



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurslóð, IS-600 Akureyri
Sími: (+354) 460-8930
Fax: (+354) 460-8919
Rafpóstur: rmf@unak.is
Veffang: www.rmf.is

Titill: Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja B. Rögnvaldsdóttir
Skönnun spurningalista og forvinna gagna: Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála
Prentun: [Stell \(www.stell.is\)](http://www.stell.is)

Númer: RMF-S-07-2016
ISBN: 978-9935-437-53-2
ISSN 978-9935

Forsíðumynd Siglufjörður © Fjallabyggð

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta á Siglufirði árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Höfn í Hornafirði, Húsavík og í Mývatnssveit á sama tíma. Verkefnið var eitt af fjórum verkefnum sem hlaut fjárframlag frá Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu í gegnum Háskólann á Akureyri til rannsókna í ferðapjónustu árið 2015.

Verkefnið er unnið samhliða öðru verkefni á vegum Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðapjónustu á Höfn, Siglufirði og í Mývatnssveit. Þar eru könnuð áhrif hins hraða vaxtar atvinnugreinarinnar á íbúa staðanna, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2016).

Grundvöllur þessa verkefnis er rannsókn sem unnin var í Þingeyjarsýslum á tímabilinu 2012-2015 og sneri að aðlögun alþjóðlegra aðferða við gerð ferðapjónustureikninga á afmörkuðum svæðum landsins í þeim tilgangi að greina efnahagsleg áhrif ferðapjónustu á svæðinu (Lilja B. Rögnvaldsdóttir 2013, 2014a, 2014b, 2016). Í þessu verkefni er áhersla lögð á greiningu erlendra gesta til svæðisins. Hverjir eru það sem koma og hvað dregur þá til svæðisins? Eftir hverju sækjast þeir og hvað skilja þeir eftir? Svör við slíkum spurningum eru mikilvægar í þeim uppbyggingarfasa sem atvinnugreinin er í víða um land auk þess sem þau gagnast við gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustu í hverjum landshluta. Rannsóknin var samstarfsverkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Húsavík og Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðapjónustu á hverjum stað og á Siglufirði aðstoðaði starfsfólk Síldarminjasafns Íslands við utanumhald og framkvæmd spurningakönnunarinnar. Þeim, spylum og öðrum sem komu að verkefninu eru færðar sérstakar þakkir fyrir framlag sitt.

Helstu niðurstöður verkefnisins eru að ferðahegðun, dvalarlengd og útgjaldamynstur erlendra ferðamanna var misjafnt eftir rannsóknarsvæðunum. Ástæða heimsóknar var einnig ólík sem og ákvörðunartími hennar. Við samanburð staðanna skar Siglufjörður sig helst úr hvað varðar dvalartíma erlendra gesta, gistihlutfall og útgjöld á svæðinu. Meðaldvalarlengd erlendra gesta á Siglufirði mældist 6,4 klst. sem er töluvert styttri tími en á hinum stöðunum. Um 17% þeirra dvaldi yfir nótt og meðalútgjöld gestanna á sólarhring reiknuðust 3.866 kr. Flestir aðspurðra áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið og nýta sér veitingapjónustu staðarins, en stærsti útgjaldaliðurinn var vegna veitinga. Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (59%) og voru á ferðalagi með vinum og/eða ættingjum (75%).

Fjöldi erlendra gesta á Siglufirði er áætlaður um 48 þúsund árið 2015. Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldatölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðapjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi

verið á bilinu 155-193 m.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 40-50 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt staðinn. Hafa þeir í huga að í könnunum sem þessum skal túlka niðurstöðurnar sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá þeim.

EFNISYFIRLIT

1	Inngangur	1
1.1	Bakgrunnur könnunar.....	1
1.2	Markmið	2
2	Aðferðafræði	3
2.1	Spurningakönnun	4
2.1.1	Spurningar tengdar ferðamanninum.....	5
2.1.2	Ferðatengdar spurningar.....	6
2.1.3	Útgjöld ferðamanna	6
2.2	Úrtak.....	8
2.3	Úrvinnsla og mat á gögnum.....	11
3	Niðurstöður	15
3.1	Búsetuland.....	16
3.2	Ferðafélagar.....	18
3.3	Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?.....	19
3.4	Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?.....	20
3.5	Gisting.....	21
3.6	Gistimáti	23
3.7	Dvalarlengd.....	24
3.8	Tilgangur heimsóknar	25
3.9	Ástæða heimsóknar.....	26
3.10	Tímasetning ákvörðunar um heimsókn.....	27
3.11	Uppruni upplýsinga um Siglufjörð	28
3.12	Ferðamáti	30
3.13	Afþreying	31
3.14	Útgjöld	32
3.15	Ánægja.....	36
3.16	Athugasemdir	37
3.17	Umfang og áhrif.....	38
3.18	Samantekt.....	45
4	Umræður og ályktanir	47
5	Heimildir	49
6	Viðaukar.....	53
6.1	Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur	53
6.2	Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði sumarið 2015	63
6.3	Viðauki 3. Spurningakönnunin.....	67

Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Siglufirði eftir búsetulandi sumarið 2015	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Siglufirði í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í KEF	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða	18
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?.....	19
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?	20
Mynd 7. Dvaldir þú á Siglufirði síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?	21
Mynd 8. Fjöldi gestakoma ferðamanna á Siglufirði 2006-2015	22
Mynd 9. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015	22
Mynd 10. Hvaða gístiaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Siglufirði?	23
Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða	23
Mynd 12. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Siglufirði muni vara?	24
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða	24
Mynd 14. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Siglufjarðar?.....	25
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða	26
Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sem áfangastaður...	27
Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?	27
Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða	28
Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Siglufjörð	29
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða.....	29
Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Siglufjarðar?	30
Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða	31
Mynd 23. Afþreying	32
Mynd 24. Vinsamlegast tilgreindu hver sólarhringsútgjöld þín voru á Siglufirði eftir útgjaldaliðum ...	34
Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Siglufirði?	36
Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða.....	37
Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði.....	38
Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði 2004-2016.....	39
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erl. gesta á Siglufirði og heildarfj. erl. ferðam. á Íslandi 2007-2016 ...	40
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erl. gesta á Siglufirði og erl. gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016	40
Mynd 31. Fjöldi gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016. Heimild (Síldarminjasafn Íslands, 2016)	41
Mynd 32. Fjöldi skemmtiferðaskipa á Siglufirði og farþega þeirra 2008-2015.	42
Mynd 33. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði eftir mánuðum 2004, 2010 og 2013	42
Mynd 34. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2006-2015 eftir mánuðum (allir gestir)	43
Mynd 35. Fjöldi gestakoma á Siglufirði, erlendir gestir 2006-2015	44
Mynd 36. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2015, íslenskir og erlendir gestir	44

Töfluskrá

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðabjónustu	7
Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni	8
Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk	9
Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum	10
Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu.....	13
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda	15
Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum	33
Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða.....	35
Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur.....	53
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	54
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	55
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur	56
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur	57
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?	58
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	59
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	60
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	61
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur	62

1 INNGANGUR

Ísland hefur markað sér sess sem áfangastaður ferðamanna og tekur á móti vaxandi fjölda gesta ár hvert. Efnahagslegt mikilvægi atvinnugreinarinnar er ótvírætt en þó misjafnt eftir svæðum. Sumstaðar hefur vöxtur ferðapjónustunnar verið slíkur að hún telst ein af grunnstoðum atvinnulífsins á meðan hún hefur minniháttar áhrif annars staðar. Ólíkar ástæður eru fyrir vali ferðamanna á áfangastöðum innanlands og þarfir þeirra geta verið misjafnar eftir svæðum. Því er mikilvægt að hvert svæði þekki sérkenni og þarfir gesta sinna sem og heimamanna til að atvinnugreinin geti vaxið og þróast á sem farsælastan hátt.

Alþjóðaferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á að lönd greini ólíka þætti ferðapjónustu eftir afmörkuðum svæðum. Rök ráðsins fyrir því eru meðal annars að leggja þurfi áherslu á sérkenni hvers svæðis í allri markaðssetningu. Einnig geti gestir svæðanna haft ólíkar þarfir, ferðavenjur og útgjaldamynstur eftir stöðum sem mikilvægt sé að þekkja. Ráðið nefnir auk þess að sérstaka stefnu þurfi að marka í ferðapjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðapjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðapjónustutengdar vörur og þjónustu eftir alþjóðlegum stöðlum og bera saman á milli svæða sem og við landið í heild. Meðal þess sem þurfi að skoða sérstaklega sé fjöldi ferðamanna á hverjum stað, einkenni þeirra og útgjöld. Ráðið mælir með notkun handbókar Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðapjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðapjónustu voru viðfangsefni rannsóknarverkefnis Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sem unnið var í samstarfi við Rannsóknasetur Háskóla Íslands á Húsavík og Þekkingarnet Þingeyinga á tímabilinu 2012-2015. Ferðahegðun og útgjaldamynstur erlendra gesta voru metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðapjónustuaðila þar sem lykiltölur úr rekstri voru skoðaðar. Niðurstöður hafa verið birtar í fjórum skýrslum sem gefnar voru út á tímabilinu 2013-2016 (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2013, 2014a, 2014b, 2016). Þetta verkefni byggir á þeirri rannsókn.

1.1 Bakgrunnur könnunar

Skortur á áreiðanlegum og alþjóðlega samanburðarhæfum gögnum í ferðapjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðapjónustunnar, 2015; Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir, 2013). Þegar litið er til afmarkaðra svæða á landinu er gagnaskortur sérstaklega áberandi. Þó ber að nefna að Hagstofa Íslands hefur reglulega tekið saman og birt upplýsingar um fjölda gistinátta og gestakoma eftir átta svæðum

landsins (Hagstofa Íslands, e.d.b.) og Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur safnað saman gögnum um fjölda skemmtiferðaskipa og farþega þeirra eftir höfnum og tímabilum (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016). Upplýsingar um fjölda ferðamanna hafa ekki verið birtar með skipulögðum hætti eftir svæðum en Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar hefur gefið út skýrslur þess efnis fyrir nokkur svæði landsins eftir völdum tímabilum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016). Einnig hafa verið settir upp bílateljarar á ferðamannastöðum víða um land sem gefa vísendingar um fjölda ferðamanna og þróun hans (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015). Við gerð þessarar rannsóknar var litið til ofanefndra gagna en að auki voru kannanir meðal erlendra brottfararfarþega í millilandaflugi á Akureyri sem framkvæmdar voru á árunum 2009-2012 af Rannsóknamiðstöð ferðamála hafðar til hliðsjónar. Þar var könnuð upplifun ferðamanna af heimsókn þeirra til Norðurlands auk þess sem ferða- og neysluhegðun var metin (Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2011, 2012; Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Einnig var horft til útgjalda- og ferðavenjukannana Þekkingarnets Þingeyinga sem framkvæmdar voru sumrin 2008 og 2010 á Húsavík (Andri V. Ívarsson og Óli Halldórsson, 2011; Rannveig Guðmundsdóttir og Andri V. Ívarsson, 2008). Þar að auki voru ferðavenjukannanir Ferðamálastofu í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Ferðamálastofa, 2014a, 2014b) hafðar til hliðsjónar þar sem mikilvægt er að ná samanburði milli niðurstaðna svæðisbundinna kannana sem og kannana á landsvísu. Megin grunnur þessa verkefnis er þó fyrrgreint verkefni um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum.

