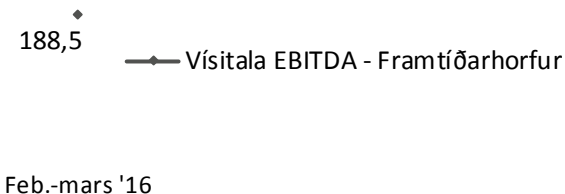
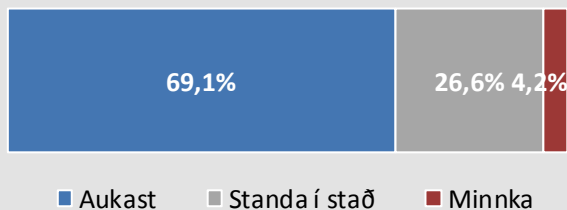
Greiningar



■ Aukast mikið ■ Aukast nokkuð ■ Standa í stað ■ Minnka nokkuð ■ Minnka mikið

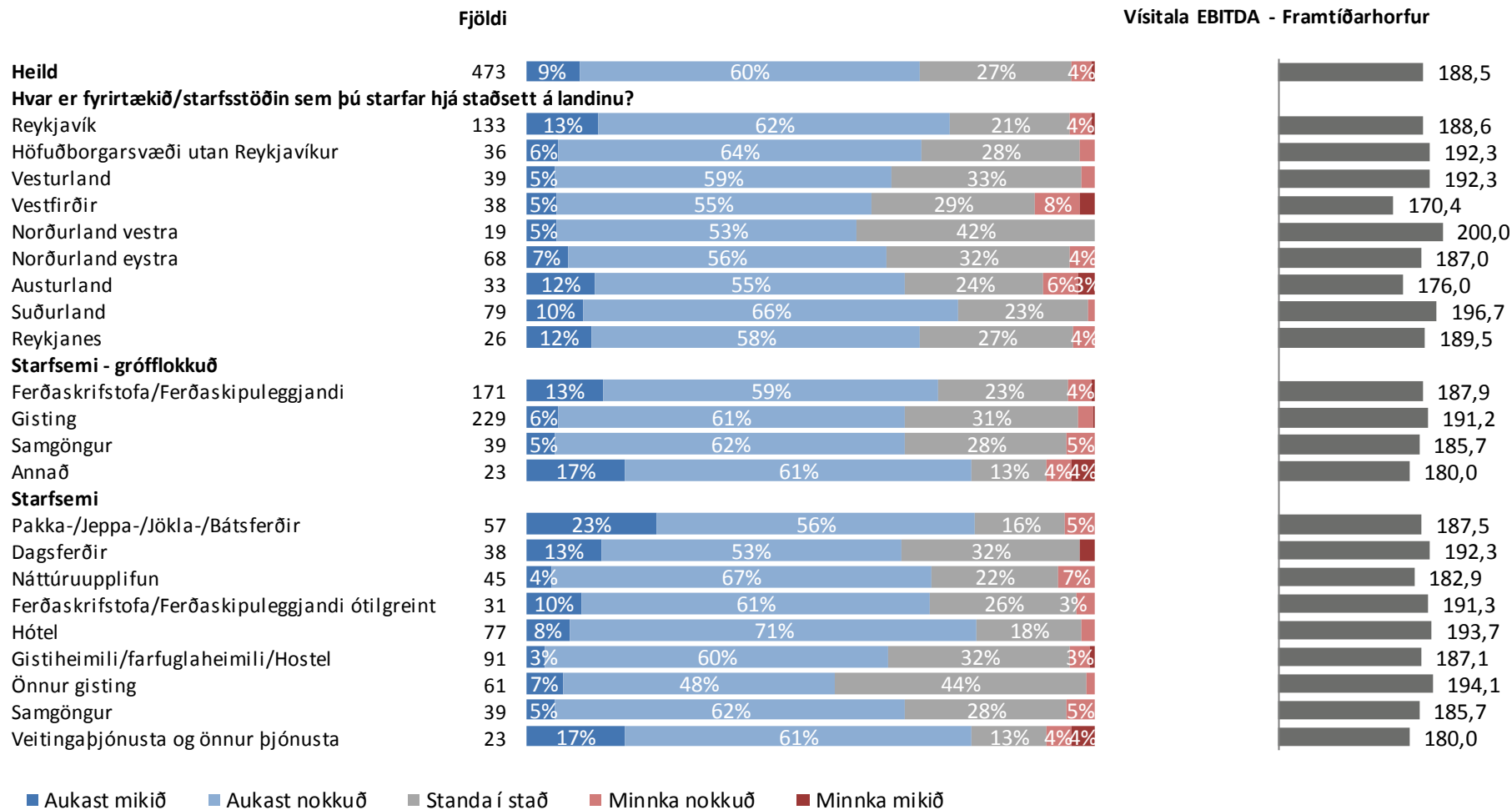
Sp. 15. Telur þú að framlegð fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar, það er EBITDA, muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016?

	Fjöldi	%	+/-
Aukast mikið (5)	44	9,3	2,6
Aukast nokkuð (4)	283	59,8	4,4
Standa í stað (3)	126	26,6	4,0
Minnka nokkuð (2)	17	3,6	1,7
Minnka mikið (1)	3	0,6	0,7
Aukast	327	69,1	4,2
Standa í stað	126	26,6	4,0
Minnka	20	4,2	1,8
Vísitala	188,5		
Fjöldi svara	473	100,0	
Tóku afstöðu	473	80,0	
Tóku ekki afstöðu	118	20,0	
Fjöldi svarenda	591	100	



Sp. 15. Telur þú að framlegð fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar, það er EBITDA, muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016?

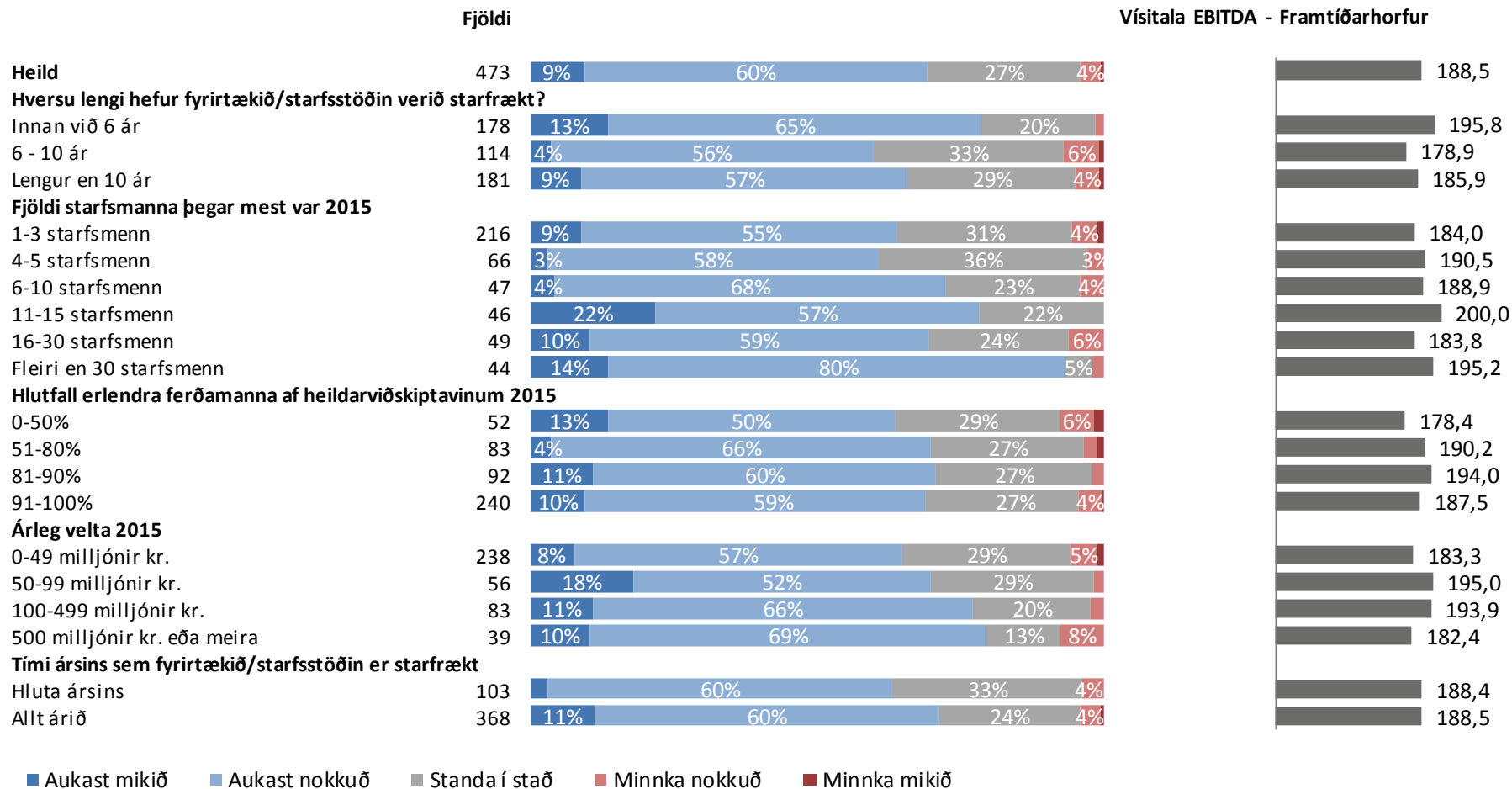
Greiningar



■ Aukast mikið ■ Aukast nokkuð ■ Standa í stað ■ Minnka nokkuð ■ Minnka mikið

Sp. 15. Telur þú að framlegð fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar, það er EBITDA, muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016?

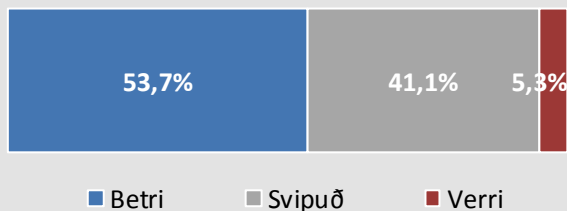
Greiningar



■ Aukast mikið ■ Aukast nokkuð ■ Standa í stað ■ Minnka nokkuð ■ Minnka mikið

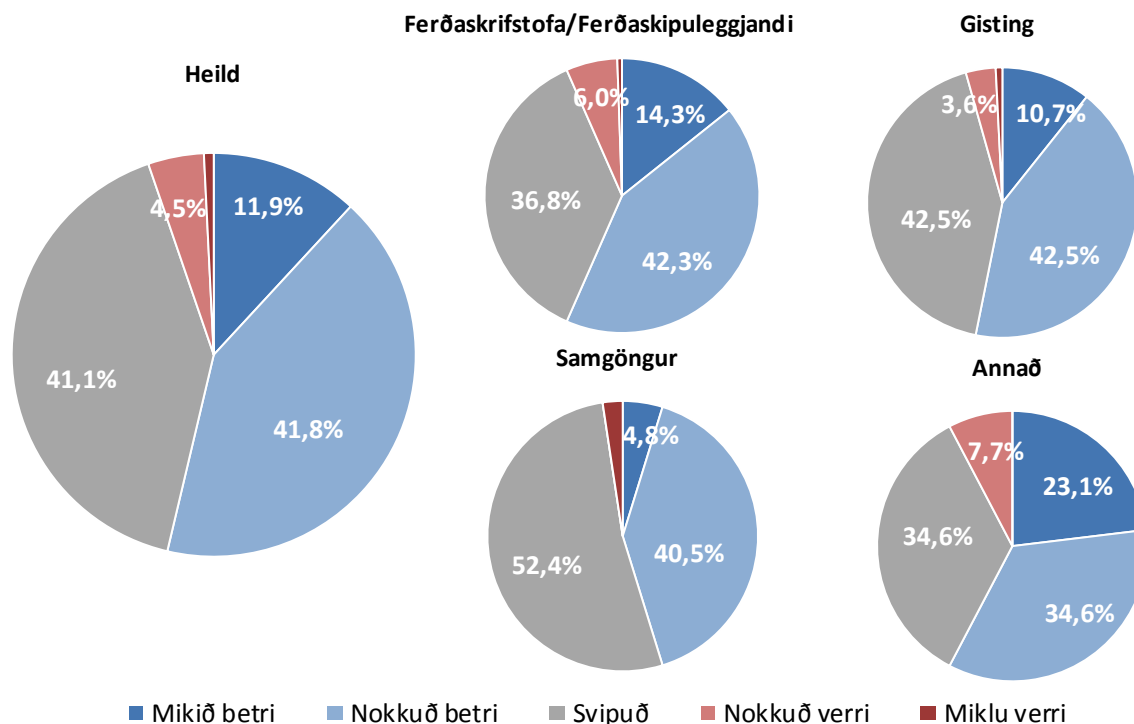
Sp. 16. Telur þú að vaxtartækifæri fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar í dag séu betri, svipuð eða verri en fyrir ári síðan?

	Fjöldi	%	+/-
Mikið betri (5)	61	11,9	2,8
Nokkuð betri (4)	215	41,8	4,3
Svipuð (3)	211	41,1	4,3
Nokkuð verri (2)	23	4,5	1,8
Miklu verri (1)	4	0,8	0,8
Betri	276	53,7	4,3
Svipuð	211	41,1	4,3
Verri	27	5,3	1,9
Vísitala	182,2		
Fjöldi svara	514	100,0	
Tóku afstöðu	514	87,0	
Tóku ekki afstöðu	77	13,0	
Fjöldi svarenda	591	100	



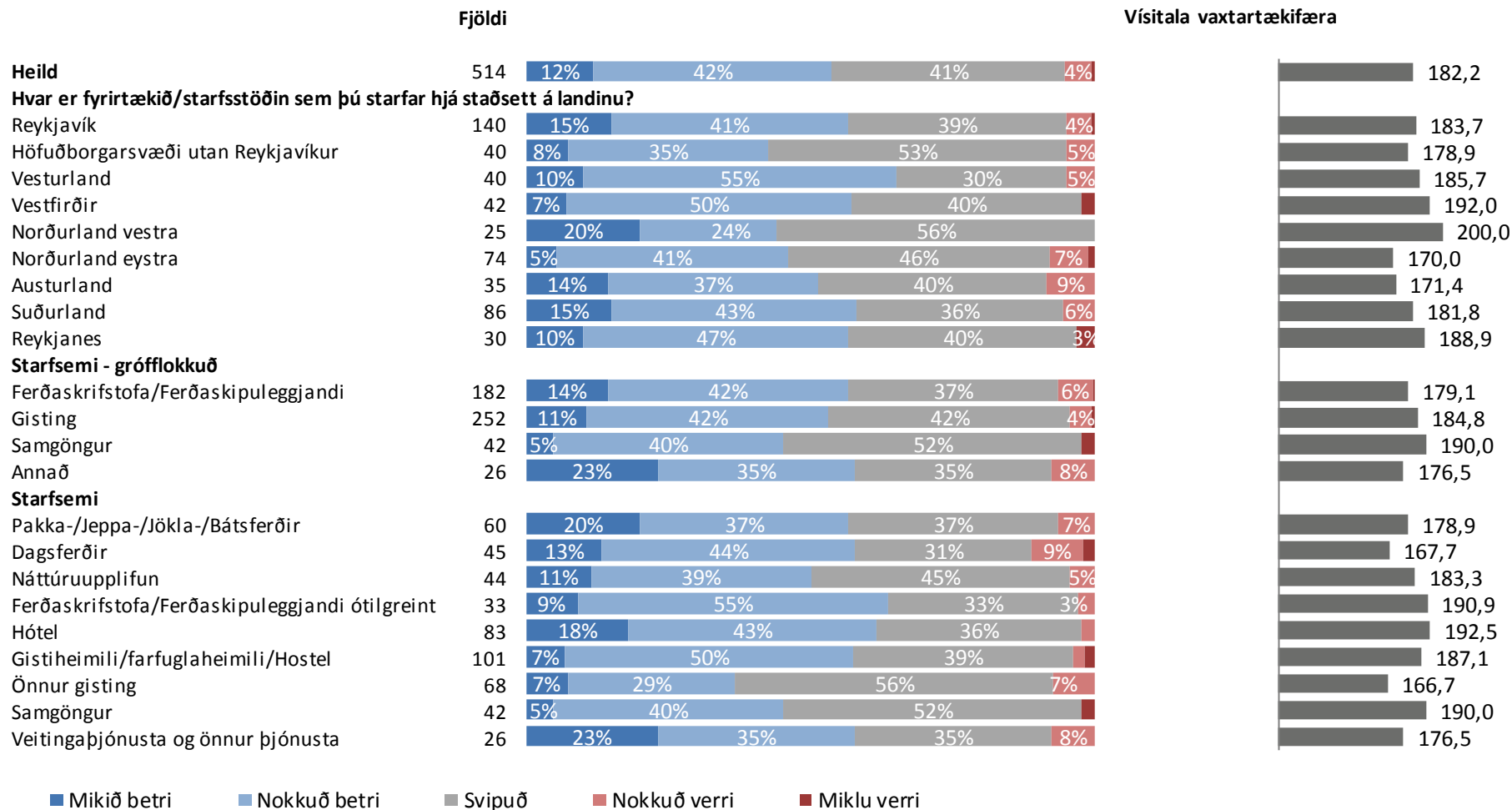
182,2 ♦ — Vísitala vaxtartækifæra

Feb.-mars '16



Sp. 16. Telur þú að vaxtartækifæri fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar í dag séu betri, svipuð eða verri en fyrir ári síðan?

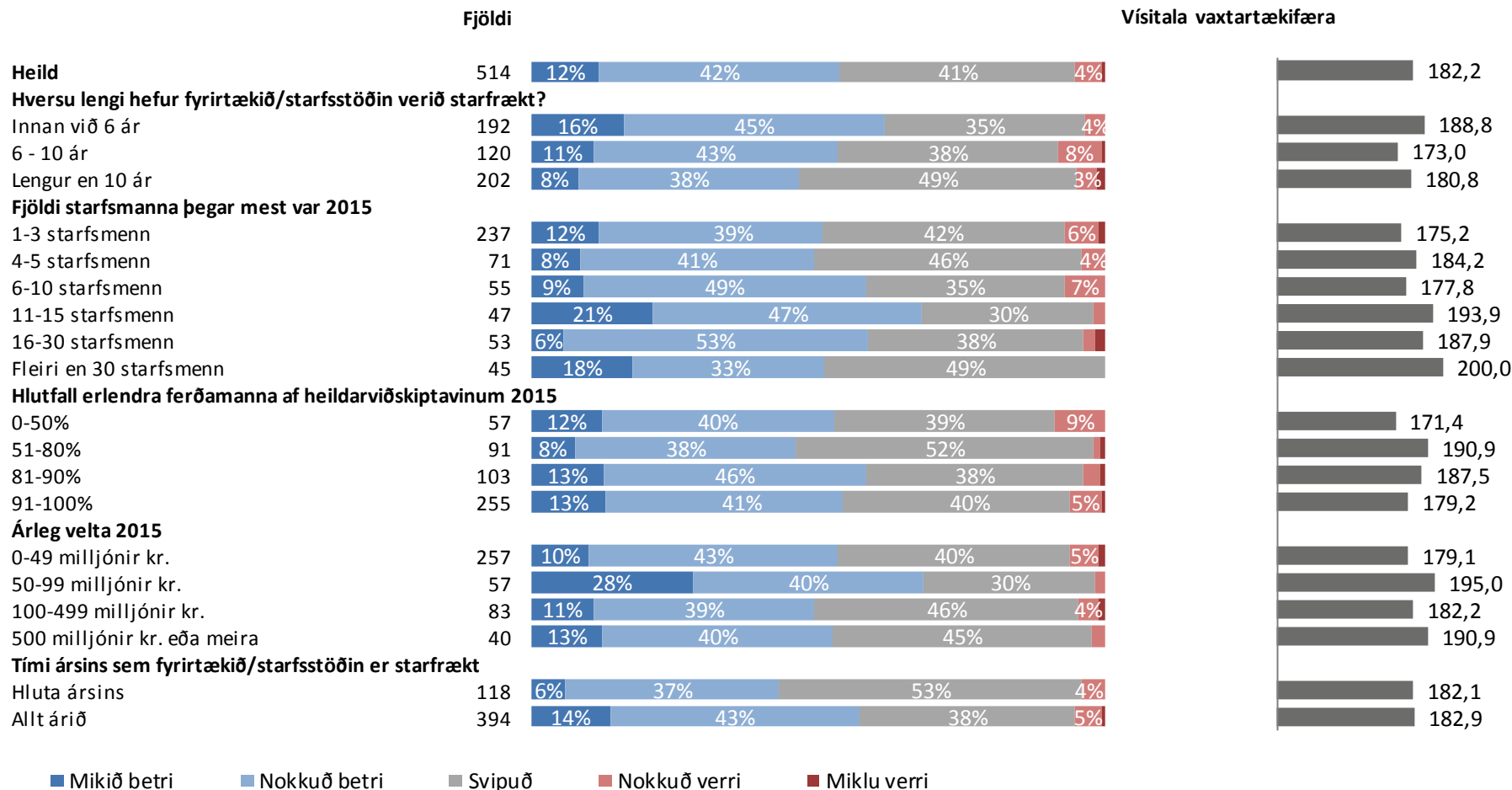
Greiningar



■ Mikið betri ■ Nokkuð betri ■ Svipuð ■ Nokkuð verri ■ Miklu verri

Sp. 16. Telur þú að vaxtartækifæri fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar í dag séu betri, svipuð eða verri en fyrir ári síðan?

