Skýrsla 2
Verkþáttur 1.1.1
Ágúst 2011

Samkeppnisfærni ferðaþjónustunar á Íslandi

Unnið úr gögnum Alþjóða efnahagsráðsins

Viðar Guðjónsson

Umsjón og ritstýring
Karl Friðriksson

Ferðamálastofa
Icelandic Tourist Board

S A F

ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

Nýsköpunarmiðstöð
Íslands

HÓLASKÓLI
HÁSKÓLINN Á HÓLUM

Byggðastofnun

Efnisyfirlit

Inngangur . . . 3
Formáli . . . 4
Inngangsorð. . . . 4
Samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar . . . 5
14 stoðir samkeppnisvísitölunnar . . . 7
Ferðaþjónusta á tímum efnahagserfiðleika. . . . 8
Hvernig getur ferðaþjónustan varið sig fyrir utanaðkomandi áföllum? . . . 9
Samanburður við helstu samkeppnislönd . . . 12
Ísland í samanburði við Norðurlönd og fimm efstu þjóðirnar . . . 13
Ísland í samanburði við lönd í viðmiðunarhópnum Ísland allt árið . . . 15
Einstök viðmið í samkeppnishæfni . . . 17
Hvar stendur Ísland vel? . . . 22
Staða ferðaþjónustu á Íslandi . . . 26
Viðauki – skýringar. . . . 27
Stoð 1: Stefnumótandi reglur og reglugerðir . . . 28
Stoð 2: Sjálfbærni umhverfis . . . 28
Stoð 3: Öryggi . . . 29
Stoð 4: Heilsa og hreinlæti . . . 29
Stoð 5: Forgangsröðun ferðaþjónustu . . . 29
Stoð 6: Gæði loftsamgangna . . . 30
Stoð 7: Gæði samgangna á jörðu niðri . . . 30
Stoð 8: Innviðir ferðaþjónustu. . . . 31
Stoð 9: Upplýsinga- og fjarskiptatækni. . . . 31
Stoð 10: Verðsamkeppnishæfni í ferðaþjónustu . . . 31
Stoð 11: Mannauður . . . 31
Stoð 12: Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku . . . 32
Stoð 13: Náttúruleg verðmæti. . . . 32
Stoð 14: Menningarleg verðmæti . . . 33

Inngangur

Formáli

Þessi skýrsla er unnin í tengslum við verkefnið *Ísland allt árið* en í því verkefni er skoðað sérstaklega hvernig hægt sé að efla ferðaþjónustuna á lágönn. Efnistök skýrslunnar eru almenns eðlis, það er að segja hún er úttekt á stöðu ferðaþjónustunnar hér á landi í samanburði við stöðu ferðaþjónustu í 139 þjóðríkjum án tillits til há- eða láganna. Skýrslan er gott innlegg í að koma á umbótum til að styrkja ferðaþjónustuna án tillits til há- eða láganna til lengri eða skemmri tíma litið.

Lesandanum gæti stundum þótt að skoða ætti aðrar viðmiðanir en þær sem notaðar eru hér en þá er því til að svara að í þessari rannsókn eru notaðar þær viðmiðanir sem færustu aðilar í samkeppnishæfni telja mikilvægar til að ná forskoti á sviði ferðaþjónustu. Nú ríður á að hagsmunaaðilar fari kerfisbundið í gegnum einstök viðmið og leggi fram raunhæfar tillögur til úrbóta þar sem greinin er veik fyrir en hugi jafnframt að því hvort hægt sé að bæta enn frekar þá þætti þar sem greinin er sterk.

Við vinnslu skýrslunnar hafa komið fram efasemdir um hvort fjöldi ferðamanna sér rétt skráður í úttektinni fyrir Ísland. Þeirri ábendingunni hefur nú þegar verið komið á framfæri. Sú leiðrétting ein og sér réttlætir þá vinnu sem lögð hefur verið í að endursegja þessi gögn. Hins vegar mega slíkar leiðréttingar ekki verða til þess að hætt sé við áframhaldandi vinnu við meginatriði úttektarinnar greininni til hagsbóta.

Nýsköpunarmiðstöð Íslands er samstarfsaðili Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar (World Economic Forum). Frekari upplýsingar um könnunina ásamt öðrum gögnum er varða samkeppnishæfni Íslands má finna á vefsíðu miðstöðvarinnar www.nmi.is eða á vef Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar www.weform.org.

Karl Friðriksson og Þorsteinn Ingi Sigfússon

Inngangsorð

Ísland er í ellefta sæti samkeppnishæfustu þjóða í ferðaþjónustu samkvæmt niðurstöðum víðtækrar rannsóknar Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar. Rannsóknin náði til 139 landa. Niðurstöðurnar eru unnar eftir svonefndri Samkeppnisvísitölu sem samanstendur af fjórtán þáttum sem mikilvægir eru fyrir aðila í ferðaþjónustugeiranum. Samkvæmt útreikningum Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar eru Svisslendingar leiðandi þjóð á sviði ferðaþjónustu, Þjóðverjar í öðru sæti, Frakkar í því þriðja, Austurríkismenn í fjórða og Svíar í fimmta.

Frá árinu 1979 hefur Alþjóðlega efnahagsstofnunin verið í fararbroddi rannsókna á samkeppnishæfni landa. Tilgangur hennar er sá að skoða samkeppnishæfni og stuðla að bættum skilningi á því hvers vegna sum lönd verða efnahagslega sterk á meðan önnur sitja eftir. Þegar litið er til langvarandi áhuga stofnunarinnar á efnahagsþróun, ásamt vaxandi mikilvægi ferðaþjónustu fyrir hagkerfi einstakra landa, er rannsókn sem beinir sjónum sínum að ferðaþjónustu mjög þýðingarmikil. Í þessu sambandi er markmið Skýrslu um samkeppnishæfni ferðaþjónustu (e. The Travel & Tourism Competitiveness Report) að rannsaka þá þætti og stefnumótun, sem er drífandi afl í samkeppnishæfni ferðaþjónustu þjóða um heim allan.

Sérstaklega ánægjulegt er að Alþjóðlega efnahagsstofnunin skuli beina athygli sinni að ferðaþjónustunni. Hún er vaxandi grein á Íslandi þar sem innviðir hennar hafa styrkst verulega undanfarin ár. Víða um heim er ferðaþjónusta orðin ein mikilvægasta atvinnugreinin og sums staðar er hún orðinn sú stærsta. Hún er jafnframt sá atvinnuvegur sem vex hvað hraðast þegar kemur að öflun gjaldeyristekna og sköpun nýrra starfa.

Alþjóðlega efnahagsstofnunin skiptir samkeppnisvísitölunni í 14 stoðir og þar af þrjá undirflokka.

Í fyrsta lagi lög og reglugerðir þar sem horft er til þess lagalega umhverfis sem ferðaþjónustan býr við.

Í öðru lagi viðskiptaumhverfi og innviði samfélagsins þar sem horft er til þess rekstarumhverfis og þeirra samfélagsinnviða sem við koma ferðaþjónustunni.

Þriðji flokkurinn nær til mannlegra, menningarlegra og náttúrulegra auðlinda hvers lands.

Í samanburði við aðrar Evrópuþjóðir kemur Ísland vel út þegar horft er til laga- og viðskiptalegs umhverfis en síður þegar kemur að mannlegum, menningarlegum og náttúrulegum auðlindum. á eftir.

Flestir sjá sóknarfæri í tengslum við náttúru og útivist en rúmur þriðjungur tilgreindi sérstaklega sérkenni vetursins, svo sem norðurljós, myrkur og kulda.

Flestir telja aðila á höfuðborgarsvæðinu eiga mesta möguleika á því að efla ferðaþjónustu utan háannar. Um helmingur telur Akureyri og nágrenni eiga mesta möguleika.

Samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar

Samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar

Markmið samkeppnisvísitölu ferðaþjónustunnar (TTCI), er að mæla þá þætti og stefnumótun sem gera þróun ferðaþjónustunnar að álitlegum kosti í mismunandi löndum. TTCI-vísitalan er samsett úr ýmsum áhrifaþáttum um samkeppnishæfni í ferðaþjónustu, og eru stoðirnar alls 14. Þær eru flokkaðar í þrjár undirvísitölur sem ná yfir víðtæka breytuflokka sem greiða fyrir, eða eru drífandi afl, í samkeppnishæfni ferðaþjónustu. Þessir flokkar eru:

1. Lög og reglugerðir
2. Viðskiptaumhverfi og innviðir
3. Mannauður, menning og náttúrulegar auðlindir.

Fyrsta undirvísitalan nær yfir þá þætti sem tengjast stefnumótun og falla almennt undir verksvið opinberrar stjórnsýslu (stefnumótandi reglur og reglugerðir, umhverfisreglugerðir, öryggi og forgangsröðun ferðaþjónustu), önnur undirvísitalan nær yfir þætti í rekstrarumhverfi og skipulagi hvers hagkerfis (skipulag loftsamgangna, skipulag samgangna á jörðu, skipulag ferðamála, skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni og verðsamkeppnishæfni) og þriðja undirvísitalan nær yfir mannlega, menningarlega og náttúrulega þætti í auðlindum hvers lands (mannauður, sýn þjóðarinnar á ferðamennsku og náttúruleg og menningarleg verðmæti).

Tafla 1: Samkeppnisvísitalan skiptist í þrjár undirvísitölur sem hver er samsett úr fjölda einstakra stoða.

Hver undirflokkanna þriggja er samsettur úr fjölda einstakra stoða. Gagnamengið inniheldur bæði beinharðar staðreyndir og gögn úr árlegri könnun Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar, Executive Opinion Survey. Fyrrnefndu staðreyndirnar eru fengnar úr opinberum heimildum, frá alþjóðlegum ferðaþjónustustofnunum og sérfræðingum á sviði ferðaþjónustu, til dæmis Alþjóðasambandi flugfélaga, Alþjóðaflugmálastofnuninni, Alþjóðaferðamálasamtökunum, Alþjóðaferðamálaráðinu og Menningarmálastofnun Sameinuðu þjóðanna. Könnunin var gerð meðal forstjóra og helstu viðskiptaleiðtoga í öllum hagkerfunum sem rannsóknin nær yfir – þetta er fólkið sem tekur fjárfestingarákvarðanir innan viðkomandi hagkerfa. Könnunin veitir einstakar upplýsingar um mörg eigindleg málefni sem varða viðskiptaumhverfi og stofnanir.

14 stoðir samkeppnisvísitölunnar

Búast má við því að 15 þættir verði til skoðunar í næstu útgáfu Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar þar sem þá munu liggja fyrir gögn um áhrif veðurfarsbreytinga á ferðaþjónustu. Eftirfarandi 14 stoðir eru til hliðsjónar við útreikninga á samkeppnisvísitölunni að þesssu sinni:

- Stefnumótandi reglur og reglugerðir
- Sjálfbærni umhverfisins
- Öryggi
- Heilbrigði og hreinlæti
- Forgangsröðun ferðaþjónustu
- Skipulag loftsamgangna
- Skipulag samgangna á jörðu niðri
- Skipulag ferðamennsku
- Skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni
- Verðsamkeppnishæfni í ferðamálaiðnaðinum
- Mannauður
- Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku
- Náttúruleg verðmæti
- Menningarleg verðmæti.

