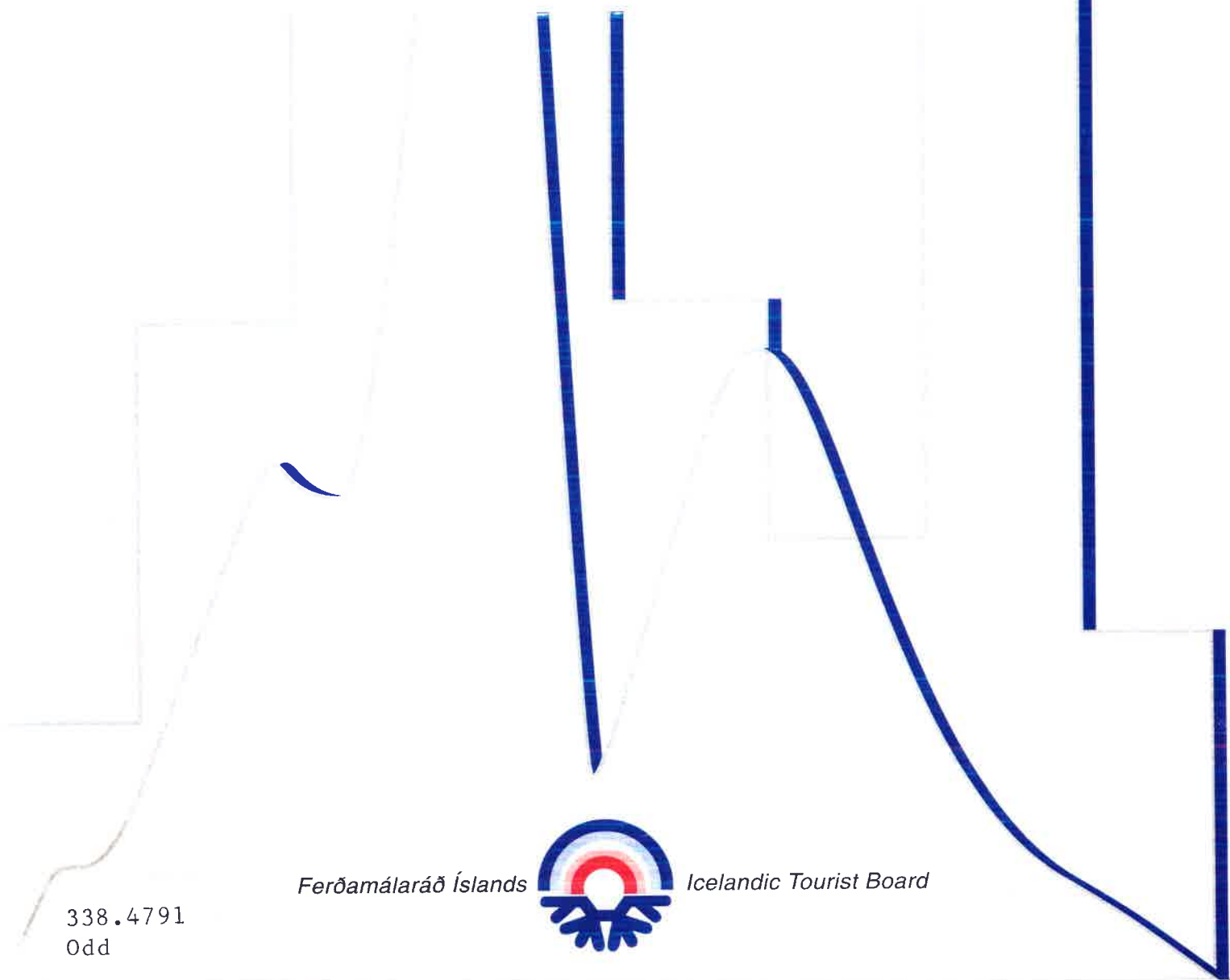


Könnun meðal erlendra ferðamanna; ágúst 1996



338.4791
Odd

Ferðamálaráð Íslands



Icelandic Tourist Board

Alþjóðin

**Könnun meðal
erlendra ferðamanna;
ágúst 1996**

Unnið af:
Ferðamálaráði Íslands

Umsjón:
Oddný Þóra Óladóttir

Janúar 1997

A

Ferðaþjónusta á Íslandi hefur vaxið mikið að umfangi á síðustu áratugum. Þrátt fyrir ýmsar mælistikur til að mæla það umfang hefur verulega skort upplýsingar um atvinnugreinina.

Ýmsar kannanir hafa þó verið unnar af einstökum fyrirtækjum, hagsmunasamtökum, sveitarfélögum og fleirum.

Ferðamálaráð Ísland hefur gert nokkrar kannanir meðal ferðamanna, bæði innlendra og erlendra en hingað til hefur skort á að þessar kannanir væru samanburðarhæfar. Til þess að svo megi verða þarf að framkvæma kannanir reglulega og með sömu aðferðum.

Samkeppni í ferðaþjónustu fer stöðugt vaxandi. Því er nauðsynlegt að hafa samanburðarhæfar upplýsingar til að meta samkeppnishæfni okkar til næstu ára. Ferðamálaráð Íslands ákvað í upphafi árs 1996 að framkvæma könnun meðal erlendra ferðamanna á Íslandi og að stefnt skyldi að stöðugri könnun í fjögur ár. Með því móti fengist heilleg mynd af erlenda ferðamarkaðnum á Íslandi og hægt væri að sjá þær breytingar sem yrðu á þessu fjögurra ára tímabili. Innlendi ferðamarkaðurinn er einnig þýðingarmikill og stefnt er að því gera hliðstæðar kannanir varðandi hann.

Leitað var eftir samstarfi við fyrirtæki og hagsmunaaðila í ferðaþjónustu og kannað var hvaða upplýsinga atvinnugreinin teldi nauðsynlegt að afla.

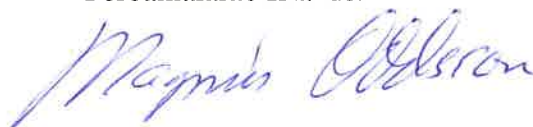
Undirtektir hafa verið mjög góðar, enda öllum ljóst að til þess að hægt sé að byggja upp ferðaþjónustu á Íslandi, sem arðbæra atvinnugrein til framtíðar verða að liggja fyrir haldgóðar upplýsingar. Nú þegar er fjöldi aðila í ferðaþjónustu áskrifandi að þeim upplýsingum sem hér eru kynntar svo og þeim sem eru væntanlegar.

Nú liggja fyrir niðurstöður úr könnun síðsumars og hausts 1996. Í þeim koma fram mjög athyglisverðar upplýsingar. Þær eru okkur samt einskis virði, ef við notum þær ekki. Við megum ekki einblína á það jákvæða sem fram kemur í þessum upplýsingum, þó það gleðji eðlilega og staðfesti að á mörgum sviðum er íslensk ferðaþjónusta vel á vegi stödd. Það er okkur ekki síður mikilvægt að leita eftir því, sem við getum gert betur. Hvar stöndum við okkur ekki nægjanlega vel? Hvar er úrbóta þörf? Hverju þarf að breyta t.d. í okkar markaðsvinnu?