1.2 Markmið

Markmið verkefnisins var eftirfarandi:

1. Að greina hvað helst einkennir erlenda gesti hvers svæðis.
2. Að kanna ferðavenjur erlendra gesta á hverjum stað.
3. Að kanna meginástæðu gestanna fyrir vali á áfangastað.
4. Að kanna almenna ánægju gesta eftir svæðum.
5. Að kanna útgjöld erlendra gesta á hverjum stað og áætla umfang atvinnugreinarinnar út frá þeim.
6. Að kanna tölfræðilegan mun á ofantöldu milli svæða þar sem þess gefst kostur.

2 AÐFERÐAFRÆÐI

Með ferðapjónustureikningum gefst kostur á að mæla beint framlag ferðapjónustunnar til þjóðarbúsins. Reikningarnir byggja á grunnkerfi þjóðhagsreikninga (e. *System of National Accounts*) (Dwyer, Forsyth og Spurr, 2004; Frechtling og Smeral, 2010; Zhou, Yanagida, Chakravorty og Leung, 1997) og eru unnir eftir alþjóðlegri forskrift ferðapjónustureikninga þar sem tveimur meginritum er fylgt:

1. 2008 Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)
2. 2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) (United Nations, 2010a; 2010b).

Þessi rit eru gefin sameiginlega út af Efnahags og framfarastofnuninni (OECD), Hagstofu Sameinuðu þjóðanna (UNSD), Hagstofu Evrópusambandsins (Eurostat) og Alþjóðaferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNWTO).

Á Íslandi hafa verið gefnir út ferðapjónustureikningar fyrir tímabilið 2000-2013. Hluti þeirra hefur verið uppfærður til ársins 2015 (Hagstofa Íslands, e.d.a.). Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands einskorðast við niðurstöður á landsvísu. Þá er engu að síður hægt að vinna fyrir afmörkuð svæði (e. *regional TSA*), en sú framkvæmd inniheldur óhjákvæmilega hnökra þegar smærri svæði með takmörkuðu gagnaframboði eru til skoðunar (United Nations, 2010b). Er það m.a. vegna þess að ekki liggur alltaf ljóst fyrir hvar uppruni tekna í ferðapjónustu er og starfsemi lögaðila getur jafnvel dreifst á marga staði. Skilgreining áfangastaðar getur einnig verið vandasöm. Almennt má segja að áfangastaður sé svæði þar sem áhrifa ferðapjónustu gætir. Hann snýst í raun um þrjú megin skilyrði; aðgengi, aðstöðu og aðdráttarafi (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013) og getur miðast við bæjarmörk, náttúruperlu eða annað afmarkað landsvæði. Afmörkun áfangastaða fer ekki endilega saman við afmörkun hagskýrslusvæða á hverjum stað (OECD, 2016) og því geta tölfræðileg gögn um áfangastaði verið af skornum skammti líkt og raunin er á Íslandi.

Í ferðapjónustureikningum er umfang atvinnugreinarinnar annars vegar metið út frá framboðshliðinni þar sem tölfræðin er unnin út frá grunnkerfi þjóðhagsreikninga. Hins vegar er það metið út frá eftirspurnarhliðinni á grundvelli neyslu ferðamanna (United Nations, 2010b). Leitast var við að fylgja aðferðafræði við gerð ferðapjónustureikninga eins og kostur var í þessu verkefni en óhjákvæmilega fylgdu því takmarkanir sökum þess sem tilgreint er hér að framan. Ekki voru fáanleg fullnægjandi gögn um atvinnugreinina eftir rannsóknarsvæðum í þjóðhagsreikningum svo verkefnið einskorðast við mat á áhrifum erlendra gesta út frá eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar. Engu að síður var stuðst við alþjóðlega forskrift ferðapjónustureikninga við þá framkvæmd eins og kostur var. Flokkun útgjaldaliða byggir á sömu flokkun og mælt er til í forskrift ferðapjónustureikninga auk þess sem leiðarvísir

Alþjóðaferðamálaráðs SP um meðferð ferðapjónustutölfræði (United Nations, 2010a; UNWTO, 2014) var hafður til hliðsjónar við gerð spurninga. Þar að auki var stuðst við þær innlendu rannsóknir sem nefndar voru í kafla 1.1 við gerð spurningalistans.

Við framkvæmd ferðapjónustukannana á dreifbýlum svæðum á Norðurlöndunum hefur hið svokallaða Norræna módel (e. *Nordic model*) stundum verið notað við mat á áhrifum ferðapjónustu. Það hefur hentað vel á svæðum þar sem fyrirliggjandi gögn eru takmörkuð, s.s. í norðurhluta Finnlands. Líkt og í tilviki ferðapjónustureikninga byggir módelið á tveimur megináferðum, tekjumódeli (e. *income model*) sem metur framboðshlið ferðapjónustunnar og útgjaldamódeli (e. *expenditure model*) þar sem eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar er viðfangsefnið og gagna er aflað með spurningakönnunum meðal ferðamanna (Kauppila og Karjalainen, 2012; Saarinen, 2003). Áferðirnar eiga það sameiginlegt að hafa það að meginmarkmiði að skilgreina og meta umfang og virði ferðapjónustunnar eftir fyrirfram skilgreindum flokkum og var Norræna módelið því einnig haft til hliðsjónar við framkvæmd spurningakönnunarinnar meðal erlendra ferðamanna í þessu verkefni.

Þegar ferðapjónusta á afmörkuðum svæðum landsins er skoðuð sérstaklega, líkt og gert er í þessu verkefni, er mælt til þess að neytendur þjónustunnar séu greindir í þrjá hópa: Erlenda gesti, innlenda gesti sem búsettir eru á öðrum svæðum landsins og íbúa svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðavenjur og neyslumynstur innlendra gesta þarf að meta með öðrum áferðum en erlendra gesta. Mælt er til að framkvæmdar séu sérstakar kannanir meðal heimila landsins (e. *household surveys*) þar sem kannaðar eru sérstaklega ferðavenjur innlendra gesta og útgjöld. Fjöldi gistinátta er einnig mikilvæg mælieining í þessu tilliti (United Nations, 2010a). Frá árinu 2009 hefur Ferðamálastofa framkvæmt árlega netkönnun meðal Íslendinga um ferðalög þeirra innanlands og erlendis (Ferðamálastofa, e.d.a.) og Hagstofa Íslands heldur úti samfelldri rannsókn á útgjöldum heimilanna (Hagstofa Íslands, 2013). Ekki var unnt að greina umfang ferðapjónustu vegna innlendra gesta á afmörkuðum svæðum landsins út frá þeim könnunum svo einungis var til skoðunar fjöldi gistinátta íslenskra gesta á hverjum stað og aðrar fjöldatölur þar sem þær voru fáanlegar.

2.1 Spurningakönnun

Spurningakönnunin¹ sem er grundvöllur þessarar rannsóknar einskorðast við erlenda gesti á Íslandi (e. *inbound visitors*). Flestar spurningarnar sem lagðar voru fyrir viðmælendur voru lokaðar (e. *structured questions*) þar sem ferðamenn merktu við þann svarmöguleika sem átti best við í þeirra tilfalli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

¹ Sjá viðauka 3

nákvæmar upplýsingar eftir því sem við átti hverju sinni. Þar að auki gafst svarendum kostur á að koma athugasemdum á framfæri í opinni spurningu.

Í töflu 1 eru tilgreindir þeir þættir sem mælst er til af Alþjóðaferðamálaráðinu að gagna sé aflað um til að greina helstu einkenni gesta og ferðar. Ekki reyndist unnt að spyrja um alla þá þætti sem ráðlagðir eru þar sem könnunin takmarkaðist við 20 spurningar. Þær bakgrunnsbreytur sem valdar voru í þessari könnun varðandi einkenni gesta voru aldur, kyn og búsetuland. Ekki var spurt um menntun, stöðu eða tekjur. Í tengslum við einkenni ferðarinnar var spurt um tilgang og tegund ferðarinnar, dvalarlengd, uppruna og áfangastað, ferða- og gistimáta (sjá skáletrað í töflu 1).

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).

Helstu einkenni gesta	Helstu einkenni ferðar
<i>Aldur</i>	<i>Tilgangur ferðar</i>
<i>Kyn</i>	<i>Tegund ferðar</i>
<i>Efnahagsleg staða</i>	<i>Dvalarlengd</i>
<i>Starf</i>	<i>Uppruni og áfangastaður</i>
<i>Tekjur</i>	<i>Ferðamáti</i>
<i>Menntun</i>	<i>Gistimáti</i>

2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum

Samkvæmt forskrift Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðarþjónustutölfræði er mikilvægt að ferðamenn séu greindir eftir búsetulandi en ekki þjóðerni. Einstaklingar eru skráðir eftir þjóðerni eða ríkisborgararétti í vegabréfum en geta haft fasta búsetu annars staðar. Búsetuland í þessu tilviki er skilgreint á sama hátt og gert er í þjóðhagsreikningum og notað er við útreikning á greiðslujöfnuði Seðlabankans. Greining á búsetulandi gerir flokkun gesta eftir uppruna ferðar og áfangastað mögulegan (United Nations, 2010a). Upplýsingar um búsetuland þarf að nálgast með sérstakri spurningu til gestanna og getur þetta því valdið misræmi þegar niðurstöður eru bornar saman við þjóðerni gesta sem er skráð við brottför í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Í könnun Ferðamálastofu um ferðavenjur erlendra ferðamanna er bæði spurt um búsetuland og þjóðerni hverju sinni (Ferðamálastofa, 2014a).

Sú tegund ferðamanna sem rannsóknin nær yfir er skilgreind sem *gestur* (e. *visitor*) eða „einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en 12 mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til“ (Samgönguráðuneytið, 1996, bls. 17; United Nations, 2010a, bls. 101). Gestir geta bæði verið dagsgestir (e. *excursionists*) og ferðamenn (e. *tourists*) eftir því hvort þeir dvelja yfir nótt á áfangastað eður ei (United Nations, 2010a).

2.1.2 Ferðatengdar spurningar

Þátttakendur voru sérstaklega spurðir út í heimsókn sína til staðarins og ferðahegðun sína á meðan á dvöl þeirra á staðnum stóð. Með heimsókn þeirra er átt við skilgreiningu Alþjóðaferðamálaráðsins á heimsókn gesta til staðar meðan á ferðalagi stendur (e. *tourism visit*). Heimsóknin þarf ekki að fela í sér gistingu á staðnum en viðkomandi verður engu að síður að stoppa um stund. Engin lágmarks dvalartími hefur verið skilgreindur í þessu samhengi. Þeir gestir sem keyra í gegnum svæðið án þess að gera hlé á ferð sinni teljast ekki til gesta svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðamenn sem stofna til tímabundins starfssamnings meðan á dvöl þeirra á svæðinu stendur eru einnig undanskildir skilgreiningunni gestir (United Nations, 2010a).