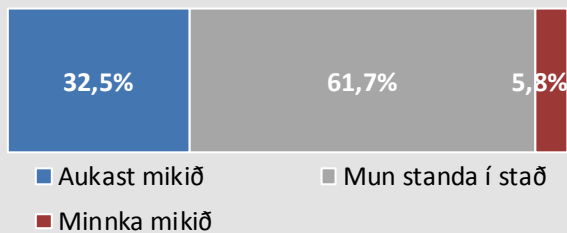
Greiningar



■ Mikið betri ■ Nokkuð betri ■ Svipuð ■ Nokkuð verri ■ Miklu verri

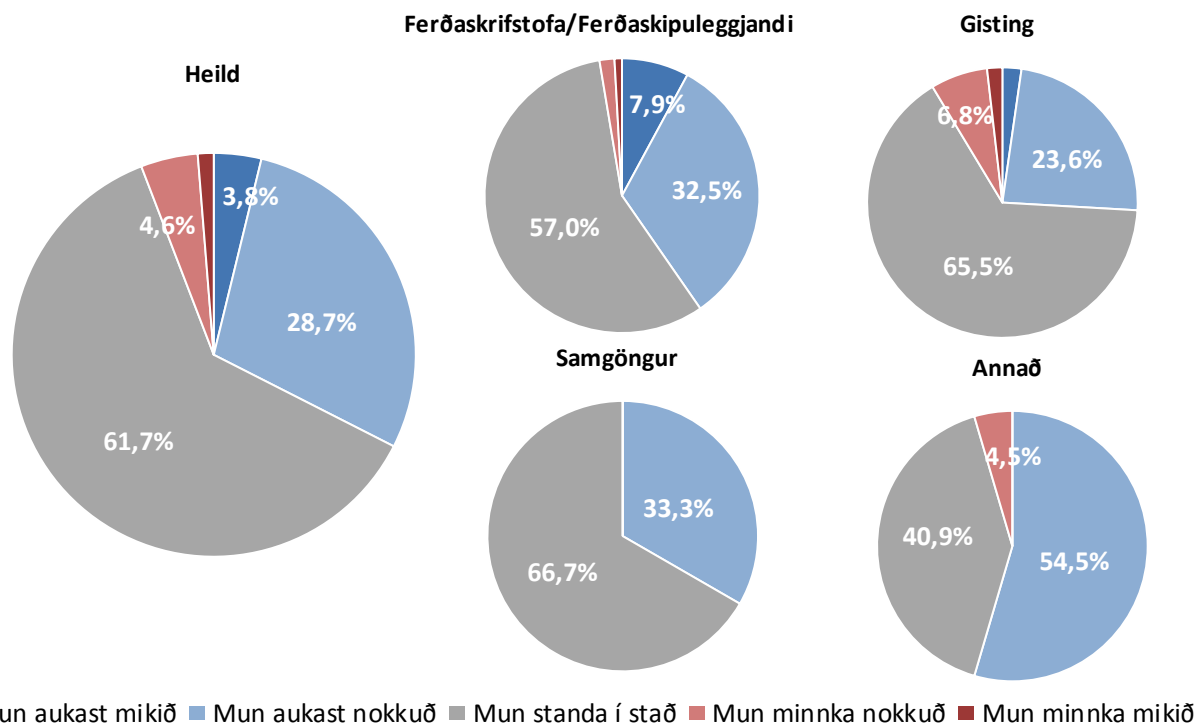
Sp. 17. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Íslandi?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	15	3,8	1,9
Mun aukast nokkuð (4)	113	28,7	4,5
Mun standa í stað (3)	243	61,7	4,8
Mun minnka nokkuð (2)	18	4,6	2,1
Mun minnka mikið (1)	5	1,3	1,1
Aukast mikið	128	32,5	4,6
Mun standa í stað	243	61,7	4,8
Minnka mikið	23	5,8	2,3
Vísitala	169,5		
Fjöldi svara	394	100,0	
Tóku afstöðu	394	66,7	
Á ekki við	69	11,7	
Tóku ekki afstöðu	128	21,7	
Fjöldi svarenda	591	100	



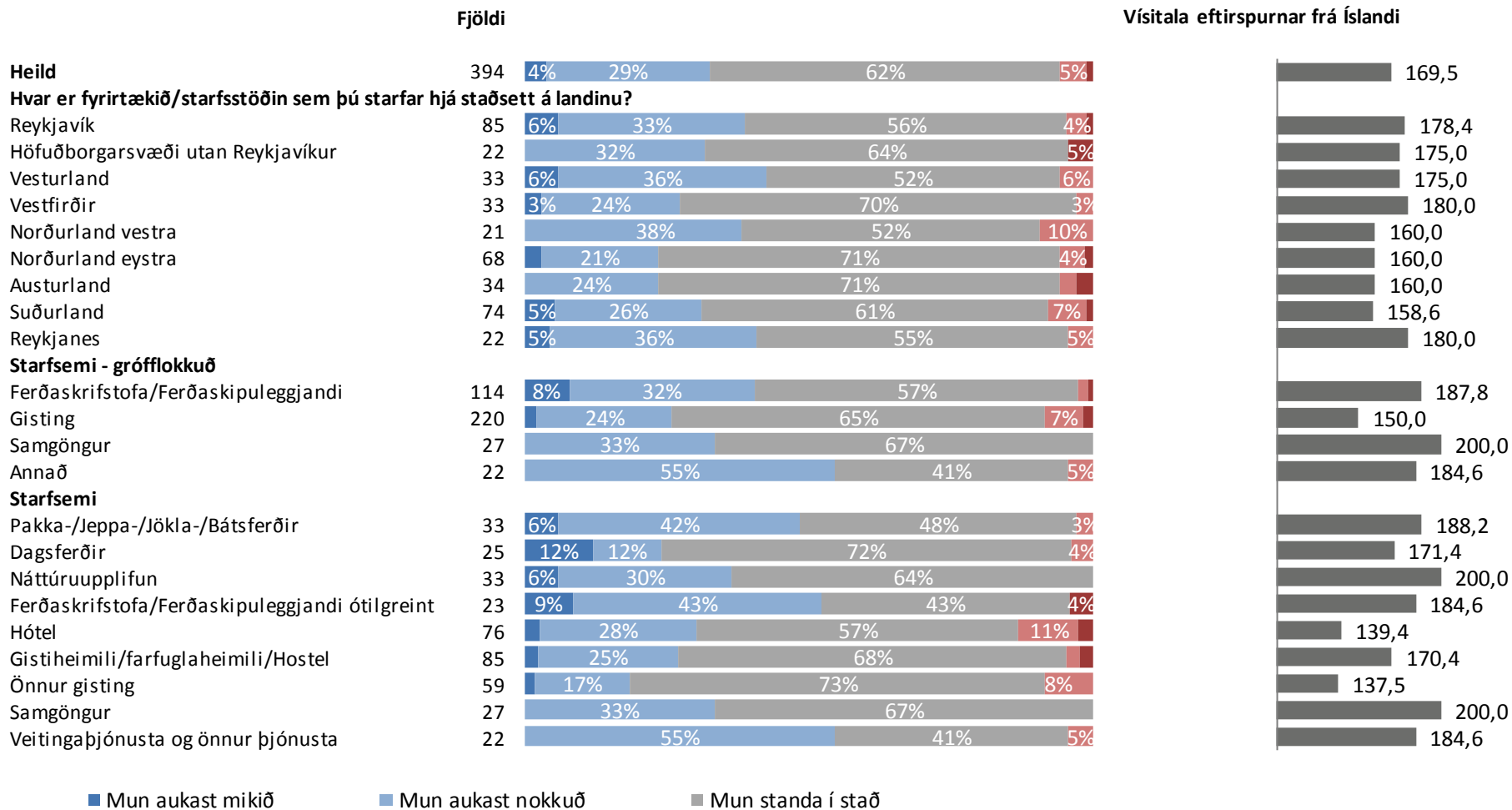
169,5 — Vísitala eftirspurnar frá Íslandi

Feb.-mars '16



Sp. 17. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Íslandi?

Greiningar



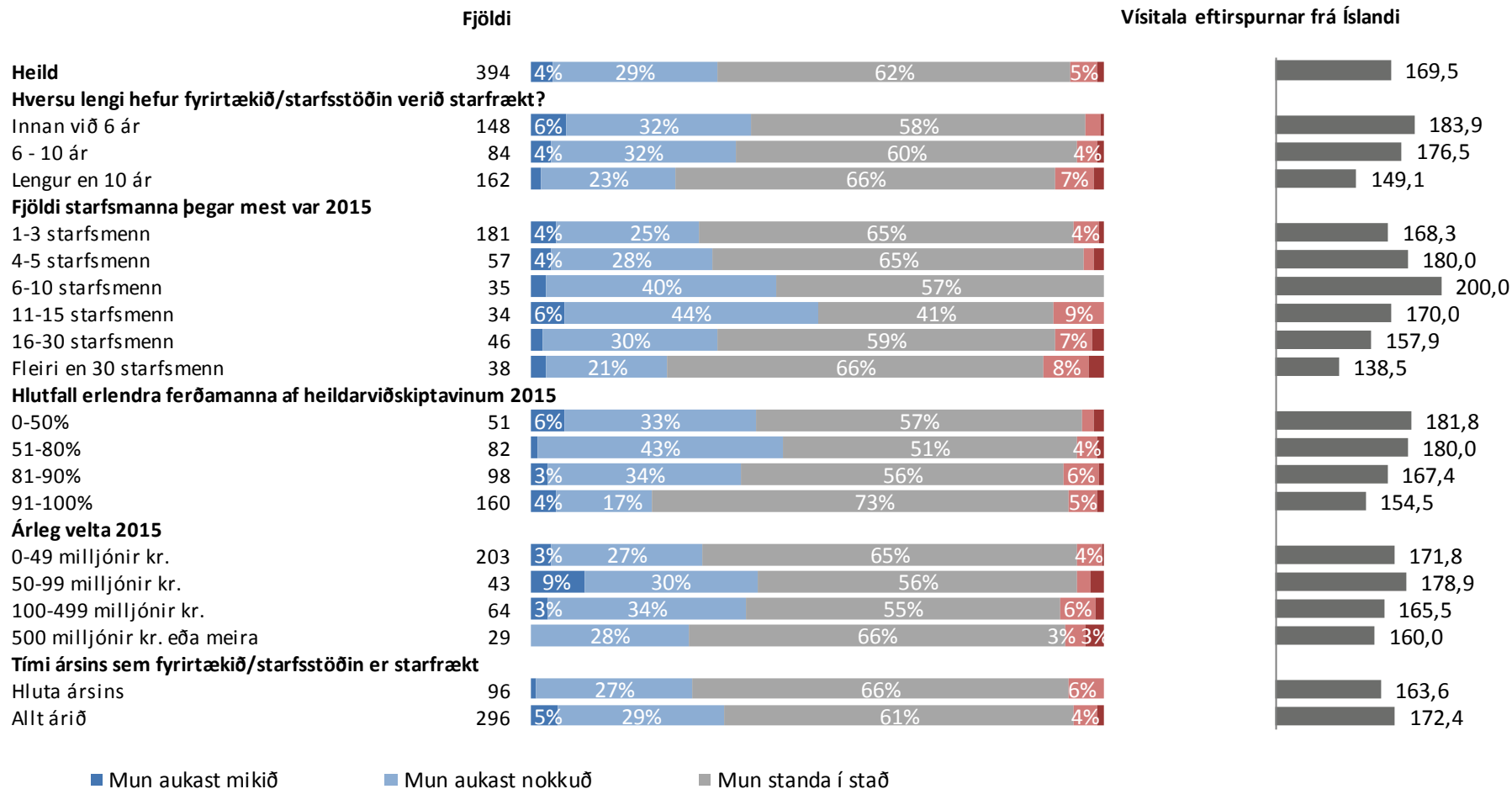
■ Mun aukast mikið

■ Mun aukast nokkuð

■ Mun standa í stað

Sp. 17. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Íslandi?

Greiningar



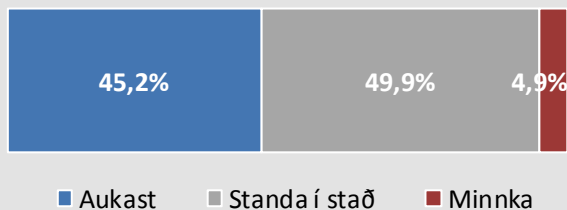
■ Mun aukast mikið

■ Mun aukast nokkuð

■ Mun standa í stað

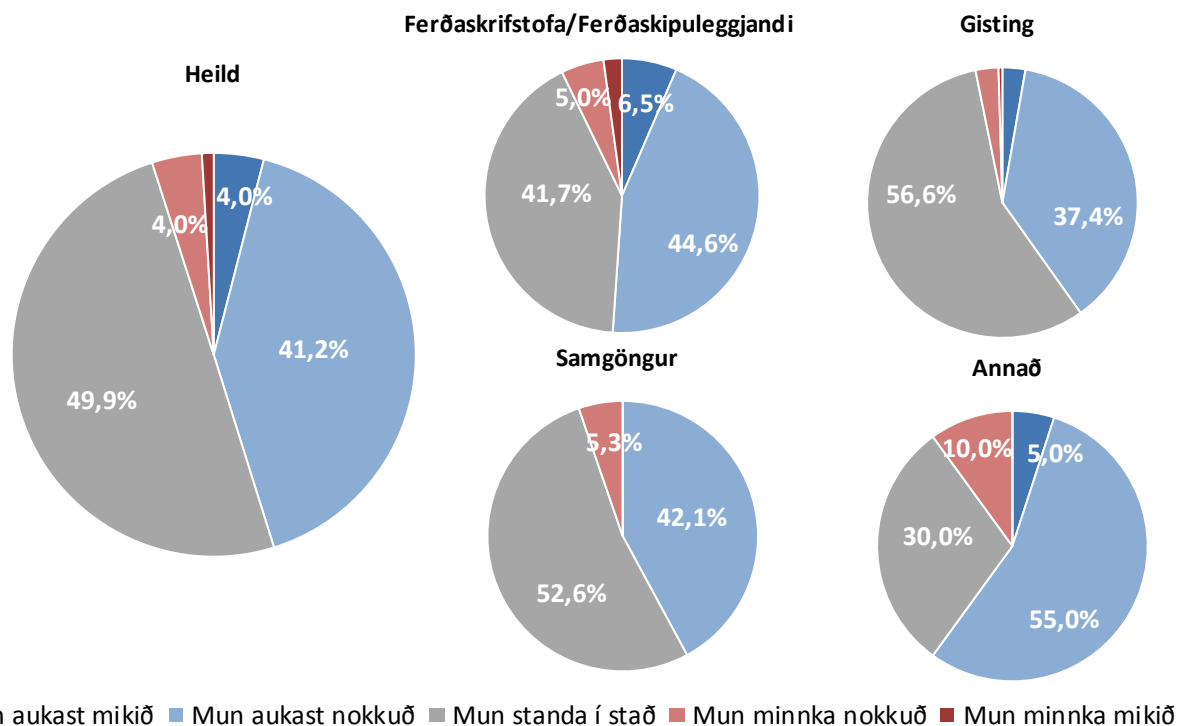
Sp. 18. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norðurlöndum?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	17	4,0	1,9
Mun aukast nokkuð (4)	175	41,2	4,7
Mun standa í stað (3)	212	49,9	4,8
Mun minnka nokkuð (2)	17	4,0	1,9
Mun minnka mikið (1)	4	0,9	0,9
Aukast	192	45,2	4,7
Standa í stað	212	49,9	4,8
Minnka	21	4,9	2,1
Vísitala	180,3		
Fjöldi svara	425	100,0	
Tóku afstöðu	425	71,9	
Á ekki við	16	2,7	
Tóku ekki afstöðu	150	25,4	
Fjöldi svarenda	591	100	



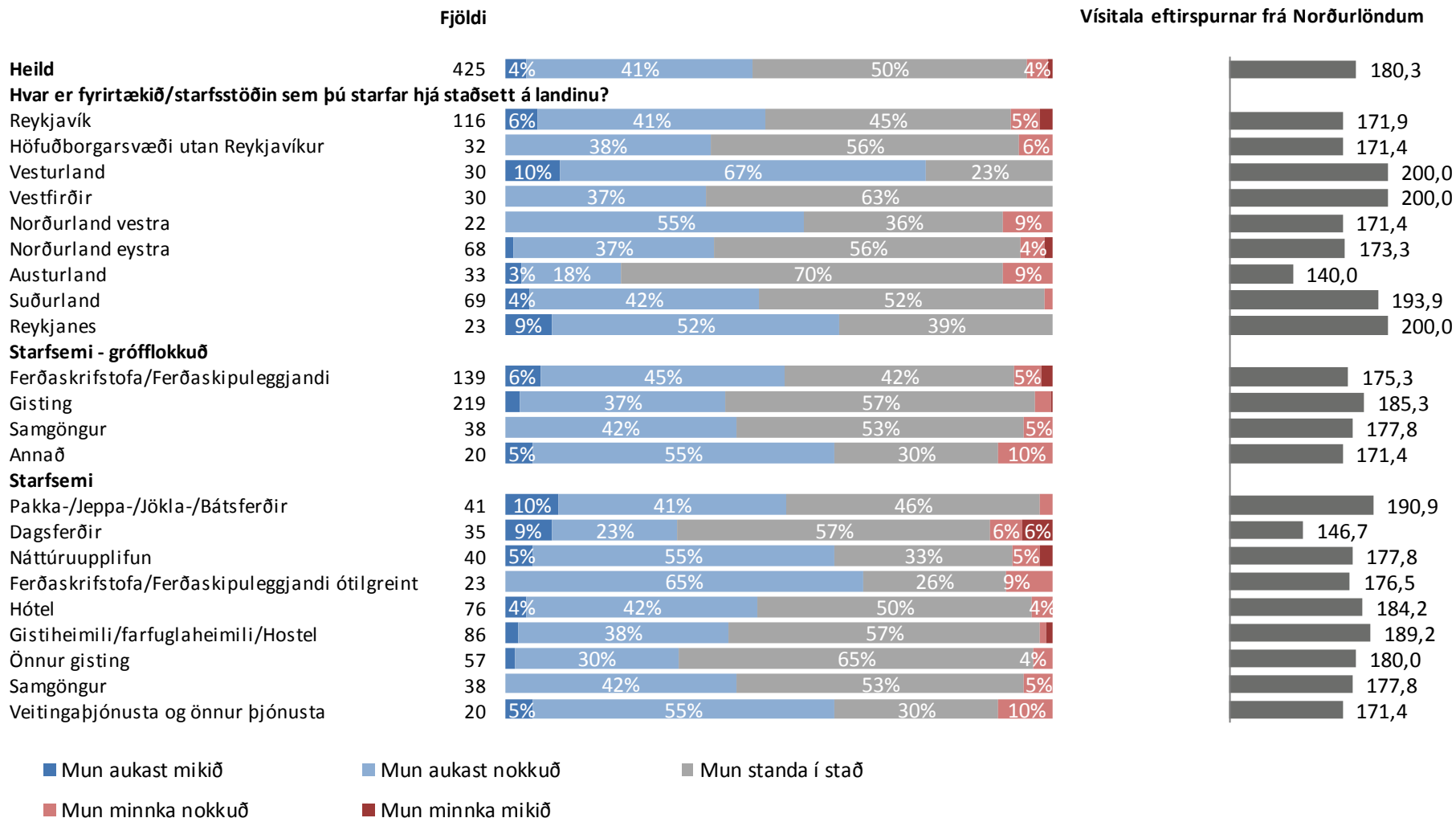
180,3 — Vísitala eftirspurnar frá Norðurlöndum

Feb.-mars '16



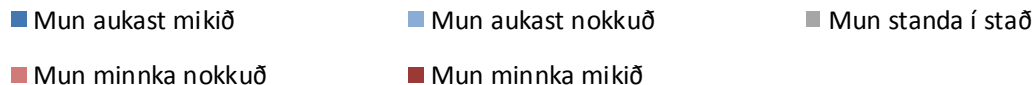
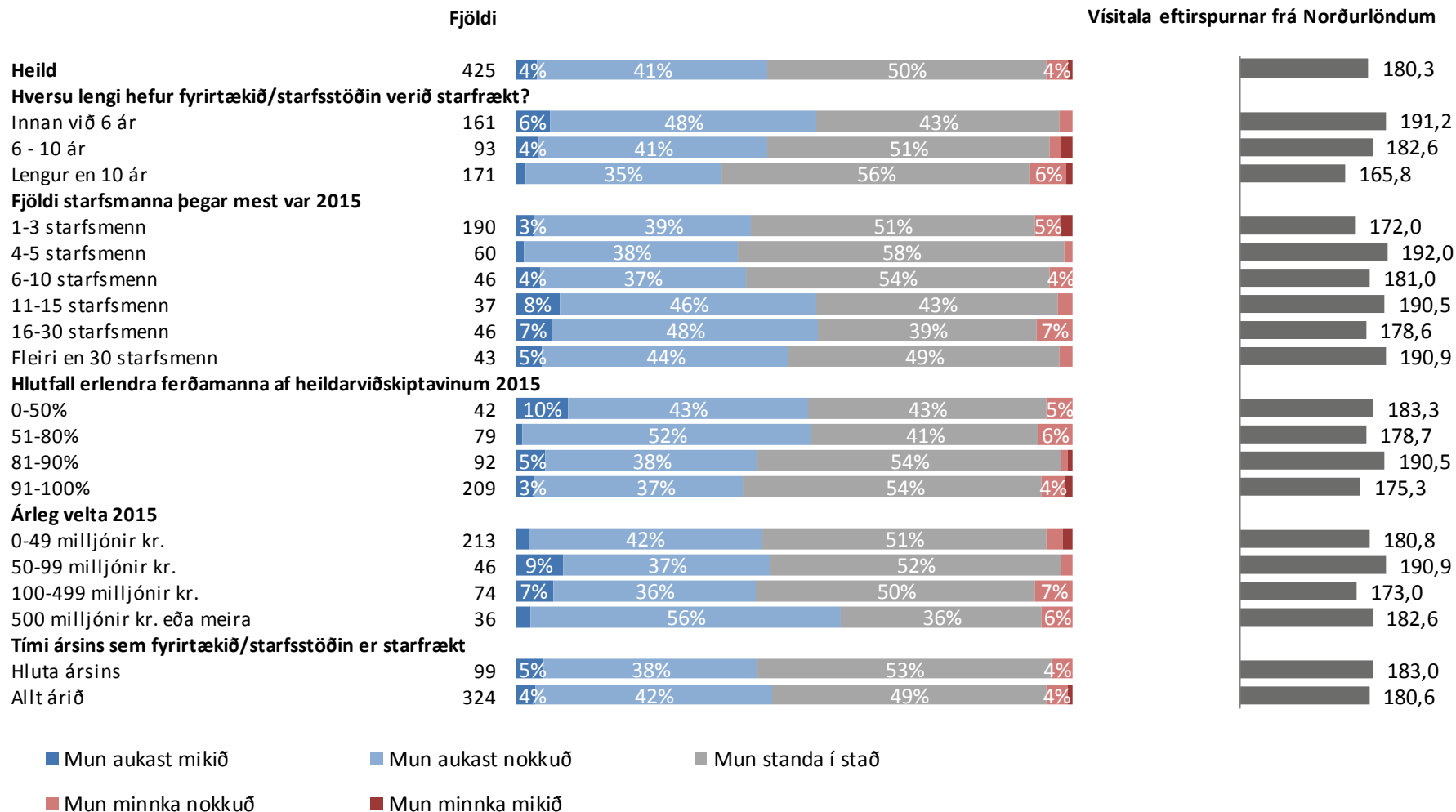
Sp. 18. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norðurlöndum?

Greiningar



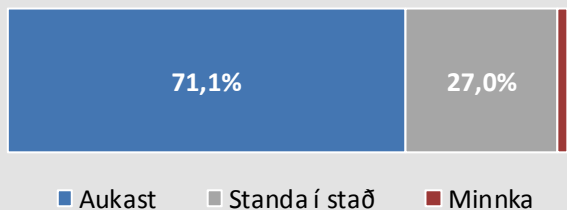
Sp. 18. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norðurlöndum?