Stefnumótandi reglur og reglugerðir

Nær yfir það reglugerðaumhverfi sem aðilar innan ferðaþjónustunnar búa við. Reglugerðaumhverfi hvers lands leikur lykilhlutverk í öllum viðskiptum og hér eru mæld nokkur atriði opinberrar stjórnsýslu sem áhrif hafa á ferðaþjónustu. Meðal breyta sem eru til skoðunar eru aðgengi erlendra fjárfesta að innlendum mörkuðum, hve ferðamenn margra landa þurfa vegabréfsáritun til að komast inn í landið og hversu skuldbundið landið er opinni ferðaþjónustu (GATS).

Sjálfbærni umhverfisins

Skilvirk umhverfisvernd skilar sér í sjálfbærni náttúrunnar og gefur fyrirheit um að viðkomandi land verði eftirsóknarverður áfangastaður til framtíðar. Hér er meðal annars leitast við að kanna hve ströng löggjöf ríkir um umhverfisvernd og hversu góð eftirfylgni er með henni.

Öryggi

Öryggi er mikilvægur þáttur þegar kemur að samkeppnishæfni landa í ferðaþjónustu. Ferðamenn velja áfangastaði þar sem öryggi þeirra er tryggt. Í þessari stoð eru mældar breytur á borð við glæpi, ofbeldi, hryðjuverkaógn og tíðni bílslysa.

Heilbrigði og hreinlæti

Hreint drykkjarvatn, almennt hreinlæti og gæði heilbrigðiskerfisins eru ferðaþjónustunni mikilvæg. Heilbrigðiskerfi sem er vel í stakk búið til að taka fumlaust á móti ferðamönnum gerir viðkomandi land að meira aðlaðandi áfangastað en ella.

Forgangsröðun ferðaþjónustu

Hér er farið yfir stöðu ferðaþjónustunnar í hverju landi. Vilji stjórnvalda leikur lykilhlutverk í framþróun ferðageirans og frumkvöðlar þurfa á stuðningi hins opinbera að halda svo að hægt sé að þróa grasrótarverkefni. Einnig eru til athugunar breytur á borð við áhrif markaðssetningar og utanumhald um tölfræðilegar upplýsingar.

Skipulag flugsamgangna

Í þessari stoð er sjónum beint að gæðum flugsamgangna. Skoðaðir eru þeir innviðir sem nauðsynlegir eru til flugsamgangna. Allt frá fjölda flugsæta til gæða flugvalla í innan- og utanlandsflugi.

Skipulag samgöngukerfis á jörðu niðri

Aðgengi ferðamanna að samgöngum á jörðu niðri gegnir lykilhlutverki í ferðaþjónustu. Í samkeppnisvísitölunni er kannað víðfeðmi og gæði vegakerfis til að komast að því hve auðvelt er að nálgast þau svæði sem vekja áhuga ferðamanna.

Innviðir ferðaþjónustu

Svo að ferðaþjónustan gangi vel fyrir sig þarf ákveðin þjónusta að vera til staðar. Sem dæmi má nefna gistirými, bílaleigur, virkt fjármálakerfi og aðgengi að bönkum. Hér eru mældar breytur sem eiga það sameiginlegt að tengja saman þjónustuaðila í ferðaþjónustu.

Upplýsinga- og fjarskiptatækni

Alþjóðlega efnahagsstofnunin kannar hve þróuð upplýsinga- og fjarskiptatækni er í hverju landi. Gott aðgengi að netinu og þróað farsímakerfi er drifkraftur í hverju

þjóðfélagi. Farið er yfir það hvernig áhrif þess eru á samfélagið og að hve miklu leyti netið er notað í viðskiptum.

Verðsamkeppnishæfni í ferðaþjónustu

Í þessari stoð eru reiknaðir kostnaðarþættir sem tengdir eru ferðaþjónustu á einn eða annan hátt. Gerður er samanburður á hvers konar gjöldum, sköttum, verði á nauðsynjum og áhrifum þeirra á samkeppnishæfni hvers lands.

Mannauður

Menntun og hæfni starfsfólks er til marks um styrk þjónustunnar í heild. Hér er athygli beint að almennri stöðu menntunar í landinu. Áhersla er lögð á sérhæfða menntun starfsfólks í ferðaþjónustu auk þess sem könnuð er viðleitni einkageirans til starfsmenntunar og starfsþróunar. Einnig er farið yfir löggjöf um sveigjanleika vinnumarkaðarins með tilliti til þess hve auðvelt er að ráða erlent vinnuafl. Að lokum er farið yfir gögn um almennt heilbrigði almennings og vinnuafls hverrar þjóðar.

Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku

Í þessari stoð eru mæld viðhorf almennings og viðskiptasamfélagsins til ferðaþjónustu og erlendra gesta. Jafnframt er mikilvægi ferðaþjónustunnar fyrir hvert land kannað og farið yfir tölur um hlutfall fjárlaga ríkisins til ferðaþjónustu.

Náttúruleg verðmæti

Lönd sem eiga gnótt náttúrulegra verðmæta vekja eftirspurn hjá ferðamönnum. Alþjóðlega efnahagsstofnunin skilgreinir ýmsa ólíka þætti sem náttúruleg verðmæti. Til dæmis fjölda heimsminja sem eru á skrá hjá Unesco, fjölbreytileika náttúrulífs og hlutfall verndaðra svæða af stærð hvers lands.

Menningarleg verðmæti

Síðasta stoðin sem mæld er snýr að þeim menningarlegu verðmætum sem fyrir finnast í löndunum. Þau eru skilgreind allt frá menningarlegum heimsminjum til stórra íþróttaleikvanga og fjölda þeirra alþjóðlegu ráðstefna sem haldnar eru ár hvert. Jafnframt er sjónum beint að framleiðslu í hinum skapandi geira sem þykir sýna eina hlið menningarlegra verðmæta.

Þar með eru upp talin þau atriði sem Alþjóðlega efnahagsstofnunin notar til viðmiðunar á samkeppnisvísitölu í ferðaþjónustu. Þó ber að hafa í huga að stofnunin áréttar að vísitalan er í þróun. Áherslur innan hverrar stoðar geta breyst á milli mælinga sem kann að einhverju leyti að hafa áhrif á stöðu þjóða á milli þeirra ára sem samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar er birt. Breytingarnar eru engu að síður litlar og þróunin er hæg. Markmiðið er ávallt að gefa sem raunsannasta mynd af stöðu mála í hverju landi. Í niðurstöðum og viðauka má sjá frekari sundurgreiningu á einstaka þáttum

Ferðaþjónusta á tímum efnahagserfiðleika

Árið 2007 náði ferðaþjónustan sögulegum hæðum á heimsvísu þegar 900 milljónir ferðamanna fóru á milli landa. Vöxturinn átti sér engin fordæmi og hafði aukist samfellt um 6% fjögur ár í röð. Árið 2005 voru komur ferðamanna um 800 milljónir og höfðu því vaxið um 100 milljónir á einungis tveimur árum. En líkt og annars staðar fór ferðaþjónustan ekki varhluta af efnahagskreppunni. Samdráttur varð upp á 4,2% á árunum 2008-2009. Sum svæði komu að vísu betur út en önnur. Helst hélst ferðamannastraumurinn stöðugur í Asíu en Norður-Ameríka og Evrópa voru þær heimsálfur sem verst urðu úti. Í Evrópu höfðu t.a.m. meðaltekjur fyrir hvert hótelherbergi fallið um 18 dollara frá því sem best lét árið 2007. Úr 140 Bandaríkjadollurum niður í 122.

Þegar skýringar samdráttarins var leitað kom í ljós að ferðamenn leituðu í auknum mæli eftir því að ferðast til landa þar sem verð á mat og þjónustu var lágt. Í Evrópu þýddi það að hefðbundnir evrópskir sólarlandastaðir eins og Grikkland, Spánn og Portúgal þurftu að lúta samdrætti. Til að mynda fækkaði breskum ferðamönnum um 28% í Portúgal og um 21% á Kanaríeyjum á árunum 2008-2009. Þess í stað leituðu þeir austar í álfuna eða út fyrir hana þar sem verðlag var lægra og á sama tíma jókst straumur breskra ferðamanna til Túnis um

21% og til Egyptalands um 34%. „Sigurvegarar" efnahagskreppunnar voru því lönd þar sem verðlag var lágt, samgöngur góðar og viðskiptaumhverfi hagkvæmt eins og nauðsynlegt er til að skapa blómlega ferðaþjónustu.

Þó að hægst hafi á ferðamannastraumi til landa Evrópu á undanförnum árum benda tölfræðilegar upplýsingar til þess að ferðaþjónustan njóti þess í staðinn að fleiri velji að ferðast innanlands. Aukinn sveigjanleiki á vinnumarkaði hefur gefið fólki tækifæri tilað hluta fríin niður í smærri tímabil. Fyrir vikið velja margir að ferðast styttra en oftar á hverju ári. Þessi þróun á innanlandsmarkaði hefur komið til móts við þær efnahagsþrengingar sem vestræn ferðaþjónusta hefur glímt við og gert lendinguna mýkri en ella hefði orðið.

Hvernig getur ferðaþjónustan varið sig fyrir utanaðkomandi áföllum?

Efnahagsörðugleikar undanfarinna ára hafa víða leitt í ljós veikleika ferðaþjónustunnar. Þeir hafa sýnt fram á það hve knýjandi þörf er fyrir framsýna hugsun í atvinnugreininni. Þegar vel árar þurfa aðilar í ferðaþjónustu að gera sér langtímaáætlanir og fjárfesta til framtíðar. Hvert land þarf að velta fyrir sér sérstöðu sinni en um leið byggja upp fjölbreytta ferðaþjónustu sem er í stakk búin til þess að takast á við sveiflur í eftirspurn á markaði. Samkeppnishæfni til langs tíma kann að velta á þessari sýn og styrkja ferðaþjónustuna þegar efnahagsleg áföll dynja yfir. Gott dæmi um land sem sýnt hefur framsýni í þessum málum er Tyrkland sem ásamt því að bjóða upp á ódýrar sólarlandaferðir hóf markaðssókn í ferðaþjónustu tengda vetraríþróttum, siglingum, ólíkri menningarupplifun og heilbrigðisferðaþjónustu með góðum árangri. Á hinn bóginn eru lönd sem nær eingöngu hafa markaðssett eina tegund þjónustu, líkt og sólstrandarferðir Spánar, Portúgals og Grikkland eru dæmi um, líklegri til þess að verða fyrir stærri áföllum þegar efnahagur heimsins er á niðurleið.

Ferðaþjónustan er því, líkt og aðrar atvinnugreinar, háð sífelldri ígrundun, endurskoðun og nýsköpun. Án þeirra er hætt við því að hvers konar áföll, t.d. í formi efnahagskreppu og veðurfars- eða vistkerfisbreytinga, geti leitt til þess að ferðaþjónustan verði um of háð utanaðkomandi áhrifum. Í skýrslu Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar um samkeppnisvísitöluna má finna grein eftir Jürgen Ringbeck og Tim Pietch sem birtist undir yfirskriftinni Crisis aftermath: Pathways to more resilliant Travel and tourism sector. Þeir gera ferðaþjónustu á tímum efnahagsþrenginga að umfjöllunarefni og telja að með því að hafa eftirfarandi fimm atriði að leiðarljósi sé hægt að verja sig fyrir sveiflum á markaði.