2.1.3 Útgjöld

Með útgjöldum gesta (e. *visitor expenditure*) er átt við þá upphæð sem greidd er fyrir kaup á neysluvörum og þjónustu sem og fyrir önnur verðmæti til eigin nota eða gjafa á meðan á ferðalagi stendur. Það felur í sér útgjöld gesta sem greidd eru af þeim sjálfum eða af öðrum fyrir þeirra hönd (OECD, 2010; United Nations, 2010a, 2010b).

Í þessu tilliti skiptir tímasetning útgjalda máli, sér í lagi þar sem ferðalög geta verið greidd fyrirfram eða jafnvel eftir á með greiðslukortareikningi. Í verkefninu er stuðst við reglur þjóðhagsreikninga um einkaneyslu þar sem miðað er við að neyslan eigi sér stað við afhendingu þjónustu eða við eigendaskipti vöru hvort sem peningaleg greiðsla á sér stað um leið eða ekki (United Nations, 2010a). Útgjöld vegna gistipjónustu eru því talin þann sólarhring sem dvalið er á gististaðnum, vegna ferða þann sólarhring sem ferðin á sér stað o.s.frv.

Kaup á öllu því sem flokkast sem neysluvörur eða þjónusta í þjóðhagsreikningum getur flokkast sem útgjöld gesta. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgripir, tæknivörur o.s.frv. (United Nations, 2010a).

Mælst er til að ferðamenn flokki útgjöld sín eftir tilgangi í eftirfarandi liði (United Nations, 2010b):

1. Pakkaferð
2. Gistipjónusta
3. Veitingaþjónusta
4. Samgöngur á áfangastað
5. Samgöngur milli landa
6. Afþreying og tómstundastarfsemi
7. Ýmis verslun
8. Annað

Í þessu verkefni var ekki spurt um heildarkostnað pakkaferðar (1) og ekki samgöngur á milli landa (5) þar sem það átti ekki við um útgjöld innan áfangastaðar. Í tilviki þeirra gesta sem voru í pakkaferð voru útgjöld á áfangastað áætluð út frá sérstaklega tilgreindum vöru- og þjónustukaupum svarenda á svarsæðli. Við flokkun útgjalda var einnig höfð til hliðsjónar flokkun Hagstofunnar við gerð ferðþjónustureikninga (tafla 2) (Hagstofa Íslands, e.d.a.).

Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustu (Hagstofa Íslands, e.d.a.)

Einkennandi atvinnugreinar í ferðþjónustu	Aðrar atvinnugreinar
1. Gistiþjónusta	10. Ýmis verslun
2. Veitingaþjónusta	11. Önnur þjónusta
3. Farþegaflutningar á landi	
4. Farþegaflutningar á sjó	
5. Farþegaflutningar með flugi	
6. Leiga flutningatækja, bílaleiga o.fl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómstundastarfsemi	

Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustureikninga eru fleiri en grunnflokkar útgjalda hér að framan. Útgjöldum vegna menningarstarfsemi var bætt við útgjaldalistann (tafla 3) auk þess sem veitingaþjónusta var sundurliðuð eftir því hvort hún var innan gististaðar eða utan líkt og gert er í ferðþjónustureikningum. Ekki var spurt sérstaklega um útgjöld vegna ferðaskrifstofa innan áfangastaðar þar sem kaupanda afþreyingar eða annarrar þjónustu getur ekki alltaf verið ljóst hvort söluaðili sé skráður ferðaskipuleggjandi eða ferðaskrifstofa.

Ýmis verslun var sundurliðuð í þrjá undirflokkar: Matvöru, minjagrip og aðra verslun til að ná gleggri mynd af útgjaldamynstri gesta á hverju svæði í verslunum. Endanleg flokkun útgjaldaliða var eins og hún kemur fyrir í töflu 3. Allar upphæðir eru á verðlagi ársins 2015.

Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni

Gistiþjónusta
Veitingaþjónusta innan gististaðar
Veitingaþjónusta utan gististaðar
Samgöngur
Afþreying og tómstundastarfsemi
Menningarstarfsemi
Verslun - matvara
Verslun - minjagripir
Verslun – aðrar vörur
Annað

2.2 Úrtak

Val á úrtaksaðferðum í ferðavenjurannsóknum getur verið vandasamt þar sem upplýsingar um þýðið eru jafnan takmarkaðar og því erfitt að endurspegla það með úrtaki. Sjaldan liggja fyrir upplýsingar um ferðir og dvalarstaði gesta enda geta þessir þættir verið ákveðnir án fyrirvara. Skortur á upplýsingum um meðlimi þýðis útilokar notkun líkindaúrtaks (e. *probability sampling*) og því þarf að beita aðferðum ólíkindaúrtaks (e. *non-probability sampling*) við val á svarendum (Finn, Elliott-White og Walton, 2000). Meðal aðferða ólíkindaúrtaks eru svokölluð hentugleikaúrtök (e. *convenience samples*) sem lýsa sér þannig að svarendur verða fyrir valinu vegna þess að þeir eru staddir á ákveðnum stað á ákveðnum tíma (Finn, Elliott-White og Walton, 2000; Smith, 2010). Algengasta framkvæmd þessara spurningakannanna er á vettvangi (e. *on-site surveys*) þar sem ferðamenn eru ýmist spurðir spurninga af spyrli eða þeim er afhentur spurningalisti sem þeir svara sjálfir (Vaske, 2008). Þegar þessari úrtaksaðferð er beitt ber að túlka niðurstöður sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá niðurstöðunum (Malhotra, 1999; Vaske, 2008). Aðferð hentugleikaúrtaks var beitt í þessu verkefni. Leitast var við að velja sem hlutlausast svæði á hverjum stað sem þó uppfyllti lágmarksskilyrði um umferð ferðamanna og voru spyrjar staðsettir innan þeirra svæða. Vandasamt getur verið að skilgreina svæði sem endurspeglar þýðið sem best og uppfyllir á sama tíma skilyrði um lágmarksfjölda ferðamanna, áreiðanleika og kostnað (Manzanera, Melijosa, Estebanez og Pelaez, 2002). Mælt er með markvissri og öflugri framkvæmd könnunar þá daga sem umferð ferðamanna er mikil og að velja aðra daga af handahófi þegar umferð er minni. Hafa verður í huga hvert hlutfall þeirra daga er sem umferð er meiri en aðra daga þegar framkvæmd könnunar er skipulögð (Manzanera ofl., 2002).

Tímabil framkvæmdar könnunarinnar var dreift yfir sumarmánuðina eins og kostur gafst, en var engu að síður háð möguleika spyrllanna á því að framkvæma könnunina. Jafnvægi var í tíðni framkvæmdar innan dagsins. Þá daga sem veðurskilyrði voru slæm var svarhlutfall lægra þar sem könnunin var framkvæmd utanhúss og erfiðara reyndist að fá ferðamenn til að taka þátt við þær aðstæður. Í verkefninu gafst ekki kostur á öflun gagna yfir vetrartímamann og því byggja niðurstöður þess á niðurstöðum spurningakannanna sem framkvæmdar voru yfir sumartímamann eingöngu. Engar tölfraeðilegar upplýsingar lágu fyrir um ferðahegðun eða útgjöld ferðamanna yfir vetrartímamann á rannsóknarsvæðunum fjórum. Áætlað hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem heimsótti staðina utan sumartíma (á tímabilinu september til maí) var á bilinu 21%-23% á stöðunum þremur á Norðurlandi og 36% á Höfn í Hornafirði (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016).²

Úrtaksskekkja (e. *sampling error*) er óhjákvæmileg þegar úrtak er tekið í rannsóknum, en hún lýsir sér í takmörkunum úrtaks til að endurspeglar þýðið. Líkt og með tegund úrtaksaðferðar hefur stærð úrtaks áhrif á úrtaksskekkjuna en hún eykst í öfugu hlutfalli við stærð úrtaksins. Í upphafi rannsóknar þarf að meta hversu háa úrtaksskekkju rannsóknin þolir. Einnig þarf að mæla stærð þýðis sem og breytileika innan þess (Vaske, 2008).

Í töflu 4 má sjá hver lágmarksstærð úrtaks reiknast m.t.t. stærð þýðis, 95% öryggismörk og $\pm 3\%$, $\pm 5\%$ og $\pm 10\%$ úrtaksskekkju.

Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk (Vaske, 2008, bls. 180)

Stærð þýðis	Úrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk		
	$\pm 3\%$ úrtaksskekkja	$\pm 5\%$ úrtaksskekkja	$\pm 10\%$ úrtaksskekkja
1.000.000.000	1.067	384	96
1.000.000	1.066	384	96
100.000	1.056	383	96
40.000	1.040	381	96
20.000	1.013	377	96
10.000	965	370	95
8.000	942	367	95
6.000	906	361	95
4.000	843	351	94
2.000	696	322	92
1.000	517	278	88
800	458	260	86
600	384	234	83
400	291	196	78
200	169	132	65
100	92	80	49

² Byggt á gögnum um Siglufjörð frá 2013, Mývatnssveit og Húsavík frá 2014 og Höfn frá 2015

Í töflu 4 sést hvernig áhrif úrtaksstærðar minnkar þegar stærð þýðis er komin yfir 40.000. Í verkefninu var reiknuð lágmarksstærð úrtaks m.v. $\pm 5\%$ úrtaksskekku og 95% öryggismörk á hverjum stað samkvæmt jöfnu Dillman (2007) (í Vaske, 2008, bls. 180) sem tafla 3 byggir á:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p-1)(B/C)^2+(p)(1-p)}$$

N_s = Lágmarksstærð úrtaks.

N_p = Stærð þýðis (í þessu tilfalli áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði).

p = líkur á að spurningu sé svarað á ákveðinn hátt (0,5).

B = ásættanleg skekkjumörk (0,05).

C = Z gildi (1,96).

Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum

	Áætlaður fjöldi erl. ³ . ferðamanna	Lágmarksstærð úrtaks	Endanlegur fjöldi svara
Húsavík	193.500	383	523
Mývatnssveit	303.000	384	477
Siglufjörður	47.700	381	428
Höfn	273.000	384	550

Endanlegur fjöldi svara var yfir lágmarksstærð úrtaks miðað við 95% öryggismörk og $\pm 5\%$ úrtaksskekku á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Á Siglufirði tók framkvæmd könnunarinnar 12 daga. Spyrjar á vegum RMF og Rannsóknaseturs HÍ á Húsavík voru staðsettir á svæði sem náði frá hafnarsvæði bæjarins að Síldarminjasafninu. Þeir gengu um svæðið og óskuðu eftir þátttöku ferðamanna sem gátu í flestum tilfellum svarað könnuninni án aðstoðar. Í þeim tilvikum þar sem ferðamenn voru í hópferð og gátu ekki gefið sér tíma til að svara könnuninni meðan á dvöl þeirra á Siglufirði stóð, var haft samband við leiðsögumenn hópsins og óskað eftir því að spurningalistum væri dreift um borð í hópferðabifreiðunum og þeir síðan sendir í pósti til framkvæmdaraðila. Tímabil framkvæmdar var 14. júlí til 19. ágúst. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 10-19. Alls voru 539 erlendir ferðamenn beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 428 þátttöku, eða 79%.