Greiningar



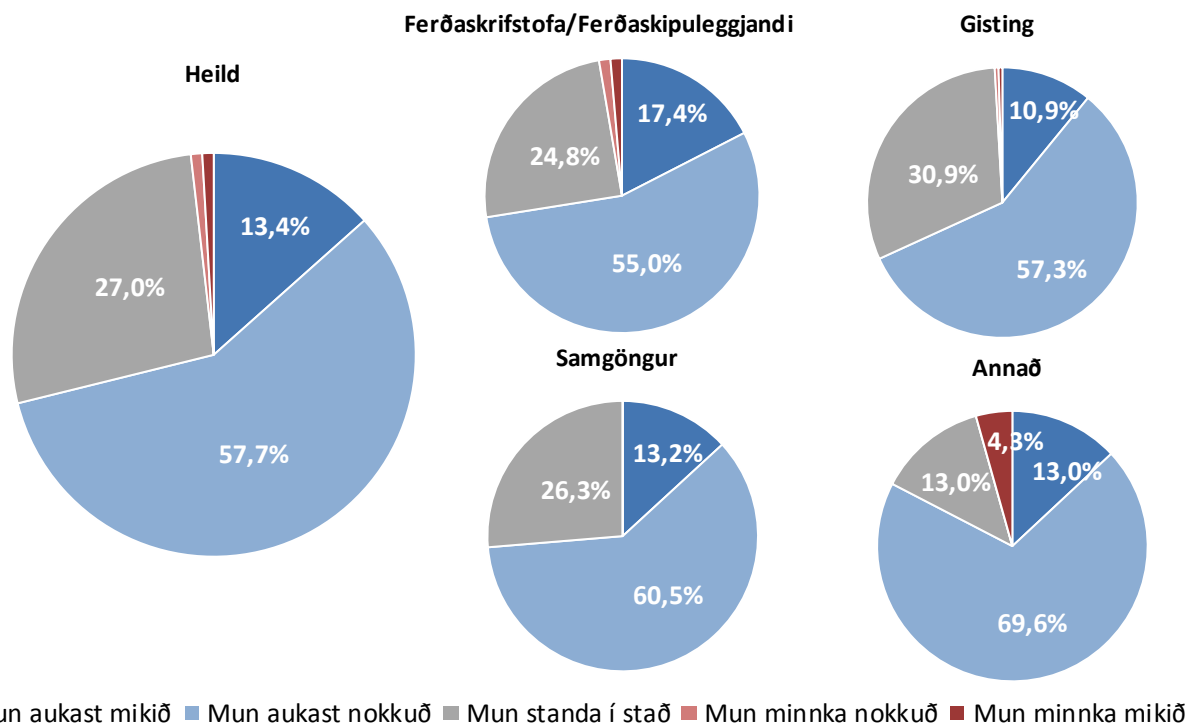
Sp. 19. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Bretlandi?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	59	13,4	3,2
Mun aukast nokkuð (4)	254	57,7	4,6
Mun standa í stað (3)	119	27,0	4,2
Mun minnka nokkuð (2)	4	0,9	0,9
Mun minnka mikið (1)	4	0,9	0,9
Aukast	313	71,1	4,2
Standa í stað	119	27,0	4,2
Minnka	8	1,8	1,2
Vísitala	195,0		
Fjöldi svara	440	100,0	
Tóku afstöðu	440	74,5	
Á ekki við	13	2,2	
Tóku ekki afstöðu	138	23,4	
Fjöldi svarenda	591	100	



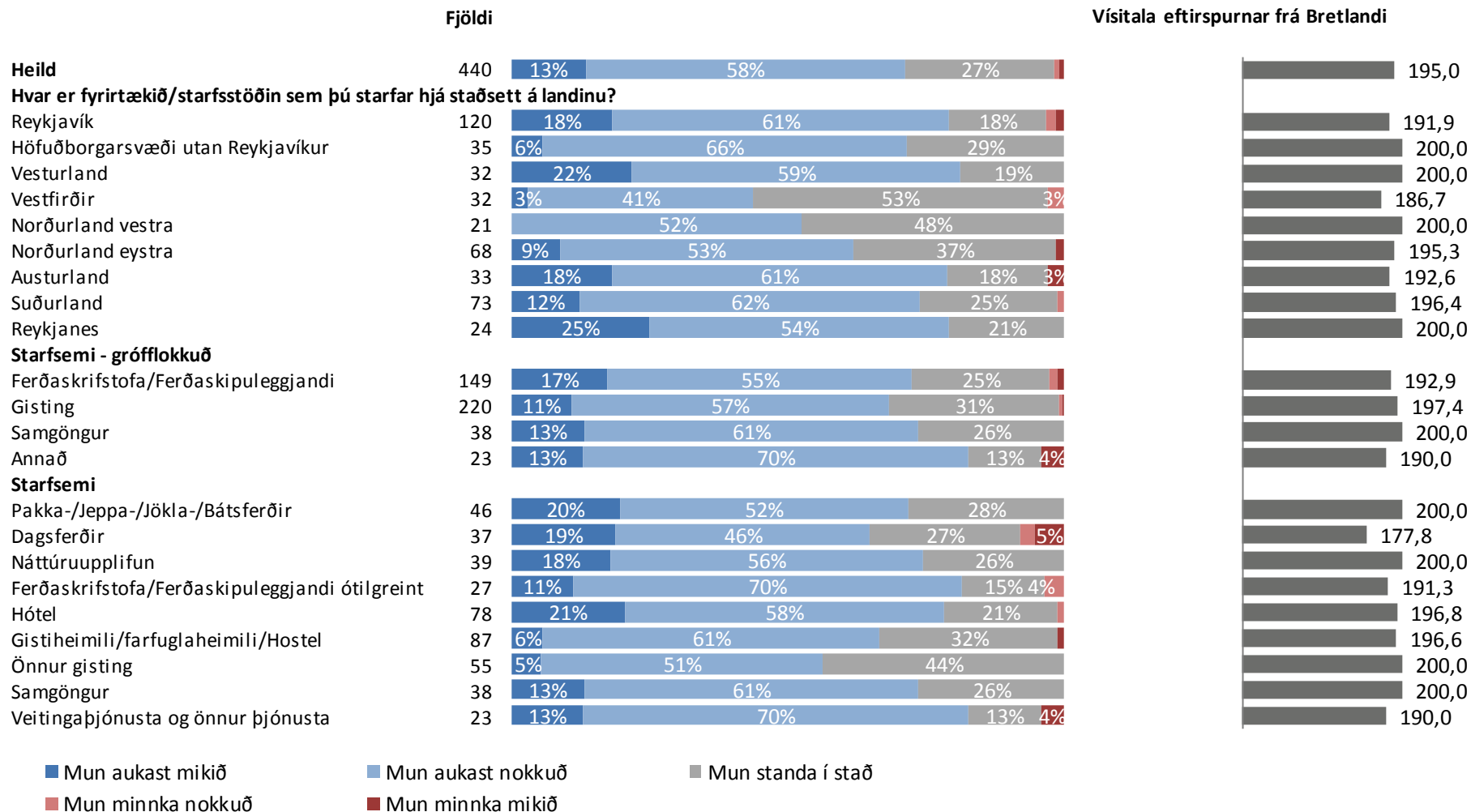
195,0 Vísitala eftirspurnar frá Bretlandi

Feb.-mars '16



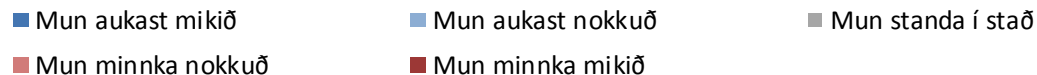
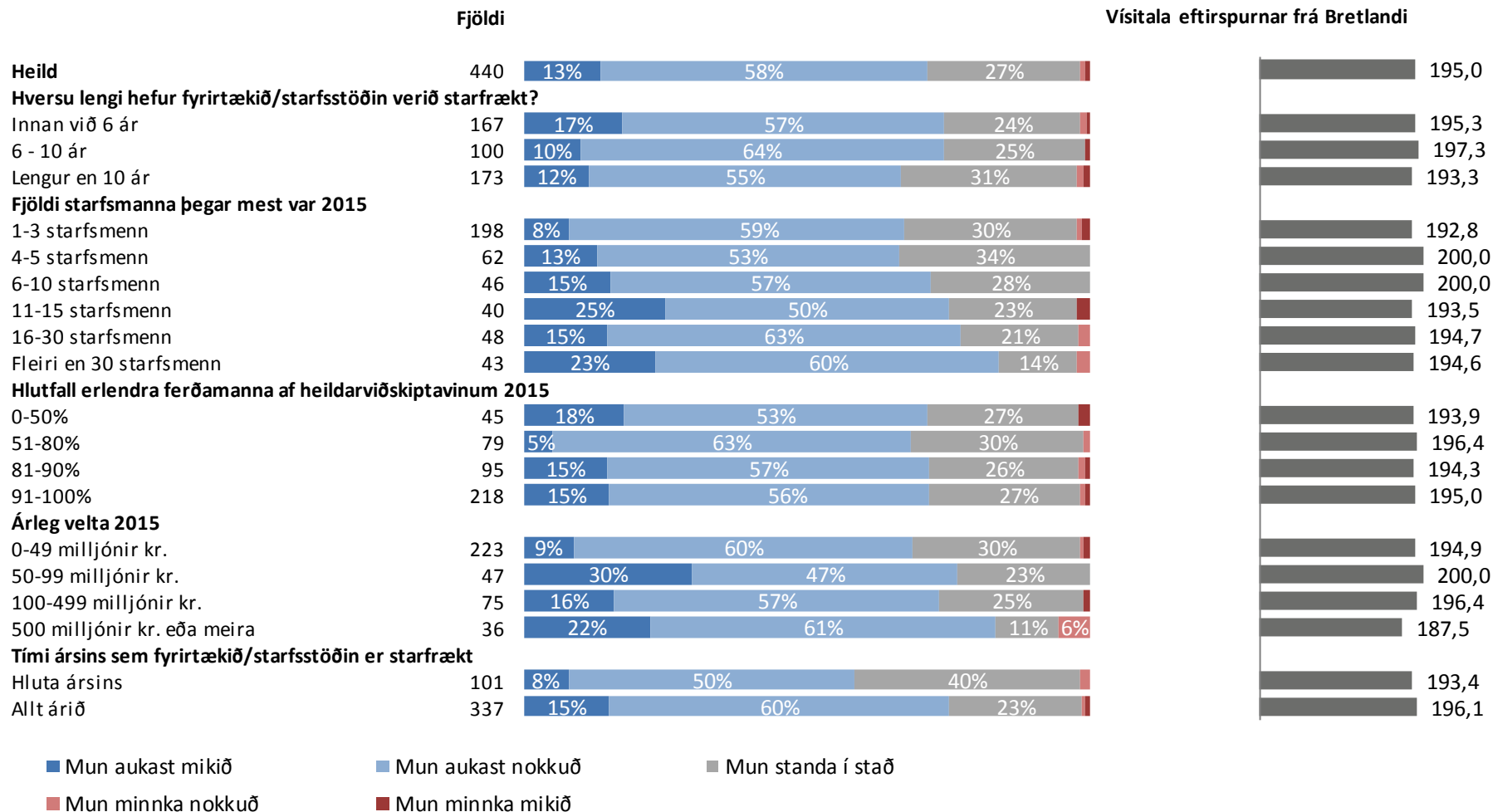
Sp. 19. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Bretlandi?

Greiningar



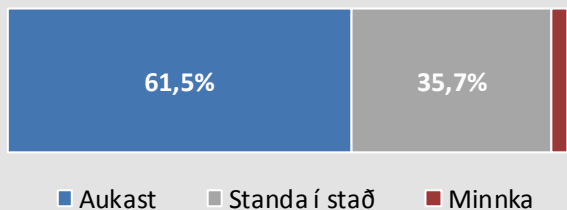
Sp. 19. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Bretlandi?

Greiningar



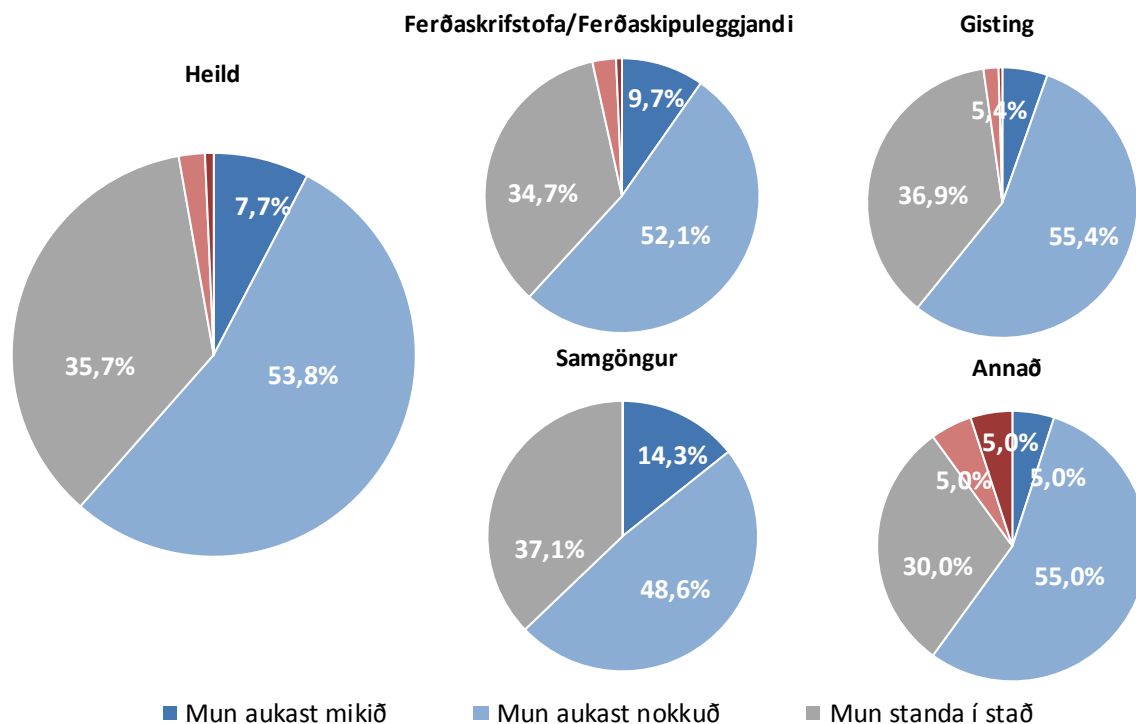
Sp. 20. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Mið-/Suður-Evrópu?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	33	7,7	2,5
Mun aukast nokkuð (4)	232	53,8	4,7
Mun standa í stað (3)	154	35,7	4,5
Mun minnka nokkuð (2)	9	2,1	1,3
Mun minnka mikið (1)	3	0,7	0,8
Aukast	265	61,5	4,6
Standa í stað	154	35,7	4,5
Minnka	12	2,8	1,6
Vísitala	191,3		
Fjöldi svara	431	100,0	
Tóku afstöðu	431	72,9	
Á ekki við	13	2,2	
Tóku ekki afstöðu	147	24,9	
Fjöldi svarenda	591	100	



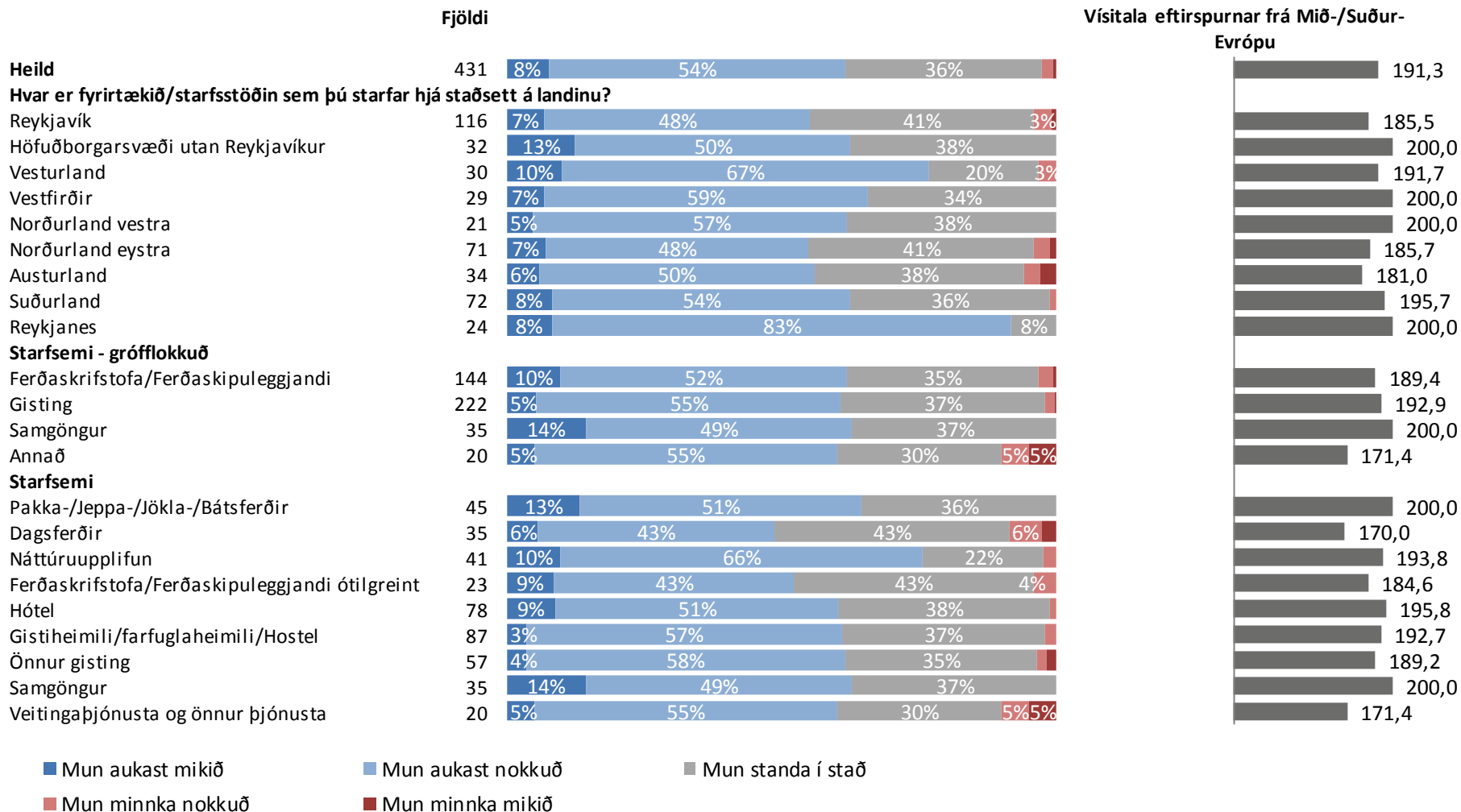
191,3 — Vísitala eftirspurnar frá Mið-/Suður-Evrópu

Feb.-mars '16



Sp. 20. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Mið-/Suður-Evrópu?

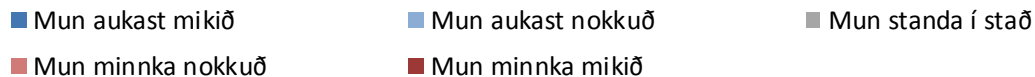
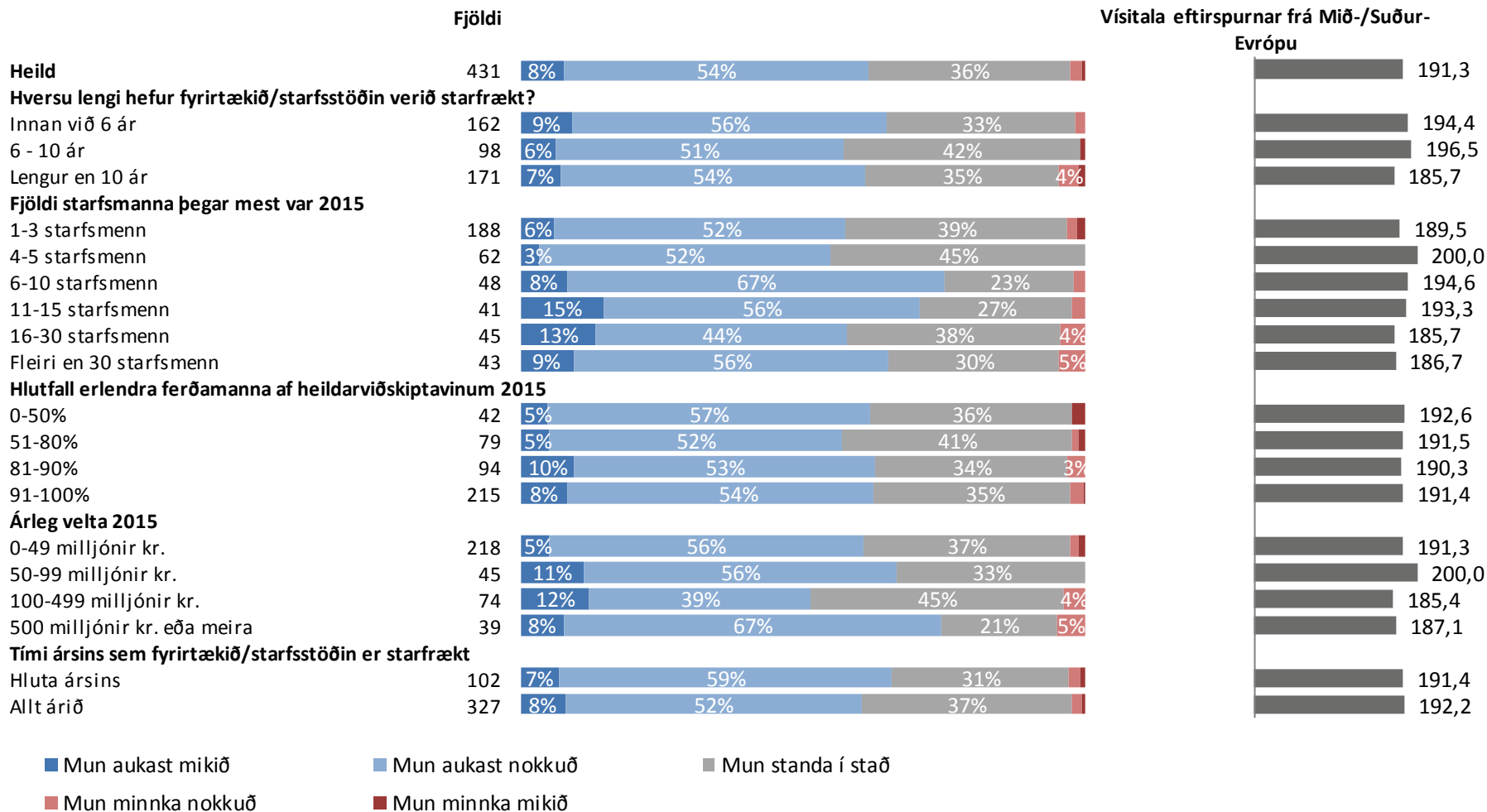
Greiningar



■ Mun aukast mikið
 ■ Mun aukast nokkuð
 ■ Mun standa í stað
■ Mun minnka nokkuð
 ■ Mun minnka mikið

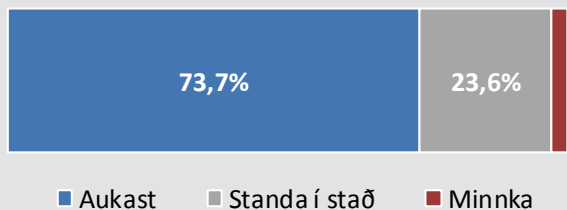
Sp. 20. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Mið-/Suður-Evrópu?