Af hálfu Ferðamálaráðs Íslands hafði Oddný Þ. Óladóttir ferðamálafræðingur umsjón með framkvæmd og úrvinnslu könnunarinnar. Fjölmarginir aðrir unnu að verkinu og aðstoðuðu við það m.a. spylar starfsfólk Kynnisferða og flugstöðvar Leifs Eiríkssonar. Þá sá Hagvangur hf. um tölfræðilega úrvinnslu. Öllum þessum aðilum svo og öllum öðrum sem að verkinu komu eru færðar bestu þakkir fyrir vinnuna og aðstoðina. Það er von okkar að með þessari vinnu sé verið að leggja ný lóð á vogarskál þeirrar þekkingar, sem er okkur nauðsynleg til að byggja enn frekar upp samkeppnishæfa atvinnugrein, sem skili nauðsynlegri arðsemi á komandi árum.

Reykjavík í janúar 1997.

Ferðamálaráð Íslands.



Efnisyfirlit

Markmið og framkvæmd heilsárskönnunar Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna 1996-97.....	6
Uppbygging skýrslunnar.....	8
Viðauki 1.....	8
Viðauki 2.....	8
Viðauki 3.....	8
Framkvæmd og áreiðanleiki.....	8
Úrtakið.....	9
Tölfræðileg marktækni.....	10
Samandregnar niðurstöður.....	12
Þjóðfélagsstaða.....	12
Mynd 1: Tilgangur ferðar.....	12
Mynd 2: Hvaðan kom hugmyndin að Íslandsferð?.....	13
Mynd 3: Hve löngu fyrir brottför varð hugmyndin um Íslandsferð til?.....	14
Mynd 4: Hve löngu fyrir brottför var endanleg ákvörðun tekin um ferðina?.....	14
Mynd 5: Hvaða önnur lönd komu til greina?.....	15
Mynd 6: Hvaða áhrif höfðu eftirtaldir þættir á ákvörðun um Íslandsferð?.....	16
Mynd 7: Hvaðan voru upplýsingar um Ísland fengnar?.....	17
Mynd 8: Hve mörgum vikum fyrir brottför var ferðin bókuð/keypt?.....	18
Mynd 9: Hvar var ferðin keypt?.....	18
Mynd 10: Tegund ferðar.....	19
Mynd 11: Á hvaða árstíma hefur þú komið til Íslands áður?.....	19
Mynd 12: Meðalfjöldi gistingu eftir landshlutum.....	20
Mynd 13: Hvaða ferðamáti var nýttur?.....	21
Mynd 14: Hvaða afþreying var nýtt?.....	22
Útgjöld þeirra sem voru í pakkaferð.....	23
Útgjöld þeirra sem ferðuðust á eigin vegum.....	23
Mynd 15: Álit á íslenskum aðstæðum.....	24
Mynd 16: Álit á íslenskrri náttúru, friðsæld landsins, þjóðinni og menningu/siðum.....	25
Mynd 17: Álit á gæðum þjónustu, pplýsinga, almennri þjónustu við ferðamenn og fjölbreytni/gæðum minjagripa.....	26

Mynd 18:	Álit á umgengni um ferðamannastaði, vegasamgöngum, afþreyingarmöguleikum og skipulagningu ferðþjónustu.....	27
Mynd 19:	Álit á gistingu, mat/matargerð, veðráttu og verðlagi.....	28
Mynd 20:	Mat á verðlagningu einstakra þátta ferðþjónustunnar.....	29
Mynd 21:	Á hvaða árstíma hefur þú áhuga á að heimsækja Ísland aftur?.....	30
Mynd 22:	Finnst þér sú mynd sem dregin er upp af Íslandi í kynningarefni og auglýsingum standast?.....	30
Mynd 23:	Mæla ferðamenn með Íslandi sem ferðamannalandi?.....	31
Viðauki	1.1.....	33
Tafla 1.1	Kyn svarenda.....	34
Tafla 1.2	Aldur svarenda.....	34
Tafla 1.3	Aldur svarenda; flokkaður.....	35
Tafla 1.4	Starfsstétt.....	35
Tafla 1.5	Menntun.....	36
Tafla 1.6	Tekjur.....	36
Viðauki	2.1.....	38
Tafla 2.1	Tilgangur ferðar.....	39
Tafla 2.2	Hvaðan kom hugmyndin að Íslandsferð?.....	39
Tafla 2.3	Hve löngu fyrir brottför varð hugmyndin um Íslandsferð til?.....	40
Tafla 2.4	Hve löngu fyrir brottför var endanleg ákvörðun tekin um ferðina?.....	40
Tafla 2.5	Komu önnur lönd en Ísland til greina? Hvaða?.....	41
Tafla 2.6	Hafði íslensk náttúra áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	41
Tafla 2.7	Hafði áhugi á íslensku þjóðinni áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	42
Tafla 2.8	Höfðu þekktir Íslendingar áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	42
Tafla 2.9	Hafði áhugi á íslenskri menningu áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	43
Tafla 2.10	Hafði friðsæld landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	43
Tafla 2.11	Hafði hreinleiki landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	44
Tafla 2.12	Hafði áhugi á hálendi landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	44
Tafla 2.13	Hafði heimsókn til vina/ættingja áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	45
Tafla 2.14	Hafði millilending áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	45
Tafla 2.15	Komstu til landsins vegna einhvers ákveðins viðburðar?.....	46
Tafla 2.16	Hvaðan voru upplýsingar um Ísland fengnar?.....	46
Tafla 2.17	Hve mörgum vikum fyrir brottför var ferðin bókuð/keyp?.....	47
Tafla 2.18	Hvar var ferðin keypt?.....	47
Tafla 2.19	Tegund ferðar.....	48
Tafla 2.20	Hefur þú komið til Íslands áður? Á hvaða árstíma?.....	48