Framkvæmd könnunarinnar var háð því að ferðamenn færu fótgangandi um rannsóknarsvæðið á þeim tíma sem könnunin var framkvæmd. Með því var útilokuð þátttaka þeirra þeirra ferðamanna sem komu til staðarins einungis til dvalar að kvöld- og næturlagi sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

³ Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

Sömu aðferð var beitt á öllum rannsóknarsvæðunum en eitt svæði (Höfn) var frábrugðið að því leyti að gagnaöflun fór fram yfir lengra tímabil dagsins (frá kl. 8 til 22). Þar voru niðurstöður greindar sérstaklega eftir því hvort gagnaöflun ætti sér stað eftir kl. 19 (n=133) eða fram til kl. 19 (n=426). Kannað var hvort marktækur munur væri á niðurstöðum eftir gagnaöflunartíma á Höfn. Í einu tilviki mældist munur ($p=0,041$). Munurinn mældist meðal dagsferðamanna þegar spurt var um dvalarlengd, en heildar dvalarlengd stýttist úr 18,4 klst. í 18,0 klst. þegar einungis var tekið tillit til gagna sem aflað var fyrir kl. 19 á kvöldin. Ekki reyndist marktækur munur á gisti hlutfalli ($p=0,302$) né öðrum spurningum sem buðu upp á slíka mælingu. Þegar bornar voru saman niðurstöður spurninga á milli rannsóknarsvæða var í öllum tilfellum notast við niðurstöður út frá gögnum sem spannaði allt gagnaöflunartímabil staðanna að dvalartíma undanskildum þar sem notast var við gagnaöflunartíma fram til kl. 19 á Höfn.

2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum

Þegar söfnun svara lauk voru þau færð inn í tölfraeðiforritið SPSS. Svarblöðin voru skönnuð og niðurstöður forunnar hjá Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri. Við úrvinnslu gagnanna var notast jafnt við SPSS og Excel. Við útreikninga á útgjöldum ferðamanna í erlendum gjaldmiðlum var notast við miðgengi Seðlabanka Íslands þann 15. júlí 2015.

Krosstöflur (e. *crosstabs*) voru notaðar til að skoða dreifingu niðurstaðna eftir bakgrunnsbreytum og eru þær birtar í viðauka 1. Til að meta hvort marktækur munur væri á milli svæða var kí-kvaðrat (e. *chi-square*) marktektarpróf notað þar sem tölfraeðileg marktækni miðaðist við 95% marktektarmörk ($p<0,05$). Í texta um niðurstöður spurninga innan hvers svæðis var einungis vísað í bakgrunnsbreytur sem innihéldu að lágmarki 20 svör.

Í verkefninu eru niðurstöður útgjaldakönnunarinnar margfaldaðar með áætluðum fjölda erlendra gesta á hverjum stað til að meta heildarútgjöld þeirra. Útgjöldin eru túlkuð sem ferðaþjónustutengd velta⁴ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Út frá þeim upplýsingum er launakostnaður áætlaður sem og ársverk í ferðaþjónustu á hverjum stað.

Forsendur ofangreindra útreikninga byggja á skýrslu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum árið 2013 (Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir, 2016). Í því verkefni voru áhrifin mæld út frá eftirspurnarhlið atvinnugreinarinnar með framkvæmd útgjaldakannana meðal erlendra gesta svæðisins. Einnig voru þau metin út frá framboðshlið atvinnugreinarinnar þar sem lykiltalna í ársreikningum ferðaþjónustuaðila var aflað. Viðtöl voru tekin við 102 aðila í ferðaþjónustu

⁴ Virðisaukaskattur meðtalinn

þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðapjónustuhlutfall, launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að meðaltali 28,9%⁵ af ferðapjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðapjónustu í Þingeyjarsýslum voru 324.085 kr. árið 2013 og eru uppreiknuð í þessu verkefni m.v. launavísitölu til júlí 2015, alls 370.484 kr.

Í þessu verkefni einskorðast mat á umfangi atvinnugreinarinnar við eftirspurnarhlið hennar þar sem niðurstöðurnar byggja á upplýsingum um útgjöld erlendra gesta á svæðinu en ekki lykiltölum úr rekstri ferðapjónustuaðila líkt og í fyrrgreindu verkefni um Þingeyjarsýslur. Hlutfall launakostnaðar og ársverka er fengið úr þeirri skýrslu og reiknast út frá áætluðum heildarútgjöldum erlendra gesta sem túlkuð eru sem ferðapjónustutengd velta fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta.

Í kafla 2.2 er rætt um val á úrtaki og mögulegar úrtaksskekkjur. Þar kemur m.a. fram að val á rannsóknarsvæði geti verið meðal þess sem hefur áhrif á niðurstöður svæðisbundinna ferðavenjukannana. Við úrvinnslu niðurstaðna í þessu verkefni mátti greina ósamræmi í niðurstöðum spurninga um val á afþreyingu á Siglufirði þar sem mögulegt var að gera samanburð á niðurstöðum og rauntölum frá ferðapjónustuaðilum. Niðurstöður könnunarinnar sýndu hærra hlutfall erlendra gesta Síldarminjasafnsins en rauntölur sögðu til um. Gera má ráð fyrir að nálægð rannsóknarsvæðisins á Siglufirði við Síldarminjasafnið hafi þar haft áhrif.

Þegar vísbendingar eru um að úrtak endurspegli ekki fullkomlega þýðið er mælst til að aðferðum gagnavigtunar sé beitt þar sem það er mögulegt (Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2014; Vaske, 2008). Í slíkum tilfellum þarf að þekkja bæði hlutföll þýðis og úrtaks. Í þessu verkefni reyndist ekki nægilegt að þekkja einungis hlutfall þeirra gesta sem áformaði að heimsækja Síldarminjasafnið meðan á dvöl þeirra stóð. Þar sem ekki lágu fyrir fullnægjandi upplýsingar til frekari lagskiptingar úrtaks og gagnavigtunar eru gögnin birt án slíkra aðgerða. Ofangreint ósamræmi er tekið fram í texta í kafla um niðurstöður þar sem það á við.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum. Samkvæmt OECD ber almennt að taka þeim með fyrirvara og þá sér í lagi þegar um er að ræða samanburð á milli svæða sem og samanburð svæða við niðurstöður á landsvísu. Ástæðan er m.a. sú að þróun rannsóknaraðferða og framboð gagna til að meta áhrif ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum eru almennt takmörkuð. Athugasemdir eru einnig gerðar við ófullkomna gagnagrunna, greiningu gagna og dreifingu niðurstaðna auk þess sem fjármagn til þróunar og uppbyggingar slíkra grunna hefur í gegnum tíðina talist vera of lítið (OECD, 2016). Slíkar viðvaranir

⁵ Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðapjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfraeðigagna í ferðaþjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfraeðilega annmarka slíkra verkefna gefa niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísendingar um þróun og stöðu ferðaþjónustu á hverjum stað og eru nauðsynlegar fyrir svæðisbundna stefnumótun atvinnugreinarinnar.

Í opinberum gögnum um erlenda ferðamenn á Íslandi hefur ekki legið fyrir fastmótuð skipting eftir markaðssvæðum. Í þessari könnun eru búsetulönd gesta byggð á flokkun Alþjóðaferðamálastofnunar Sameinuðu þjóðanna (UNWTO, 2015). Í töflu 6 má sjá hvernig Evrópa skiptist samkvæmt þeirri flokkun. Í verkefninu er Norður-Evrópu skipt í tvo undirflokk; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið):

Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu (UNWTO, 2015)

Norður-Evrópa	Vestur-Evrópa	Mið-/Austur-Evrópa	S-Evrópa / Miðjarðarhaf
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaría	Bosnía og Hersigóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirkigystan	Kýpur
	Þýskaland	Lettland	Makedónía
		Litháen	Malta
		Moldóva	Portúgal
		Pólland	San Marínó
		Rúmenía	Serbía
		Rússland	Slóvenía
		Slóvakía	Spánn
		Tajikistan	Svartfjallaland
		Tékkland	Tyrkland
		Túrkmenistan	
		Ungverjaland	
		Úkraína	
		Úsbekistan	

3 NIÐURSTÖÐUR

Í þessum kafla eru kynntar niðurstöður spurningakönnunarinnar sem framkvæmd var meðal erlendra gesta á Siglufirði sumarið 2015. Heildarfjöldi gildra svara í könnuninni var 425. Meðalaldur þátttakenda var 47,1 ár og meirihluti svarenda (55%) voru konur. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (54%). Næst flestir komu frá Norður Ameríku (20%). Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3. Meðalaldur gesta frá Bandaríkjunum var hæstur (57 ár) og lægstur hjá gestum frá Ítalíu (37 ár).