Greiningar



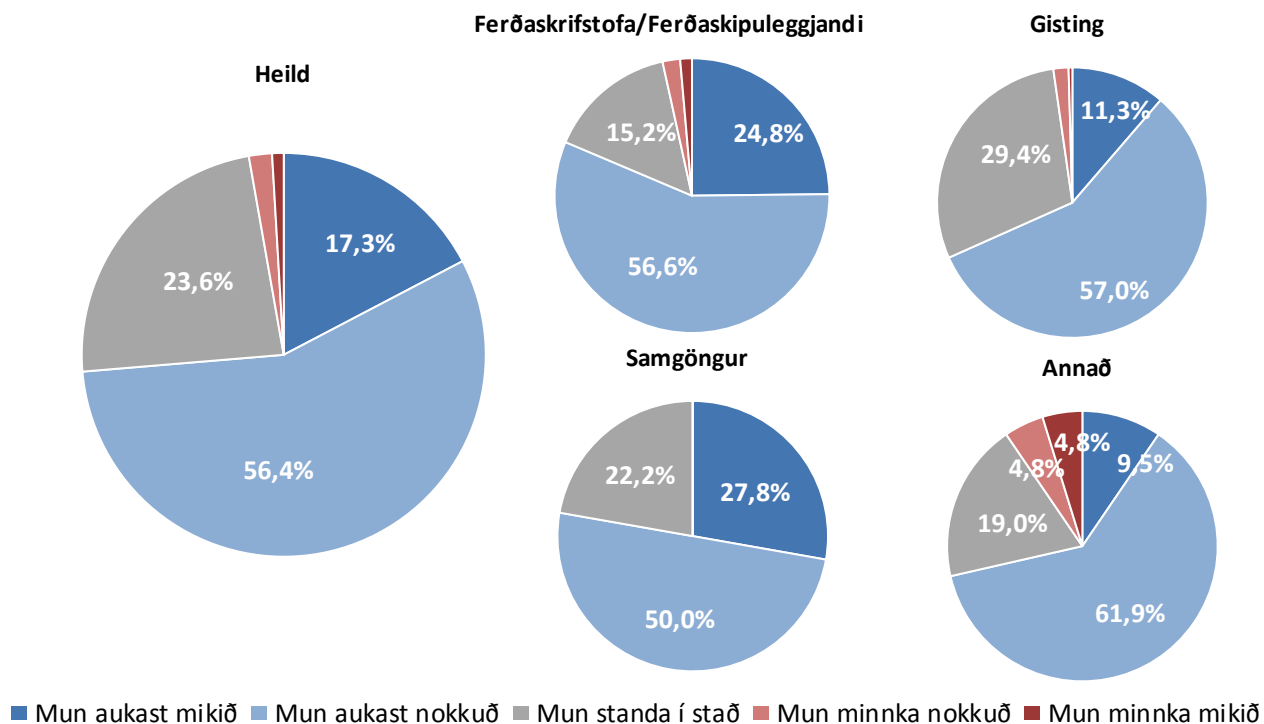
Sp. 21. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norður-Ameríku?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	75	17,3	3,6
Mun aukast nokkuð (4)	244	56,4	4,7
Mun standa í stað (3)	102	23,6	4,0
Mun minnka nokkuð (2)	8	1,8	1,3
Mun minnka mikið (1)	4	0,9	0,9
Aukast	319	73,7	4,1
Standa í stað	102	23,6	4,0
Minnka	12	2,8	1,5
Vísitala	192,7		
Fjöldi svara	433	100,0	
Tóku afstöðu	433	73,3	
Á ekki við	15	2,5	
Tóku ekki afstöðu	143	24,2	
Fjöldi svarenda	591	100	



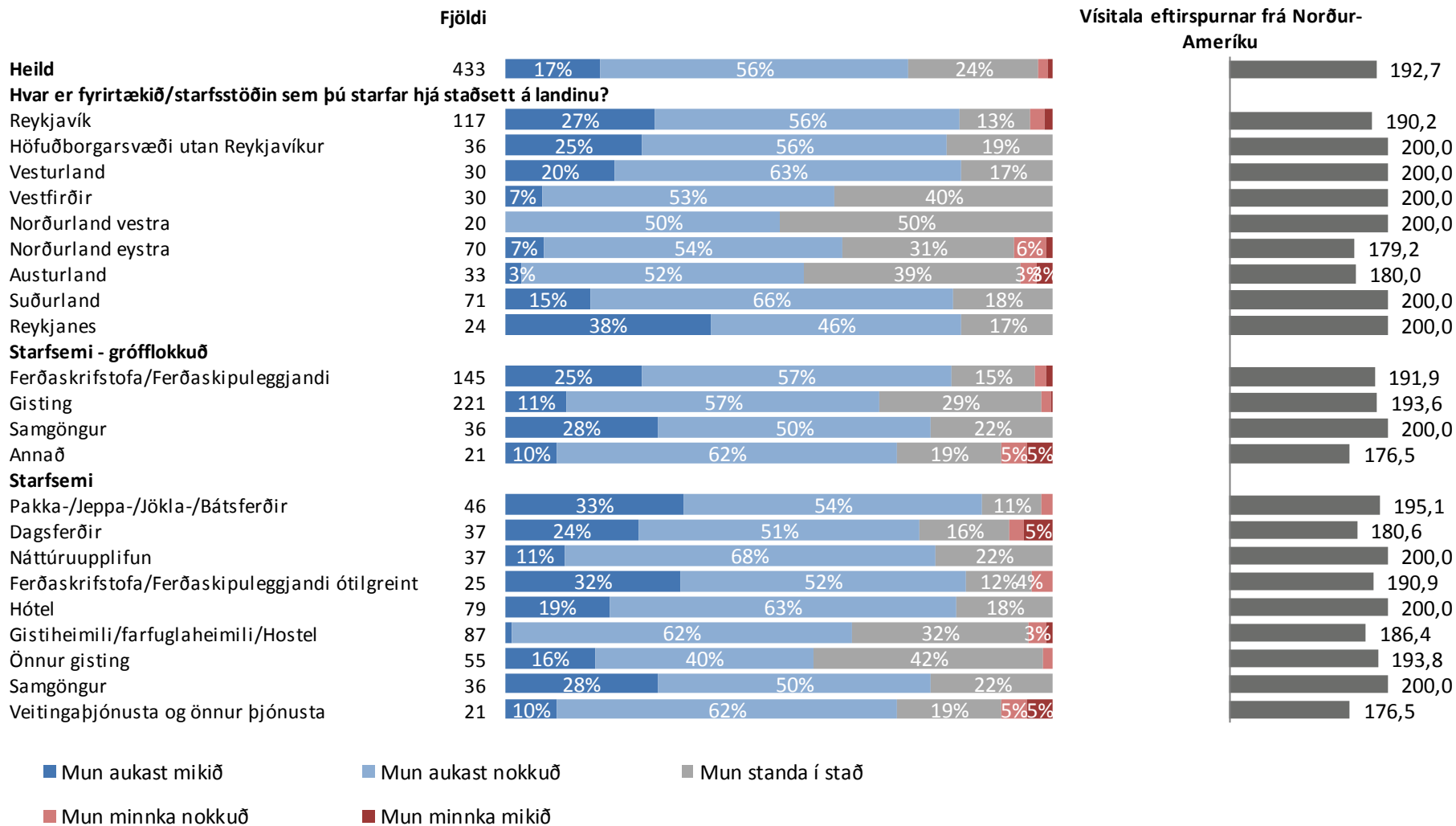
192,7 — Vísitala eftirspurnar frá Norður-Ameríku

Feb.-mars '16



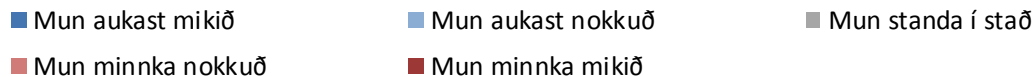
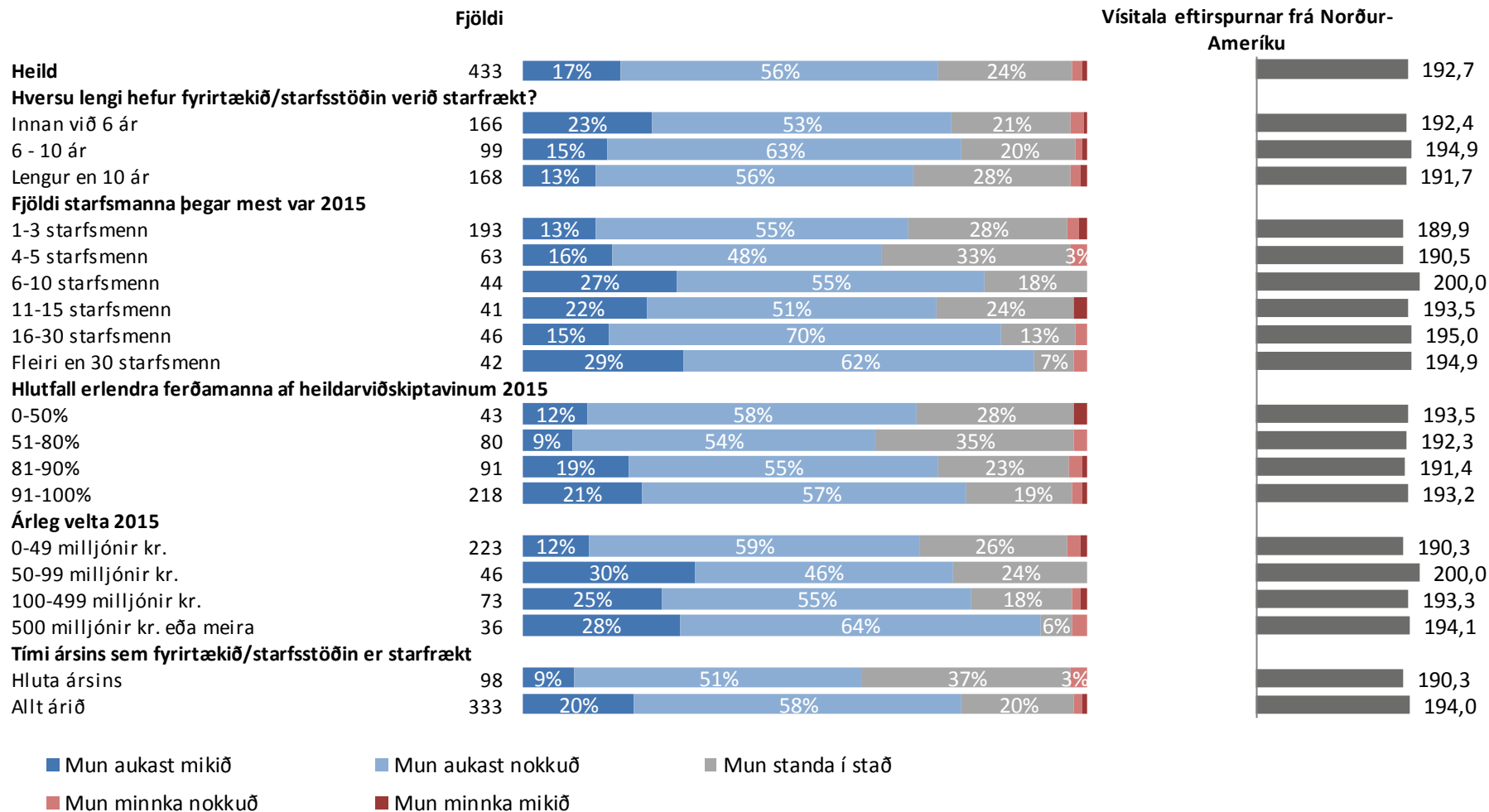
Sp. 21. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norður-Ameríku?

Greiningar



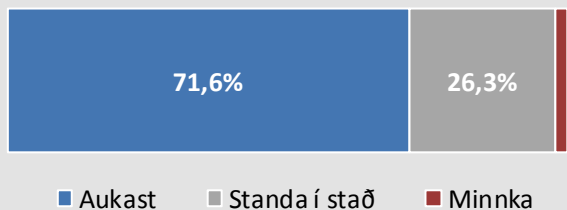
Sp. 21. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Norður-Ameríku?

Greiningar



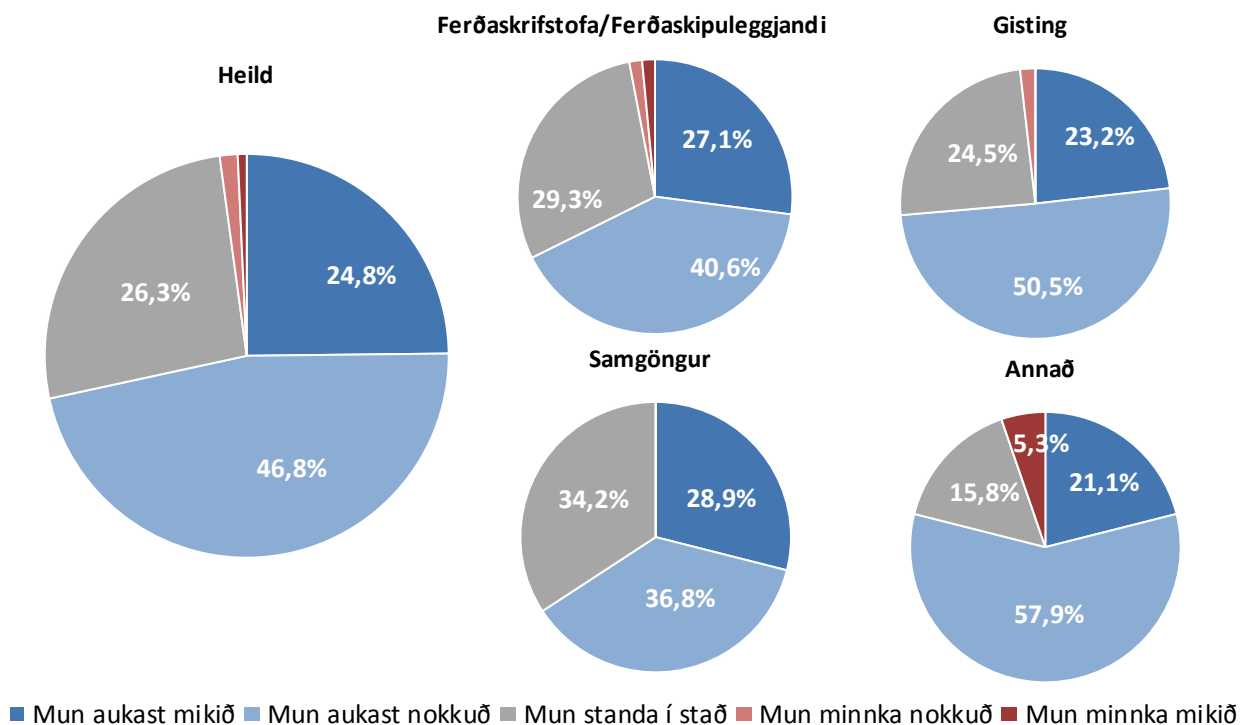
Sp. 22. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Asíu?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	104	24,8	4,1
Mun aukast nokkuð (4)	196	46,8	4,8
Mun standa í stað (3)	110	26,3	4,2
Mun minnka nokkuð (2)	6	1,4	1,1
Mun minnka mikið (1)	3	0,7	0,8
Aukast	300	71,6	4,3
Standa í stað	110	26,3	4,2
Minnka	9	2,1	1,4
Vísitala	194,2		
Fjöldi svara	419	100,0	
Tóku afstöðu	419	70,9	
Á ekki við	27	4,6	
Tóku ekki afstöðu	145	24,5	
Fjöldi svarenda	591	100	



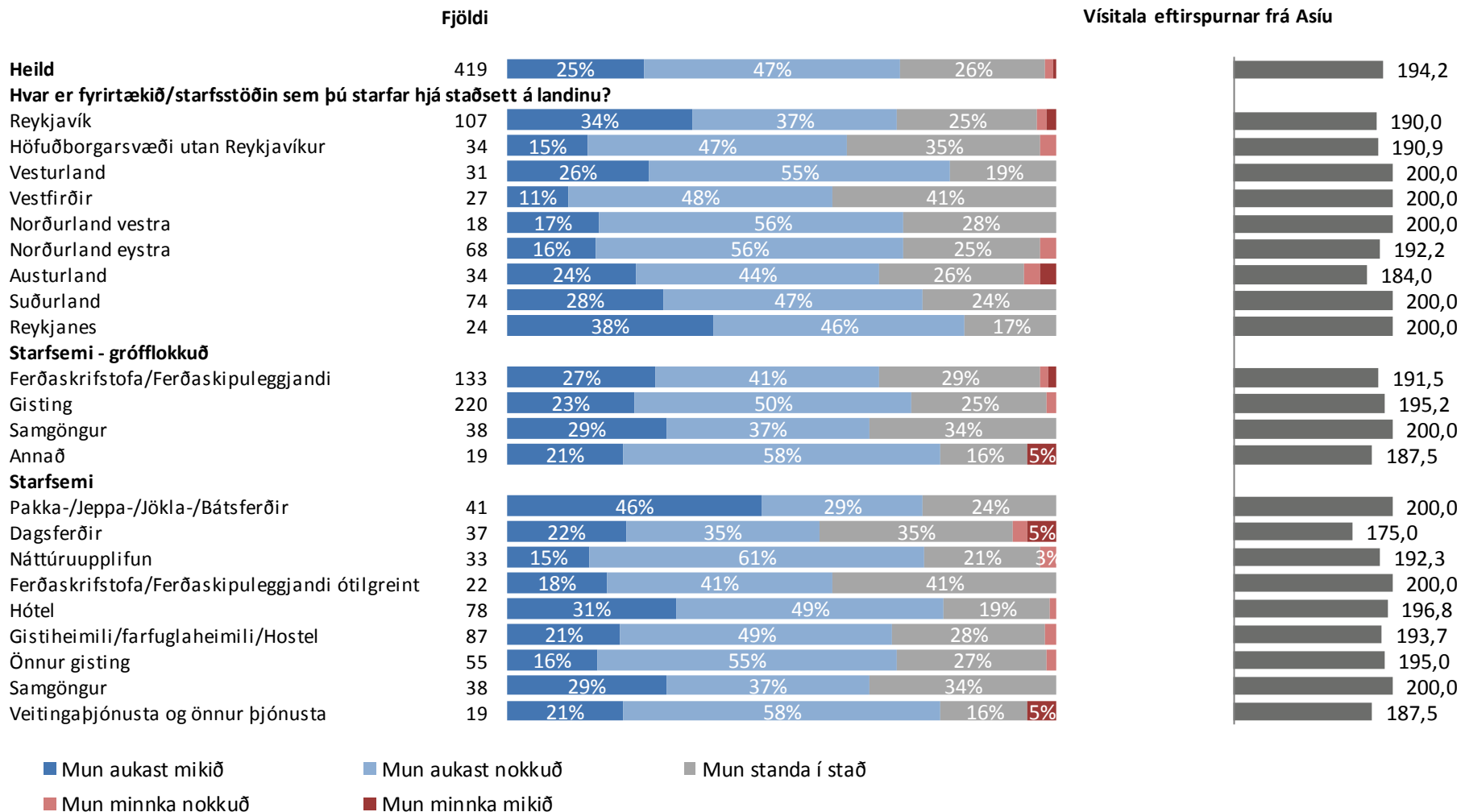
194,2
 — Vísitala eftirspurnar frá Asíu

Feb.-mars '16



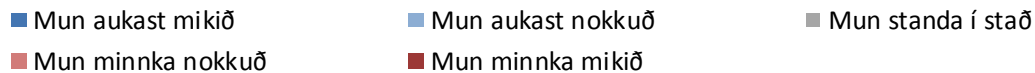
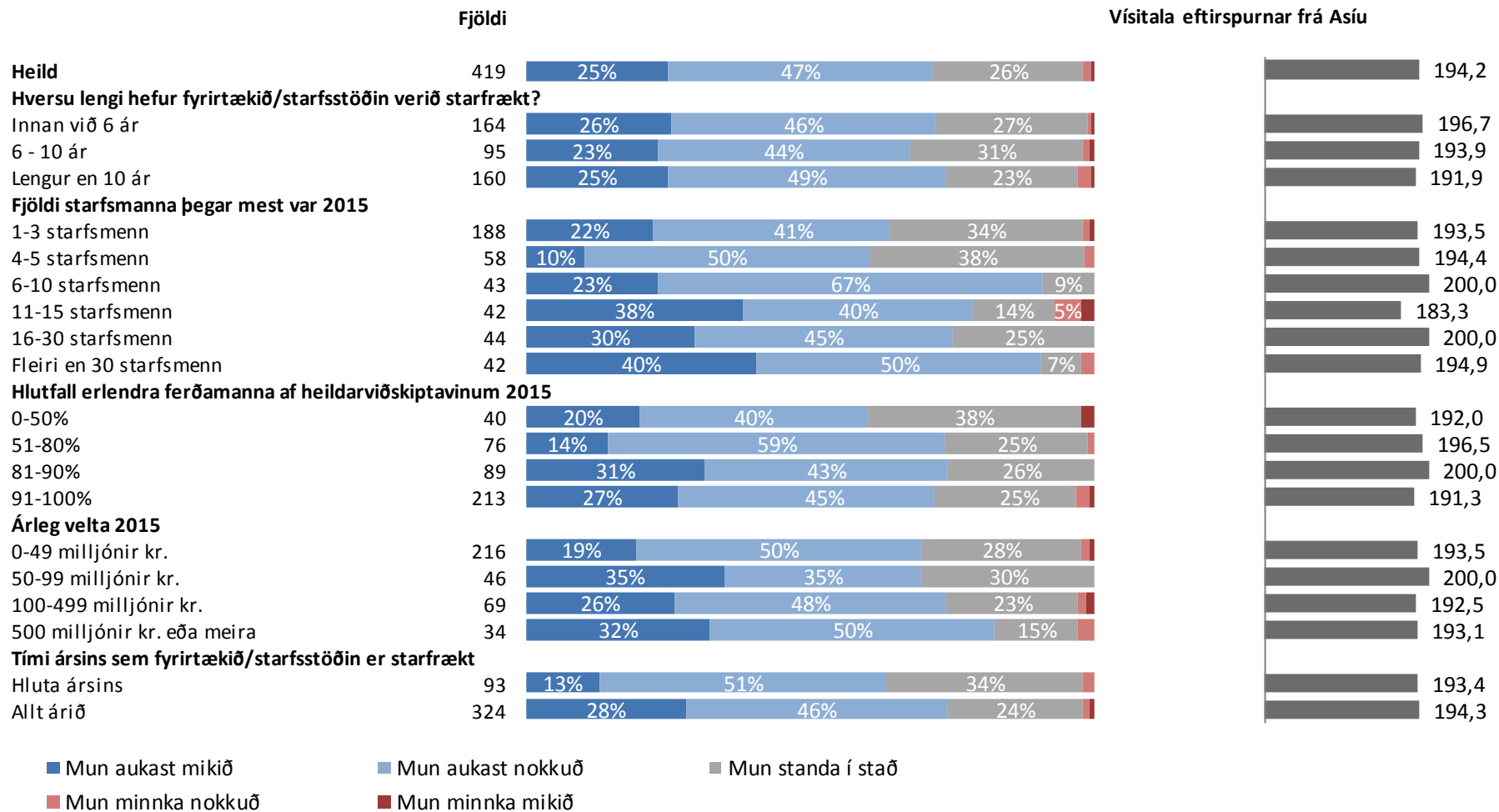
Sp. 22. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Asíu?

Greiningar



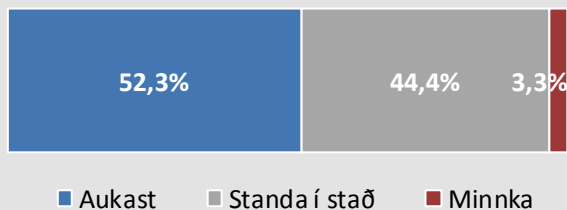
Sp. 22. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá Asíu?