1. Að gera aðgerðaáætlun sem ætlað er að takast á við samdrátt á markaði. Hún byggist upp á náinni samvinnu stjórnvalda og einkaaðila í ferðaþjónustu

Ringbeck og Pietch telja að með fyrir fram ákveðnum aðgerðaáætlunum sé hægt að mæta samdrætti í ferðaþjónustu með festu. Til þess að svo megi vera leggja þeir áherslu á að góð samvinna þurfi að ríkja á milli aðila í ferðaþjónustu og stjórnvalda. Séu skýrar línur í ákvörðunartökuferli þessara aðila, samhliða fyrir fram mótuðum áætlunum um það hvernig beri að mæta dvínandi eftirspurn, megi lágmarka það tjón sem hlýst af samdrætti. Í þessu samhengi nefna Ringbeck og Pietch mikilvægi þess að leggja frumkvöðlum í atvinnugreininni lið. Þannig megi skapa jarðveg fyrir fjölbreyttari ferðaþjónustu og með því móti geti landið haldið áfram að laða að sér ferðamenn þó að samdráttur ríki hjá ákveðnum hluta ferðaþjónustunnar.

Þegar tekið er mið af Íslandi út frá tillögu eitt hjá Ringbeck og Pietch er landið í 9. sæti í stoðinni um forgangsröðun ferðaþjónustunnar samkvæmt samkeppnisvísitölunni. Hún samanstendur meðal annars af þremur breytum, forgangsröðun ferðaþjónustu hjá stjórnvöldum þar sem Ísland er 51. sæti, fjárframlögum til ferðaþjónustu þar sem landið er í 6.sæti og því hve skilvirk markaðssetning og vörumerkjaþróun er í að laða að ferðamenn þar sem Ísland er í 30. sæti. Þessar tölur gefa til kynna að ágæt samvinna sé á milli aðila í ferðaþjónustu og stjórnvalda. Engu að síður veita þessar niðurstöður ekki nægilegar upplýsingar til þess að draga megi ályktanir um það hvernig samvinnunni sé háttað. Engin stoð mælir það hve skilvirk ákvörðunartakan er eða hvort til sé aðgerðaáætlun um það hvernig

skuli bregðast við samdrætti. Hvað varðar fjárfestingar til handa frumkvöðlum, gefa fjárframlög til ferðaþjónustu til kynna að stuðningurinn sé góður. Sé aftur á móti horft til erlendrar fjárfestingar skila stífar reglur á Íslandi landinu í 133. sæti sem er meðal lægstu þjóða. Því er ólíklegt að erlendir aðilar sjái hag sinn í að fjárfesta í íslenskri ferðaþjónustu, en auðvitað er undantekning á þessari meginniðurstöðu.

2. Að leggja niður ferðahöft og bjóða upp á opið markaðsumhverfi

Þegar komum ferðamanna fækkar telja Ringbeck og Pietch að hægt sé að auka ferðamannastrauminn á ný með tímabundnum skattalækkunum og bættu ferðafrelsi. Slíkar aðgerðir geti liðkað til fyrir innlendri og erlendri fjárfestingu samhliða því að auðvelda aðgengi ferðamanna að landinu. Þeir tiltaka sérstaklega að það sé þeirra mat að lægri skattar geti liðkað til fyrir nýsköpun auk þess sem þau fyrirtæki sem fyrir eru geti styrkt rekstrargrundvöll sinn. Samhliða því hjálpar það til við að laða að erlenda fjárfesta eins og hótelkeðjur eða samskiptafyrirtæki sem hjálpar ferðaþjónustunni í heild sinni.

Ferðamenn sem ferðast til Íslands búa við svipað ferðafrelsi og þeir gera meðal þeirra samanburðaþjóða sem taldar eru upp hér í niðurstöðukafla skýrslunnar. Ísland er í 18. sæti samkeppnisvísitölunnar þegar skoðaður er fjöldi tvíhliða samninga ríkisins við aðrar þjóðir um flugþjónustu og í 10. sæti þegar kannað er í hversu góðum tengslum flugsamgöngur í landinu eru við erlenda markaði. Ísland er, líkt og allar samanburðarþjóðirnar, í 42. sæti þegar skoðaður er fjöldi þjóða sem ekki þarf sérstaka vegabréfsáritun til þess að koma inn í landið en það á við um ferðamenn 68 þjóða.

Lítillega er komið að áhrifum skattlagningar undir stoðinni um verðsamkeppnishæfni þjóða. Undir henni eru fimm breytur og meðal annars eru skoðuð áhrif skattlagningar á ferðamenn í formi flugvallagjalda og farmiðaskatta þar sem Ísland er í 19. sæti. Landið er í 37. sæti þegar skoðuð eru áhrif skattlagningar á vinnu frumkvöðla og fjárfestingu samkvæmt tölum sem unnar voru upp úr skoðanakönnun meðal stjórnenda í viðskiptalífinu á árunum 2009-2010. Þessar tölur gefa til kynna að áhrif skattlagningar á ferðaþjónustu séu nokkur þótt samanburðarþjóðir við Ísland í töflu 4 og 5 í niðurstöðukafla skýrslunnar séu í flestum tilvikum neðar á listanum og áhrif skattlagningar því meiri þar.

3. Að bjóða upp á fjölbreyttari valkosti fyrir ferðamenn

Ringbeck og Pietch segja að aðilar í ferðaþjónustu þurfi að víkka sjóndeildarhringinn og vera opnir fyrir því að markaðssetja lönd sín á fjölbreytilegan máta. Ferðamynstur séu að breytast og ferðamenn í auknu mæli spenntir fyrir því að heimsækja fleiri en einn stað í sömu ferð. Þeir leggja til svæðisbundna samvinnu á milli nærliggjandi landa.

Með sameiginlegri markaðssetningu ólíkra landa sé hægt að ná betri árangri í að kynna ákveðin landsvæði fyrir erlendum ferðamönnum í stað þess að einblína á eitt landi í einu. Einnig hvetja þeir til þess að aðilar í ferðaþjónustu geri sér grein fyrir sérstöðu og möguleikum hvers lands. Í því samhengi nefna þeir til að mynda heilbrigðisferðaþjónustu, ferðir á afskekkta staði þar sem einstök náttúra ríkir (ecotourism) og ferðamennsku í bland við sjálfboðaliðastarf. Mikilvægt sé að aðilar í ferðaþjónustu takmarki sig ekki við eina tegund ferða heldur skoði innviði samfélagsins og þá möguleika sem þeim fylgja.

Þegar horft er til Íslands í þessu samhengi lendir það í 30. sæti yfir það hversu skilvirk markaðssetning og vörumerkjaþróun landsins er að mati stjórnenda í ferðaþjónustu. Ísland kemur best út allra Norðurlandanna í þessari breytu.

Engar upplýsingar eru í samkeppnisskýrslunni um það hvernig samvinnu í ferðaþjónustu á milli landa er háttað eða hvort hún sé til staðar á annað borð. Þegar horft er til sérstöðu Íslands stendur upp úr breytan um gæði náttúrulegs umhverfis þar sem landið er í 6. sæti. Það gefur til kynna að Ísland standi vel þegar kemur að því að markaðssetja landið sem einstakt og afskekkt náttúrusvæði (ecotourism). Eins stendur það vel í stoðinni um heilbrigði og hreinlæti þar sem Ísland er í 4. sæti. Það ætti að veita aðilum í ferðaþjónustu á Íslandi möguleika á því að kanna hvort forsendur séu fyrir markaðssókn í heilbrigðisferðaþjónustu.

4. Að hlúa að framtakssemi og nýsköpun, innlendri ferðaþjónustu til heilla

Í grein Ringbeck og Pietch kemur fram að sökum vaxandi kostnaðar og rýrnandi kaupmáttar ferðist færri. Fyrir vikið hefur víða dregið úr komum erlendra gesta. Þeir segja þó að á móti hafi reynslan sýnt að fólk hættir ekki alfarið að ferðast heldur breytir ferðatilhögunum sínum og ferðist styttra. Undanfarin ár hefur ferðum innanlands fjölgað mikið og í þeim löndum þar sem inniviðir eru sterkir í ferðaþjónustu hefur samdrátturinn orðið minni en búast mátti við. Þeir telja að með því að styðja við nýsköpun og uppbyggingu á innanlandsmarkaði gefist tækifæri til að sækja á nýjan markhóp innlendra gesta. Með þessu móti er ekki einungis hægt að mýkja fallið á erfiðum tímum heldur hefja jafnframt markaðssókn sem nýst getur ferðaþjónustunni til framtíðar.

Eins og kom fram í tillögu eitt frá Ringbeck og Pietch nýtur ferðaþjónustan ágætra fjárframlaga frá stjórnvöldum en Ísland er í 6. sæti í þeirri breytu. Sú staðreynd, ásamt niðurstöðum stoðar um sterka innviði í ferðaþjónustunnar þar sem Ísland er í 7. sæti, gefur til kynna að góðar forsendur séu til staðar fyrir nýsköpun í ferðaþjónustu. Ringbeck og Pietch telja jafnframt að mikilvægt sé að samgöngur séu góðar svo að ferðaþjónusta innanlands dafni. Ísland er í 64. sæti í breytunni um þann sæta- og kílómetrafjölda sem stendur til boða í innanlandsflugi. Landið er töluvert fyrir aftan hin Norðurlöndin í þeirri breytu eins og fram kemur hér í niðurstöðukafla skýrslunnar. Staðan er betri þegar sjónum er beint að samgöngum á jörðu niðri. Ísland er í 12. sæti þegar gæði vega eru skoðuð og í 28. sæti þegar gæði samgöngukerfa eru til athugunar undir stoðinni um samgöngur á jörðu niðri. Þegar rýnt er í þessar tölur má ætla að ferðaþjónustan myndi njóta góðs af bættum samgöngum bæði í lofti og á jörðu niðri.

5. Kanna fjárfestingarmöguleika með það fyrir sjónum að stuðla að sjálfbærni ferðaþjónustunnar

Ringbeck og Pietch segja að fjölbreytni sé lykilhugtak þegar tekist er á við síbreytilega eftirspurn á markaði. Þeir telja að stefnumótandi aðilar þurfi að huga að langtímafjárfestingu og uppbyggingu á ólíkri tegund ferðaþjónustu. Þannig geti ferðaþjónustan orðið sjálfbær og ekki um of háð dyntum markaðarins. Séu innviðir samfélagsins sterkir og möguleikar ferðamanna margir reynist auðveldara að laga sig að breyttum aðstæðum á markaði. Með því móti megi skapa sjálfbæra atvinnugrein til langs tíma.

Engar upplýsingar eru í skýrslu samkeppnisvísitölunnar um það hvernig stefnumótun er háttað á Íslandi enda engin stoð sem mælir gæði stefnumótunar í ferðaþjónustunni. Ísland er þó í 9. sæti í stoðinni um forgangsröðun ferðaþjónustu sem bendir til þess að henni sé gefinn góður gaumur.

Efnahagsleg niðursveifla undanfarinna ára hefur víða leitt í ljós veikleika í ferðaþjónustu. Í sumum löndum hefur verið einblínt um of á eina tegund ferðaþjónustu og þar hefur samdrátturinn verið einna mestur. Sólstrandarferðir til Spánar, Grikklands og Portúgals eru gott dæmi um það. En af veikleikunum má læra og stefnumótandi aðilar geta notað niðursveiflu undanfarinna ára til þess að meta sína veikleika.