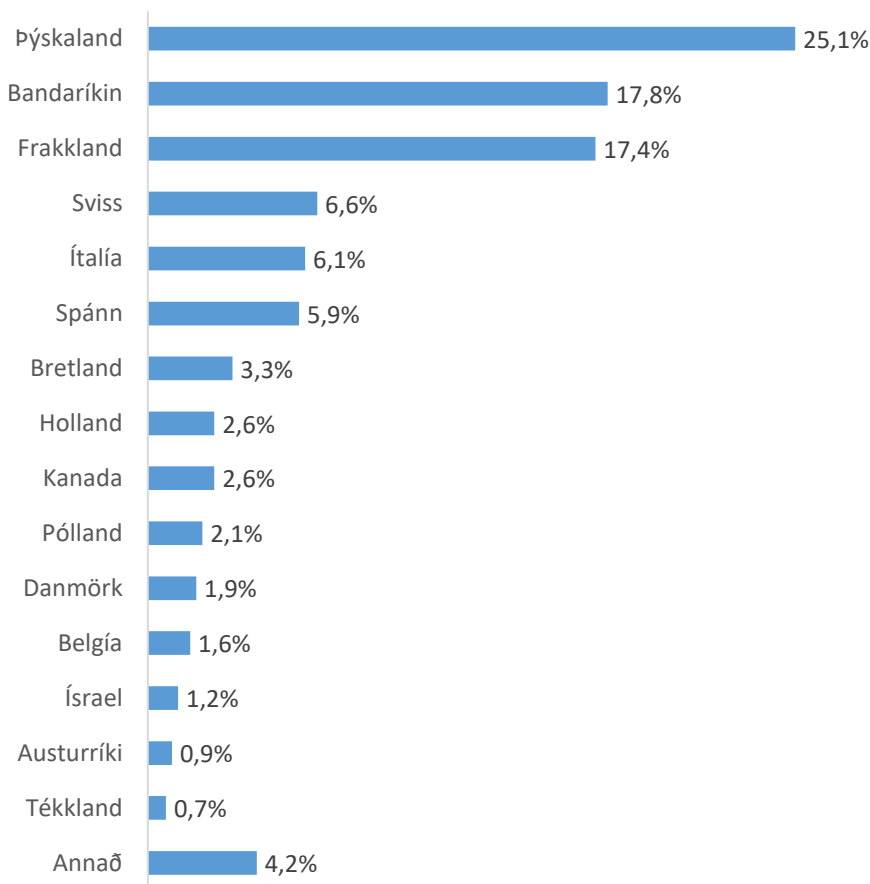
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 ára og eldri
Allir	425	6,6%	22,6%	14,1%	20,7%	18,8%	17,2%
Kyn							
Kona	231	6,1%	24,2%	10,8%	22,5%	16,9%	19,5%
Karl	191	7,3%	20,9%	18,3%	18,3%	20,9%	14,1%
Markaðssvæði							
Norðurlönd	9	22,2%	11,1%	0,0%	11,1%	55,6%	0,0%
Bretlandseyjar	15	0,0%	20,0%	26,7%	13,3%	26,7%	13,3%
Vestur-Evrópa	230	4,8%	23,9%	12,6%	24,3%	21,3%	13,0%
Mið-Evrópa	18	0,0%	77,8%	16,7%	5,6%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	57	15,8%	28,1%	26,3%	19,3%	3,5%	7,0%
Norður-Ameríka	85	5,9%	3,5%	9,4%	17,6%	22,4%	41,2%
Asía	2	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%
Annað	6	16,7%	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%
Búsetuland							
Þýskaland	107	2,8%	16,8%	11,2%	23,4%	26,2%	19,6%
Bandaríkin	74	6,8%	2,7%	8,1%	14,9%	23,0%	44,6%
Frakkland	74	8,1%	27,0%	9,5%	29,7%	16,2%	9,5%
Sviss	27	0,0%	40,7%	22,2%	25,9%	7,4%	3,7%
Ítalía	26	15,4%	34,6%	23,1%	15,4%	7,7%	3,8%
Spánn	25	16,0%	24,0%	32,0%	20,0%	0,0%	8,0%
Bretland	14	0,0%	21,4%	21,4%	14,3%	28,6%	14,3%
Kanada	11	0,0%	9,1%	18,2%	36,4%	18,2%	18,2%
Holland	11	9,1%	18,2%	18,2%	9,1%	45,5%	0,0%
Pólland	9	0,0%	55,6%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	25,0%	12,5%	0,0%	12,5%	50,0%	0,0%
Belgía	7	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%	28,6%	14,3%
Ísrael	5	0,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%	20,0%
Austurríki	4	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	10,0%	50,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra gesta á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem gerir meðalaldur gestanna á Siglufirði 2015 heldur hærri en á landsvísu sumarið áður. Meðalaldur erlendra gesta á Húsavík var 42,8 ár, í Mývatnssveit 47,2 og á Höfn 37,7 ár.

3.1 Búsetuland

Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá Þýskalandi (25%). Alls voru um 18% svarenda frá Bandaríkjunum og 17% frá Frakklandi (mynd 1).

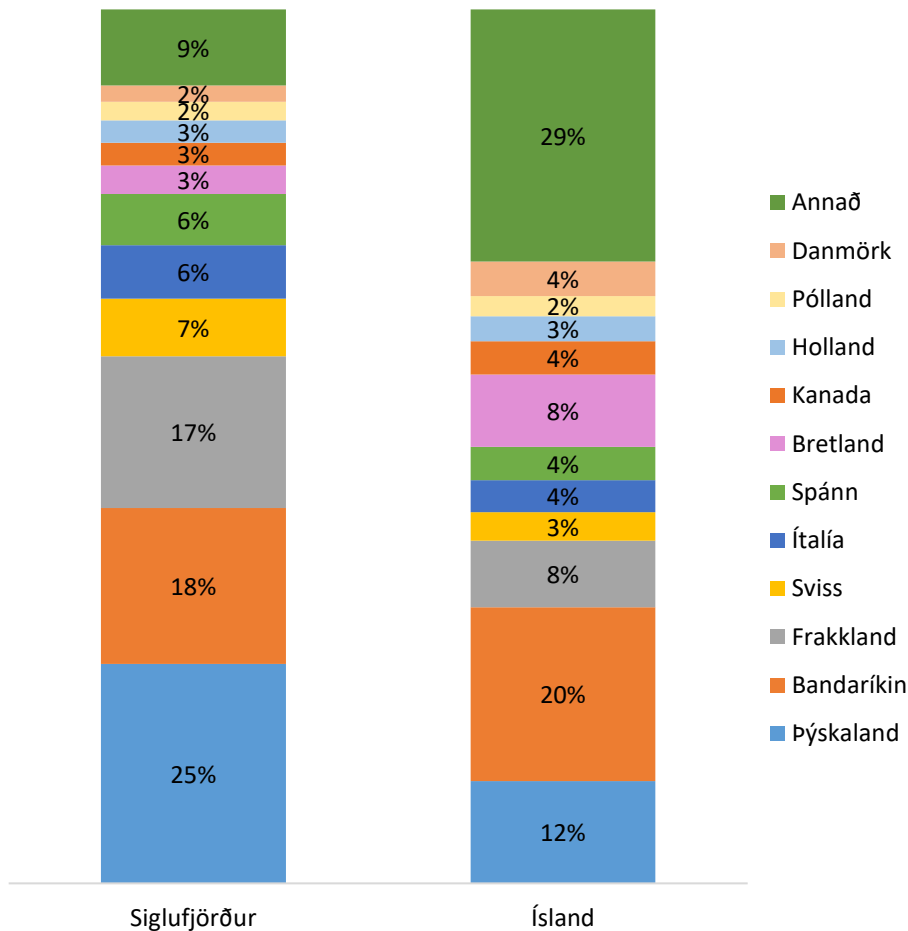


Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Siglufirði eftir búsetulandi sumarið 2015

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma⁶ eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 12% brottfararfarþega voru frá Þýskalandi og 8% frá Frakklandi og Bretlandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar frá Siglufirði (mynd 2). Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 20% (Ferðamálastofa, e.d.b.).

⁶ Í júlí og ágúst 2015

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Norðurlandi vestra sumarið 2015 hæst meðal Þjóðverja (24%). Þar á eftir voru Frakkar (14%), svo Bandaríkjamenn (11%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Norðurlandi vestra var því hærra meðal Þjóðverja og Frakka (5%) en Bandaríkjamanna og Breta (3%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.). Gistihlutfallið var þó töluvert lægra í heildina á Norðurlandi vestra en á Norðurlandi eystra og Austurlandi sem notuð voru sem samanburðarsvæði í þessu verkefni.



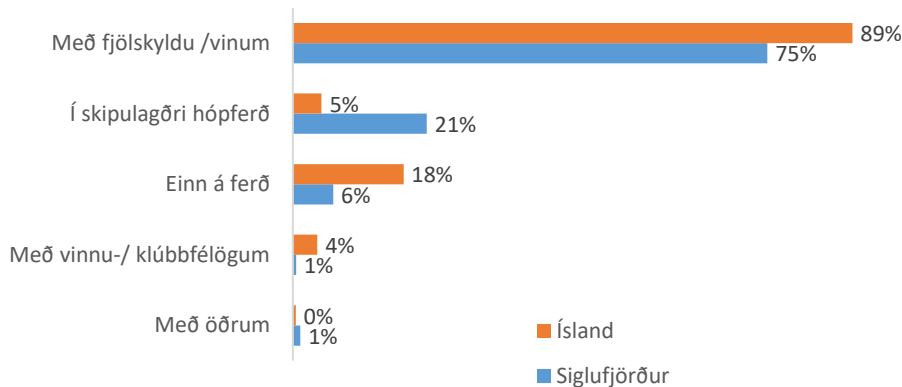
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Siglufirði í samanburði við Þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í júlí og ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Samkvæmt könnun RRF dvelja gestir frá Mið-Evrópu, Suður-Evrópu og Benelux löndunum lengur að meðaltali á Íslandi (11-13 nætur) yfir sumartímamann en t.d. gestir frá Bretlandi og Norður Ameríku (6-8 nætur) sem er ein af ástæðum þess að ferðamenn frá þessum markaðssvæðum dreifast betur um landsbyggðina (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015).

3.2 Ferðafélagar

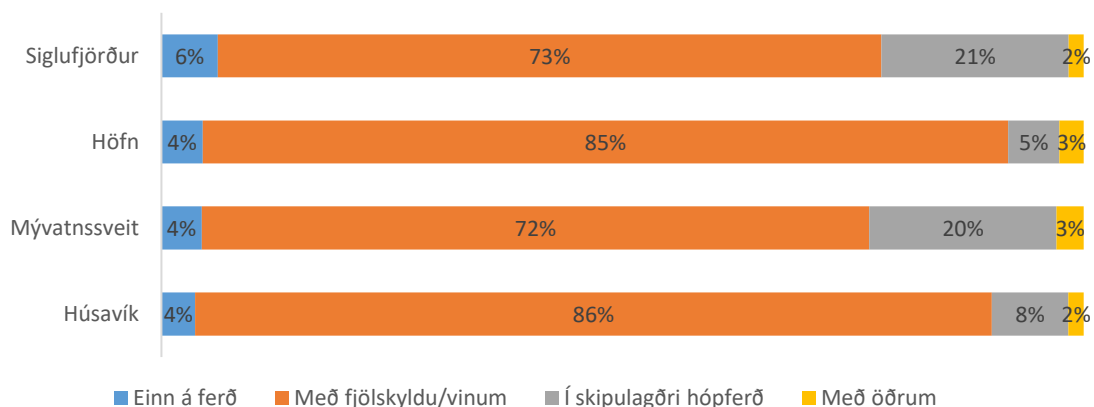
Af þeim sem ferðuðust til Siglufjarðar voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (75,1%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (21,2%) og 6,4% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 vekur athygli hátt hlutfall þeirra sem ferðast í skipulagðri hópferð til Siglufjarðar (21%).

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu sumarið 2014 sögðust 5% aðspurðra vera með ferðahópi, 89% í ferð með fjölskyldu eða vinum, 18% ferðuðust einir og 4% með vinnufélögum (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?

Hægt var að nefna fleiri en einn svarmöguleika í þessari spurningu svo svör eru fleiri en svarendur. Í töflu 10 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Athygli vekur helst að yfir helmingur þeirra Frakka sem heimsóttu Siglufjörð voru í skipulagðri hópferð en skiptingin var nokkuð líkari meðaltalinu hjá öðrum þjóðum. Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór einnig hækkandi eftir aldri og í hópi 65 ára og eldri sögðust 56% aðspurðra vera í hópferð.