Greiningar



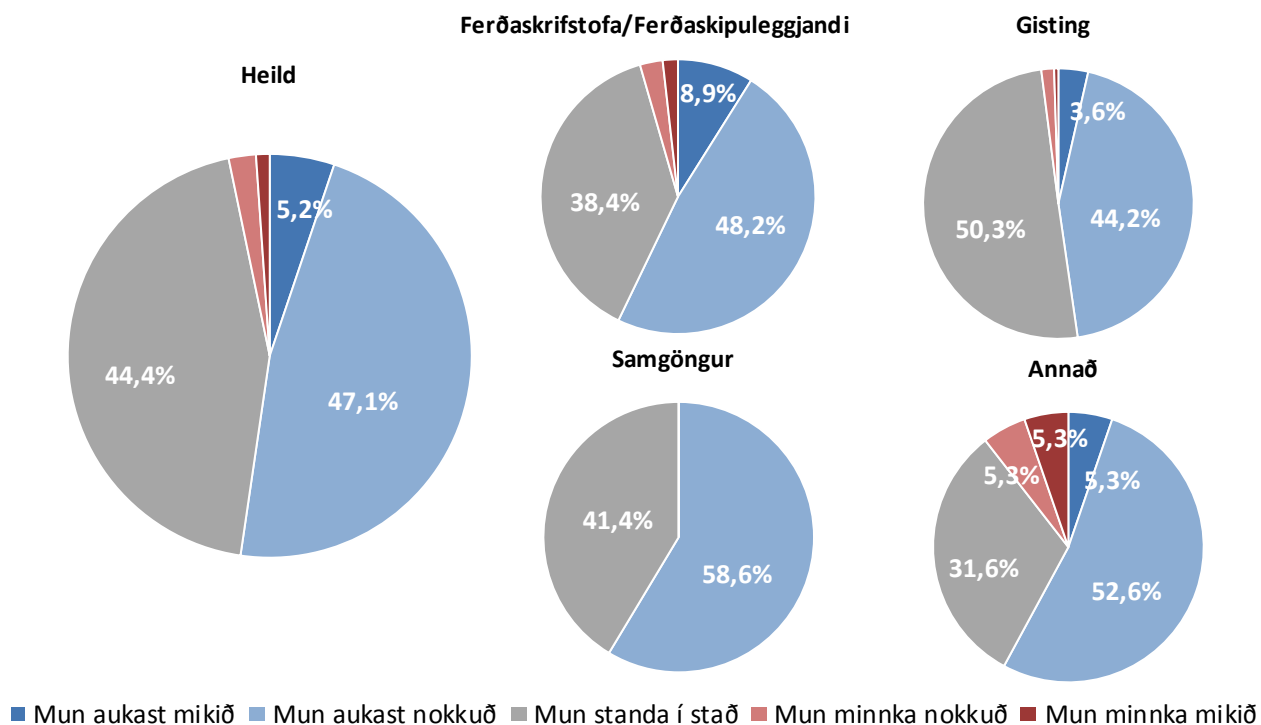
Sp. 23. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá öðru markaðssvæði?

	Fjöldi	%	+/-
Mun aukast mikið (5)	19	5,2	2,3
Mun aukast nokkuð (4)	173	47,1	5,1
Mun standa í stað (3)	163	44,4	5,1
Mun minnka nokkuð (2)	8	2,2	1,5
Mun minnka mikið (1)	4	1,1	1,1
Aukast	192	52,3	5,1
Standa í stað	163	44,4	5,1
Minnka	12	3,3	1,8
Vísitala	188,2		
Fjöldi svara	367	100,0	
Tóku afstöðu	367	62,1	
Á ekki við	33	5,6	
Tóku ekki afstöðu	191	32,3	
Fjöldi svarenda	591	100	



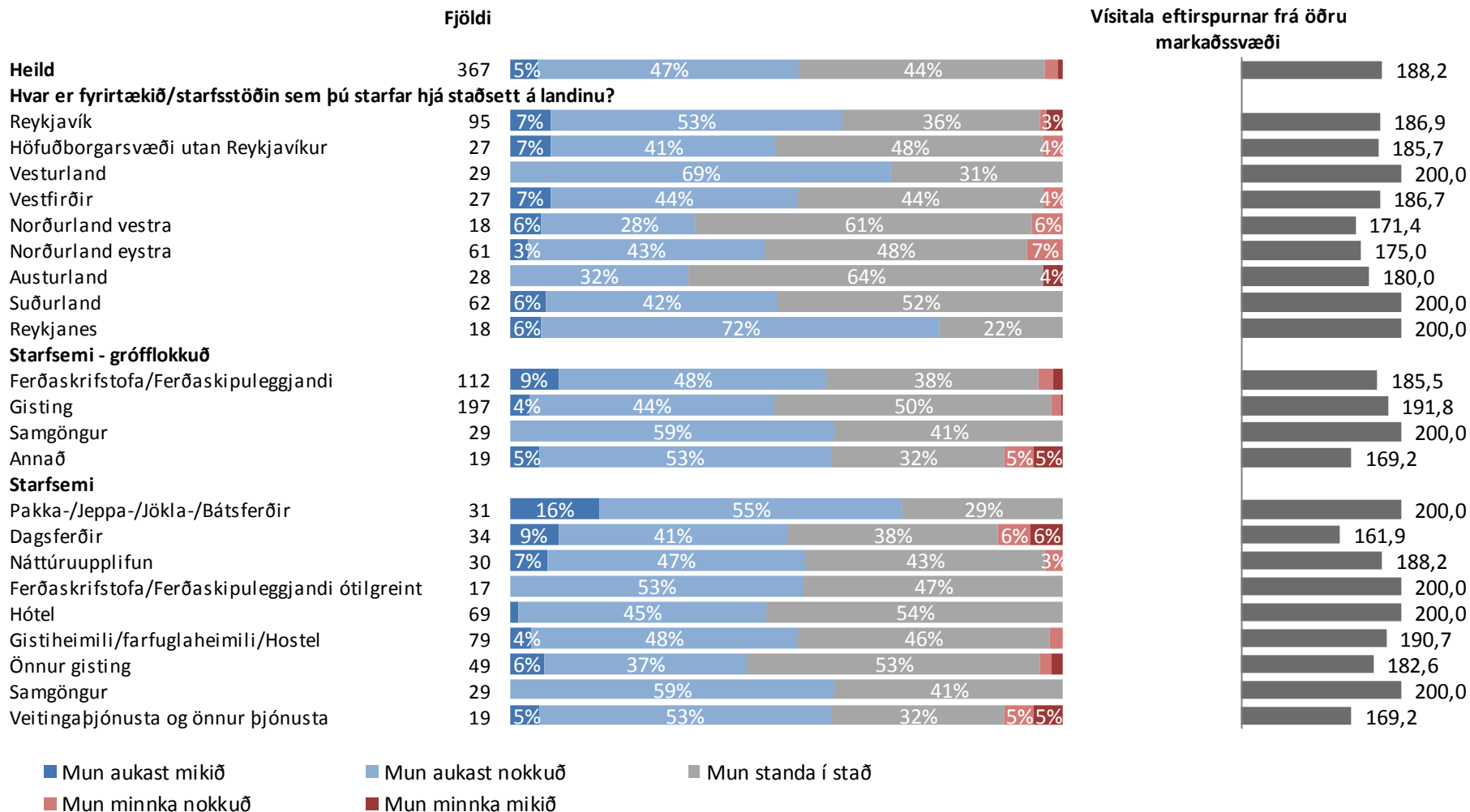
188,2 — Vísitala eftirspumar frá öðru markaðssvæði

Feb.-mars '16



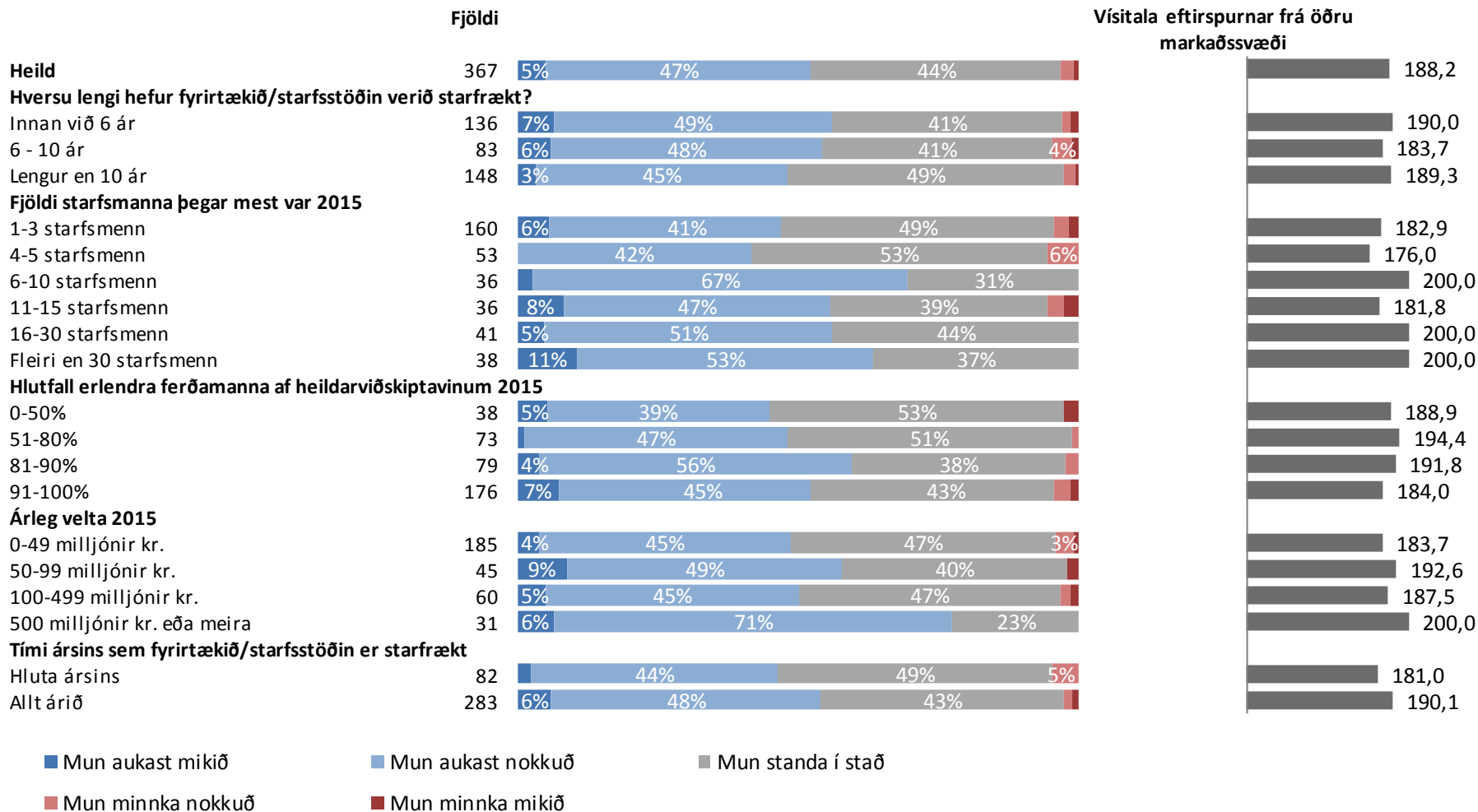
Sp. 23. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá öðru markaðssvæði?

Greiningar



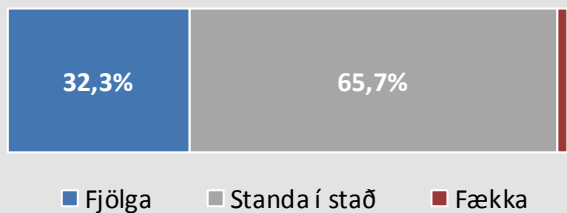
Sp. 23. Telur þú að eftirspurn eftir vöru eða þjónustu fyrirtækisins/starfsstöðvarinnar muni aukast, standa í stað eða minnka á árinu 2016 meðal ferðamanna frá öðru markaðssvæði?

Greiningar



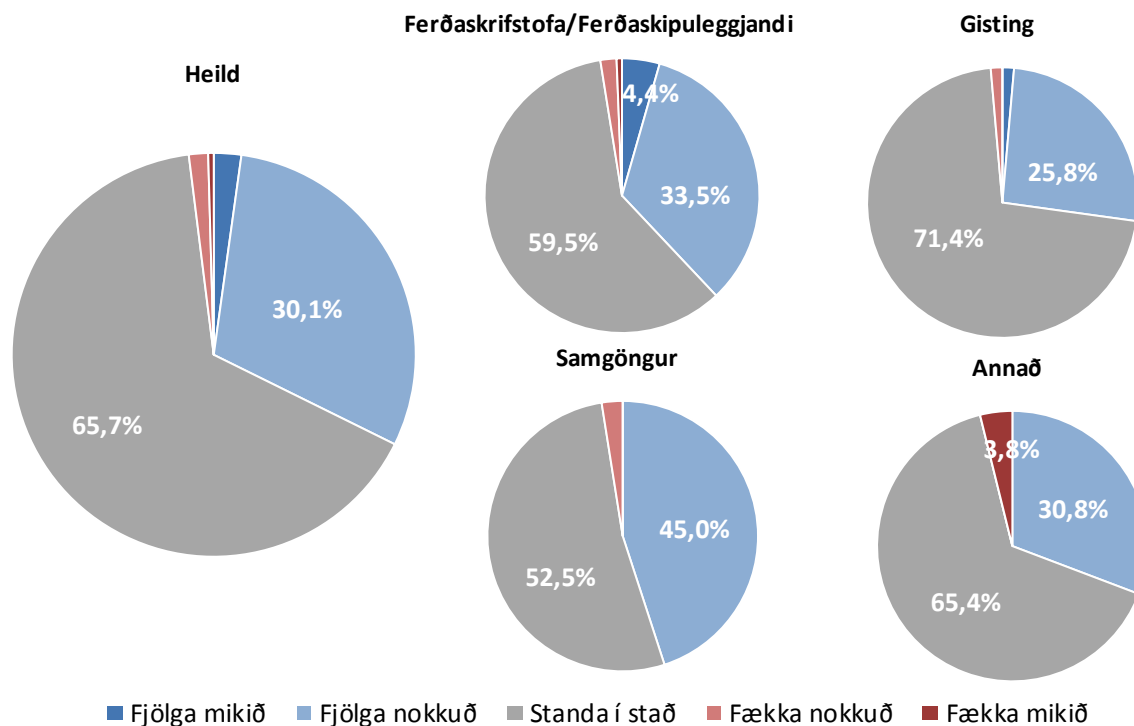
Sp. 24. Telur þú að starfsmönnum í heilsársstarfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

	Fjöldi	%	+/-
Fjölga mikið (5)	10	2,2	1,3
Fjölga nokkuð (4)	137	30,1	4,2
Standa í stað (3)	299	65,7	4,4
Fækka nokkuð (2)	7	1,5	1,1
Fækka mikið (1)	2	0,4	0,6
Fjölga	147	32,3	4,3
Standa í stað	299	65,7	4,4
Fækka	9	2,0	1,3
Vísitala	188,5		
Fjöldi svara	455	100,0	
Tóku afstöðu	455	77,0	
Á ekki við	46	7,8	
Tóku ekki afstöðu	90	15,2	
Fjöldi svarenda	591	100	



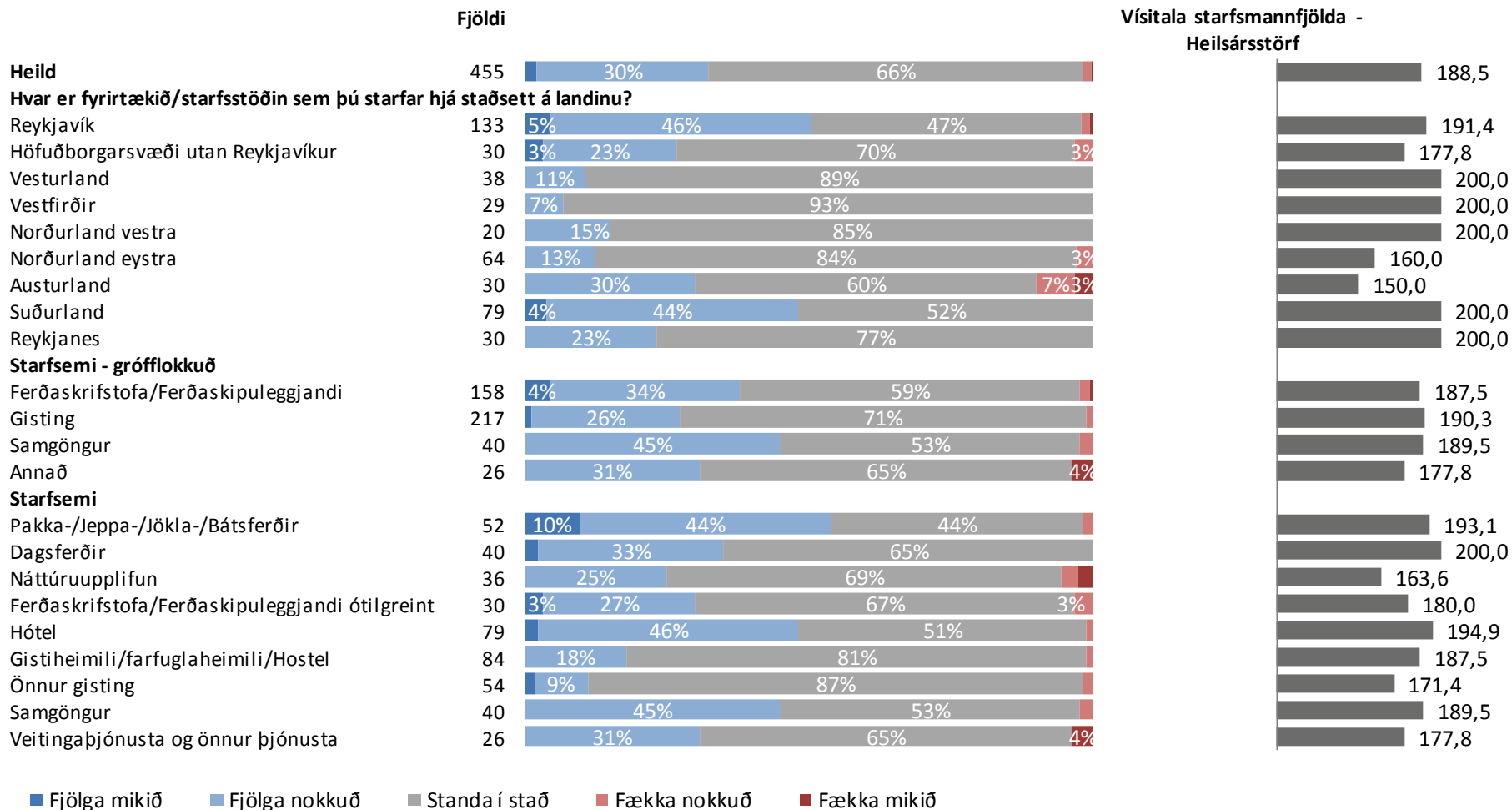
188,5 — Vísitala starfsmannfjölda - Heilsársstörf

Feb.-mars '16



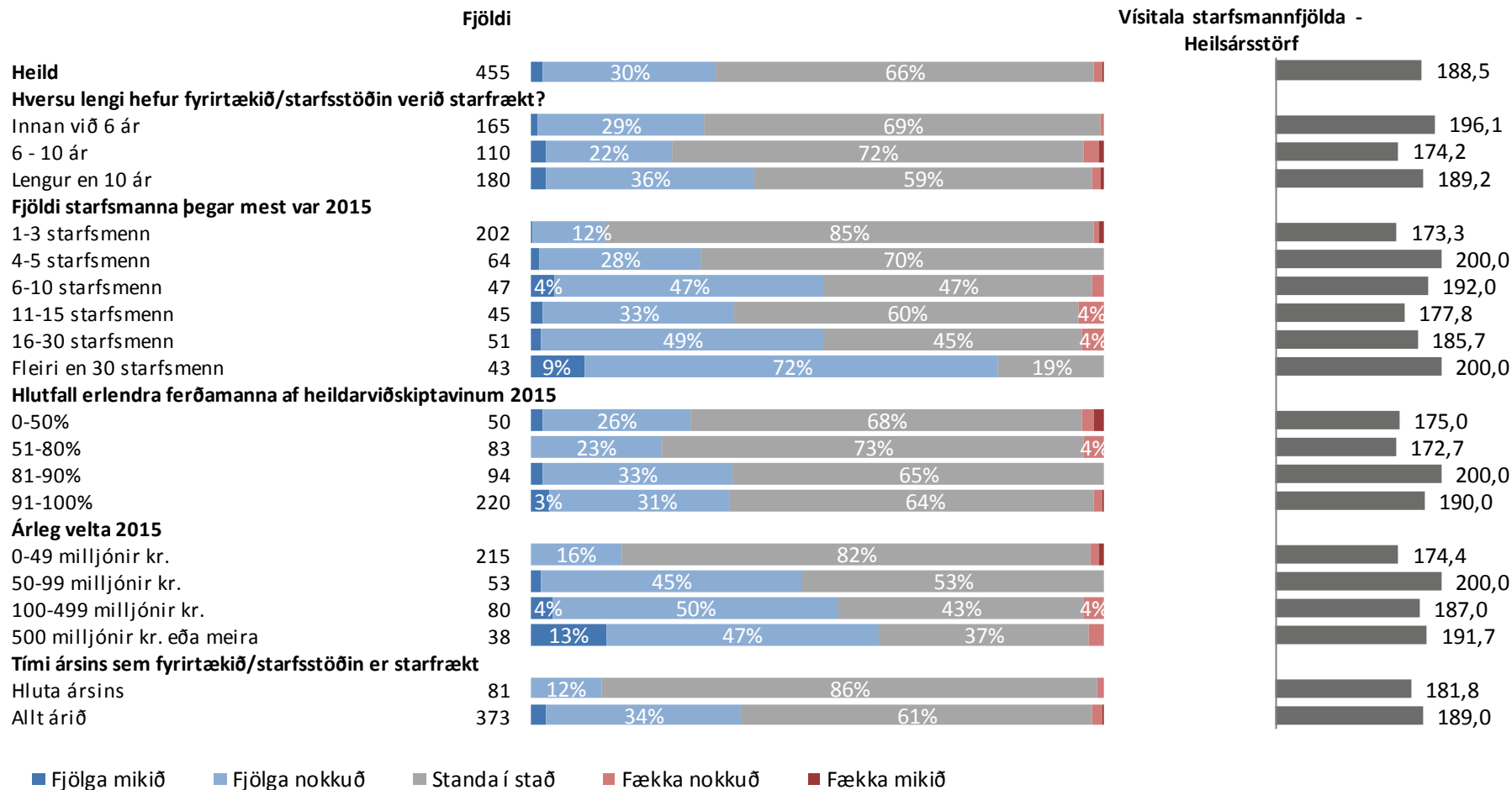
Sp. 24. Telur þú að starfsmönnum í heilsársstarfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