„Sigurvegarar" niðursveiflunnar eru lönd sem voru búin að byggja upp fjölbreytta ferðaþjónustu og höfðu bolmagn til þess að takast á við aukna eftirspurn ferðamanna eins og Tyrkland er dæmi um.

Samanburður við helstu samkeppnislönd

Samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar var fyrst kynnt árið 2007 og kom Ísland þá best út allra Norðurlandanna og var í 4. sæti listans.

Árið 2009 hafði Ísland færst niður í 16. sæti. Í rannsókninni sem hér er til umfjöllunar hefur ferðaþjónustunni á Íslandi farið fram um fimm sæti og er nú í 11. sæti. Svíþjóð er í 5. sæti og er því hið eina Norðurlandanna sem stendur betur en Ísland á listanum. Ísland er í 8. sæti þegar einungis er horft til Evrópu og er það framför um þrjú sæti frá árinu 2009.

Heimurinn 2011	Niðurröðun 2009	Evrópa 2011
1 .Sviss	*1*	*1. Sviss*
2. Þýskaland	*3*	*2. Þýskaland*
3. Frakkland	*4*	*3. Frakkland*
4. Austurríki	*2*	*4. Austurríki*
5. Svíþjóð	*7*	*5. Svíþjóð*
6. Bandaríkin	*8*	*6. Bretland*
7. Bretland	*11*	*7. Spánn*
8. Spánn	*6*	*8. Ísland*
9. Kanada	*5*	*9. Holland*
10. Singapore	*10*	*10. Lúxemborg*
11. Ísland	*16*	*11. Danmörk*
12. Hong Kong	*12*	*12. Finnland*
13. Ástralía	*9*	*13. Portúgal*
14. Holland	*13*	*14. Noregur*
15. Lúxemborg	*23*	*15. Írland*
16. Danmörk	*14*	*16. Belgía*
17. Finnland	*15*	*17. Kýpur*
18. Portúgal	*17*	*18. Eistland*
19. Nýja Sjáland	*20*	*19. Malta*
20. Noregur	*19*	*20. Ítalía*

Tafla 2. Niðurröðun 20 efstu þjóða samkeppnisvísitölu ferðaþjónustunnar. Ísland er í 11. sæti á heimsvísu en í 8. sæti Evrópuþjóða.

Ísland í samanburði við Norðurlönd og fimm efstu þjóðirnar

Þegar bornar eru saman þær 14 stoðir sem samkeppnisvísitalan samanstendur af kemur Ísland best út í tveimur þeirra, það er að segja í skipulagi upplýsinga- og fjarskiptatækni, þar sem Ísland er í 3. sæti, og gæðum þess mannauðs sem fyrirfinnst í landinu, þar sem landið er einnig í 3. sæti. Verst stendur Ísland í stoðunum um náttúruauðlindir, þar sem landið er í 80. sæti, og verðsamkeppnishæfni í ferðaþjónustu sem skilar Íslandi í 71. sæti. Þó ber að hafa í huga að Ísland stendur framar í stoðinni um verðsamkeppnishæfni en þau lönd sem eru til samanburðar í töflu 4 og 5. Þar má einnig sjá að staða Íslands er góð í tveimur af þremur undirflokkum samkeppnisvísitölunnar. Ísland er í öðru sæti þegar stefnumótandi lög og reglugerðir eru skoðaðar og í sjötta

Áhrifaþættir á samkeppni	Ísland	Sviss	Þýskaland	Frakkland	Austurríki	Svíþjóð
Vísitala 2011	11	1	2	3	4	5
Vísitala 2009	16	1	3	4	2	7
Lög og reglugerðir	2	1	12	7	3	11
Stefnumótandi reglur og reglugerðir	33	18	20	22	28	8
Umhverfisreglugerðir	15	2	4	9	5	1
Öryggi	4	2	9	20	10	7
Heilbrigði og hreinlæti	4	13	7	5	3	36
Forgangsröðun ferðaþjónustu	9	14	83	28	16	60
Viðskiptaumhverfi og innviðir	6	1	2	8	12	15
Skipulag loftsamgangna	18	13	7	6	26	10
Skipulag samgangna á jörðu niðri	32	5	3	4	14	16
Skipulag ferðamennsku	7	8	15	18	1	37
Skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni	3	2	7	12	25	1
Verðsamkeppnishæfni í ferðamálaþjónustu	71	127	125	138	121	120
Mannauður, menning og náttúruauðlindir	41	2	5	9	10	8
Mannauður	3	1	19	26	25	13
Menntun og þjálfun	11	1	6	14	13	2
Framboð af þjálfuðu starfsfólki	14	2	75	68	72	46
Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku	14	34	81	40	15	54
Náttúruleg verðmæti	80	16	18	31	43	45
Menningarleg verðmæti	56	9	4	10	13	1

Tafla 3: Samanburður á stöðu Íslands við fimm efstu Evrópulöndin með hliðsjón af samkeppnishæfni.

sæti þegar kemur að viðskiptaumhverfi og innviðum viðskiptalífsins. Aftur á móti er staðan síðri þegar mannauður, menning og náttúrulegar auðlindir eru kannaðar þar sem Ísland er í 41. sæti af 139 löndum. Í töflum 4 og 5 er Ísland annars vegar borið saman við fimm efstu Evrópulöndin yfir samkeppnishæfni í ferðaþjónustu og hins vegar er gerður samanburður við önnur Norðurlönd. Rauðu og feitletruðu tölurnar eru þau atriði þar sem staða Íslands er verst. Þar eru því tækifæri til umbóta.

Áhrifaþættir á samkeppni	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Vísitala 2011	*11*	*16*	*5*	*20*	*17*
Vísitala 2009	*16*	*14*	*7*	*19*	*13*
Lög og reglugerðir	*2*	*15*	*11*	*8*	*5*
Stefnumótandi reglur og reglugerðir	*33*	*17*	*8*	*15*	*5*
Umhverfisreglugerðir	*15*	*3*	*1*	*6*	*7*
Öryggi	*4*	*8*	*7*	*3*	*1*
Heilbrigði og hreinlæti	*4*	*38*	*36*	*23*	*12*
Forgangsröðun ferðaþjónustu	*9*	*81*	*60*	*36*	*65*
Viðskiptaumhverfi og innviðir	*6*	*16*	*15*	*26*	*30*
Skipulag loftsamgangna	*18*	*17*	*10*	*9*	*16*
Skipulag samgangna á jörðu niðri	*32*	*7*	*16*	*63*	*21*
Skipulag ferðamennsku	*7*	*24*	*37*	*23*	*42*
Skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni	*3*	*10*	*1*	*11*	*17*
Verðsamkeppnishæfni í ferðamálaþjónustu	*71*	*139*	*120*	*134*	*128*
Mannauður, menning og náttúruauðlindir	*41*	*26*	*8*	*32*	*25*
Mannauður	*3*	*4*	*13*	*16*	*7*
Menntun og þjálfun	*11*	*9*	*2*	*10*	*5*
Framboð af þjálfuðu starfsfólki	*14*	*6*	*46*	*44*	*18*
Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku	*14*	*111*	*54*	*88*	*83*
Náttúruleg verðmæti	*80*	*77*	*45*	*60*	*66*
Menningarleg verðmæti	*56*	*22*	*1*	*27*	*26*

Tafla 4. Samanburður á stöðu Íslands við önnur Norðurlönd með hliðsjón af samkeppnihæfni.

Ísland í samanburði við lönd í viðmiðunarhópnum Ísland allt árið

Í skýrslu verkefnisins Ísland allt árið um hagnýt viðmið (e.benchmarking) er Kanada, Finnland, Nýja Sjáland og Noregur valin til viðmiðunar. Sjá töflu 6. Þessi lönd voru talin áhugaverðust fyrir slíkan samanburð með hliðsjón af þróun ferðaþjónustunnar innan þeirra og margbreytileika á sviði ferðaþjónustunnar. Af þessu löndum kemur Kanada (9. sæti) betur út en Ísland (11. sæti) er varðar samkeppnishæfni. Ísland kemur betur út en umrædd lönd í mörgum þáttum eins og lög og reglugerðir og öryggismálum þar sem Ísland (4.sæti) en Finnland (1.sæti) skorar hæst af löndunum. Ísland er hærri en viðmiðunarlöndin hvað varðar heilbrigði og hreinlæti og það sem nefnt er forgangsröðun ferðaþjónustu og mannauður. Veikleiki Íslands miðaða við þessi viðmiðunarlönd er á sviði stefnumótandi reglur og reglugerðir, skipulags loftsamgangna og í liðunum mannauður, menning og náttúruauðlindir, náttúruleg- og menningarleg verðmæti. Öll viðmiðunarlöndin skora ílla í tveimur liðum, skipulag samgangna á jörðu niðri og verðsamkeppni í ferðaþjónustu.

Áhrifaþættir á samkeppni	Ísland	Kanada	Finnland	Nýja Sjáland	Noregur
Vísitala 2011	*11*	*9*	*17*	*19*	*20*
Vísitala 2009	*16*	*5*	*15*	*20*	*19*
Lög og reglugerðir	*2*	*25*	*5*	*13*	*8*
Stefnumótandi reglur og reglugerðir	*33*	*4*	*5*	*3*	*15*
Umhverfisreglugerðir	*15*	*35*	*7*	*20*	*6*
Öryggi	*4*	*24*	*1*	*14*	*3*
Heilbrigði og hreinlæti	*4*	*52*	*12*	*30*	*23*
Forgangsröðun ferðaþjónustu	*9*	*40*	*65*	*21*	*36*
Viðskiptaumhverfi og innviðir	*6*	*5*	*30*	*25*	*26*
Skipulag loftsamgangna	*18*	*1*	*16*	*11*	*9*
Skipulag samgangna á jörðu niðri	*32*	*33*	*21*	*50*	*63*
Skipulag ferðamennsku	*7*	*21*	*42*	*36*	*23*
Skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni	*3*	*14*	*17*	*23*	*11*
Verðsamkeppnishæfni í ferðamálaþjónustu	*71*	*105*	*128*	*84*	*111*
Mannauður, menning og náttúruauðlindir	*41*	*7*	*25*	*22*	*32*
Mannauður	*3*	*5*	*7*	*14*	*16*
Menntun og þjálfun	*11*	*4*	*5*	*15*	*10*

Tafla 5. Samanburður á stöðu Íslands við lönd sem notuð eru til viðmiðunar í verkefninu Ísland allt árið með hliðsjón af samkeppnihæfni. (Framh. á næstu síðu).

Áhrifaþættir á samkeppni	Ísland	Kanada	Finnland	Nýja Sjáland	Noregur
Framboð af þjálfuðu starfsfólki	*14*	*11*	*18*	*17*	*44*
Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku	*14*	*52*	*83*	*18*	*88*
Náttúruleg verðmæti	*80*	*11*	*66*	*30*	*60*
Menningarleg verðmæti	*56*	*18*	*26*	*49*	*27*

Tafla 5. (framh.) Samanburður á stöðu Íslands við lönd sem notuð eru til viðmiðunar í verkefninu Ísland allt árið með hliðsjón af samkeppnihæfni.

Einstök viðmið í samkeppnishæfni

Hver stoð samanstendur af fjölmörgum breytum sem Alþjóðlega efnahagsstofnunin notar við útreikninga á samkeppnisvísitölu í ferðaþjónustu.