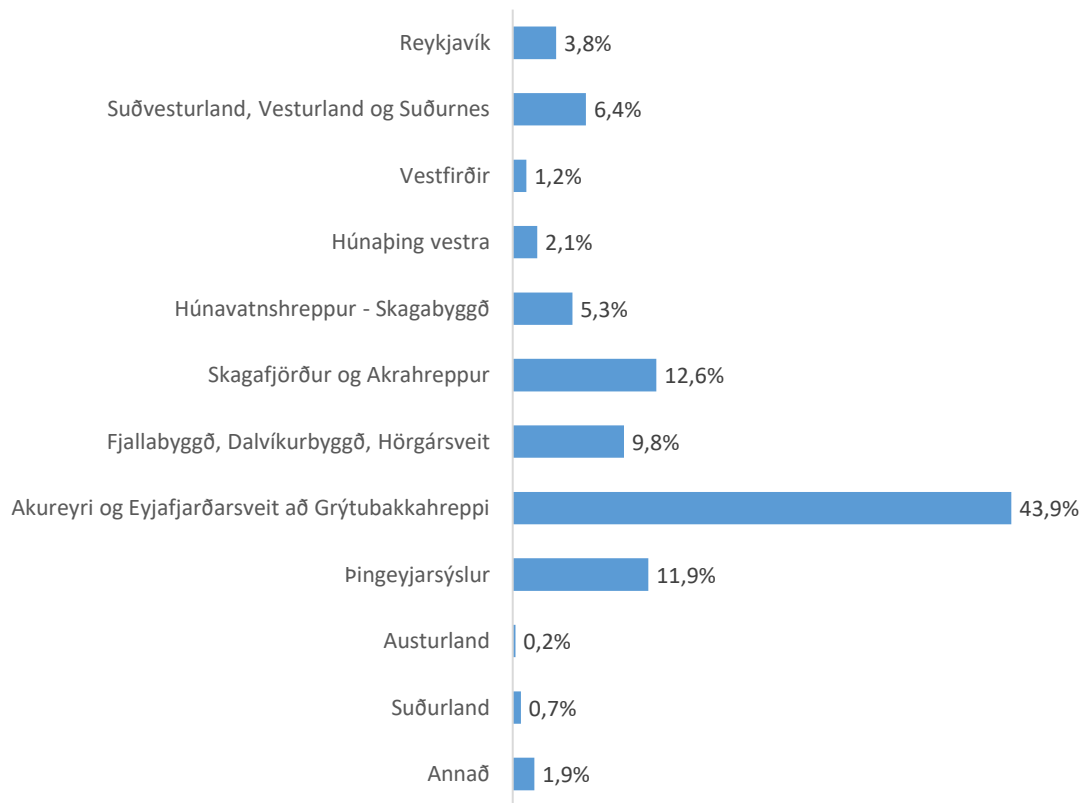
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða⁷

⁷ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarendur. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

Þegar svörin eru borin saman á milli svæða (mynd 4) má sjá að hærra hlutfall fólks var í hópferð á Siglufirði og Mývatnssveit heldur en á Húsavík og Höfn. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?

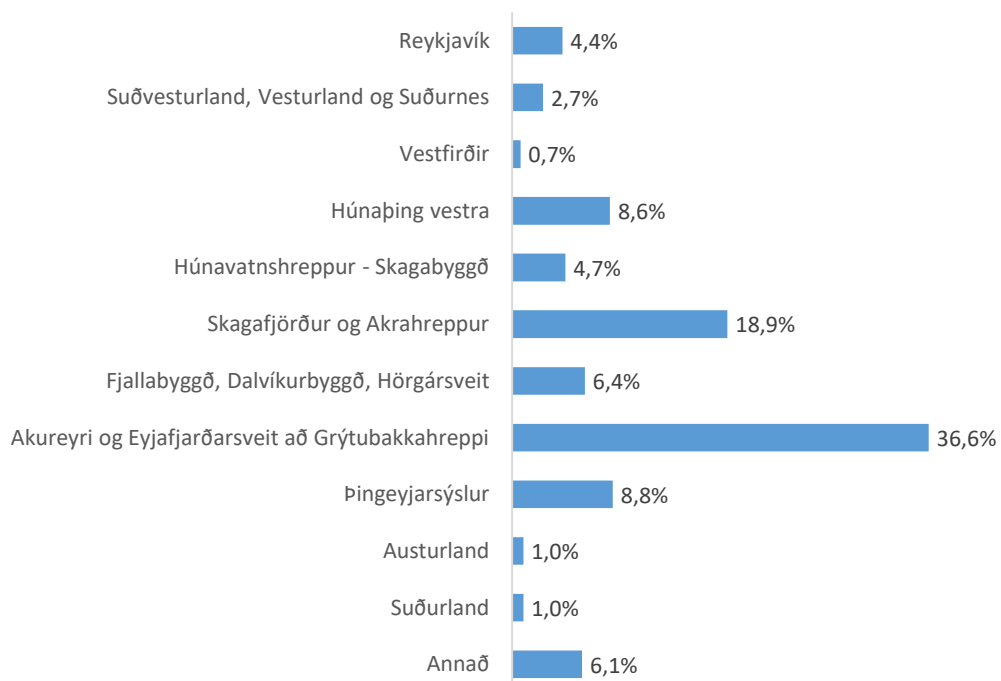
Ferðamenn voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu til Siglufjarðar. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti. Á Siglufirði var fjöldi gilda svara 419. Flestir höfðu dvalið á Akureyri og nágrenni, eða 184 (43,8%). Af þeim gistu langflestir (177) á Akureyri. Alls gistu 53 (12,6%) í Skagafirði og Akrahreppi. Þar af gistu flestir (22) á Sauðárkróki, ellefu í Varmahlíð, sex á Hólum og fimm á Hofsósi. Af þeim 41 (9,8%) sem dvöldu í Fjallabyggð, Dalvíkurbyggð og Hörgársveit, gistu flestir (34) á Dalvík og fimm í Ólafsfirði. Af þeim 50 sem gistu í Þingeyjarsýslum dvöldu flestir í Mývatnssveit (25), níu á Húsavík og sjö á Laugum.



Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?

3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?

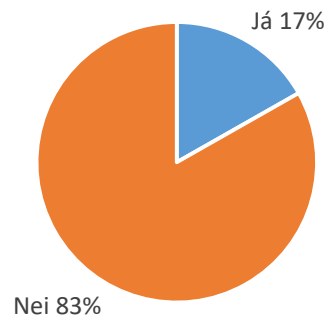
Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir hygðust dvelja næstu nótt eftir að þeir færu frá Siglufirði. Gild svör voru 407. Flestir áformuðu að gista á Akureyri, í Eyjafjarðarsveit og á Svalbarðsströnd, eða alls 148 (36,4%). Þar af hugðust 143 gista á Akureyri. Alls ætluðu 19,4% aðspurðra að gista í Skagafirði og Akrahreppi, þar af flestir í Varmahlíð (33), tuttugu á Sauðárkróki, átta á Hofsósi og sex á Hólum í Hjaltadal. Af þeim 36 (8,8%) sem hugðust gista í Húnaþingi vestra ætluðu flestir (13) að gista í Hrútafirði, ellefu á Hvammstanga og sex á Laugarbakka. Alls ætluðu 34 að gista í Þingeyjarsýslum, þar af flestir (15) í Mývatnssveit eða á Húsavík (12).



Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?

3.5 Gisting

Spurt var hvort gestir hefðu dvalið á Siglufirði síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 416 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 70 svarendur (16,8%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



Mynd 7. Dvaldir þú á Siglufirði síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?

Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki⁸ var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Þýskalandi (20,0%) og var nokkuð yfir meðaltali á meðan hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 12,3% og frá Frakklandi 14,3%. Um 16,5% gesta sem ferðuðust með bílaleigubíl gistu á staðnum og 23,7% gesta á eigin bíl. Einungis 4,6% gesta í hópferð gistu á staðnum.

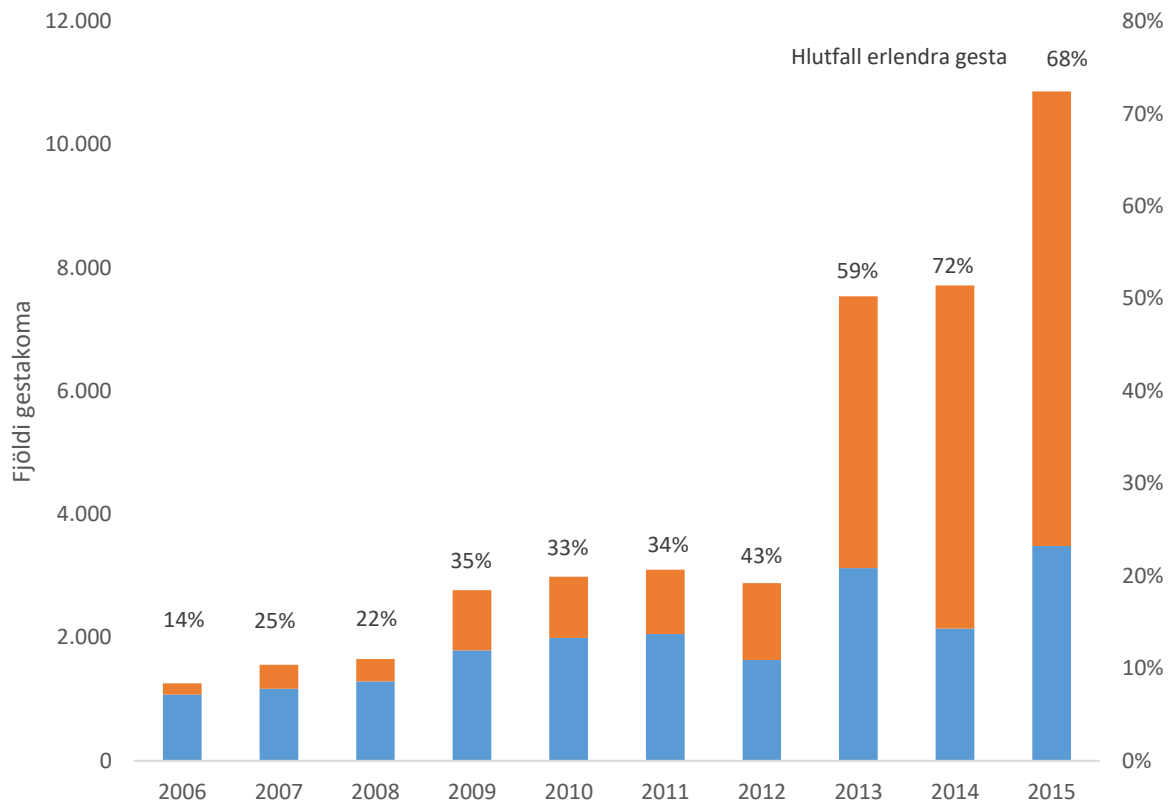
Þegar gistihlutfallið er reiknað með áætluðum fjölda erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 er niðurstaðan sú að 7.511⁹ erlendir ferðamenn hafi gist yfir nótt á Siglufirði. Fjöldi gestakoma samkvæmt Hagstofu Íslands voru alls 7.373 árið 2015 á Siglufirði sem er í nokkru samræmi við áætlanir út frá könnuninni. Samkvæmt tölum Hagstofunnar hefur hlutfall erlendra gesta af heildarfjölda gestakoma til Siglufjarðar hækkað úr 14% árið 2006 í 68% árið 2015 (sjá mynd 8). Fjallað er um fjölda erlendra gesta á Siglufirði og gistinætur Hagstofunnar í kafla 3.17.