Greiningar



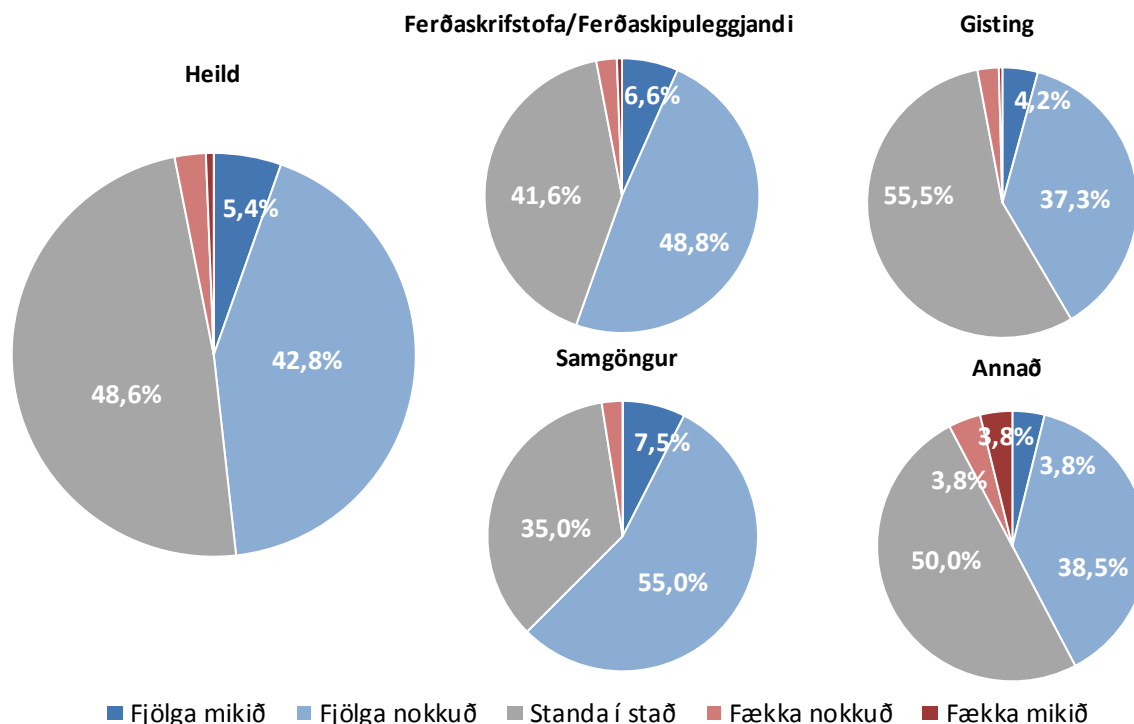
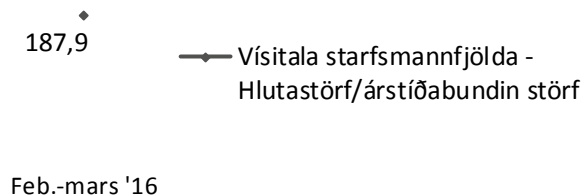
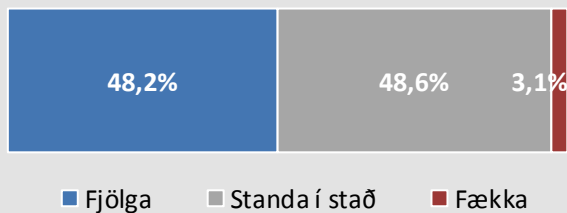
Sp. 24. Telur þú að starfsmönnum í heilsársstarfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

Greiningar



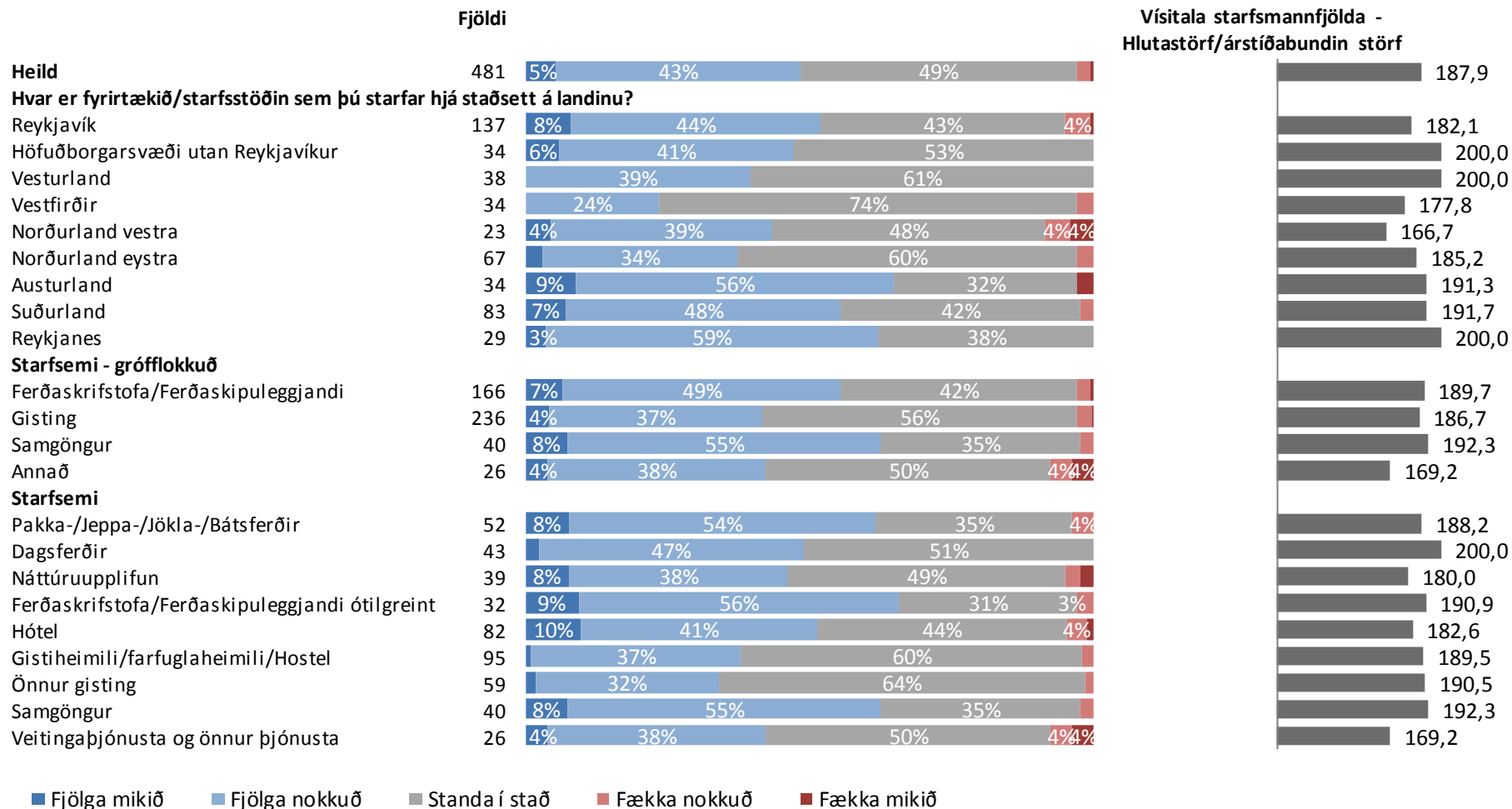
Sp. 25. Telur þú að starfsmönnum í hlutastarfi eða árstíðabundnu starfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

	Fjöldi	%	+/-
Fjölga mikið (5)	26	5,4	2,0
Fjölga nokkuð (4)	206	42,8	4,4
Standa í stað (3)	234	48,6	4,5
Fækka nokkuð (2)	12	2,5	1,4
Fækka mikið (1)	3	0,6	0,7
Fjölga	232	48,2	4,5
Standa í stað	234	48,6	4,5
Fækka	15	3,1	1,6
Vísitala	187,9		
Fjöldi svara	481	100,0	
Tóku afstöðu	481	81,4	
Á ekki við	14	2,4	
Tóku ekki afstöðu	96	16,2	
Fjöldi svarenda	591	100	



Sp. 25. Telur þú að starfsmönnum í hlutastarfi eða árstíðabundnu starfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

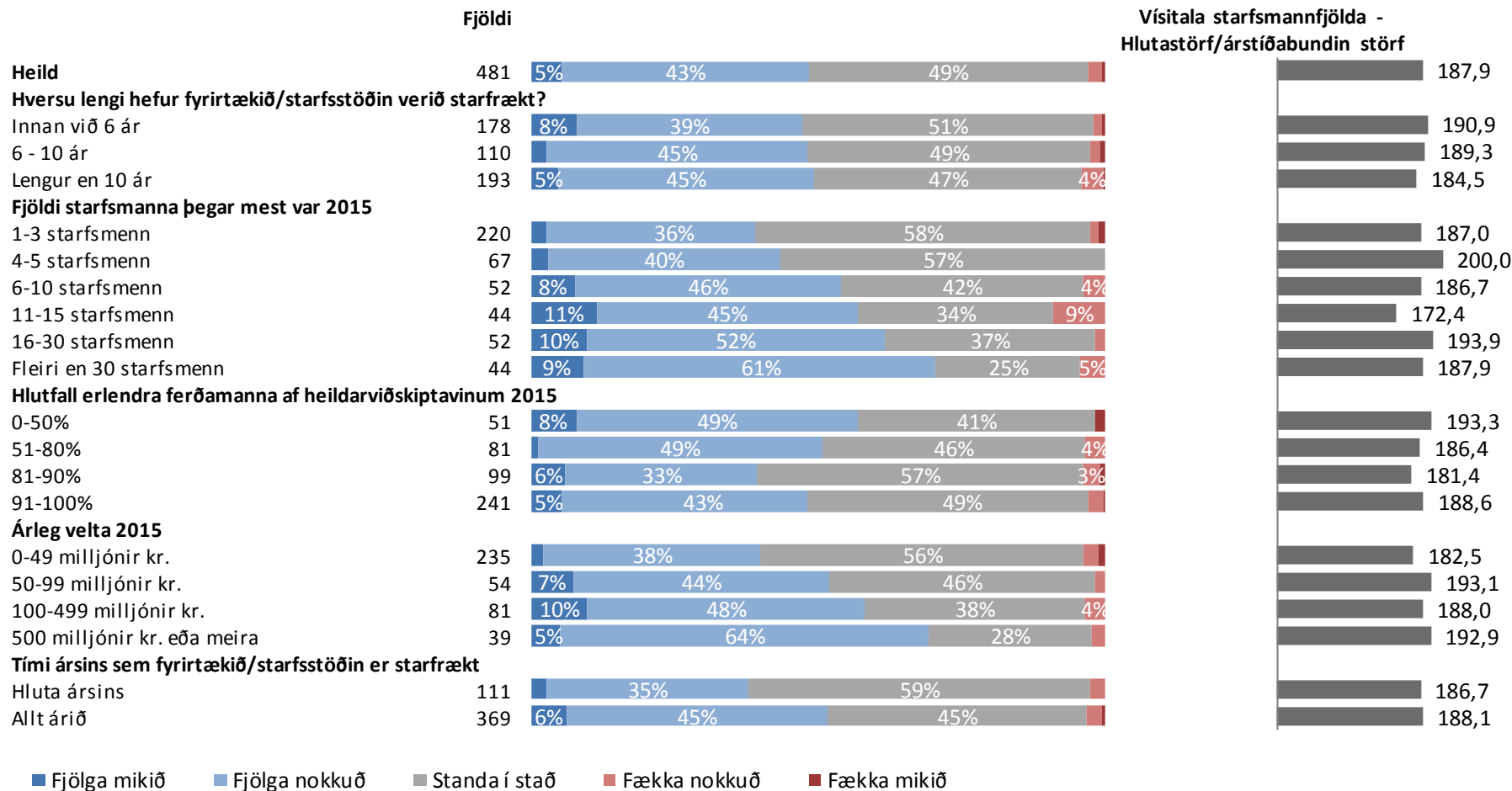
Greiningar



■ Fjölga mikið ■ Fjölga nokkuð ■ Standa í stað ■ Fækka nokkuð ■ Fækka mikið

Sp. 25. Telur þú að starfsmönnum í hlutastarfi eða árstíðabundnu starfi hjá fyrirtækinu/starfsstöðinni muni fjölga, standa í stað eða fækka á árinu 2016?

Greiningar



■ Fjölga mikið ■ Fjölga nokkuð ■ Standa í stað ■ Fækka nokkuð ■ Fækka mikið

Sp. 26. Hvaða þættir höfðu helst jákvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *

	Mest áhrif			Næst mest áhrif			Þriðja mest áhrif			Fjórtá mest áhrif			Fimmta mest áhrif			Raðstuðull (0-100)
	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	
Fjölgun viðskiptavina	134	28,3	4,1	53	13,0	3,3	47	13,8	3,7	27	10,4	3,7	21	11,1	4,5	46,4
Aukin flug tíðni til landsins	66	14,0	3,1	59	14,5	3,4	58	17,1	4,0	35	13,5	4,1	23	12,2	4,7	35,2
Markaðssetning fyrirtækisins	73	15,4	3,3	61	15,0	3,5	49	14,4	3,7	24	9,2	3,5	16	8,5	4,0	34,7
Jákvæð umfjöllun í fjölmiðlum eða samfélagsmiðlum	44	9,3	2,6	62	15,2	3,5	42	12,4	3,5	33	12,7	4,0	21	11,1	4,5	28,8
Nýjar væntingar ferðamanna og breytt ferðahegðun	22	4,7	1,9	38	9,3	2,8	31	9,1	3,1	26	10,0	3,6	25	13,2	4,8	18,3
Nýlegar endurbætur hjá fyrirtækinu/Ný ferðavara í boði	33	7,0	2,3	32	7,8	2,6	19	5,6	2,4	11	4,2	2,4	10	5,3	3,2	16,2
Framboð á þjónustu á landsvæðinu	15	3,2	1,6	20	4,9	2,1	18	5,3	2,4	14	5,4	2,7	12	6,3	3,5	10,5
Almenn markaðssetning opinberra aðila	11	2,3	1,4	16	3,9	1,9	17	5,0	2,3	23	8,8	3,5	17	9,0	4,1	9,9
Sértækar markaðsherferðir	10	2,1	1,3	13	3,2	1,7	13	3,8	2,0	19	7,3	3,2	8	4,2	2,9	7,9
Bætt aðgengi að landsvæðinu	10	2,1	1,3	13	3,2	1,7	9	2,6	1,7	11	4,2	2,4	6	3,2	2,5	6,6
Bætt efnahagsumhverfi	10	2,1	1,3	10	2,5	1,5	11	3,2	1,9	6	2,3	1,8	5	2,6	2,3	5,9
Gengisþróun	7	1,5	1,1	9	2,2	1,4	13	3,8	2,0	7	2,7	2,0	7	3,7	2,7	5,5
Veðrið	8	1,7	1,2	9	2,2	1,4	5	1,5	1,3	9	3,5	2,2	7	3,7	2,7	4,9
Viðburðir á landsvæðinu	6	1,3	1,0	8	2,0	1,3	5	1,5	1,3	11	4,2	2,4	9	4,8	3,0	4,6
Breytt skattkerfi	5	1,1	0,9	1	0,2	0,5	2	0,6	0,8	1	0,4	0,8	1	0,5	1,0	1,6
Annað	2	0,4	0,6	4	1,0	1,0	1	0,3	0,6	3	1,2	1,3	1	0,5	1,0	1,5
Ekkert	17	3,6	1,7	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	3,6
Fjöldi svara	473	100,0		408	100,0		340	100,0		260	100,0		189	100,0		
Tóku afstöðu	473	80,0		408	86,3		340	83,3		260	76,5		189	72,7		
Tóku ekki afstöðu	118	20,0		65	13,7		68	16,7		80	23,5		71	27,3		
Fjöldi aðspurðra	591	100,0		473	100,0		408	100,0		340	100,0		260	100,0		
Spurðir	591	100,0		473	80,0		408	69,0		340	57,5		260	44,0		
Ekki spurðir	0	0,0		118	20,0		183	31,0		251	42,5		331	56,0		
Fjöldi svarenda	591	100,0		591	100,0		591	100,0		591	100,0		591	100,0		

* Eftirmáli spurningarinnar var: Vi samlega me rktu fyrst við þann þátt sem hafði mest jákvæð áhrif, svo við þann þátt sem hafði næst mest jákvæð áhrif og svo koll af kalli.

Þeir sem sögðu „Ekkert“ voru ekki spurðir um næst mest áhrif. Þeir sem ekki tóku afstöðu í „mest áhrif“ voru ekki spurðir um „næst mest áhrif“, það sama á við um „þriðja mest áhrif“ o.s.frv.

Raðstuðullinn er fenginn með eftirfarandi formúlu:

$$\left(\frac{(\text{„Mest áhrif“} * 100) + (\text{„Næst mest áhrif“} * 80) + (\text{„Þriðja mest áhrif“} * 60) + (\text{„Fjórtá mest áhrif“} * 40) + (\text{„Fimmta mest áhrif“} * 20)}{\text{Fjöldi svara í „Mest áhrif“}} \right)$$

Sp. 26. Hvaða þættir höfðu helst jákvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *












Greiningar

	Fjöldi	Fjölgun		Markaðs- setning ft.	Jákvæð umfjöllun	Nýjar væntingar	Nýlegar endur- bætur	Framboð á þjónustu	Fjölgun viðskiptavina
		viðskipta- vina	Aukin flugtíðni						
Heild	473	46	35	35	29	18	16	11	46
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?									
Reykjavík	131	47	45	37	27	15	17	6	47
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	64	57	43	40	33	17	18	5	57
Vesturland	38	40	27	39	36	25	5	15	40
Vestfirðir/Norðurland vestra	55	45	23	32	26	18	17	11	45
Norðurland eystra/Austurland	103	45	26	32	32	15	20	14	45
Suðurland	80	43	39	29	23	27	14	16	43
Starfsemi - grófflokkuð									
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	170	44	31	48	30	13	16	6	44
Gisting	226	45	40	24	28	23	16	14	45
Samgöngur	40	60	46	34	28	16	12	14	60
Annað	25	50	18	40	27	17	22	6	50
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?									
Innan við 6 ár	176	44	36	37	33	15	16	7	44
6 - 10 ár	108	51	33	35	33	18	13	11	51
Lengur en 10 ár	189	46	36	32	23	21	18	13	46
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015 *									
1-3 starfsmenn	217	40	30	32	31	17	13	10	40
4-5 starfsmenn	66	48	30	31	30	17	18	10	48
6-10 starfsmenn	50	52	47	36	30	20	12	14	52
11-15 starfsmenn	44	44	40	37	23	19	22	16	44
16-30 starfsmenn	49	61	40	40	27	24	20	11	61
Fleiri en 30 starfsmenn	44	55	45	44	25	21	25	7	55

Þar sem einkunn er feitletruð og lituð með bláu er marktækur munur á milli hópa

Sp. 26. Hvaða þættir höfðu helst jákvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *

Greiningar

	Fjöldi	Fjölgun viðskipta- vina	Aukin flugtíðni	Markaðs- setning ft.	Jákvæð umfjöllun	Nýjar væntingar	Nýlegar endur- bætur	Framboð á þjónustu	Fjölgun viðskiptavina
Heild	473	46	35	35	29	18	16	11	 46
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015									
0-50%	46	47	15	38	24	21	16	15	 47
51-80%	82	51	27	31	29	21	13	14	 51
81-90%	102	46	38	32	28	20	17	13	 46
91-100%	236	45	41	36	29	16	17	7	 45
Árleg velta 2015 *									
0-49 milljónir kr.	235	38	33	32	31	18	14	11	 38
50-99 milljónir kr.	53	51	38	36	25	18	26	17	 51
100-499 milljónir kr.	77	53	42	36	28	19	18	9	 53
500 milljónir kr. eða meira	40	61	48	46	24	16	13	6	 61
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt *									
Hluta ársins	104	39	36	30	30	17	13	12	 39
Allt árið	367	49	35	36	28	19	17	10	 49

Þar sem einkunn er feitletruð og lituð með bláu er marktækur munur á milli hópa

Sp. 27. Hafði eitthvað af eftirfarandi neikvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *

	Mest áhrif			Næst mest áhrif			Þriðja mest áhrif			Fjórða mest áhrif			Fimmta mest áhrif			Raðstuðull (0-100)
	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	Fjöldi	%	+/-	
Hækkun á rekstrarkostnaði	73	16,3	3,4	53	18,7	4,5	27	13,7	4,8	21	16,7	6,5	12	20,3	10,3	31,7
Veðrið	55	12,2	3,0	34	12,0	3,8	16	8,1	3,8	3	2,4	2,7	3	5,1	5,6	20,8
Gengisþróun	46	10,2	2,8	23	8,1	3,2	19	9,6	4,1	5	4,0	3,4	2	3,4	4,6	17,4
Samgöngur almennt í landinu	36	8,0	2,5	21	7,4	3,1	26	13,2	4,7	15	11,9	5,7	4	6,8	6,4	16,7
Samkeppnisumhverfið	25	5,6	2,1	27	9,5	3,4	20	10,2	4,2	11	8,7	4,9	6	10,2	7,7	14,3
Lítið framboð á þjónustu á landsvæðinu	23	5,1	2,0	22	7,8	3,1	17	8,6	3,9	15	11,9	5,7	7	11,9	8,3	13,0
Skortur á faglærðu vinnuafli	28	6,2	2,2	20	7,1	3,0	12	6,1	3,3	8	6,3	4,3	2	3,4	4,6	12,2
Aðgengi að fjármagni	26	5,8	2,2	16	5,7	2,7	20	10,2	4,2	7	5,6	4,0	4	6,8	6,4	12,1
Aðgengi að landsvæðinu	24	5,3	2,1	21	7,4	3,1	11	5,6	3,2	10	7,9	4,7	5	8,5	7,1	11,7
Skortur á ófaglærðu vinnuafli	6	1,3	1,1	9	3,2	2,0	6	3,0	2,4	4	3,2	3,1	5	8,5	7,1	4,3
Neikvæð umfjöllun í fjölmiðlum eða samfélagsmiðlum	4	0,9	0,9	10	3,5	2,2	6	3,0	2,4	5	4,0	3,4	1	1,7	3,3	4,0
Neikvæð upplifun ferðamanna á Íslandi	4	0,9	0,9	8	2,8	1,9	3	1,5	1,7	5	4,0	3,4	3	5,1	5,6	3,3
Náttúruvá	8	1,8	1,2	3	1,1	1,2	4	2,0	2,0	3	2,4	2,7	3	5,1	5,6	3,3
Nýjar væntingar/Breytt ferðahegðun ferðamanna	8	1,8	1,2	4	1,4	1,4	3	1,5	1,7	3	2,4	2,7	1	1,7	3,3	3,2
Fækkun viðskiptavina	5	1,1	1,0	8	2,8	1,9	3	1,5	1,7	1	0,8	1,5	0	0,0	0,0	3,0
Skattkerfið	4	0,9	0,9	2	0,7	1,0	1	0,5	1,0	3	2,4	2,7	0	0,0	0,0	1,6
Verkföll	2	0,4	0,6	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	1	0,8	1,5	0	0,0	0,0	0,5
Svört atvinnustarfsemi	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	3	2,4	2,7	1	1,7	3,3	0,3
Annað	3	0,7	0,8	2	0,7	1,0	3	1,5	1,7	3	2,4	2,7	0	0,0	0,0	1,7
Ekkert	69	15,4	3,3	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	15,4
Fjöldi svara	449	100,0		283	100,0		197	100,0		126	100,0		59	100,0		
Tóku afstöðu	449	76,0		283	63,0		197	69,6		126	64,0		59	46,8		
Tóku ekki afstöðu	142	24,0		166	37,0		86	30,4		71	36,0		67	53,2		
Fjöldi aðspurðra	591	100,0		449	100,0		283	100,0		197	100,0		126	100,0		
Spurðir	591	100,0		449	76,0		283	47,9		197	33,3		126	21,3		
Ekki spurðir	0	0,0		142	24,0		308	52,1		394	66,7		465	78,7		
Fjöldi svarenda	591	100,0		591	100,0		591	100,0		591	100,0		591	100,0		





















* Eftirmáli spurningarinnar var: Viðsamlega merktu fyrst við þann þátt sem hafði mest neikvæð áhrif, svo við þann þátt sem hafði næst mest jákvæð áhrif og svo koll af kolli. Þeir sem sögðu „Ekkert“ voru ekki spurðir um næst mest áhrif. Þeir sem ekki tóku afstöðu í „mest áhrif“ voru ekki spurðir um „næst mest áhrif“, það sama á við um „þriðja mest áhrif“ o.s.frv.