Viðauki 2.2	49
Tafla 2.21 Fjöldi gistinátta; landið allt/eftir landshlutum.....	50
Tafla 2.22 Hvaða ferðamáti var nýttur?.....	50
Tafla 2.23 Hvaða afþreying var nýtt?.....	51
Tafla 2.24 Verð pakkaferðar á mann.....	52
Tafla 2.25 Hvað var innifalið í pakkaferðinni.....	52
Tafla 2.26 Útgjöld einstaklings fyrir utan pakkaferð.....	53
Tafla 2.27 Útgjöld einstaklings á dag fyrir utan pakkaferð.....	53
Tafla 2.28 Hlutfallsleg (%) dreifing útgjalda (aðeins þeir sem eru í pakkaferð).....	54
Tafla 2.29 Verð á flugmiða á mann.....	54
Tafla 2.30 Útgjöld einstaklings á eigin vegum í ferðinni (fyrir utan flug).....	55
Tafla 2.31 Útgjöld einstaklings á eigin vegum í ferðinni á dag (fyrir utan flug).....	55
Tafla 2.32 Hlutfallsleg (%) dreifing útgjalda (aðeins þeir sem ferðast á eigin vegum).....	56
 Viðauki 2.3	 57
Tafla 2.33 Álit á íslenskri náttúru (einkunnagjöf frá 0-10).....	58
Tafla 2.34 Álit á friðsæld landsins (einkunnagjöf frá 0-10).....	58
Tafla 2.35 Álit á íslensku þjóðinni (einkunnagjöf frá 0-10).....	59
Tafla 2.36 Álit á íslenskri menningu/siðum (einkunnagjöf frá 0-10).....	59
Tafla 2.37 Álit á gæðum þjónustu (einkunnagjöf frá 0-10).....	60
Tafla 2.38 Álit á gæðum upplýsinga til ferðamanna (einkunnagjöf frá 0-10).....	60
Tafla 2.39 Álit á almennri þjónustu við ferðamenn (einkunnagjöf frá 0-10).....	61
Tafla 2.40 Álit á fjölbreytni/gæðum minjagripa (einkunnagjöf frá 0-10).....	61
Tafla 2.41 Álit á umgengni um ferðamannastaði (einkunnagjöf frá 0-10).....	62
Tafla 2.42 Álit á vegasamgöngum/umferðarmenningu (einkunnagjöf frá 0-10).....	62
Tafla 2.43 Álit á fjölbreytni afþreyingarmöguleika (einkunnagjöf frá 0-10).....	63
Tafla 2.44 Álit á skipulagningu ferðamála (einkunnagjöf frá 0-10).....	63
Tafla 2.45 Álit á gistingu (einkunnagjöf frá 0-10).....	64
Tafla 2.46 Álit á mat/matargerð (einkunnagjöf frá 0-10).....	64
Tafla 2.47 Álit á veðráttunni (einkunnagjöf frá 0-10).....	65
Tafla 2.48 Álit á verðlagi (einkunnagjöf frá 0-10).....	65
Tafla 2.49 Mat á gistiverði.....	66
Tafla 2.50 Mat á verði matar á veitingahúsum.....	66
Tafla 2.51 Mat á verði drykkja á veitingahúsum.....	67
Tafla 2.52 Mat á verðlagningu matvöruverslana.....	67
Tafla 2.53 Mat á verði skoðunarferða.....	68
Tafla 2.54 Mat á verðlagningu bílaleiga.....	68
Tafla 2.55 Mat á verðlagningu annarra ferðamáta.....	69

Tafla 2.56	Mat á verði gjafa/minjagripa.....	69
Tafla 2.57	Mat á verði skemmtana/afþreyingar.....	70
Tafla 2.58	Hefur þú áhuga á að heimsækja Ísland aftur? Á hvaða árstíma?.....	70
Tafla 2.59	Finnst þér sú mynd sem dregin er upp af Íslandi í kynningarefni og auglýsingum standast?.....	71
Tafla 2.60	Mæla ferðamenn með Íslandi sem ferðamannalandi?.....	71

Viðauki 3.1.....73

Tafla 3.1	Tilgangur ferðar.....	74
Tafla 3.2	Hvaðan kom hugmyndin að Íslandsferð?.....	75
Tafla 3.3	Hve löngu fyrir brottför varð hugmyndin um Íslandsferð til?.....	76
Tafla 3.4	Hve löngu fyrir brottför var endanleg ákvörðun tekin um ferðina?.....	77
Tafla 3.5	Komu önnur lönd til greina? Hvaða?.....	78
Tafla 3.6	Hafði íslensk náttúra áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	79
Tafla 3.7	Hafði áhugi á íslensku þjóðinni áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	80
Tafla 3.8	Höfðu þekktir Íslendingar áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	81
Tafla 3.9	Hafði áhugi á íslenskri menningu áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	82
Tafla 3.10	Hafði friðsæld landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	83
Tafla 3.11	Hafði hreinleiki landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	84
Tafla 3.12	Hafði áhugi á hálendi landsins áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	85
Tafla 3.13	Hafði heimsókn til vina/ættingja áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	86
Tafla 3.14	Hafði millilending áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?.....	87
Tafla 3.15	Komstu til landsins vegna einhvers ákveðins viðburðar?.....	88
Tafla 3.16	Hvaðan voru upplýsingar um Ísland fengnar?.....	89
Tafla 3.17	Hve mörgum vikum fyrir brottför var ferðin bókuð/keypt?.....	90
Tafla 3.18	Hvar var ferðin keypt?.....	91
Tafla 3.19	Tegund ferðar.....	92
Tafla 3.20	Hefur þú komið til Íslands áður? Á hvaða árstíma?.....	93

Viðauki 3.2.....94

Tafla 3.21	Fjöldi gistinguátta; landið allt/eftir landshlutum.....	95
Tafla 3.22	Hvaða ferðamáti var nýttur?.....	96
Tafla 3.23	Hvaða afþreying var nýtt?.....	97
Tafla 3.24	Verð pakkaferðar á mann.....	99
Tafla 3.25	Hvað var innifalið í pakkaferðinni?.....	100
Tafla 3.26	Útgjöld einstaklings fyrir utan pakkaferð.....	101
Tafla 3.27	Útgjöld einstaklings á dag fyrir utan pakkaferð.....	102
Tafla 3.28	Verð á flugmiða á mann.....	103

Tafla 3.29	Útgjöld einstaklings á eigin vegum í ferðinni (fyrir utan flug).....	104
Tafla 3.30	Útgjöld einstaklings á eigin vegum í ferðinni á dag (fyrir utan flug).....	105