Af töflum 4 og 5 má sjá með hjálp rauða letursins þá þætti sem Ísland getur bætt. Hér fyrir neðan er nánari skoðun á þeim þáttum þar sem ferðaþjónustan á Íslandi stendur höllum fæti. Sérstök áhersla er lögð á samanburð við önnur Norðurlönd. Við hlið hverrar breytu kemur fram hvaða sæti Ísland skipar í hverri breytu.

Stefnumótandi reglur og reglugerðir

Hér eru mæld þau atriði sem snúa að stjórnvöldum og þeirra þætti í að skapa umhverfi sem er arðvænlegt fyrir aðila í ferðaþjónustugeiranum. Þessi stoð er mæld með því að kanna níu breytur, þær eru:

- Erlent eignarhald – 133. sæti
- Friðhelgi eignarréttarins – 32. sæti
- Áhrif reglna á erlenda fjárfestingu – 132. sæti
- Kröfur um vegabréfsáritun – 42. sæti
- Tvíhliða samningar um flugþjónustu – 18. sæti
- Gegnsæi í setningu löggjafar – 16. sæti
- Sá tími sem það tekur að stofna fyrirtæki – 9. sæti
- Kostnaður við stofnun fyrirtækis – 28. sæti
- Höft í ferðaþjónustu samkvæmt GATS* – 16.sæti.

Af þessu má sjá að Ísland stendur sérstaklega höllum fæti þegar kemur að samkeppnishæfni vegna laga um erlent eignarhald. Þar eru Íslendingar meðal lægstu þjóða á meðan aðrar Norðurlandaþjóðir státa af mun opnara viðskiptaumhverfi í þessari breytu. Í öðrum þáttum stendur Ísland betur.

Stefnumótandi reglur og reglugerðir	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Erlent eignarhald	*133*	*44*	*4*	*24*	*23*
Friðhelgi eignarréttarins	*32*	*11*	*5*	*9*	*2*
Áhrif reglna á erlenda fjárfestingu	*132*	*78*	*15*	*83*	*41*
Kröfur um vegabréfsáritun	*42-71*	*42-71*	*42-71*	*42-71*	*42-71*
Tvíhliða samningar um flugþjónustu	*18*	*19*	*76-78*	*73*	*36*
Gegnsæi í stefnumótun stjórnvalda	*16*	*9*	*6*	*12*	*8*
Tími við stofnun fyrirtækis	*9*	*13-21*	*62-66*	*21-27*	*57*
Kostnaður við stofnun fyrirtækis	*28*	*1*	*6*	*20*	*15*
Höft í ferðaþjónustu samkvæmt GATS	*16*	*65*	*41-42*	*17-26*	*5*
Niðurstaða stoðar	*33*	*17*	*8*	*15*	*5*

Tafla 6: Samanburður á stefnumótandi reglum og reglugerðum á milli norðurlanda.

Sjálfbærni umhverfis

Ísland er í 15. sæti yfir það reglugerðaumhverfi sem ríkir í umhverfismálum.

Markmið umhverfisreglugerða er að stuðla að sjálfbærni náttúrunnar og stuðla þannig að framtíð ferðaþjónustunnar. Að baki mælingu á umhverfisreglugerðum eru sjö breytur:

- Hve ströng löggjöfin er – 16. sæti
- Hve ströng eftirfylgni er með löggjöfinni – 15. sæti
- Sjálfbærni í ferðaþjónustu – 29. sæti
- Hlutfallsleg losun koltvísýrings – 98. sæti
- Svifryksmengun – 19. sæti
- Hlutfall dýra í útrýmingarhættu – 52. sæti
- Aðili að umhverfissáttmálum – 65.-81. sæti.

Þó að Ísland sé í 15. sæti í stoðinni um sjálfbærni umhverfisins ber að athuga að Ísland lendir neðar á listanum en öll samanburðarlöndin í töflu 4 og 5.

Helst stendur upp úr tregi Íslendinga til að taka að fullu þátt í umhverfissáttmálum auk þess sem hlutfallsleg losun koltvísýrings er mikil þótt hún sé ekki meiri en annarra Norðurlandaþjóða.

Umhverfisreglugerðir	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Hve hörð löggjöfin er	*16*	*8*	*2*	*7*	*5*
Eftirfylgni með löggjöf	*15*	*5*	*2*	*10*	*6*
Sjálfbærni í ferðaþjónustu	*29*	*20*	*12*	*53*	*26*
Hlutfallsleg losun koltvísýrings	*98*	*109*	*83*	*108*	*123*
Svifryksmengun	*19*	*22*	*2*	*9*	*18*
Hlutfall dýra í útrýmingarhættu	*52*	*3*	*2*	*26*	*9*
Aðili að umhverfissáttmálum	*65-81*	*1*	*1*	*10*	*11*
Niðurstaða stoðar	*15. sæti*	*3. sæti*	*1. sæti*	*6. sæti*	*7. sæti*

Tafla 7: Samanburður á umhverfisreglugerðum Norðurlandaþjóða.

Skipulag loftsamgangna

Hér eru mældar sjö breytur viðkomandi skipulagi loftsamgangna. Ísland er í 18. sæti í þessari stoð:

- Gæði skipulags loftsamgangna –7. sæti
- Sæta- og kílómetrafjöldi í innanlandsflugi – 64. sæti
- Sæta- og kílómetrafjöldi í utanlandsflugi – 82. sæti
- Brottfarir flugvéla á hverja 1000 íbúa – 7. sæti
- Fjarlægð á milli flugvalla – 1. sæti
- Fjöldi flugfélaga – 117. sæti
- Alþjóðlegt net flugsamgangna – 10. sæti.

Ísland lendir neðst allra Norðurlandanna í skipulagi loftsamgangna. Þó ber að athuga að lítið ber í milli. Ástæðan fyrir lágum fjölda flugfélaga kann að stafa af fámenni.

Af sömu sökum lendir Ísland einnig neðarlega þegar skoðaður er sæta- og kílómetrafjöldi í innan- og utanlandsflugi. Hann er ekki mældur sem hlutfall af fólksfjölda heldur með því að kanna heildarfjölda kílómetra sem flugvélar í viðkomandi landi fljúga og deila þeim niður á sætin sem eru í boði. Staðan er önnur og betri í breytunni um brottfarir flugvéla á hverja 1000 íbúa þar sem Ísland er í 7. sæti.

Skipulag loftsamgangna	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Skipulag loftsamgangna	*7*	*6*	*12*	*10*	*15*
Sæta- og kílómetrafjöldi í innanlandsflugi	*64*	*44*	*36*	*27*	*40*
Sæta- og kílómetrafjöldi í utanlandsflugi	*82*	*38*	*41*	*48*	*42*
Brottfarir flugvéla á hverja 1000 íbúa	*7*	*13*	*16*	*3*	*15*
Þéttleiki flugvalla	*1*	*27*	*10*	*3*	*11*
Fjöldi flugfélaga	*117*	*23*	*21*	*37*	*52*
Alþjóðlegt net flugsamgangna	*10*	*18*	*24*	*38*	*15*
Niðurstaða stoðar	*18. sæti*	*17. sæti*	*10. sæti*	*9. sæti*	*16. sæti*

Tafla 8: Samanburður á skipulagi loftsamgangna Norðurlanda.

Skipulag samgangna á jörðu niðri

Ísland er í 32. sæti þegar skipulag samgangna á jörðu niðri er skoðað. Í rannsókninni voru skoðaðar fimm breytur:

- Gæði vega – 28. sæti
- Gæði og skipulag járnbrautarkerfis (gögn vantar)
- Gæði og skipulag hafnarsvæða – 6. sæti
- Gæði samgöngukerfa á landi – 12. sæti
- Þéttleiki vega á hverja 100 ferkílómetra – 101. sæti.

Ástæða þess að Ísland stendur Norðurlöndunum, að Noregi undanskildum, að baki í breytunni um samgöngur á jörðu niðri má rekja til þess að á Íslandi er engin járnbraut og því eru ekki til upplýsingar um stöðu járnbrautarkerfa á Íslandi.

Eins má benda á að þótt Ísland sé í 101. sæti þegar þéttleiki vega er skoðaður kann ástæðan að vera sú að landið er stórt og strjálbýlt.

Skipulag samgangna á jörðu niðri	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Gæði vega	*28*	*9*	*18*	*79*	*13*
Gæði og skipulag járnbrautarkerfis	*Gögn vantar*	*12*	*14*	*50*	*7*
Gæði og skipulag hafnarsvæða	*6*	*10*	*9*	*15*	*6*
Gæði samgöngukerfa á landi	*12*	*14*	*7*	*38*	*8*
Þéttleiki vega á hverja 100 ferkílómetra	*101*	*18*	*36*	*71*	*79*
Niðurstaða stoðar	*32. sæti*	*7. sæti*	*16. sæti*	*63. sæti*	*21. sæti*

Tafla 9: Samanburður milli Norðurlanda á skipulagi samgangna á jörðu niðri.

Verðsamkeppnishæfni ferðaþjónustunnar

Ísland er í 71. sæti þegar kemur að verðsamkeppnishæfni ferðaþjónustunnar. Stoðin samanstendur af fimm breytum, þær eru:

- Farmiðaskattar og flugvallargjöld – 19. sæti
- Kaupmáttur – 121. sæti
- Áhrif skattlagningar – 37. sæti
- Eldsneytisverð – 76. sæti
- Vísitala hótelgistingar – 39. sæti.

Þótt Ísland standi best allra Norðurlandanna í þessari stoð er þetta engu að síður næstlægsta sætið sem landið skipar í þeim 14 stoðum sem samkeppnisvísitalan samanstendur af. Þrátt fyrir fall krónunnar er enn-þá tiltölulega dýrt að versla á Íslandi eins og breytan um kaupmátt gefur til kynna. Athyglisvert er að sjá að farmiðaskattar og flugvallargjöld eru lægri hér en á öðrum Norðurlöndum.

Verðsamkeppnishæfni í ferðaþjónustu	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Farmiðaskattar og flugvallargjöld	*19*	*98*	*22*	*45*	*38*
Kaupmáttur	*121*	*138*	*127*	*137*	*135*
Áhrif skattlagningar	*37*	*130*	*110*	*64*	*114*
Eldsneytisverð	*76*	*121*	*108*	*129*	*125*
Vísitala hótelgistingar	*39*	*88*	*61*	*85*	*60*
Niðurstaða stoðar	*71. sæti*	*139. sæti*	*120. sæti*	*134. sæti*	*128. sæti*

Tafla 10: Samanburður milli Norðurlanda varðandi verðsamkeppnihæfni.

Náttúruleg verðmæti

Ísland er í 80. sæti þegar kemur að náttúrulegum verðmætum. Fjórar breytur liggja að baki stoðinni um náttúruleg verðmæti:

- Fjöldi náttúruminja á heimsminjaskrá – 43.-75. sæti
- Friðlýst svæði sem hluti af heildarlandsvæði – 91. sæti
- Gæði náttúrulegs umhverfis – 6. sæti
- Fjöldi villtra dýrategunda – 137. sæti.

Surtsey er eini staðurinn á Íslandi sem er á heimsminjaskrá yfir náttúruminjar hjá Unesco. Einungis 5,7% landsvæðis er friðlýst og skilar það Íslandi í 91. sæti listans af þeim 139 þjóðum sem samkeppnisvísitalan nær yfir. Ísland er í 137. sæti þegar kemur að fjölda villtra dýrategunda. Á Íslandi lifa 133 villtar dýrategundir en í aðeins tveimur þeirra landa sem könnunin náði til eru færri villtar dýrategundir.