Raðstuðullinn er fengin með eftirfarandi formúlu:

$$\left(\frac{(\text{„Mest áhrif“} * 100) + (\text{„Næst mest áhrif“} * 80) + (\text{„Þriðja mest áhrif“} * 60) + (\text{„Fjórða mest áhrif“} * 40) + (\text{„Fimmta mest áhrif“} * 20)}{\text{Fjöldi svara í „Mest áhrif“}} \right)$$

Sp. 27. Hafði eitthvað af eftirfarandi neikvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *












Greiningar

	Fjöldi	Hækkun á rekstrar- kostnaði	Veðrið	Gengis- þróun	Samgöngur almennt í landinu	Samkeppnis- umhverfið	Lítið framboð á þjónustu á landsv.	Ekkert	Hækkun á rekstrarkostnaði
Heild	449	32	21	17	17	14	13	15	 32
Hvar er fyrirtækið/starfsstöðin sem þú starfar hjá staðsett á landinu?									
Reykjavík	127	34	15	23	7	18	9	16	 34
Höfuðborgarsvæði utan Reykjavíkur/Reykjanes	61	37	14	31	8	15	11	11	 37
Vesturland	36	32	14	6	24	14	30	19	 32
Vestfirðir/Norðurland vestra	53	26	25	10	19	7	15	11	 26
Norðurland eystra/Austurland	98	26	34	12	31	18	13	12	 26
Suðurland	71	35	19	14	17	6	9	23	 35
Starfsemi - grófflokkuð									
Ferðaskrifstofa/Ferðaskipuleggjandi	161	27	18	18	12	15	10	20	 27
Gisting	214	34	21	17	22	12	15	15	 34
Samgöngur	37	37	21	25	8	17	5	8	 37
Annað	26	34	37	8	11	12	15	8	 34
Hversu lengi hefur fyrirtækið/starfsstöðin verið starfrækt?									
Innan við 6 ár	166	27	23	18	16	11	12	14	 27
6 - 10 ár	103	26	23	15	14	21	14	17	 26
Lengur en 10 ár	179	40	17	18	19	13	12	15	 40
Fjöldi starfsmanna þegar mest var 2015									
1-3 starfsmenn	206	27	22	12	17	13	13	19	 27
4-5 starfsmenn	65	24	24	23	15	18	12	15	 24
6-10 starfsmenn	44	34	15	20	15	10	14	7	 34
11-15 starfsmenn	41	40	21	17	21	11	13	17	 40
16-30 starfsmenn	47	42	20	29	17	20	8	9	 42
Fleiri en 30 starfsmenn	42	45	14	23	17	13	13	10	 45

Þar sem einkunn er feitletruð og lituð með bláu er marktækur munur á milli hópa

Sp. 27. Hafði eitthvað af eftirfarandi neikvæð áhrif á árangur fyrirtækisins/ starfsstöðvarinnar á árinu 2015? *

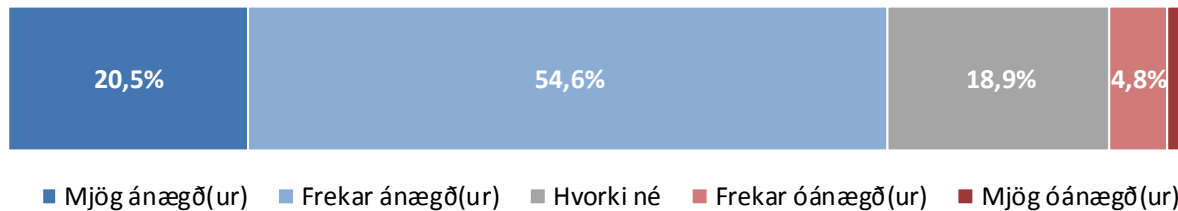
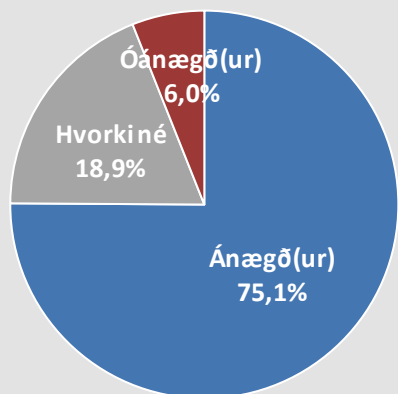
Greiningar

	Fjöldi	Hækkun á rekstrar- kostnaði	Veðrið	Gengis- þróun	Samgöngur almennt í landinu	Samkeppnis- umhverfið	Lítið framboð á þjónustu á landsv.	Ekkert	Hækkun á rekstrarkostnaði
Heild	449	32	21	17	17	14	13	15	 32
Hlutfall erlendra ferðamanna af heildarviðskiptavinum 2015									
0-50%	45	24	32	8	19	12	10	13	 24
51-80%	75	30	26	13	20	16	14	16	 30
81-90%	95	31	25	15	24	12	13	13	 31
91-100%	227	34	15	22	12	15	13	16	 34
Árleg velta 2015									
0-49 milljónir kr.	223	28	24	14	18	14	12	17	 28
50-99 milljónir kr.	51	31	20	27	18	8	16	12	 31
100-499 milljónir kr.	73	38	18	23	16	19	9	10	 38
500 milljónir kr. eða meira	39	38	14	24	17	15	15	15	 38
Tími ársins sem fyrirtækið/starfsstöðin er starfrækt									
Hluta ársins	99	32	27	15	15	9	12	17	 32
Allt árið	348	31	19	18	17	16	13	15	 31

Þar sem einkunn er feitletruð og lituð með bláu er marktækur munur á milli hópa

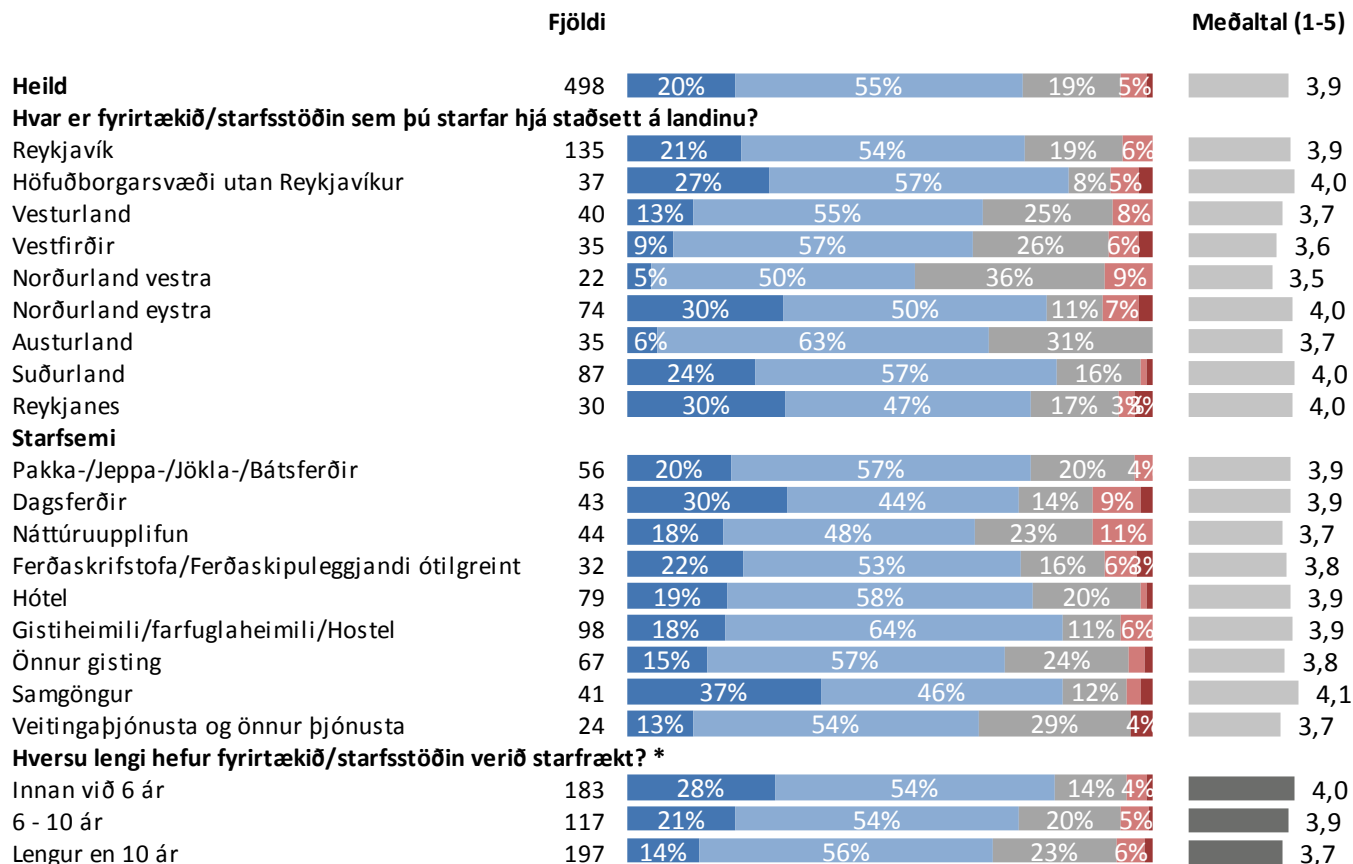
Sp. 28. Hversu ánægð(ur) eða óánægð(ur) ertu með það hvernig tekist hefur til við að markaðssetja Ísland á undanförunum fimm árum?

	Fjöldi	%	+/-
Mjög ánægð(ur) (5)	102	20,5	3,5
Frekar ánægð(ur) (4)	272	54,6	4,4
Hvorki né (3)	94	18,9	3,4
Frekar óánægð(ur) (2)	24	4,8	1,9
Mjög óánægð(ur) (1)	6	1,2	1,0
Ánægð(ur)	374	75,1	3,8
Hvorki né	94	18,9	3,4
Óánægð(ur)	30	6,0	2,1
Fjöldi svara	498	100,0	
Tóku afstöðu	498	84,3	
Tóku ekki afstöðu	93	15,7	
Fjöldi svarenda	591	100,0	
Meðaltal (1-5)	3,9		
Vikmörk ±	0,1		



Sp. 28. Hversu ánægð(ur) eða óánægð(ur) ertu með það hvernig tekist hefur til við að markaðssetja Ísland á undanförunum fimm árum?

Greiningar

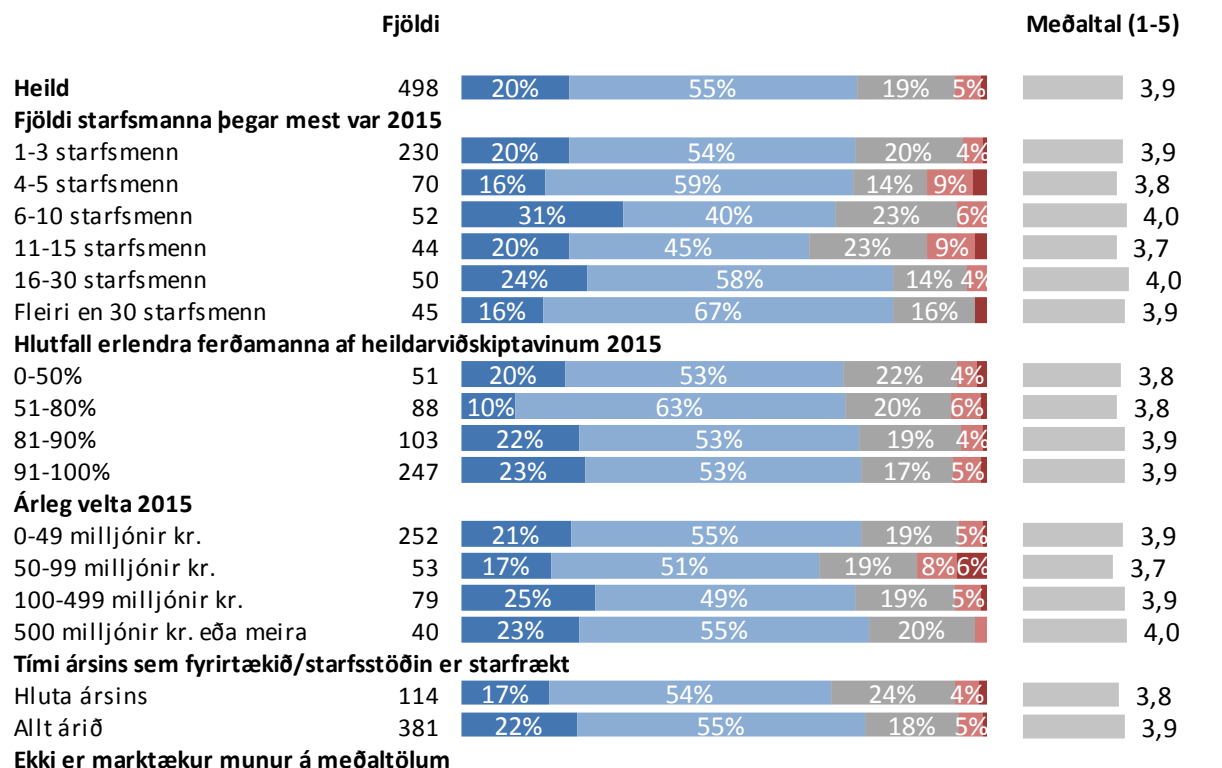


* Marktækur munur á meðaltölum

■ Mjög ánægð(ur) ■ Frekar ánægð(ur) ■ Hvorki né ■ Frekar óánægð(ur) ■ Mjög óánægð(ur)

Sp. 28. Hversu ánægð(ur) eða óánægð(ur) ertu með það hvernig tekist hefur til við að markaðssetja Ísland á undanförunum fimm árum?

Greiningar



■ Mjög ánægð(ur) ■ Frekar ánægð(ur) ■ Hvorki né ■ Frekar óánægð(ur) ■ Mjög óánægð(ur)

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- 1. Könnunin tekur ekki tillit til pakkaferða og þess sem í pakkanum er 2. Könnunin reiknar ekki með því að fyrirtæki anni ekki eftirspurn heldur einblínir á fjölgun viðskiptavina án tillits til þess hvort hægt sé að mæta þörfum þeirra.
- Að „góða fólkið“ hætti rógburði í garð ferðapjónustunar.
- All good
- Almennt séð er ég óánægður með frammistöðu stjórnvalda við skipulag og starfsumhverfi greinarinnar. Allt of hæg fara og áhersla á verndun umhverfisins ófullnægjandi.
- Austurland hefur ekki verið á kortinu fram að þessu en núna sumarið 2016 með tilkomu beins flugs frá UK til Egilsstaða mun það breyttast mikið til hins betra vonandi!
- Ágæt könnun.
- Beina ferðamönnum annað en á suðvesturhornið, það er orðið ofaukið þar og ferðamenn segja ekki góðar sögurnar. Búa til millilandaflug frá Akureyri og Egilsstöðum. Lækka verð á innanlandsflugi. Leyfa minni bæjarfélögum að eiga möguleika á að hagnast á ferðamönnum sem einungis keyra framhjá og skilja eftir rusl. T.d. Mývant- 10 kr. rútugjald á hvern farþega.
- Ber ábyrgð á þeirri starfstöð sem könnunin var send til, er ekki framkvæmdarstjóri, hótellstjóri eða eigandi. Er bara yfir móttöku þannig það er margt sem eg veit ekki og vildi ekki svara og margt sem ég held en er ekki öruggur með.
- Bættar samgöngur er það sem skiptir öllu máli til að geta haldið út heilsársþjónustu.
- Dagsferðir út frá Reykjavík eru komnar á hendur fárra stórra.
- Dreifa ferðamönnum betur um landið.
- Dreifing ferðamanna um landið. Betri aðgangur að fjármagni. Skattaumhverfið. Hitunarkostnaður og rafmagn dýr á mínu svæði
- Ekkert (nefnt af 4).
- Ekkert sérstakt.
- Ekki fleiri virkjanir!
- Er alfarið á móti náttúrupassanum. Hinsvegar eigum við að stýra aðgengi t.d. í Reynisfjöru, að þangað fari ekki fólk nema í fylgd leiðsögumanns. Fólk greiðir fyrir þjónustuna. Svo getum við skattlagt leiðsögumanninn þannig fær svæðið peninga til uppbyggingar.
- Erfitt að vera með heilsársstarfsemi á Vestfjörðum vegna samganga.
- Erfitt umhverfi fyrir lítil fyrirtæki með lítið fjármagn og vandaða þjónustu. Allt lagt í massa túrisma.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Erlendir ferðamenn eru fyrst og fremst að sækjast eftir náttúruupplifun og menningu. Það þarf að standa vörð um og efla þessa þætti umtalsvert þannig að straumur ferðamanna til landsins verði okkur til góðs inn í framtíðina.
- Erlendir ferðamenn eru orðnir allt of margir og það verður að fara að takmarka fjöldann.
- Ég svaraði ekki einni spurningu því það átti ekki við okkur að gefa bara eitt svar.
- Fannst vanta spurningar sem snúa að millilandaflugi á aðra staði en Keflavík, t.d. hvort að flug á Akureyri eða Egilsstaði gæti haft jákvæð eða neikvæð áhrif á ferðabjónustu á svæðinu.
- Fá fleiri íslenska gesti í heimsókn.
- Finnst þessi könnun ekki höfða til fyrirtækis eins og okkar þar sem að færstar spurningar eru þess eðlis að þær eiga við DMC á Íslandi.
- Fín könnun.
- Fínt.
- Flott könnun.
- Fyrirtækið er ekki starfandi eins og er.
- Fækka einbreiðum brúm á Þjóðvegi nr. 1.
- Förum að með öllu með gát. Annars fáum við á okkur vont orð. Margir erlendir viðskiptamenn okkar höfðu ekki uppi fögur orð um aðgengi að fjölförnum ferðamannastöðum. Það er vont word of mouth.
- Gera ætti átak í að aðstoða minni aðila við að markaðssetja ferðir á fleiri staði í stað þess að öllum sé troðið í 50 manna rútur og keyrt á sömu staðina á Suðurlandi.
- Gerið eitthvað gott úr þessu.
- Gott að hafa gengi íslensku krónunnar í frosti áfram.
- Gott framtak að spyrja ferðabjónustufyrirtækin beint og gera rannsóknir meðal þeirra sem starfa „á vettvangi“.
- Gott framtak því það sem ferðabjónustan þarfnast mest er skilningur á eðli hennar!
- Halda áfam að bæta vegakerfið út á land og hugsa betur um Þjóðveg 1 að vetrarlagi.
- Halda áfram að vinna markvisst að uppbyggingu innviða og dreifingu ferðamanna um einstök landssvæði og um allt land.
- Hefði mátt koma því einhvers staðar að, að spyrja um áhrif síbreytilegra rekstraraðstæða séu til trafala. Þá tel ég reglugerðafarganið sé mikið til trafala og óskýrt hjá stjórnvöldum hvaða reglur gilda t.d. varðandi sölu á ferðum.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Hefði vilja sjá spurningar um öryggi, gæði og samfélagslega ábyrgð fyrirtækja í ferðaþjónustu. Það verður að halda þessum hlutum á lofti í þessum vexti í greininni.
- Hótelíð hefur eingöngu verið opið innan við ár, svo ekki allar spurningar áttu við.
- Hótelíð opnaði einungis í september 2015 og þ.a.l. eru upplýsingar um veltu og annað ekki marktækar.
- Hótelíð var eingöngu opnað um mitt árið 2014 svo kannski ekki alveg marktækt að gera á upp á milli 2014 og 2015 þar sem það var bara 1/2 ár.
- Ísland er ekki bara SV hluti landsins. Ef markaðsefni er skoðað og upplýsingar frá ferðamönnum (okkar eigin kannanir) sýna að viðhorf Íslendingar í ferðaiðnaði eru ekki jákvæðir gagnvart Austur- og Norðurlandi. SV hornið er að drukkna í ferðamönnum vegna þess að það hefur verið stefnan í markaðssetningu. Ferðaskrifstofur og álíka aðilar beina ekki aðeins fólki að SV horninu heldur líka frá Austur- og Norðurlandi. Þessu þarf að breyta, fá ferðamenn til að stoppa lengur og sjá aðra landshluta. Eðlilegra væri að flug væri á Austur- og Norðurland á leið til landsins og frá því á SV horninu eða öfugt.
- Ísland er stórt land uppfyllt af tækifærum, náttúrufergurð og atorkusömu fólki og við erum dreifð hringinn í kringum landið. Ekki bara á suðvesturhorninu eða í kringum þjóðveg 1.
- Já, sannarlega. Ég tel ekki heillavænlegt að flýta sér um of hvað ferðaþjónustu á Íslandi varðar. Of mörg hótél eru að mínu mati að spretta upp, sem er skelfileg þróun. Heillavænlegra, til lengri tíma litið, er klárlega að marka almennilega stefnu sem byggir á heildstæðri hugsun og gerir ráð fyrir stöðugleika. Setja þak við ákveðinn fjölda, en ætla sér ekki að taka endalaust við. Eigi síðar en STRAX þarf að setja þetta þak.
- Jákvæð upplifun ferðamanna af náttúru Íslands finnst mér vera að minnka og hef ég spurt ferðamenn í lok ferðar hvað þeim hafi fundist um staðina sem við heimsóttum og yfirleitt fæ ég sama/svipað svar að náttúran sé falleg og staðirnir en fólksfjöldinn á hverjum stað (á sérstaklega við um Gullna hringinn og Bláa Lónið) sé allt of mikill.
- Kannski ekki neitt sérstakt í sambandi við þær spurningar sem settar eru fram í könnuninni. Hins vegar er það alveg ljóst í okkar huga að það verður að huga enn betur að og ná að sannfæra fólkið í ferðaþjónustunni um, að það er okkur algjör nauðsyn að standa með mun betri hætti að þjónustu við okkar viðskiptavini. Neikvæð umsögn um einn aðila á okkar litla landi berst með ógnar hraða um veraldarvefinn og þá er all landið undir, ekki bara sá seki ! Nauðsynlegt er að koma á einhverskonar „valdi“ sem getur stoppað strax eða skikkað „SLUGSARANA“ til betri hegðunar við gesti okkar, (ekki bara áminna og láta þá síðan halda áfram að skemma fyrir öllum hinum). Ísland er bara einn lítill „hólmi“ á landakortinu.
- Lélegir vegir.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Lækkun á tollaívilnun mun hafa afgerandi neikvæð áhrif á rekstrarútkomuna.
- Margur verður af aukum api.
- Markaðssetning á Íslandi er einhæf og stundum jaðrar við að vera einum of "smart" - virkar sennilega að mörgu leyti vel en virkar stundum tilgerðarleg. Þarf að huga að innviðum landsins og hvernig þessi ferðamannastraumur hefur áhrif á hann, eðlilegt að það væru mörk fyrir því hversu margir koma hingað á ári. Áhyggjuefni að landið verði selt og orðinn úreltur ferðamannastaður á fáum árum ef heldur svona áfram. Ætti að styðja við ferðaþjónustuna, halda góðum standard og bjóða þeim fjölda sem vel er hægt að taka á móti og þá munum við una vel við í miklu lengri tíma.
- Markaðssetningu ALLT Ísland allt árið! Hér sést engin ferðamaður fyrstu mánuði ársins og sú árstíðarsveifla er fyrirtækjum sem er með opið allt árið mjög dýr og erfið!
- Með mikilli markaðssetningu er orðið stjórnlaut kaos á túristum en vantar algjörlega allt skipulag.
- Meira hefði mátt fjalla um þátt veitingasölu. Hér fyrir norðan er það stórt vandamál hversu erfitt er að kaupa næringu á vissum svæðum og vissum tímum.
- Mikið vantar uppá grunnþjónustu á vinsælum ferðamannastöðum, t.d. grundvallaratriði eins og sanda göngustíga á Gullfoss og Geysi yfir vetrartímann. Bílaleigur leigja út bíla á vetrardekkjum, ekki nagladekkjum eins og ætti að vera.
- Mög gott að fylgjast með þessum þáttum. Væri ánægjulegt að fá niðurstöðuna senda, link sem vísar á niðurstöðu í samanburði við fyrri ár.
- Nei (nefnt af 89).
- Okkur vantar fleiri gáttir inn í landið. Að ljúka Dettifossvegi og leggja slitlag þar sem vantar á veg 85 mun hafa afgerandi áhrif.
- Okkur þykir ör vöxtur ferðaþjónustu á Íslandi ekki gagnast litlu fyrirtæki sem leggur áherslu á gæði fremur en magn. Ferðamenn fara almennt hraðar um, gefa sér minni tíma - og það hefur áhrif á ímynd landsins og löngun þeirra sem vilja dýpri upplifun, lengri ferðir. Þeir vilja síður koma þegar ímyndin er orðin of "markaðsvædd" og stemningin minnir á Disney-land. Dagsferðir í Jökulsárlón frá Reykjavík eru t.a.m. vaxandi vara en er eins langt frá því að vera gæðavara og hugsast getur. Stór fyrirtæki eiga það líka til að bóka heilu gistiheimilin sem gerir þeim erfiðara fyrir sem bóka fyrir einstaklinga. Það vottaði fyrir þeim flöskuhálsi sem myndast þegar fleiri flugmiðar eru seldir en gistirými leyfir og ber það vott um vanhugsaða stefnu - engum til hagsbóta.
- Óréttmæti gistináttaskattarins, þar sem að hótél og gistiheimili eru ekki einu fyrirtækin sem að þjóna ferðamönnum. Það er því óréttmætt að skattleggja eina tegund fyrirtækja sem að þjóna ferðamönnum umfram aðra þjónustu við þá.
- Óttast of öra fjölgun eftirlitslausra ferðamanna á eigin vegum sem þekkja ekki nóg til í landinu. Léleg aðstaða á ferðamannastöðum til að taka á móti þessum aukna fjölda ferðamanna!