Viðauki 3.3.....106

Tafla 3.31	Álit á íslenskri náttúru (einkunnagjöf frá 0-10).....	107
Tafla 3.32	Álit á friðsæld landsins (einkunnagjöf frá 0-10).....	108
Tafla 3.33	Álit á íslensku þjóðinni (einkunnagjöf frá 0-10).....	109
Tafla 3.34	Álit á íslenskri menningu/siðum (einkunnagjöf frá 0-10).....	110
Tafla 3.35	Álit á gæðum þjónustu (einkunnagjöf frá 0-10).....	111
Tafla 3.36	Álit á gæðum upplýsinga til ferðamanna (einkunnagjöf frá 0-10).....	112
Tafla 3.37	Álit á almennri þjónustu við ferðamenn (einkunnagjöf frá 0-10).....	113
Tafla 3.38	Álit á fjölbreytni/gæðum minjagripa (einkunnagjöf frá 0-10).....	114
Tafla 3.39	Álit á umgengni um ferðamannastaði (einkunnagjöf frá 0-10).....	115
Tafla 3.40	Álit á vegasamgöngum/umferðarmenningu (einkunnagjöf frá 0-10).....	116
Tafla 3.41	Álit á fjölbreytni afþreyingarmöguleika (einkunnagjöf frá 0-10).....	117
Tafla 3.42	Álit á skipulagningu ferðamála (einkunnagjöf frá 0-10).....	118
Tafla 3.43	Álit á gistingu (einkunnagjöf frá 0-10).....	119
Tafla 3.44	Álit á mat/matargerð (einkunnagjöf frá 0-10).....	120
Tafla 3.45	Álit á veðráttunni (einkunnagjöf frá 0-10).....	121
Tafla 3.46	Álit á verðlagi (einkunnagjöf frá 0-10).....	122
Tafla 3.47	Mat á gistiverði.....	123
Tafla 3.48	Mat á verði matar á veitingahúsum.....	124
Tafla 3.49	Mat á verði drykkja á veitingahúsum.....	125
Tafla 3.50	Mat á verðlagningu matvöruverslana.....	126
Tafla 3.51	Mat á verði skoðunarferða.....	127
Tafla 3.52	Mat á verðlagningu bílaleiga.....	128
Tafla 3.53	Mat á verðlagningu annarra ferðamáta.....	129
Tafla 3.54	Mat á verði gjafa/minjagripa.....	130
Tafla 3.55	Mat á verði skemmtana/afþreyingar.....	131
Tafla 3.56	Hefur þú áhuga á að heimsækja Ísland aftur? Á hvaða árstíma?.....	132
Tafla 3.57	Finnst þér sú mynd sem dregin er upp af Íslandi í kynningarefni og auglýsingum standast?.....	133
Tafla 3.58	Mæla ferðamenn með Íslandi sem ferðamannalandi?.....	134

Markmið og framkvæmd heilsárskönnunar Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna 1996-97

Aðdragandann að heilsárskönnun Ferðamálaráðs má rekja til umræðu á undanförunum misserum um skort á talnagögnum í ferðþjónustu. Vegna þess hve ferðamarkaðurinn breytist ört þarf stöðug upplýsingasöfnun að fara fram og upplýsingarnar að vera aðgengilegar þeim sem á þurfa að halda. Könnuninni er ætlað að safna upplýsingum um ferðamenn, ferðþjónustu og breytingar á ferðamörkuðum. Leitast er við að svara spurningum sem ætla má að nýtist sem flestum í íslenskri ferðþjónustu á hverjum tíma.

Markmið könnunarinnar er að leggja grunn að gagnabanka sem nýtist þeim sem starfa við íslenska ferðþjónustu. Könnunin spannar tímabilið frá 1. ágúst 1996 til 31. ágúst 1997. Við framkvæmdina er tímabilinu skipt í fimm hluta:

- a. Ágúst 1996
- b. September til október 1996
- c. Nóvember 1996 til febrúar 1997
- d. Mars til maí 1997
- e. Júní til ágúst 1997

Við hönnun spurningalista var tekið mið af ferðamálakönnun Vestnorden 1991-92. Nokkrar spurningar eru hinar sömu, en öðrum bætt við eftir ábendingum þeirra sem starfa að ferðþjónustu. Spurningarnar eru:

- Hvernig ferðamenn koma til landsins og hvernig er hópurinn samsettur á hverjum árstíma?
- Hvernig/hvaðan koma ferðamenn?
- Í hvaða tilgangi koma ferðamenn?
- Hve langt er ferlið frá því hugmynd að Íslandsferð verður til, þar til ákvörðun er tekin um ferðina og ferðin keypt?
- Hver eru helstu samkeppnislönd Íslands í ferðþjónustu?
- Hvaðan kemur hugmyndin að Íslandsferð?
- Hvaða þættir hafa áhrif á ákvörðun um Íslandsferð?
- Hvert leita menn eftir upplýsingum um Ísland?
- Hver er ferðahegðunin?
- Hvernig dreifast gistinætur?
- Hvers konar ferðir eru keyptar til Íslands og hvar?
- Hver eru útgjöld og eyðsluhættir ferðamanna?
- Hvaða væntingar hafa ferðamenn til Íslands sem ferðamannalands?

- Hvernig upplifa ferðamenn Ísland?
- Hver eru gæði þeirrar þjónustu sem stendur erlendum ferðamönnum til boða að þeirra mati?
- Stendur Ísland undir þeim væntingum sem ferðamenn hafa?
- Mun fólk mæla með Íslandi sem ferðamannalandi?
- Er Ísland álitlegt ferðamannaland utan sumarmánuða?

Könnun þessi fer nú fram í fyrsta skipti, en vonir standa til þess að hægt verði að halda henni gangandi áfram þannig að þeir sem vinna við ferðaþjónustu eigi ávallt greiðan aðgang að nýjustu upplýsingum um ferðamarkaðinn. Framhaldið veltur þó óhjákvæmilega á því hvaða undirtektir könnunin fær hjá þeim sem tengjast íslenskri ferðaþjónustu.

Uppbygging skýrslunnar

Eftirfarandi skýrsla fjallar um niðurstöður könnunar Ferðamálaráðs meðal erlendra ferðamanna í ágúst mánuði 1996. Svör við einstökum spurningum eru keyrð eftir þjóðerni og markaðssvæðum (viðauki 2), þjóðfélagsstöðu, tegund ferðar og tilgangi (viðauki 3). Í framhaldi af umfjöllun um framkvæmd og áreiðanleika eru niðurstöðurnar settar fram á myndrænan hátt, þar sem því verður við komið, þannig að auðvelt sé að fá grófa mynd af þeim, en þaðan er vísað í töflur í viðauka tvö þar sem heildarniðurstöður fyrir hverja spurningu er að finna. Að öðru leyti er ætlast til þess að hver og einn lesi þær upplýsingar út úr skýrslunni sem hann þarf á að halda.

Viðauki 1

Í viðauka eitt er að finna kyn ferðamanna, aldur, starfsstétt, menntun og tekjur, eftir markaðssvæðum og þjóðerni.

Viðauki 2

Viðauki tvö skiptist í þrjá hluta (2.1, 2.2 og 2.3). Viðauki 2.1 inniheldur svör við spurningum um tilgang ferðar, þætti sem höfðu áhrif á ákvörðun um Íslandsferð, tilhögun ferðar og tegund, eftir markaðssvæðum¹ og þjóðerni. Ennfremur svör við spurningum um hvort önnur lönd en Ísland hafi komið til greina og hvort svarendur hafi heimsótt Ísland áður. Í viðauka 2.2 er að finna svör um lengd dvalar og dreifingu gistinátta eftir landshlutum, ferðamáta, afþreyingarmáta og útgjöld, eftir markaðssvæðum og þjóðerni. Í viðauka 2.3 kemur fram huglægt mat svarenda á ýmsum þáttum sem tengjast íslenskri ferðapjónustu og mat þeirra á íslensku verðlagi. Ennfremur hvort svarendur myndu mæla með Íslandi sem ferðamannalandi.