Stærsti gististaðurinn á Siglufirði, Sigló Hótel opnaði formlega um miðjan júlí 2015 og var því á fyrsta mánuði rekstrar þegar könnunin var framkvæmd.

Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 11 í viðauka 1.

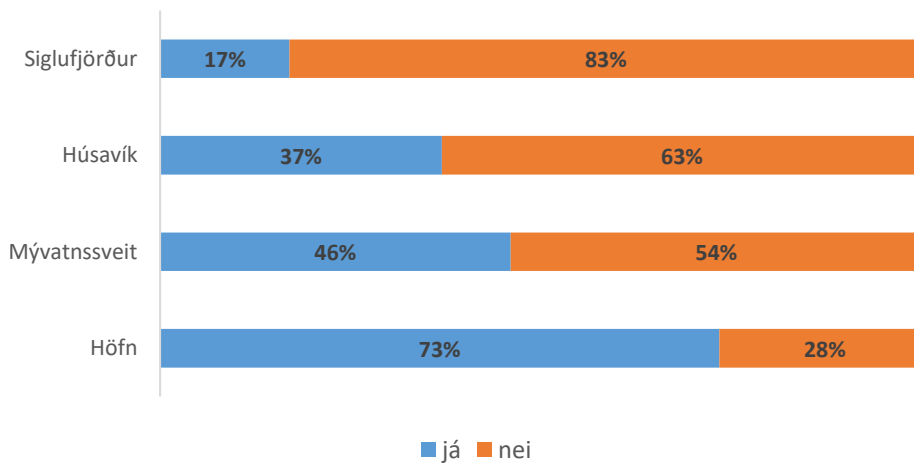
⁸ Einungis er tekið tillitið til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

⁹ Hér er gert ráð fyrir að 79% erlendra ferðamanna hafi heimsótt Siglufjörð yfir sumarmánuðina þrjá og 21% utan sumars (Rögvaldur Guðmundsson, 2014). Reiknað er með 30% lægra gistihlutfalli utan sumars líkt og í Þingeyjarsýslum 2014 (Guðmundsson, 2015).



Mynd 8. Fjöldi gestakoma ferðamanna á Siglufirði 2006-2015 (Hagstofa Íslands, 2017)

Á mynd 9 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015.

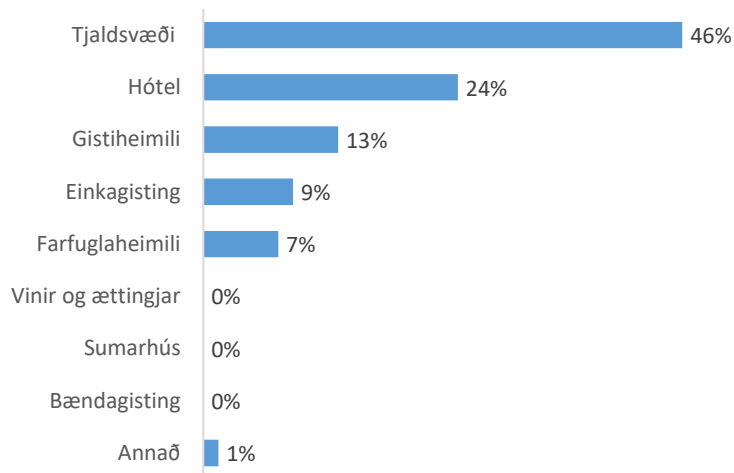


Mynd 9. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015

Marktækur munur var milli svæða ($p < 0,01$) en hlutfallið á Siglufirði var áberandi lægst og dvalartíminn stystur. Hæst var gistihlutfallið á Höfn í Hornafirði.

3.6 Gistimáti

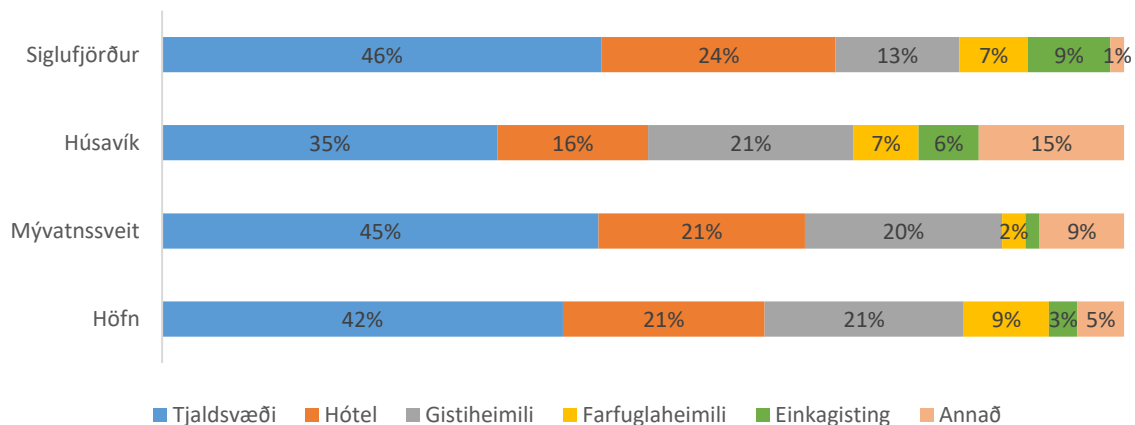
Gestir voru spurðir um hvaða tegund gistiþjónustu þeir nýttu sér á Siglufirði (mynd 10). Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu.



Mynd 10. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Siglufirði?

Þar sem einungis 70 svarendur sögðust ætla að gista á Siglufirði ber að varast að rýna um of í bakgrunnsbreytur þessarar spurningar. Engu að síður eru þær birtar í töflu 12 í viðauka 1.

Þegar meðaltal svæðanna fjögurra er reiknað eftir gistimáta var hlutfall gesta á tjaldsvæðum 42%, á hótélum 21%, á gistiheimilum 19%, á farfuglaheimilum, 6% og í einkagistingu 5% (mynd 11).

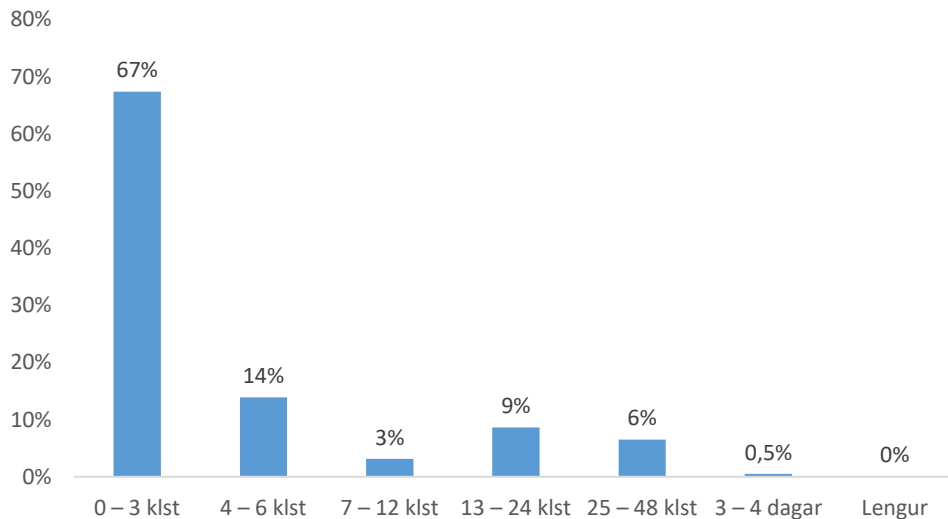


Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða

Hlutfall tjaldsvæða, hótels og einkagistingar var heldur hærra á Siglufirði en annars staðar. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$). Eins og fram hefur komið ber að hafa í huga lágt gistihlutfall á Siglufirði og því færri svör á bak við hvern valmöguleika í samanburði við aðra staði.

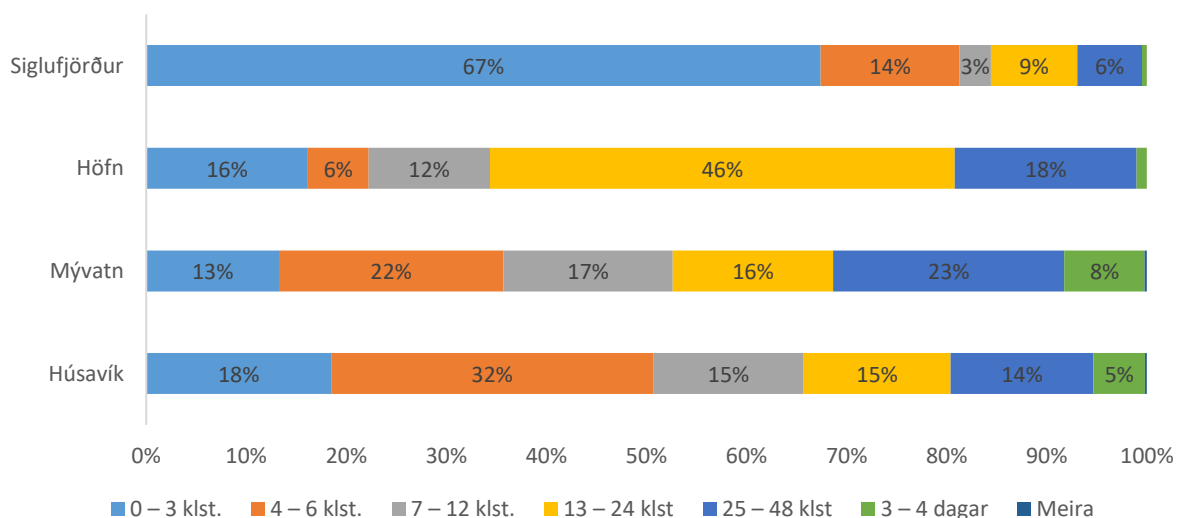
3.7 Dvalarlengd

Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína á Siglufirði. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 6,4 klst. Þegar niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir því hvort um var að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 2,3 klst. og næturgestir 26,4 klst. Á mynd 12 má sjá hvernig svörin skiptust hlutfallslega eftir dvalartíma, en langflestir (67%) dvöldu í 0-3 klst. á svæðinu.



Mynd 12. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Siglufirði muni vara?

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá yngsta aldurshópnum 18-24 ára (50%) en hæst hjá næsta aldurshóp fyrir ofan (25-34 ára) þar sem hlutfallið var 74%. Dvalartími gesta var lengstur hjá gestum frá Sviss (7,1 klst.), Spáni (6,8 klst.) og Þýskalandi (6,3 klst.). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 13 í viðauka 1.