Náttúruleg verðmæti	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Fjöldi náttúruminja á heimsminjaskrá	*43-75*	*43-75*	*24*	*43-75*	*43*
Friðlýst svæði sem hluti af heildarlandsvæði	*91*	*105*	*62*	*61*	*74*
Gæði náttúrulegs umhverfis	*6*	*11*	*1*	*7*	*4*
Fjöldi villtra dýrategunda	*137*	*110*	*109*	*116*	*119*
Niðurstaða	*80. sæti*	*77. sæti*	*45. sæti*	*60. sæti*	*66. sæti*

Tafla 11: Samanburður á náttúrulegum verðmætum Norðurlandanna.

Menningarleg verðmæti

Ísland er í 56. sæti yfir menningarleg verðmæti. Stoðin er mæld með hjálp fjögurra breyta, þær eru:

- Fjöldi menningarminja á heimsminjaskrá – 104-122. sæti
- Áhorfendasæti á íþróttaleikvöngum miðað við íbúafjölda – 2. sæti
- Fjöldi alþjóðlegra viðburða og ráðstefna – 53. sæti
- Útflutningur frá hinum skapandi geira – 66.-110. sæti.

Þingvellir komast á heimsminjaskrá Unesco yfir menningarminjar þar sem Alþingi á sögulegar rætur á þeim slóðum. Athygli vekur hve mörg áhorfendasæti eru á íþróttaleikvöngum miðað við íbúafjölda og einungis eru fleiri áhorfendasæti á hvern mann í Írlandi. Í þessari stoð liggja helstu sóknarfæri ferðaþjónustunnar í því að fjölga alþjóðlegum viðburðum og ráðstefnum á Íslandi.

Menningarleg verðmæti	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Fjöldi menningarminja á heimsminjaskrá	*104-122*	*73*	*19*	*44*	*44*
Áhorfendasæti á íþróttaleikvöngum miðað við íbúafjölda	*2*	*23*	*16*	*13*	*15*
Fjöldi alþjóðlegra viðburða og ráðstefna	*53*	*22*	*16*	*27*	*20*
Útflutningur frá hinum skapandi geira	*66-110*	*24*	*21*	*51*	*37*
Niðurstaða stoðar	*56. sæti*	*22. sæti*	*1. sæti*	*27. sæti*	*26. sæti*

Tafla 12: Samanburður á menningarlegum verðmætum Norðurlandanna.

Hvar stendur Ísland vel?

Ísland stendur vel í mörgum þeirra stoða sem Alþjóðlega efnahagsstofnunin notar við útreikninga á samkeppnisvísitölu ferðaþjónustunnar. Sérstaklega þegar kemur að þeim þáttum sem snúa að almennri stofnanauppbyggingu samfélagsins á borð við löggæslu, menntakerfi og heilbrigðisþjónustu.

Öryggi

Ísland er í 4. sæti í stoðinni um öryggi. Hún samanstendur af fjórum breytum, þær eru:

- Viðskiptakostnaður af hryðjuverkum – 3. sæti
- Áreiðanleiki lögreglu – 3. sæti
- Viðskiptakostnaður af glæpum og ofbeldi – 7. sæti
- Tíðni bílslysa – 23. sæti.

Ísland stendur vel í þessari stoð þó að tíðni bílslysa sé hærri hér en á þeim Norðurlöndum þar sem gögn liggja fyrir. Í skýrslunni sem hér er til umfjöllunar kemur fram að ferðamenn setja tryggt öryggi í forgang þegar þeir velja áfangastað á ferðalögum sínum.

Öryggi	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Viðskiptakostnaður af hryðjuverkum	*3*	*36*	*30*	*25*	*8*
Áreiðanleiki lögreglu	*3*	*10*	*14*	*8*	*1*
Viðskiptakostnaður af glæpum og ofbeldi	*7*	*15*	*27*	*14*	*10*
Tíðni umferðarslysa	*23*	*Gögn vantar*	*8*	*6*	*13*
Niðurstaða stoðar	*4. sæti*	*38. sæti*	*7. sæti*	*3. sæti*	*1. sæti*

Tafla 13. Samanburður á öryggi á Norðurlöndunum

Heilbrigði og hreinlæti

Ísland er í 4. sæti í stoðinni um heilbrigði og hreinlæti. Hún samanstendur af fjórum breytum, þær eru:

- Fjöldi lækna á hverja 1000 íbúa – 12. sæti
- Aðgangur að hreinlæti – 1. sæti (Access to sanitation)
- Aðgangur að hreinu vatni – 1. sæti
- Fjöldi sjúkrahúsrúma – 14. sæti .

Á Íslandi er sterkt heilbrigðiskerfi og landið við toppinn í þessari stoð samkeppnisvísitölunnar. Alls deila 36 þjóðir 1. sætinu í breytunni um aðgang að hreinlæti. 38 þjóðir deila 1. sætinu í breytunni um aðgang að hreinu vatni.

Heilbrigði og hreinlæti	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Læknar á hverja 1000 íbúa	*12*	*28*	*21*	*8*	*26*
Aðgangur að hreinlæti	*1*	*1*	*1*	*1*	*1*
Aðgangur að hreinu vatni	*1*	*1*	*1*	*1*	*1*
Fjöldi sjúkrahúsrúma	*14*	*50*	*60*	*44*	*17*
Niðurstaða stoðar	*4. sæti*	*38. sæti*	*36. sæti*	*23. sæti*	*12. sæti*

Tafla 14: Samanburður á milli heilbrigðis og hreinlætis á Norðurlöndunum.

Forgangsröðun ferðaþjónustu

Stoðin um forgangsröðun ferðaþjónustunnar samanstendur af fimm breytum, þær eru:

- Forgangsröðun ferðaþjónustu hjá stjórnvöldum – 51. sæti
- Fjárframlög stjórnvalda til ferðaþjónustu – 6. sæti
- Skilvirkni markaðssetningar og þróunar vörumerkis – 30. sæti ath
- Umfang tölfræðilegra upplýsinga í ferðaþjónustu – 44.sæti
- Skilvirkni við að uppfæra upplýsingar um ferðaþjónustu – 12. sæti.

Ísland stendur vel í þessari stoð. Meðal annars vegna þess að fjárframlög ríkisins eru þau 6. hæstu í hlutfalli við heildarframlög stjórnvalda samkvæmt gögnum samkeppnisvísitölunnar.

Forgangsröðun ferðaþjónustu	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Forgangsröðun ferðaþjónustu hjá stjórnvöldum	*51*	*85*	*61*	*86*	*102*
Fjárframlög stjórnvalda til ferðaþjónustu	*6*	*97*	*100*	*28*	*80*
Skilvirkni markaðssetningar og þróunar vörumerkis	*30*	*57*	*40*	*70*	*86*
Umfang tölfræðilegra upplýsinga í ferðaþjónustu	*44-54*	*44-54*	*75*	*12*	*1*
Skilvirkni við að uppfæra upplýsingar um ferðaþjónustu	*12*	*88*	*46*	*66*	*46*
Niðurstaða stoðar	*9. sæti*	*81. sæti*	*60. sæti*	*36. sæti*	*65. sæti*

Tafla 15: Samanburður á forgangsröðun ferðaþjónustunnar.

Innviðir ferðaþjónustu

- Fjöldi hótelherbergja á hverja 100 íbúa – 6. sæti
- Viðvera stórra bílaleiga – 1. sæti
- Fjöldi hraðbanka sem ráða við greiðslukort – 27. sæti.

Þjónustustig er gott á Íslandi. Á hverja 100 íbúa eru 2,8 gistirými auk þess sem sjö stærstu bílaleigur heims eru með starfsemi á Íslandi.

Innviðir ferðaþjónustu	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Fjöldi hótelherbergja	*6*	*39*	*22*	*17*	*29*
Viðvera stórra bílaleiga	*1*	*1*	*40*	*40*	*40*
Fjöldi hraðbanka sem taka við greiðslukortum	*27*	*25*	*58*	*39*	*63*
Niðurstaða stoðar	*7. sæti*	*24. sæti*	*37. sæti*	*23. sæti*	*42. sæti*

Tafla 16: Samanburður á innviðum ferðaþjónustu á Norðurlöndunum.

Skipulag upplýsinga og fjarskiptatækni

Fimm breytur liggja að baki niðurstöðum stoðar um skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni þar sem Ísland er í 3. sæti:

- Notkun á interneti í viðskiptum – 4. sæti
- Fjöldi netnotenda – 1. sæti
- Símalínur – 6. sæti
- Áskrifendur að breiðbandi – 6. sæti
- Farsímareikningar á mann – 55. sæti.

Í skýrslu Alþjóðlegu efnahagsstofnunarinnar kemur fram að gott skipulag í upplýsinga- og fjarskiptatækni sé ein af grunnforsendum frambærilegs viðskiptalífs. Fyrirtæki í ferðaþjónustu líkt og annars staðar í viðskiptalífinu búa að því.

Skipulag upplýsinga- og fjarskiptatækni	Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Notkun á interneti í viðskiptum	*4*	*17*	*1*	*12*	*19*
Fjöldi netnotenda	*1*	*6*	*3*	*2*	*8*
Símalínur	*6*	*29*	*8*	*30*	*48*
Áskrifendur að breiðbandi	*6*	*1*	*8*	*4*	*15*
Farsímareikningar á mann	*55*	*31*	*29*	*48*	*15*
Niðurstaða stoðar	*3. sæti*	*10. sæti*	*1. sæti*	*11. sæti*	*17. sæti*

Tafla 17: Samanburður á skipulagi upplýsinga- og fjarskiptatækni.

Mannauður

Ísland er í 3. sæti í stoðinni um mannauð. Hún samanstendur af 10 breytum:

- Hlutfall barna í grunnskóla – 34. sæti
- Hlutfall barna í menntaskóla – 10. sæti
- Gæði menntakerfis – 3. sæti
- Möguleikar til starfsþróunar – 16. sæti
- Starfsþjálfun – 24. sæti
- Sveigjanleiki við ráðningar og uppsagnir – 5. sæti
- Hve auðvelt er að ráða erlent starfsfólk – 12. sæti
- Hlutfall HIV-smitaðra – 66. sæti
- Áhrif HIV og alnæmis á viðskipti – 7. sæti
- Ævilíkur – 2. sæti.

Mikill mannauður er undirstaða viðskiptalífsins. Ferðaþjónustan nýtur góðs af sterku menntakerfi og það eykur líkur á að stjórnendur ráði til sín hæft starfsfólk. Um leið nýtur ferðaþjónustan þess hve sveigjanlegar reglur eru um ráðningar á vinnumarkaði. Það hjálpar til við að ráða starfsfólk eingöngu yfir sumartímann þegar ferðamannastraumur er mestur.