Viðauki 3

Í viðauka þrjú eru svör við sömu spurningum og í viðauka tvö settar fram á sama hátt, en nú eftir þjóðfélagsstöðu (bakgrunnsbreytunum kyni, aldri, starfsstétt, menntun og tekjum), tegund ferðar og tilgangi.

Framkvæmd og áreiðanleiki

Könnunin fór fram í flugstöð Leifs Eiríkssonar (brottfararsal) í ágúst mánuði 1996 og náði til erlendra ferðamanna. Skilgreining WTO (World Tourism Organization, 1985) á hugtakinu ferðamaður var notuð, þ.e. allir útlendingar sem dvalið höfðu í landinu í 24

¹ Markaðssvæði eru greind og flokkuð eftir búsetu ferðamanna. Norðurlönd (Noregur, Danmörk, Svíþjóð og Finnland), V-/Mið-Evrópa (Bretland/Írland, Þýskaland, Sviss, Holland/Belgía, Austurríki, Suður-Evrópa (Frakkland, Ítalía, Spánn og Portúgal), Norður-Ameríka (Bandaríkin og Kanada)

klukkustundir eða lengur töldust til ferðamanna. Skilyrði fyrir þátttöku voru auk þess að svarendur hefðu náð 16 ára aldri og ekki dvalið lengur en þrjá mánuði í landinu. Spurningalistinn var lagður fyrir ferðamenn í Leifsstöð við brottför þeirra úr landinu, eftir að þeir höfðu farið í gegnum vegabréfsskoðun. Tveir spyrjar sáu um gagnasöfnunina hverju sinni. Í kynningunni á listanum kom fram að könnunin væri gerð á vegum Ferðamálaráðs og næði til erlendra ferðamanna á Íslandi. Helstu markmið með könnuninni voru kynnt og uppsetning spurningalistans útskýrð. Lögð var áhersla á að um nafnlausu könnun væri að ræða. Sá háttur var hafður á að svarendur fylltu spurningalistann út sjálfir en gátu leitað til spyrja sem voru jafnan til taks. Spyrjar sáu síðan um að safna listunum fyrir brottfararútkall. Alls tók 1.031 ferðamaður þátt í könnuninni, en af þeim var unnið úr um 84% svara.

Úrtakið

Úrtakið var valið með hendingaraðferð. Könnunardögunum var dreift á vikudagana með hliðsjón af umferð ferðamanna og því hvaða tíma dags brottfarir voru. Könnunin var á fjórum tungumálum til að byrja með, dönsku, ensku, þýsku og frönsku, en fljótlega bættust tvö tungumál við, ítalska og spænska.

Þeirri vinnureglu var fylgt að fá svör frá a.m.k. 2% þeirra erlendu ferðamanna sem fóru frá landinu á tímabilinu. Í úrvinnslunni var úrtakið vegið út frá daglegum brottfarartölum Útlendingaeftirlitsins til að leiðrétta frávik milli úrtaks og raunverulegrar samsetningar þjóðerna. Þannig eru allar tölur um fjölda ferðamanna í skýrslunni vegnar (sjá töflu 1) og markast niðurstöðurnar að sjálfsögðu af því.

Vegið hlutfall þjóðerna

Þjóðerni	Raunhlutfall (tölur Útl.eftirlits)	Hlutfall í könnun
Bandaríkin, Kanada	9,5	9,5
Bretland/Írland	8,9	9,3
Þýskaland	21,8	25,0
Danmörk	4,2	2,9
Svíþjóð	4,1	4,2
Noregur	4,1	4,5
Finnland	1,1	1,1
Frakkland	14,6	12,7
Sviss	4,7	4,1
Ítalía	7,8	8,1
Holland/Belgía	10,2	8,9
Austurríki	1,9	2,1
Spánn	2,9	1,3
Önnur Evrópulönd	2,1	4,3
Lönd utan Evrópu	1,8	1,8

Þegar svörin eru greind eftir þjóðfélagsstöðu (sjá viðauka 3) þá er fjöldinn á bak við hvern hóp yfirleitt minni en heildarfjöldi þeirra sem svöruðu spurningunni (sjá viðauka 2) segir til um. Þetta er vegna þess hversu misjafnlega svarendur voru tilbúnir að gefa upplýsingar um einkahagi sína, þó svo þeir hafi svarað öðrum spurningum könnunarinnar. Vegna þessa getur orðið misræmi milli hlutfalls- eða miðsæknigildis, sem annars vegar eru tekin af heild og hins vegar reiknuð út sem meðaltal af ákveðnum markhóp (bakgrunnsbreytu). Þessi munur getur numið allt að 2-3%. Verður því að skoða niðurstöður skýrslunnar í ljósi þessa. Þetta á sérstaklega við þegar svör eru greind eftir aldri, tekjum, starfsstétt og menntun.

Tölfræðileg marktækni

Í viðhorfskönnunum getur orðið tilviljunarkennd skekkja í svörun sökum þess að úrtakið endurspeglar þýðið² ekki fyllilega. Hægt er að meta hversu mikil tilviljunarkennd úrtaksvilla er að líkindum. Þegar það er gert er oftast miðað við 95% marktektarmörk eða vissu. Matið sjálfst felst í því að reiknuð eru svokölluð vikmörk fyrir hverja þá hlutfallstölu sem áhugi er fyrir að skoða. Í töflunni hér á eftir hafa vikmörk verið reiknuð fyrir nokkrar hlutfallstölur miðað við 95% vissu og með hjálp töflunnar er hægt að áætla hversu mikil úrtaksvillan er. Notkun á töflunni verður best skýrð með vísun í dæmi úr könnuninni.