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Ráðherra ferðamála er í ruglinu takk fyrir. Meðvirk með skattsvikum
- Rek lítið hótél í dreifbýlinu. Gestir sem hafa gist hjá okkur er drifkrafturinn. Það kemur allt af sjálfu sér hjá okkur.
- SAF og fleiri beiti sér mun meira fyrir heilbrigðu viðskiptaumhverfi.
- Samkvæmt ferðamönnum sem komu í okkar ferðir virðast Flugleiðir vera aðal ástæðan fyrir þeirra heimsókn, gott verð á flugi og áberandi auglýsingar í þeirra heimalandi.
- Setja þarf í lög að löglega starfandi fyrirtækjum sé skylt að birta kennimerki/auðkenni (útgefið af Ferðamálaráði) á allt útgefið efni þ.m.t. allar teg. auglýsinga, heimasíður og annað sem að markaðsvæðingu kemur. Vöntun á slíku er sérlega ábótavant hjá þeim aðilum er bjóða upp á heimagistingu, Bed&Breakfast og viðlíka þjónustu. Háum sektum mætti gjarnan beita við misnotkun slíks auðkennis.
- Sé ekkert um jákvæð eða neikvæð áhrif ferðamanna á land og þjóð - sérstaklega umgengni við náttúruna og vandmál tengt slæmum bílstjórum í bílaleigu - bæði tengt hálendi og vetraraðstæðum.
- Síðasta spurningin er frekar ómarkviss - hvaða markaðssetningu er átt við? Okkar eigin? Icelandair? Wow? Ríkið?? Alla?
- Skilaboð sem eru mikilvæg, ég hef starfað í þessari grein í 25 ár sem er langur tími og hef barist fyrir betri kjörum á rafmagni bæði til upphitunar á vatni. Mitt fyrirtæki er á köldu svæði og mér finnst það mætti fara að pressa á stjórnvöld að leiðréttu þann mismun sem ég bý við ásamt fleirum á landsbyggðinni. Þetta er eitthvað sem að Ferðamálastofa mætti opna eyrun fyrir og vinna í NÚNA.
- Spyrja e.t.v. um gulleggið okkar þ.e. aðeins ef hálendið fær að vera eins og það er, hvað varðar vegi og engar raflínur og ekkert útsýnisflug.
- Sú breyting varð 2015 að við leigjum stettarfélagi 10 vikur yfir sumarið og verður aftur 2016 fram að því voru erlendir gestir fleiri.
- Svo sem ekki nema ef vera kynni að hálendið gleymdist.
- Takk fyrir fína könnun. Það hefði verið frábært að sjá spurningar tengdum starfsleyfum, eftirliti og gæðum. T.d. í okkar tilfelli í gistibransanum finnum við verulega fyrir aukinni samkeppni við aðila sem ekki eru með leyfi fyrir sinni starfsemi eða ófullnægjandi leyfi. Þetta umhverfi er mjög ábótavant, eftirfylgni og eftirlit lítið sem ekkert. Þetta minnkar gæðin á vörunum, kemur niður á okkur öllum og skekkir samkeppnisstöðu.
- Takk fyrir (nefnt af 3).
- Talandi um að markaðssetja Ísland, við markaðssetjum einungis 5% af Íslandi. Hvað um hin 95%??
- Tourism is going well, but my greatest fear for the future is that the Icelandic government has now started to get involved and interfere on a governmental side and also on a the usual corruption and favours for friends and family side. If this is allowed to happen then tourism will collapse in the next 5 to 10 years.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Tók við rekstrinum síðastliðið sumar þannig að ég á eftir með að svara þessari könnun.
- Um leið og ég tel að markaðssetning hafi tekist vel, hef ég áhyggjur af umgengni við náttúrunni og að við höfum ekki nóg af faglærðu starfsfólki í greininni, sem ég tel að muni hafa slæmar afleiðingar.
- Vantar beint flug til Akureyrar.
- Vantar meira malbik og rafhleðslustöðvar. Og sorpflokkun á almenningsstöðum.
- Vel upp sett könnun. Mætti gera könnun á sérstökum landsvæðum. Það kæmu allt aðrar tölur út ef gerð væri svæðisbundin könnun.
- Vestfirðir fá frábæra dóma nær allra sem þangað ferðast. Samt sækja ekki nema 3-5% erlendra ferðamanna svæðið heim, kynning þess á vegum Íslandsstofu er nær engin og samgöngur áratugum á eftir öðrum landshlutum. Takk fyrir að láta okkur alveg í friði.
- Við erum roskið fólk (65 og 75 ára) og geta okkar minnkar í samræmi við hærri aldur. Við rekum þetta helst sem afþreyingu þann tíma sem við erum á landinu.
- Við fáum nú of mikið af „ódyru ferðafólki“ sem ferðast á puttanum eða í pínulitlum „Húsbílum“. Fólk sem skítur í lækina en skilur lítið eftir af peningum.
- Vsk. mun glæpavæða ferðaþjónustu
- Það er ekki spurt hvort að auknar skatttekjur hafi áhrif, hver sem er sem er í þessum brasa sér að vaskurinn verður til þess að menn hafa minna út úr ferðum en áður því verðin hafa ekki hækkad sem nemur þessu.
- Það er mjög brýnt að stíga varlega til jarðar, markaðsetja verður Ísland meira um hávetur og tryggja aðgengi að öðrum landssvæðum en Suðurlandi en vetratraffíkin nær eingöngu um það. Jafnframt er spurning demarketera Ísland að sumri og setja meiri kraft í markaðsetningu að vetri, einnig verður að varast offjárfestingar í hótabyggingum til forðast hrun með tilheyrandi afleiðingum t.d. eins og Spánn lenti í fyrir mörgum árum. Og jafnframt verður að gæta þess að innviðir landsins, ferðamannastaðirnir geti tekið öllum fjöldanum sem kemur til landsins.
- Það er staðreynd að ferðaþjónustufyrirtæki sem eru lengst frá fluggáttinni í Keflavík sitja ekki við sama borð og þau sem nær eru varðandi gestafjölda. Þetta skekkir samkeppnisstöðu fyrirtækja úti á landi. Gjaldskrá okkar fyrir sömu þjónustu verður að vera lægri til að gestir velji okkur t.d. í hestaferðum því dýrt er að fljúga innanlands. Að koma upp nýjum fluggáttum t.d. á Austurlandi og Norðurlandi er erfitt m.a. vegna þess að eldsneytisverð á flugvélur er þar mun dýrara en í Keflavík. Íslensk stjórnvöld gætu lagt meira af mörkum við að leiðrétta þessa skekkju.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Það er varðandi markaðssetninguna. Við erum að fara fram úr okkur í markaðssetningu og spila allt of djarft. Það er hætt við að fólk verði fyrir vonbrigðum. Við erum í græðgisgírnum. Þessi ósnortna tilfinning er það sem fólk er að sækjast eftir. Það er allt of lítið spád í hvernig við eigum að halda í þá ímynd. Ísland er inn núna og þá kemur mikið af fólki sem er ekki endilega að spá í náttúruna og við verðum að meðhöndla það öðruvísi. Það er fólk sem vill bæta Íslandi í ferilskrána og er á óbreyttum jeppum keyrandi utan vegar og spólandi á vegunum. Við verðum að vera meðvituð um að við erum að taka á móti tveimur tegundum af ferðamönnum og haga okkur eftir því. Við verðum að hætta að haga okkur eins og við séum að fiska í skreið.
- Það er vonlaust að vera einyrkji í þessari grein, þrátt fyrir langa og víðtæka reynslu. Það eru gerðar óraunhæfar kröfur sem útheimta fleiri stöðugildi til að þjóna "kerfinu". Vottun, flokkun, stimulun... Gullgrafaraeði hjá Landanum, "allir" komnir í ferðapjónustu. Sumt er komið á fárra hendur, samþjöppun/fákeppni. Nýliðarnir eru allir "sérfræðingar", eða a.m.k. gerð krafa um að þeir séu það. Framan af höfðu fáir áhuga eða tiltrú á þessari atvinnugrein en nú á hún að bjarga öllu. Þeir sem litu hana hornauga eru nú komnir í ferðapjónustu. Það hefur verið skrítið að fylgjast með þessu ferli og upplifa sig eftir langan tíma sem "eina ferðapjóninn" en núna undir öfugum formerkjum!
- Það er þá helst þetta væl í vinstra liðinu vegna velgengni ferðapjónustu.
- Það eru allt of mikið af ferðamönnum að koma til landsins og allt hækkar og hækkar í verði allsstaðar fyrir fólkið í landinu. Þjónustan er víða hvar alveg ferleg og samt er verið að láta fólk borga mjög há verð fyrir alla þjónustu.
- Það hefði mátt tala um fákeppnis og nánast einokunar tilburði ýmissa þjónustufyrirækja s.s. Bláa lónsins. Verðlag, takmarkað aðgengi, óliðlegheit, og mismunun.
- Það neikvæðasta við markaðssetningu ferða á Íslandi er að mínu mati að Ísland sé auglýst sem landið "þar sem allt má" t.d. akstur utan vega, vélhjól og reiðhjól hvar sem er. Þetta sést í fjölda auglýsinga þar sem jeppa er lagt utan vega og tjald við hliðina, þar sem Land Roverum er stillt upp í röð í fjörinni, þar sem fjórhjól eða mótorhjól keyra um náttúruna á gönguslóðum o.s.frv. o.s.frv. Þetta er lang stærsta og alvarlegasta ógnin við náttúru Íslands af völdum ferðamanna að mínu mati. Óheft för hvers sem er hvert sem er. "Landið þar sem allt má".
- Það sem hefur dregið úr vexti fyrirtækisins er aðkoma ríkissins, t.d. uppbygging á meðferðarheimili fyrir sólaris sjúklinga en það fyrirtæki er opið fyrir ferðamenn og erlendar ferðaskrifstofur selja gistingu þar. Síðan er öll gistingin á varnarsvæðinu sem menn fengu í hendurnar fyrir ekki neitt, og borguð prósentur af innkomu í leigu, þar með gátu þeir boðið verð sem ekki var hægt að keppa við. Á meðan þarf maður að borga fasteignagjöld og lán og annan fastan kostnað.

Að lokum, er eitthvað sem þú vilt koma á framfæri varðandi efni könnunarinnar?

- Það vantar að setja upp aðstöðu fyrir alla þá ferðamenn sem flykkjast til landsins og stýra ferðum þeirra svo allir séu ekki á sama stað
- Það vantar stóra hlutinn í þetta sem er að þessi hraða uppbygging hjá þeim sem hafa fengið mestar afskriftir og farið meðal annars illa með lífeyrissjóðina. Nú er mikið fjallað um um þessa aðila sem eru að byggja stórt, meðal annars með aðstoð þessara sömu lífeyrissjóða, í samkeppni við þá sem hafa ekkert fengið afskrifað og hafa víst ekki þennan ótakmarkaða aðgang að peningum og kennitölum. Þetta er þjóðarmein og á eftir að fara illa með ferðapjónustuna og lífeyrissjóðina ef/þegar ferðapjónustan hrynur.
- Það væri gott að ferðamenn hætti að skíta í vegkantana, dreifa ferðamönnum meira hér um Austurland og N-Austurland og fá ferðamenn til að borða lambakjöt og smakka á al-íslenskum afurðum. Hóþamatúr ætti að vera íslenskt lambakjöt, skyr, harðfiskur, smjör og hákarl til dæmis. Þetta fólk borðar svín, kjúklinga og naut í sínu heimalandi, það er ekki nýtt fyrir þau. En lamb er framandi með sósu, sykruðum kartöflum, baunum og rauðrófum og smá sultu.
- Það væri gott að kanna viðhorf ferðapjónustuaðila: þ.e. munur á norður og suður. Það er miklu meira gert fyrir ferðapjónustan fyrir sunnan en fyrir norðan.
- Það þarf að búa alla aðstöðu betur til að taka á móti auknum fjölda ferðamanna.
- Það þarf að dreifa ferðamönnum víðar um landið og minnka þannig álag á mest sóttu staðina, auka viðskipti við fyrirtæki á svæðum sem minna eru sótt og til að auka upplifun ferðamanna sem koma hingað til að sjá náttúru en ekki rútur og aðra ferðamenn. Það er til nóg af flottum stöðum á landinu sem ekki eru mikið sóttir á meðan að mest sóttu staðirnir eru að morkna niður vegna mikillar umferðar.
- Það þarf að fylgjast með fyrirtækjum sem starfa við information þar sem ferðamönnum er stýrt að eigin rekstri í hagnaðarskyni og þeim sem eru fyrir í greininni er ekki hleypt að. T.d. smærri rútuferðir og verktaka business þar sem tekin er of mikil commission af rútuþjófum og þannig fyrirtækjum. Það sem ég er að segja að þeir sem sitja að jötunni og láta aðra vinna verkin með akstri og eru sjálfir að hirða megnið af innkomunni í sölu á sætum. Bílstjórar og smærri rútuþjófur fá lága þóknun fyrir hvern dag.
- Það þarf bæta stýringu á viss svæði á Suðurlandi, svo að sem flestir fái jákvæða upplifun og sum svæði verði ekki ofsetin svo sem Jökulsárlón, Reynisfjara, Íshella.
- Þar til bær yfirvöld og aðrir sem koma að bættu vegakerfi og bættu aðgengi ferðamannastaða um allt land verða að fara að vakna.
- Þarf að koma innviðum ferðamannastaða í betri horf, til að tryggja öryggi ferðamanna.
- Þarf að stuðla að fleiri klósettum meðfram þjóðveginum, sumar og vetur.
- Þarft verkefni að skoða.
- Þarna vantar inn að geta sagt frá samkeppni s.s. svörtum markaði sem hefur mikil áhrif á afkomu lítilla fyrirtækja.
- Þetta er yfirborðskennd könnun sem virðast vera hönnuð til að afla fyrirfram áætlaðra niðurstaða í stað þess að safna upplýsingum sem kæmi Ferðamálastofu að verulegu gagni.
- Öryggi ferðamanna er mikið mál að laga.

Leiðbeiningar um túlkun niðurstaðna

Ertu hlynnt(ur) eða andvíg(ur) ...?

	Fjöldi	%	+/-
Mjög hlynnt(ur) (5)	217	27,6	3,1
Frekar hlynnt(ur) (4)	356	45,3	3,5
Hvorki né (3)	133	16,9	2,6
Frekar andvíg(ur) (2)	61	7,8	1,9
Mjög andvíg(ur) (1)	19	2,4	1,1
Hlynnt(ur)	72,9		3,1
Hvorki né	16,9		2,6
Andvíg(ur)	10,2		2,1
Fjöldi svara	786	100,0	
Tóku afstöðu	786	69,2	
Tóku ekki afstöðu	350	30,8	
Fjöldi aðspurðra	1.136	100,0	
Spurðir	1.136	95,8	
Ekki spurðir	50	4,2	
Fjöldi svarenda	1.186	100,0	
Meðaltal (1-5)	3,9		
Vikmörk ±	0,1		

Í **tíðnitöflu** má sjá hvernig svör þátttakenda dreifast á ólíka svarkosti. Þar má einnig sjá hversu margir tóku afstöðu til spurningarinnar og hversu margir voru spurðir. Í töflunni hér fyrir ofan má sjá að tæplega 28% þátttakenda eru mjög hlynnt því sem spurt var um og ríflega 45% frekar hlynnt. Ef teknir eru saman þeir sem segjast frekar og mjög hlynntir má sjá að í heildina eru tæplega 73% hlynnt málefningu. Vekja ber athygli á að hátt hlutfall aðspurðra, eða 30,8%, tók ekki afstöðu til spurningarinnar og er talan því rauðlituð því til áherslu.

Meðaltal er reiknað með því að leggja saman margfeldi af vægi svars og fjölda sem velja það svar og deila upp í summuna með heildarfjölda svara. Í töflunni hér fyrir ofan reiknast meðaltal skv. eftirfarandi formúlu: $[Mjög\ hlynnt(ur)\ (fj.\ x\ 5) + Frekar\ hlynnt(ur)\ (fj.\ x\ 4) + hvorki\ né\ (fj.\ x\ 3) + Frekar\ andvíg(ur)\ (fj.\ x\ 2) + mjög\ andvíg(ur)\ (fj.\ x\ 1)] / Heildarfjöldi\ svara$. Í þessu dæmi tekur meðaltalið gildi á kvarðanum 1 til 5 en meðaltalið tekur gildi á því bili sem kvarðinn er hverju sinni.

Vikmörk (sjá +/- dálk í tíðnitöflu)

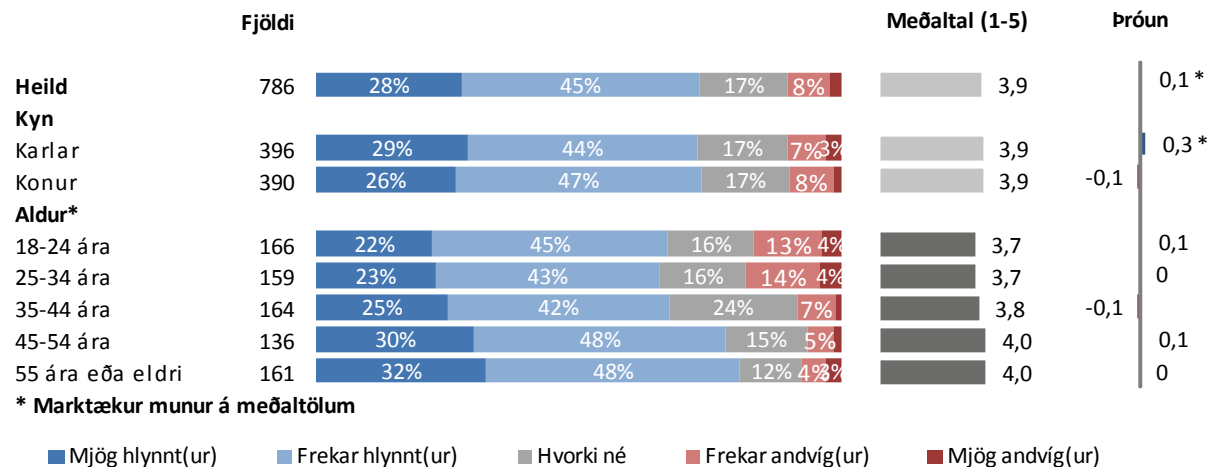
Til að geta áttað sig betur á niðurstöðum rannsókna er nauðsynlegt að skilja hvað vikmörk eru. Vikmörk eru reiknuð fyrir hverja hlutfallstölu og meðaltöl og ná jafn langt upp fyrir og niður fyrir töluna nema ef vikmörkin fara niður að 0% eða upp að 100%. Oftast er miðað við 95% vissu. Segja má með 95% vissu að niðurstaða sem fengin er úr rannsókn liggir innan þessara vikmarka ef allir í þýðinu eru spurðir. Í dæminu hér til hliðar má segja með 95% vissu að hefðu allir í þýðinu verið spurðir, hefðu á bilinu 24,5% til 30,7% (27,6% +/- 3,1%) verið mjög hlynnt málefningu. Einnig má nota vikmörk til að skoða hvort marktækur munur sé á fjölda þeirra sem velja ólíka svarkosti. Ef vikmörkin skarast ekki er marktækur munur á fjöldanum. T.d. væri hægt að segja með 95% vissu að marktækt fleiri einstaklingar séu frekar hlynntir málefningu en mjög hlynntir því.

Greiningar og marktækt

Oft er gerð greining á hverri spurningu eftir lýðfræðibreytum, s.s. kyni, aldri og búsetu, sem og eftir öðrum spurningum í sömu könnun. Hér fyrir neðan má sjá greiningu eftir kyni og aldri þátttakenda. Þar sést t.d. að 29% karla eru mjög hlynntir málefningu á móti 26% kvenna. Í greiningum er jafnframt sýnt meðaltal mismunandi hópa og tekið fram hvort sá munur á meðaltölum sem kom fram á hópum í könnuninni er tölfræðilega marktækur. Þegar munurinn er marktækur er titillinn stjómumerktur, eins og í tilfelli aldurs spurningarinnar í greiningunni hér fyrir neðan. Að auki eru súlur sem sýna meðaltöl litaðar dökkgrár til áherslu.

Algengur misskilningur er að ef tölfræðiprófið er ekki marktækt þá sé ekkert að marka þá niðurstöðu. Það er hins vegar rangt, því merking tölfræðilegrar marktæktar felst í því hvort hægt sé að alhæfa mun sem kemur fram í könnun yfir á þýði. Í dæminu hér fyrir neðan má sjá að eftir því sem fólk eldist er það hlynntara málefningu og staðhæfa má með 95% vissu að þessi munur eftir aldurshópum á sér einnig stað í þýðinu (t.d. meðal þjóðarinnar).

Langst til hægri á myndinni hér fyrir neðan er sýndar breytingar á meðaltölum frá síðustu mælingu. Í þessu dæmi má sjá að meðaltal karla hefur lækkað um 0,3 stig frá síðustu mælingu (er nú 3,9 og var síðast 3,6). Stjórnumerkingin við súluna vísar til þess að munur milli mælinga er tölfræðilega marktækur. Því má segja að karlmenn séu nú að jafnaði hlynntari málefningu en þeir voru í síðustu mælingu.



Að lokum

Reykjavík, 23. mars 2016

Bestu þakkir fyrir gott samstarf,

Jóna Karen Sverrisdóttir
Sarah Knappe