Mannauður		Ísland	Danmörk	Svíþjóð	Noregur	Finnland
Hlutfall barna í grunnskóla	*34*	*58*	*60*	*18*	*48*	
Hlutfall barna í menntaskóla	*10*	*4*	*15*	*8*	*9*	
Gæði menntakerfis	*3*	*10*	*8*	*19*	*6*	
Möguleiki til starfsþróunar	*16*	*8*	*3*	*14*	*7*	
Viðvera starfsþjálfunar	*24*	*7*	*1*	*3*	*9*	
Sveigjanleiki við ráðningar og uppsagnir	*5*	*3*	*128*	*123*	*73*	
Hve auðvelt er að ráða erlent starfsfólk	*12*	*50*	*61*	*65*	*43*	
Hlutfall HIV-smitaðra	*66*	*56*	*20*	*20*	*20*	
Áhrif HIV og alnæmis á viðskipti	*7*	*26*	*5*	*1*	*6*	
Ævilíkur	*2*	*28*	*7*	*7*	*15*	
Niðurstaða stoðar	*3. sæti*	*4. sæti*	*13. sæti*	*16. sæti*	*7. sæti*	

Tafla 18: Samanburður á mannauði Norðurlandanna.

Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku

Ísland er í 14. sæti í stoðinni um sýn þjóðarinnar á ferðamennsku.

- Hlutur ferðaþjónustu í landsframleiðslu – 25. sæti
- Viðhorf til erlendra ferðamanna – 2. sæti
- Meðmæli viðskiptamanna – 18. sæti

Mikill munur er á sýn Íslendinga og annarra Norðurlandaþjóða til ferðamennsku. Eftirtektarvert er að sjá hve jákvæðir Íslendingar eru í garð erlendra ferðamanna. Einungis Nýsjálendingar mældust jákvæðari.

Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku	Ísland	Danmörk	Noregur	Svíþjóð	Finnland
Hlutur ferðaþjónustu í landsframleiðslu	*25*	*73*	*78*	*73*	*101*
Viðhorf til erlendra ferðamanna	*2*	*90*	*34*	*90*	*32*
Meðmæli viðskiptamanna	*18*	*127*	*110*	*27*	*84*
Niðurstaða stoðar	*14. sæti*	*111. sæti*	*88. sæti*	*54. sæti*	*83. sæti*

Tafla 19: Sýn Norðurlandaþjóðanna á ferðamennsku.

Staða ferðaþjónustu á Íslandi

Ferðaþjónusta er í sókn frá því samkeppnisvísitala ferðaþjónustunnar var kynnt síðast árið 2009. Þá var Ísland í 16. sæti samkeppnisvísitölunnar en er í 11. sæti að þessu sinni. Þótt það gefi góð fyrirheit um að ferðaþjónustan sé á réttri leið er fleira sem gefur ástæðu til bjartsýni.

Eins og fram kemur í grafi eitt hefur komum ferðamanna fjölgað jafnt og þétt frá árinu 1995. Sú þróun hefur haldið áfram og jafnvel hefur þeim fjölgað enn frekar eftir að efnahagskreppa lét á sér kræla árið 2008. Tekjur hafa að vísu dregist lítillega saman en það kunna að vera tímabundin áhrif tengd veikri stöðu gjaldmiðilsins í landinu. Alþjóðlega efnahagsstofnunin er bjartsýn fyrir hönd íslenskrar ferðaþjónustu og spáir því að umfang ferðaþjónustu hér aukist um 2,8% á ári til ársins 2020. Jafnframt spáir hún því að tekjur muni aukast árlega um 3,2% að meðaltali til ársins 2020.

Graf 1: Bláa línan sýnir fjölda ferðamanna í þúsundum. Svarta línan táknar tekjur af komum ferðamanna í Bandaríkjadollurum.

Viðauki

Viðauki – skýringar

Eftirfarandi upplýsingar miðast við þær upplýsingar sem fáanlegar voru á þeim tíma sem umrædd könnun varð gerð en upplýsinganna er aflað frá ýmsum aðilum einstakra þjóðríkja og alþjóðlegum stofnunum.

Í frumútgáfunni *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, frá Alþjóða efnahagsráðinu eða World Economic Forum, merkir „n/a" í einstaka töflum að viðkomandi upplýsingar hafi ekki verið fáanlegar eða ekki nægilega áreiðanlegar á einn eða annan hátt. Hér í viðauka fylgja upplýsingar um það hvernig upplýsinga var aflað í hverri breytu samkeppnisvísitölunnar.

Stoð 1: Stefnumótandi reglur og reglugerðir

Breyta 1: Viðvera erlends eignarhalds
Spurning til stjórnenda: Hversu algengt er erlent eignarhald á fyrirtækjum í landi þínu?
(1 = mjög sjaldgæft, 7 = mjög algengt.)
Niðurstaða á Íslandi: 3,2 – 132. sæti.

Breyta 2: Friðhelgi eignarréttarins
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú vernd eignarréttarins, þar með talin verndun fjármuna, í landi þínu?
(1 = mjög slæm, 7= mjög góð.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,4 – 32. sæti.

Breyta 3: Áhrif reglna á erlenda fjárfestingu
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti telur þú að lög og reglur hvetji til erlendrar fjárfestingar?
(1 =alls ekki hvetjandi, 7 = mjög hvetjandi.)
Niðurstaða á Íslandi: 3,2 – 133. sæti.

Breyta 4: Vegabréfsáritanir
Fjöldi landa innan Sameinuðu þjóðanna þar sem þegnar þurfa ekki á vegabréfsáritun að halda (= 1) eða geta fengið hana við komu (= 0,5).
Niðurstaða á Íslandi: 68 – 42.-71. sæti.

Breyta 5: Tvíhliða samningar um flugþjónustu
Vísitala sem reiknar hversu opin flugþjónustan er frá árinu 2005. *Niðurstaða á Íslandi: 15,6 – 18. sæti.*

Breyta 6: Gegnsæi í stefnumótun stjórnvalda
Spurning til stjórnenda: Hversu auðvelt er aðgengi fyrirtækja að upplýsingum um breytingar á stefnumótun og reglugerðum sem hafa áhrif á athafnir þeirra?
(1 = ómögulegt, 7, = mjög auðvelt.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,3 – 16. sæti.

Breyta 7: Tími við stofnun fyrirtækis
Fjöldi daga sem það tekur að stofna fyrirtæki.
Niðurstaða á Íslandi: 5 dagar – 9. sæti.

Breyta 8: Kostnaður við stofnun fyrirtækis
Kostnaður við stofnun fyrirtækis sem hlutfall af vergum þjóðartekjum.
Niðurstaða á Íslandi: 2,3 – 28.sæti.

Breyta 9: Höft í ferðaþjónustu samkvæmt vísitölu GATS
Höft í ferðaþjónustu samkvæmt vísitölu GATS. Tölur frá 2006-2009.
Niðurstaða á Íslandi: 75,2 – 16.sæti.

Stoð 2: Sjálfbærni umhverfis

Breyta 1: Hve ströng er umhverfislöggjöfin?
Spurning til stjórnenda: Hve ströng er umhverfislöggjöf í þínu landi?
(1 = mjög slök, 7 = mjög ströng.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,6 – 16. sæti.

Breyta 2: Eftirfylgni með umhverfislöggjöf
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú eftirfylgni með umhverfislöggjöf í þínu landi?
(1 = mjög slök, 7 = mjög góð.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,5 – 16.sæti.

Breyta 3: Sjálfbærni ferðaþjónustunnar
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú viðleitni stjórnvalda til að stuðla að sjálfbærni ferðaþjónustunnar?
(1 = mjög lítil viðleitni, 7 = mjög mikil viðleitni.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,1 – 29. sæti.

Breyta 4: Losun koltvísýrings
Losun koltvísýrings í tonnum á mann.
Niðurstaða á Íslandi: 7,5 tonn – 98. sæti.

Breyta 5: Svifryksmengun
Svifryksmengun (PM10) á hvern fermetra frá 2006.
Niðurstaða á Íslandi: 18,3 – 19. sæti.

Breyta 6: Dýr í útrýmingarhættu
Dýr í útrýmingarhættu sem hlutfall af heildarfjölda dýrategunda árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 3,8 – 52. sæti.

Breyta 7: Aðili að umhverfissáttmálum
Fjöldi umhverfissáttmála sem landið er aðili að.
Niðurstaða á Íslandi: 19 – 65.-80. sæti.

Stoð 3: Öryggi

Breyta 1: Viðskiptakostnaður af hryðjuverkum
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti hefur ógn af hryðjuverkum áhrif á viðskiptakostnað í þínu landi?
(1 = mikill kostnaður, 7 = enginn kostnaður.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,7 – 3. sæti.

Breyta 2: Áreiðanleiki lögreglu
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti er hægt að reiða sig á að lögregla framfylgi lögum í þínu landi?
(1 = alls ekki áreiðanleg, 7 = ávallt áreiðanleg.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,4 – 3. sæti.

Breyta 3: Viðskiptakostnaður af glæpum og ofbeldi
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti hafa glæpir og ofbeldi áhrif á viðskiptakostnað í þínu landi?
(1 = mikill kostnaður, 7 = enginn kostnaður.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,4 – 7. sæti.

Breyta 4: Tíðni bílslysa
Fjöldi látinna af völdum bílslysa á hverja 100.000 íbúa.
Niðurstaða á Íslandi: 10.-23. sæti.

Stoð 4: Heilsa og hreinlæti

Breyta 1: Fjöldi lækna
fjöldi lækna á hverja 1000 íbúa árið 2007.
Niðurstaða á Íslandi: 3,8 – 12. sæti.

Breyta 2: Aðgengi að hreinlæti
Aðgengi íbúa að fullnægjandi hreinlæti sem hlutfall af heildarfjölda íbúa.
Niðurstaða á Íslandi: 100% –1.-36. sæti.

Breyta 3: Aðgengi að hreinu vatni
Hlutfall íbúa sem hafa aðgengi að hreinu vatni.
Niðurstaða á Íslandi: 100% – 1.-38. sæti.

Breyta 4: Fjöldi sjúkrahúsrúma
Fjöldi sjúkrahúsrúma á hverja 1000 íbúa.
Niðurstaða á Íslandi: 75 – 14. sæti.

Stoð 5: Forgangsröðun ferðaþjónustu

Breyta 1: Forgangsröðun ferðaþjónustu hjá stjórnvöldum
Spurning til stjórnenda: Í hve miklum forgangi telur þú ferðaþjónustu vera hjá stjórnvöldum?
(1 = engum forgangi, 7 = mjög miklum forgangi.)
Ár: 2009-2010.
Niðurstaða á Íslandi: 5,7 – 51. sæti.

Breyta 2: Útgjöld stjórnvalda til ferðaþjónustu
Hlutfall útgjalda til ferðaþjónustu sem hlutfall af heildarútgjöldum ríkisins.
Niðurstaða á Íslandi: 10,9 – 6. sæti. Ár: 2009.

Breyta 3: Skilvirkni markaðssetningar og þróunar vörumerkis í að laða að ferðamenn
Spurning til stjórnenda: Hversu skilvirka telur þú markaðssetningu og þróun vörumerkis til að laða að ferðamenn í þínu landi?
(1 = lítið skilvirk, 7 = mjög skilvirk.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,1 – 30. sæti

Breyta 4: Umfang tölfræðilegra upplýsinga um ferðaþjónustu
Gæði og umfang upplýsinga sem berast frá viðkomandi landi frá 2005-2008.
Niðurstaða á Íslandi: 56,0 – 44. sæti.

Breyta 5 Uppfærsla upplýsinga
Tíðni upplýsinga um ferðaþjónustu sem eiga að berast mánaðarlega og ársfjórðungslega. Frá október 2009 - september 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 16,5 – 12. sæti.