Ef tafla sú er sýnir flokkaðaðan aldur svarenda (sjá töflu 1.3 í viðauka 1) er skoðuð sést hversu margir ferðamenn af tilteknu þjóðerni hafa gefið upp aldur. T.d. hafa 83 Bretar/Írar gefið upp aldur. Það hafa 214 Þjóðverjar einnig gert. Með hliðsjón af fjölda svarenda og með hjálp töflunnar er hægt að áætla með 95% vissu hversu stór hluti t.d. Breta/Íra sem koma til landsins er undir 25 ára aldri. Ef taflan er skoðuð má sjá að 5,6% Breta/Íra eru 25 ára og yngri, en hlutfall svarenda á þessum aldri er mun hærra hjá Þjóðverjum, eða 20,6%. Til þess að ganga úr skugga um hversu góð vísbending þessar tölur eru um raunverulegan aldur ferðamanna frá þessum löndum förum við í vikmarkatöfluna hér að neðan. Í dálkinum lengst til vinstri finnum við hlutfallstöluna sem verið er að skoða (5,6%) og í röðinni efst í töflunni finnum við fjölda svarenda (83). Þegar fjöldatalan lendir ekki á sléttu hundraði eða fimmtíu, námundum við hana, þ.e. notumst við fjöldatöluna 100 í þessu dæmi. Síðan finnum við hvar þessar tölur skarast og fáum þá út að vikmörkin eru 4,27. Það þýðir að með 95% vissu getum við fullyrt að milli 1,33% og 9,87% (5,6% ± 4,27) Breta/Íra í þýðinu eru yngri en 25 ára. Hið sama getum við gert við hlutfallstöluna fyrir Þjóðverja. Við höfum þegar fundið út að könnunin gefur til kynna að 20,6% Þjóðverja er 25 ára og yngri. Með það í huga að fjöldi Þjóðverja á bak

² Þýði eru allir erlendir ferðamenn sem fóru frá Íslandi á tímabilinu. Úrtak er hins vegar sá hluti þeirra sem ætlað er að endurspegla þýðið (svarendur).

við þetta svar er 214 förum við í töfluna og finnum út að vikmörkin eru $\pm 5,54$ sem þýðir að með 95% vissu getum við áætlað að 15,06% til 26,14% Þjóðverja sem koma hingað til lands eru 25 ára og yngri.

	Fjöldi svarenda									
	50	100	200	300	400	500	600	700	800	900
Hlutfall										
5 eða 95%	6,04	4,27	3,02	2,47	2,14	19,1	1,74	1,61	1,51	1,42
10 eða 90%	8,32	5,88	4,16	3,39	2,94	2,63	2,40	2,22	2,08	1,96
15 eða 85%	9,90	7,00	4,95	4,04	3,50	3,13	2,86	2,65	2,47	2,33
20 eða 80%	11,09	7,84	5,54	4,53	3,92	3,51	3,20	2,96	2,77	2,61
25 eða 75%	12,00	8,49	6,00	4,90	4,24	3,80	3,46	3,21	3,00	2,83
30 eða 70%	12,70	8,98	6,35	5,19	4,49	4,02	3,67	3,39	3,18	2,99
35 eða 65%	13,22	9,35	6,61	5,40	4,67	4,18	3,82	3,53	3,31	3,12
40 eða 60%	13,58	9,60	6,79	5,54	4,80	4,29	3,92	3,63	3,39	3,20
45 eða 55%	13,79	9,75	6,89	5,63	4,88	4,36	3,98	3,69	3,45	3,25
50%	13,86	9,80	6,93	5,66	4,90	4,38	4,00	3,70	3,46	3,27

Í dæminu hér að framan kom fram að líklega voru 1,33% til 9,87% breskra/írskra ferðamanna undir 25 ára aldri í júlí og ágúst síðastliðnum (95% vissa). Hlutfall Þjóðverja á þessum aldri liggur hins vegar á bilinu 15,06% til 26,14%. Bilið sem þessar hlutfallstölur spanna er oftast nefnt öryggisbil. Þegar öryggisbil liggur fyrir er hægt að nota það til að meta hvort að marktækur munur er milli hlutfallstalna. Það er einfaldlega gert með því að bera saman öryggisbil tveggja hlutfallstalna (úr sömu spurningu). Ef öryggisbil þeirra skarast er ekki um marktækan mun á þeim að ræða, þ.e. sá munur sem er á milli þessara talna hefur líklega komið fram fyrir tilviljun, frekar en að hann sé raunverulegur í því þýði sem verið er að skoða. Aftur á móti ef öryggisbilið skarast ekki þá er hægt að segja að munurinn sé marktækur. Í þessu tilfalli skarast öryggisbil Breta/Íra og Þjóðverja ekki (þ.e. hæsta mögulega öryggisbil). Hlutfall Breta/Íra nær ekki inn á öryggisbil fyrir þjóðverja sem þýðir að við getum áætlað með 95% vissu að Þjóðverjar undir 25 ára aldri séu hlutfallslega fleiri en Bretar/Írar á sama aldri.

Samandregnar niðurstöður

Í eftirfarandi samantekt eru kynnt svör við eintökum spurningum í spurningalista sem lagður var fyrir ferðamenn í ágúst mánuði árið 1996.

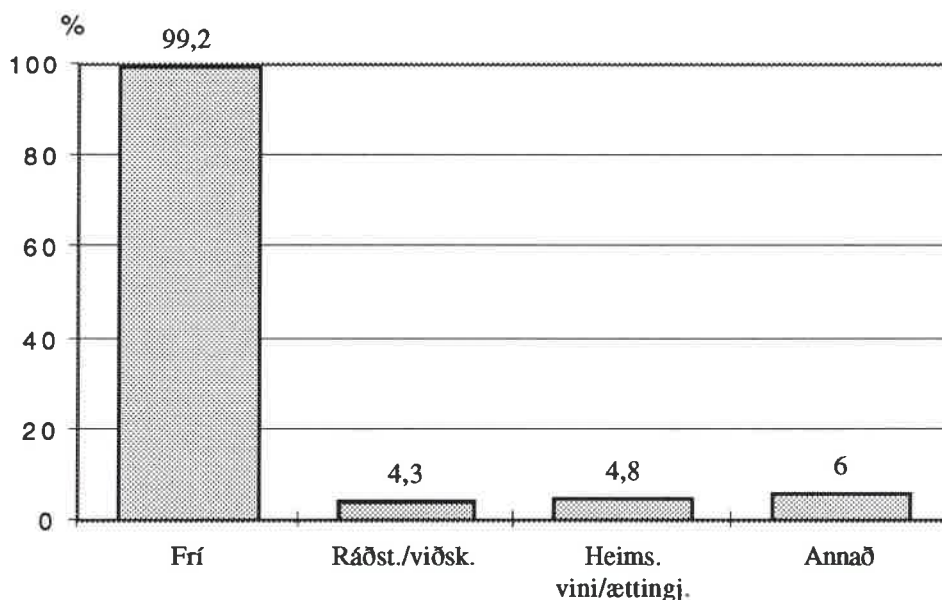
Þjóðfélagsstaða

Meirihluti svarenda (59,7%) voru karlar (sjá töflu 1.1 í viðauka 1.1).

Meðalaldur var 39,9 ár. Tæplega helmingur svarenda var á aldrinum 26 til 45 ára, en um þriðjungur 46 ára og eldri (sjá töflu 1,3 í viðauka 1.1). Rúmlega fjórðungur svarenda voru sérfræðingar/háskólaþólk, um fimmtingur kennarar/heilbrigðisstéttir, um 14% skrifstofu-/þjónustufólk og um 13% nemar. Lífeyrisþegar/húsmæður voru 7,8%, stjórnendur/atvinnurekendur 7,1 prósent, verka-/afgreiðslufólk 6,3% og 4,5% iðnaðar-/tæknimenn (sjá töflu 1.4 í viðauka 1.1).

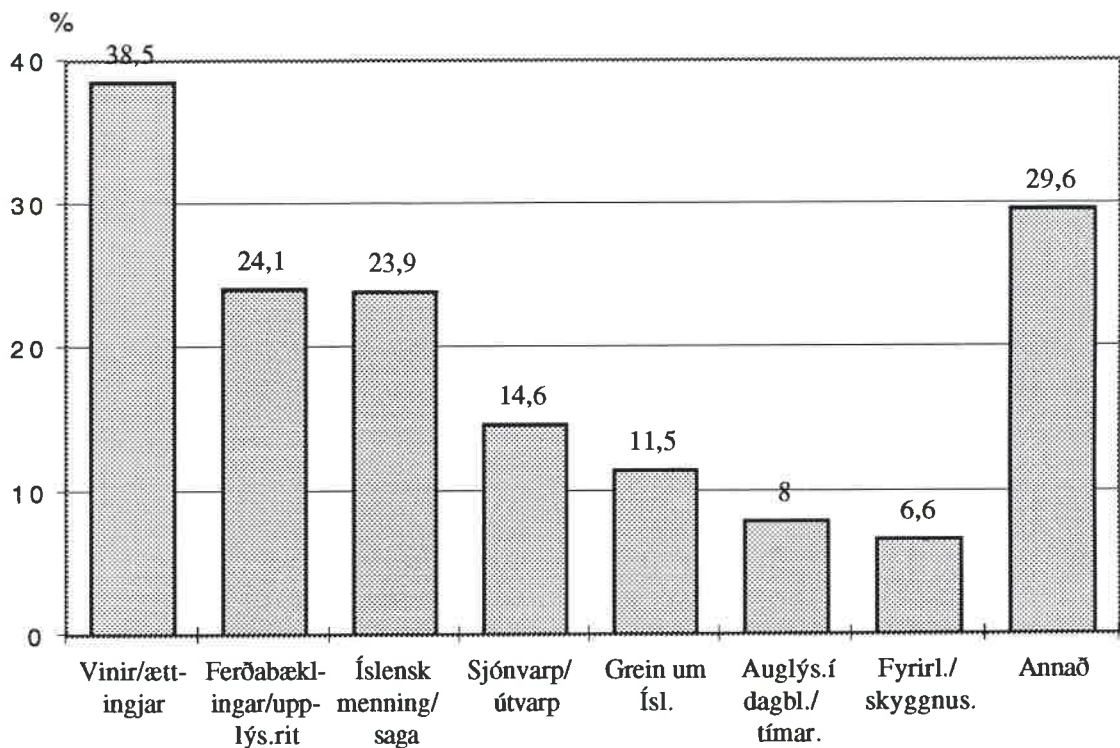
Helmingur svarenda hafði háskólamenntun, um 16% höfðu lokið framhaldsskóla, tæp 12% starfs-/tækninámi og rúmlega fimmtingur grunnskólaprófi (sjá töflu 1.5 í viðauka 1.1). Tveir af hverjum þremur sögðust hafa meðaltekjur, Ríflega þriðjungur (37,1%) meðalhátekjur og tæplega fjórðungur (23,1%) tekjur undir meðallagi. Innan við tíu prósent sagðist hafa háar tekjur (sjá töflu 1.6 í viðauka 1.1).

Mynd 1: Tilgangur ferðar



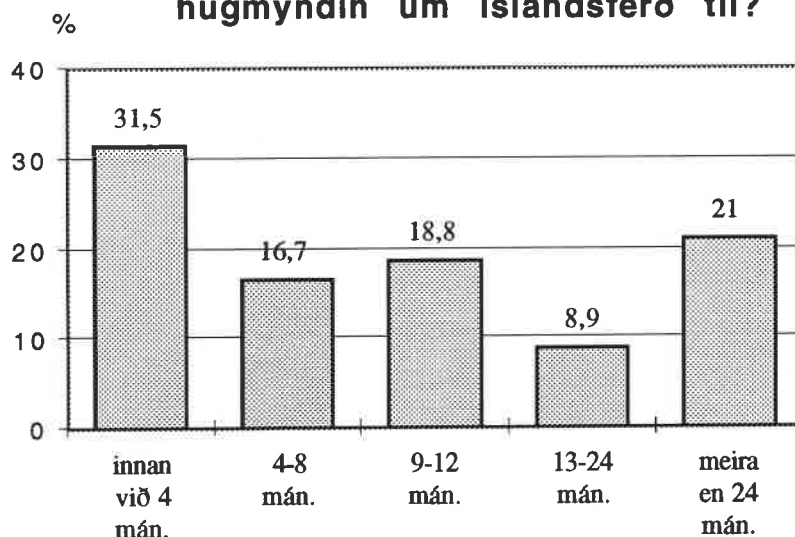
Nær allir svarendur voru í frí, tæplega fimm prósent í heimsókn hjá vinum og ættingjum og um fjögur prósent voru í ráðstefnu-/eða viðskiptaerindum. Rúmlega fimm prósent voru í öðrum tilgangi (sjá töflu 2.1 í viðauka 2.1)

Mynd 2: Hvaðan kom hugmyndin um Íslandsferð?



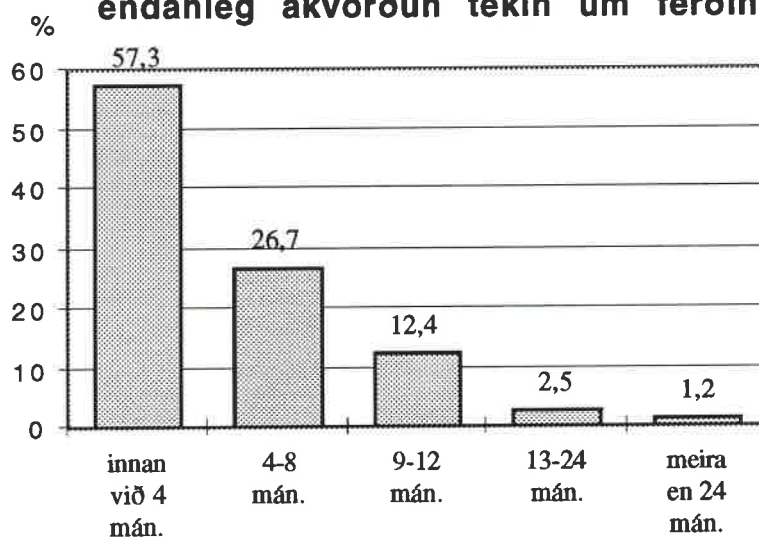
Tæplega tveir af hverjum fimm fengu hugmyndina að ferðinni hjá vinum/ættingum. Fjórðungur fékk hugmyndina við lestur ferðabæklinga og upplýsingarita um Ísland og svipað hlutfall vegna íslenskrar menningar/sögu. Tæp 15% hafði heyrt/séð þátt um Ísland í ljósvakamiðlum. Einn af hverjum tíu fékk hugmyndina við lestur greinar í dagblaði/tímariti. Innan við 10% fengu hugmyndina vegna augslýsingar eða fyrirlesturs/skyggusýningu. Tæpur þriðjungur sagði hugmyndina koma annars staðar frá og nefndu flestir af þeim þætti tengda náttúru eða forvitni/almenna vitneskju um Ísland (sjá töflu 2.2 í viðauka 2.1).