Breyta 6: Fjöldi flugfélaga
Fjöldi flugfélaga sem er með áætlunarflug í landinu. Árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 9,0 – 117. sæti.

Breyta 7: Alþjóðlegt net flugsamgangna
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti tengjast flugsamgöngur öðrum löndum og bjóða þar með upp á bestu mögulegu aðstæður til viðskipta?
(1 = tengjast alls ekki, 7 = tengjast mjög vel.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,2 – 10. sæti.

Stoð 6: Gæði loftsamgangna

Breyta 1: Gæði skipulags loftsamgangna
Spurning til stjórnenda: Hversu þróaða telur þú innviði flugþjónustu í þínu landi?
(1 = mjög vanþróaða, 7 = mjög þróaða.)
Niðurstaða á Íslandi: 16,5 – 12.–44.sæti.

Breyta 2: Kílómetrafjöldi sæta í innanlandsflugi
Áætlaður kílómetrafjöldi sæta í innanlandsflugi á viku að meðaltali. Milli janúar og júlí 2010.
(Reiknað í milljónum km.)
Niðurstaða á Íslandi: 2,5 – 64. sæti.

Breyta 3: Kílómetrafjöldi sæta í utanlandsflugi
Áætlaður kílómetrafjöldi sæta í utanlandsflugi á viku að meðaltali. Milli janúar og júlí 2010.
(Reiknað í milljónum km.)
Niðurstaða á Íslandi: 75,4 – 82. sæti.

Breyta 4: Brottfarir á hverja 1000 íbúa
Fjöldi brottfara á hverja 1000 íbúa árið 2008.
Niðurstaða á Íslandi: 42,1 – 7. sæti.

Breyta 5: Þéttleiki flugvalla
Fjöldi flugvalla á hverja 1.000.000 íbúa árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 28,4 – 1. sæti.

Stoð 7: Gæði samgangna á jörðu niðri

Breyta 1: Gæði vega
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú gæði vega í landi þínu?
(1 = mjög vanþróuð gæði, 7 = mjög mikil gæði.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,4 – 28. sæti.

Breyta 2: Gæði járnbrautarkerfis
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú gæði járnbrautarkerfisins í landi þínu?
(1 = mjög vanþróað, 7 = mjög mikil gæði.)
Niðurstaða á Íslandi: Engin gögn.

Breyta 3: Gæði hafnarsvæða
Spurning til stjórnenda: Hvernig myndir þú meta gæði á aðstöðu á hafnarsvæðum í landi þínu?
(1 = mjög slæm, 7 = mjög góð.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,3 – 7. sæti.

Breyta 4: Gæði samgöngukerfa á landi
Spurning til stjórnenda: Hve skilvirk eru samgöngukerfi (strætó, rútur, leigubílar o.s.frv.) í að koma ferðamönnum á þá staði sem eru aðlaðandi fyrir ferðamenn?
(1 = alls ekki skilvirk, 7 = mjög skilvirk.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,0 – 12. sæti.

Breyta 5: Þéttleiki vega
Kílómetrar vega á hverja 100 ferkílómetra lands árið 2007.
Niðurstaða á Íslandi: 12,7 – 101. sæti.

Stoð 8: Innviðir ferðaþjónustu

Breyta 1: Hótelherbergi
Fjöldi hótelherbergja á hverja 100 íbúa árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 2,8 – 6. sæti.

Breyta 2: Viðvera stórra alþjóðlegra bílaleiga
Gögn um viðveru 7 stórra bílaleiga (Hearts, Avis, o.s.frv.) í landinu.
Niðurstaða á Íslandi: 7 – 1.-39. sæti.

Breyta 3: Hraðbankar sem taka greiðslukort
Fjöldi hraðbanka á hverja 1.000.000 íbúa árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 601,8 – 27. sæti.

Stoð 9: Upplýsinga- og fjarskiptatækni

Breyta 1: Notkun á interneti í viðskiptum
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti nota fyrirtæki í landi þínu internetið í viðskiptum? (Við kaup á vöru, í samskiptum við viðskiptavini og birgja.)
(1 = ekkert, 7 = mjög mikið.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,3 – 4.sæti.

Breyta 2: Notendur internets
Hlutfall netnotenda af hverjum 100 íbúum árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 93,5% – 1.sæti.

Breyta 3: Símalínur
Símalínur á hverja 100 íbúa árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 57,4 – 6. sæti.

Breyta 4: Notendur breiðbandsins
Fjöldi netnotenda sem nota breiðbandið af hverjum100 íbúum árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 33,2 – 6. sæti .

Breyta 5: Farsímanotendur
Fjöldi farsímanotenda af hverjum 100 íbúum árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 105,3 – 55.s æti.

Stoð 10: Verðsamkeppnishæfni í ferðaþjónustu

Breyta 1: Farmiðaskattar og flugvallargjöld
Vísitala sem umreiknar hlutfallslegan kostnað til flugþjónustunnar í millilandaflugi.
Niðurstaða á Íslandi: 91,7 – 19. sæti.

Breyta 2: Kaupmáttur
Hlutfall kaupmáttar sé tekið mið af opinberu gengi gjaldmiðils árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 1,0 – 121. sæti.

Breyta 3: Áhrif skattlagningar
Hvaða áhrif hafa skattar í landi þínu á hvata til vinnu og fjárfestingar?
(1 = mikil áhrif, 7 = engin áhrif.)
Niðurstaða á Íslandi: 3,9 – 37. sæti.

Breyta 4: Eldsneytisverð
Smásöluverð á dísilolíu (Bandaríkjasent á lítra) árið 2008.
Niðurstaða á Íslandi: 115 sent – 76. sæti.

Breyta 5: Vísitala hótelgistingar
Meðalverð (í Bandaríkjadollurum) á hótelherbergi miðað við fyrsta flokks (first class) hótel árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 113 dollarar – 39. sæti.

Stoð 11: Mannauður

Breyta 1: Hlutfall barna í grunnskóla
Hlutfall barna í grunnskóla árið 2008.
Niðurstaða á Íslandi: 97,6% – 32.sæti.

Breyta 2: Hlutfall innritunar barna í menntaskóla
Innritun í menntaskóla árið 2008.
Niðurstaða á Íslandi: 110,1 – 10. sæti.

Breyta 3: Gæði menntakerfis
Spurning til stjórnenda: Hversu vel í stakk búið er menntakerfið í þínu landi til að mæta samkeppniskröfum á markaði?
(1 = mjög illa, 7 = mjög vel.) Ár: 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 5,9 – 3. sæti.

Breyta 4: Möguleikar til starfsþróunar
Spurning til stjórnenda: Hve auðvelt er að nálgast sérhæfða starfsþjálfun og starfsþróun í landi þínu?
(1 = ekki auðvelt, 7 = mjög auðvelt.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,4 – 16. sæti.

Breyta 5: Starfsþjálfun
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu marki fjárfesta fyrirtæki í starfsþjálfun og starfsþróun í þínu landi?
(1 = nánast ekkert, 7 = mjög miklu marki.) Ár: 2009-2010.
Niðurstaða á Íslandi: 4,7 – 24.sæti.

Breyta 6: Sveigjanleiki við ráðningar og uppsagnir
Spurning til stjórnenda: Hvað einkennir ferli við ráðningar og uppsagnir á starfsfólki í þínu landi?
(1 = þungt sökum reglugerðarumhverfis, 7 = sveigjanlegt.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,5 – 5. sæti.

Breyta 7: Hve auðvelt er að ráða erlent starfsfólk?
Spurning til stjórnenda: Að hve miklu leyti takmarkar vinnulöggjöf ráðningar erlendra starfsmanna?
(1 = hamlar mikið ráðningum erlendra starfsmanna,
7 = hamlar alls ekki ráðningum erlendra starfsmanna.)
Niðurstaða á Íslandi: 5,0 – 12. sæti.

Breyta 8: HIV
Hlutfall HIV-smitaðra á aldrinum 15-49 ára árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 0,30 – 68.-77. sæti.

Breyta 9: Áhrif HIV/alnæmi á viðskipti
Spurning til stjórnenda: Hversu mikil áhrif telur þú að HIV/alnæmi muni hafa á fyrirtæki þitt á næstu 5 árum (dauði, fötlun, læknis- og jarðarfararkostnaður, fjarvera frá vinnu, o.s.frv.)?
(1 = mjög mikil áhrif, 7 = engin áhrif.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,6 – 7. sæti.

Breyta 10: Lífslíkur
Lífslíkur við fæðingu árið 2008.
Niðurstaða á Íslandi: 82 ár – 3. sæti.

Stoð 12: Sýn þjóðarinnar á ferðamennsku

Breyta 1: Hlutur ferðaþjónustunnar í landsframleiðslu
Útgjöld og tekjur ferðaþjónustu sem hlutfall af landsframleiðslu árið 2009.
Niðurstaða á Íslandi: 9,3 – 25. sæti.

Breyta 2: Viðhorf til erlendra ferðamanna
Spurning til stjórnenda: Hversu velkomnir eru erlendir gestir í þínu landi?
(1 = mjög óvelkomnir, 7 = mjög velkomnir.)
Niðurstaða á Íslandi: 6,8 – 2. sæti.

Breyta 3: Meðmæli viðskiptamanna
Spurning til stjórnenda: Þegar æðstu stjórnendur fyrirtækja heimsækja land þitt í viðskiptaerindum í fyrsta skipti, hversu líklegir eru þeir þá til að lengja dvöl sína til afþreyingar?
(1 = mjög ólíklegir, 7 = mjög líklegir) Ár 2009-2010.
Niðurstaða á Íslandi: 6,0 – 18. sæti.

Stoð 13: Náttúruleg verðmæti

Breyta 1: Fjöldi náttúruminja á heimsminjaskrá
Fjöldi náttúruminja á heimsminjaskrá Unesco árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 1 43.-74. sæti.

Breyta 2: Friðlýst landsvæði
Friðlýst svæði sem hluti af heildarlandsvæði árið 2010.
Niðurstaða á Íslandi: 5,7% – 91. sæti.

Breyta 3: Gæði náttúrulegs umhverfis
Spurning til stjórnenda: Hvernig metur þú gæði náttúrulegs umhverfis í þínu landi?
(1 = mjög léleg, 7 = á meðal þess fegursta í heimi.) Ár: 2009-2010.
Niðurstaða á Íslandi: 6,4 – 6. sæti.

Breyta 4: Fjöldi villtra dýrategunda
Fjöldi villtra dýrategunda í landinu.
Niðurstaða á Íslandi: 133 – 137. sæti.

Stoð 14: Menningarleg verðmæti

Breyta 1: Fjöldi menningarminja á heimsminjaskrá

Fjöldi menningarminja á heimsminjaskrá auk munnlegra og óefnislegra arfleifða.

Niðurstaða á Íslandi: 1 (Þingvellir) –104-122. sæti.

Breyta 2: Íþróttaleikvangar

Fjöldi sæta á íþróttaleikvöngum á hverja milljón íbúa.

Niðurstaða á Íslandi: 244.012,1 – 2. sæti.

Breyta 3: Fjöldi alþjóðlegra viðburða og sýninga

Fjöldi alþjóðlegra viðburða og sýninga að meðaltali árlega árin 2007-2009.

Niðurstaða á Íslandi: 26,7 – 53. sæti.