Mynd 3: Hve löngu fyrir brottför varð hugmyndin um Íslandsferð til?



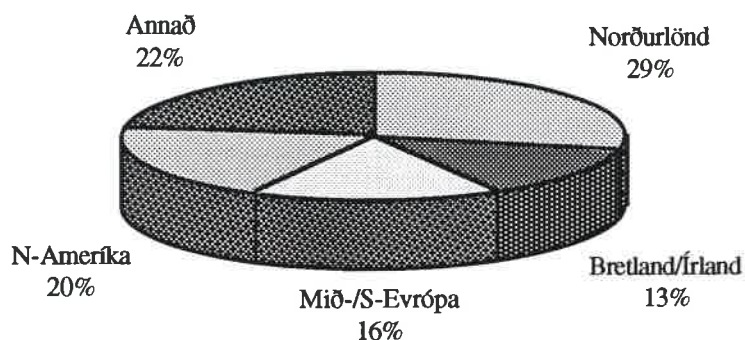
Tæplega þriðjungur fékk hugmyndina innan fjögurra mánuða fyrir brottför, um sautján prósent, fjórum til átta mánuðum fyrir brottför og tæpur fimmtungur, ný til tólf mánuðum fyrir brottför. Um þriðjungur fékk hugmyndina meira en 24 mánuðum fyrir brottför (sjá töflu 2.3 í viðauka 2.1).

Mynd 4: Hve löngu fyrir brottför var endanleg ákvörðun tekin um ferðina?



Tæplega þrjú af hverjum fimm tóku endanlega ákvörðun um ferðina innan fjögurra mánuða fyrir brottför, um fjórðungur fjórum til átta mánuðum fyrir brottför og rúmlega einn af hverjum tíu, ný til tólf mánuðum fyrir brottför. Tæplega fjögur prósent tóku ákvörðun um ferðina með ársfyrirvara eða meira (sjá töflu 2.4 í viðauka 2.1).

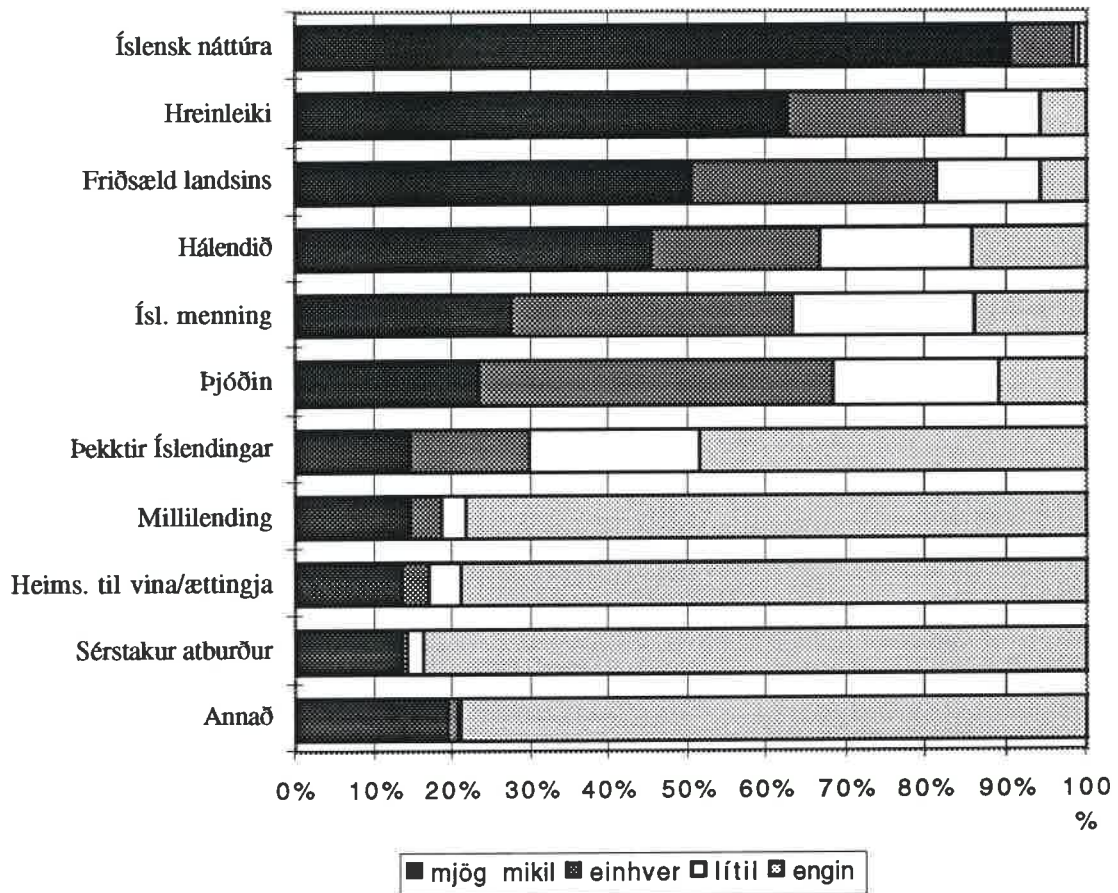
Mynd 5: Hvaða önnur lönd en Ísland komu til greina?



Af þeim sem sögðu að annað land hefði komið til greina nefndi tæplega þriðjungur Norðurlöndin, tæpur fjórðungur N-Ameríku, um fimmtungur Mið-/S-Evrópu og um þrettán prósent Bretland/Írland. Um 22% nefndi önnur lönd (sjá töflu 2.5 í viðauka 2.1).

Mynd 6: Hvaða áhrif höfðu eftirtaldir þættir á ákvörðun um Íslandsferð?

(Aðeins þeir sem voru í fríi)



Náttúran og þættir tengdir henni höfðu yfirgnæfandi áhrif á ákvörðun um Íslandsferð. Nfu af hverjum tíu sögðu náttúruna hafa haft mjög mikil áhrif á ákvörðun um ferðina, tæplega þriðjungur hreinleika landsins, um helmingur friðsæld landsins og tæpur helmingur hálendið. Íslensk menning/saga og þjóðin höfðu ennfremur umtalsverð áhrif á ákvörðun og sagði um fjórðungur að þessir þættir hefðu haft mjög mikil áhrif á ákvörðun um Íslandsferðina (sjá töflur 2.6 til 2.15 í viðauka 2.1).