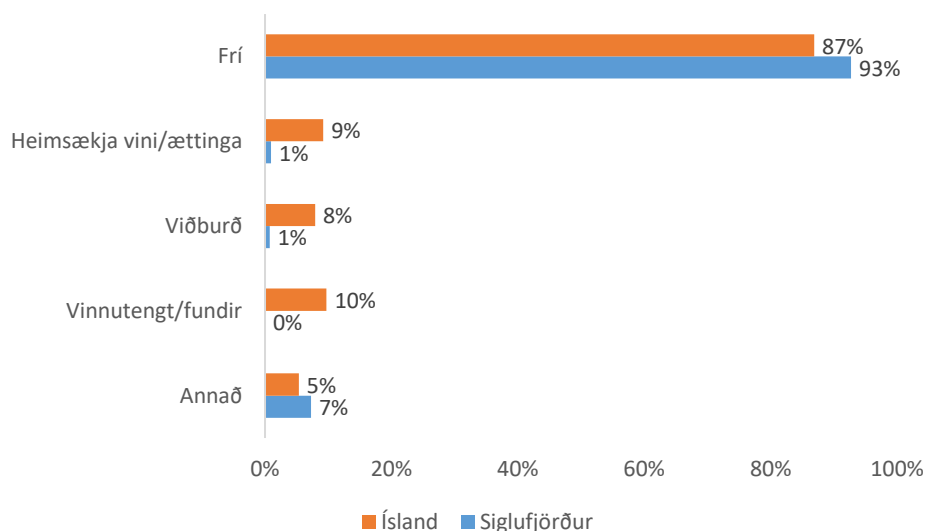
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða

Á mynd 13 er dvalartími gesta borinn saman eftir svæðum. Þar sést glöggst hve stutt gestir dvelja á Siglufirði í samanburði við aðra staði. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$) og þegar dvalartími allra svæðanna var reiknaður saman var meðaldvalarlengdin um 15,4 klst. Hjá dagsgestunum var meðaldvalartími allra svæða 4,5 klst. og næturgestum 30,5 klst. Dvalartíminn var lengstur í Mývatnssveit 21,4 klst., næst lengstur á Höfn 18,0 klst., á Húsavík var hann 15,8 klst. og stytstur á Siglufirði 6,4 klst.

3.8 Tilgangur heimsóknar

Þegar spurt var um megingilgang ferðar til Siglufjarðar kom í ljós að langflestir voru þar í frí, eða alls um 93% svarenda. Enginn var í vinnutengdum erindagjörðum og einungis 0,7% svarenda heimsótti staðinn vegna viðburðar¹⁰. Alls komu 1,0% í þeim tilgangi að heimsækja vini og ættingja. Um 7,3% svarenda nefndu annað sem valmöguleika. Þar af nefndu tæp 3% safn sem megingilgang heimsóknar, 1% nefndu nám eða rannsóknarvinnu en önnur svör í þeim lið myndu flokkast undir frí. Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara var fleiri en svarenda. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.

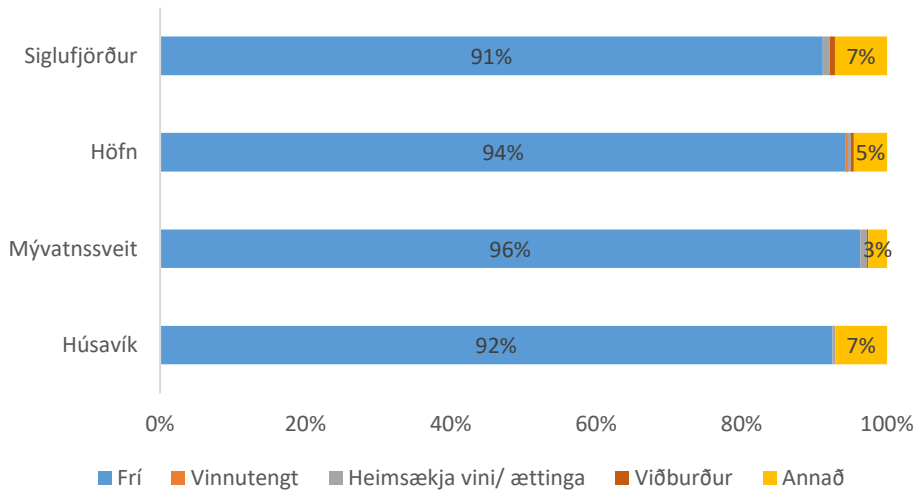
Þegar megingilgangur heimsóknar til Siglufjarðar er borinn saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 (mynd 14) kemur í ljós að þar nefna aðeins færri frí sem megingilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megingilgang, 8% viðburð og 10% vinnutengt og um 5% annað (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 14. Hver er megingilgangur heimsóknar þinnar til Siglufjarðar?

¹⁰ Einn af tólf dögum framkvæmdar var föstudagurinn fyrir Verslunarmannahelgi. Af þeim 0,7% sem nefndu viðburð sem tilgang ferðar, svöruðu 0,5% þann dag.

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna telja megintilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ($p=0,01$)¹¹ (mynd 15).



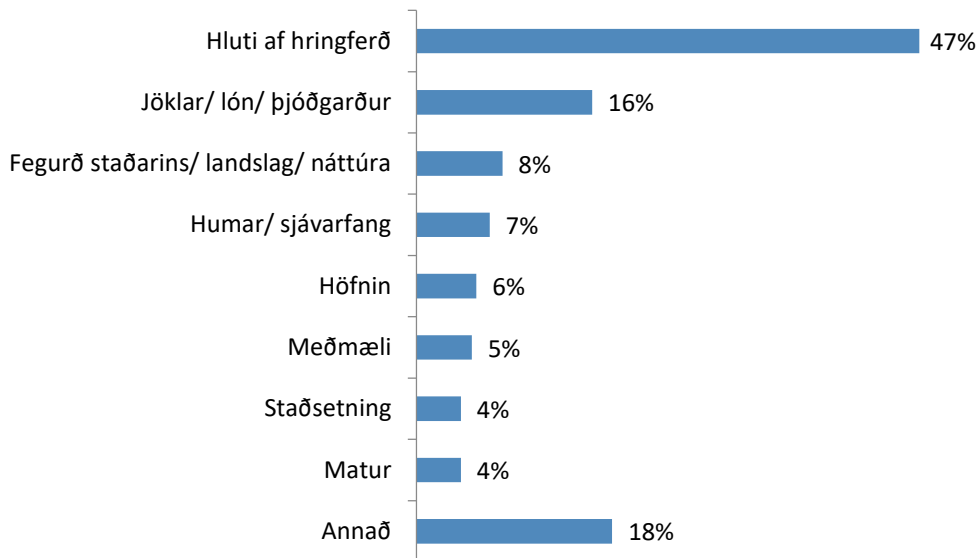
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða¹²

3.9 Ástæða heimsóknar

Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Siglufjörður hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir og greindar út frá. Í nokkrum tilvikum nefndu þátttakendur fleiri en eina ástæðu og því eru fleiri svör en svarendur, eða alls 423 svör hjá 371 svaranda. Í flestum tilvikum (34%) var ástæða heimsóknar sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn. Þar næst nefndu svarendur söfn staðarins (22%). Um 13% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum, heimamönnum eða öðrum fjölskyldumeðlimum og vinum.

¹¹ Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

¹² Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

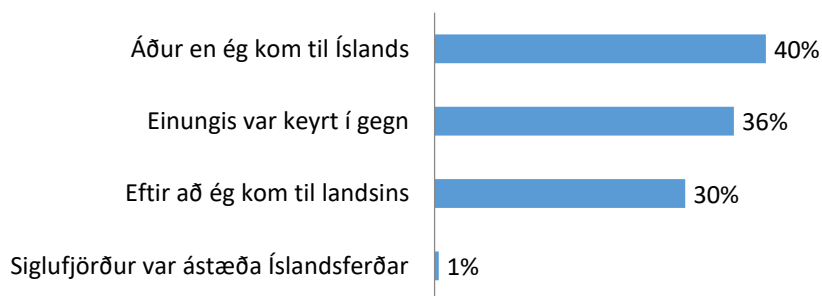


Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sem áfangastaður

Náttúra og landslag dró 11% svarenda til Siglufjarðar og fegurð staðarins 9%. Áhugi manna á Norðrinu og staðsetning staðarins var ástæða heimsóknar hjá 5% svarenda, gönguleiðir 2% og höfnin 2%. Um 16% svarenda nefndu aðrar ástæður s.s. sögu staðarins, veitingastaði, viðburð, námsferð, ljósmyndun, veðurspá, hvalaskoðun, tengsl við staðinn, göngin ofl. (allt undir 2%).

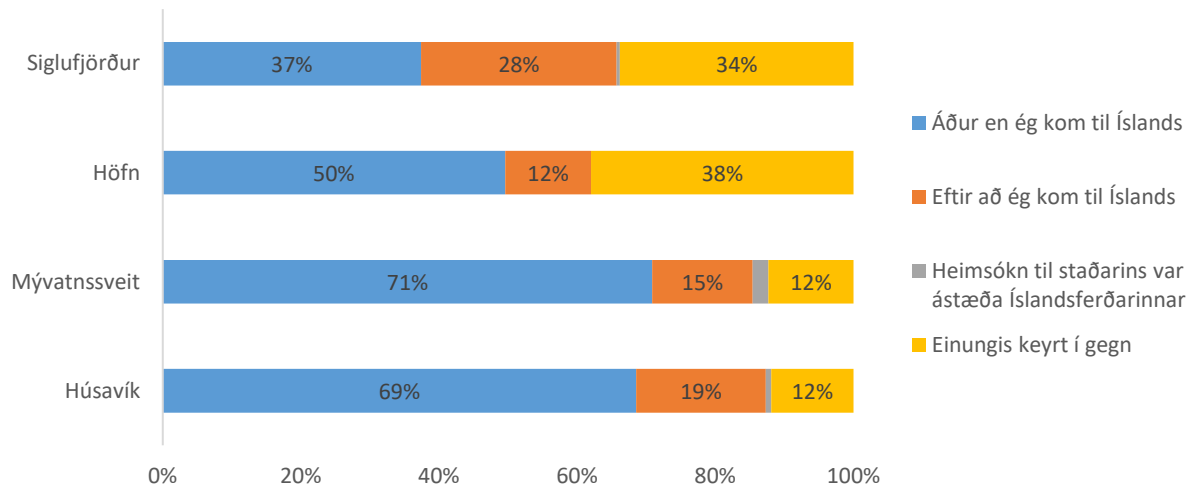
3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

Þegar menn voru spurðir um það hvenær þeir tóku ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð kom í ljós að um 40% höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands. Um 30% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 36% tilvika var ástæða þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sú að hann var hluti af lengri ferð og keyra þurfti í gegnum staðinn. Í einungis hálfu prósent tilvika var Siglufjörður meginástæða Íslandsheimsóknar. Í nokkrum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 438 hjá 415 svarendum.



Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?

Fyrirfram ákveðin heimsókn til Siglufjarðar var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Ítalíu, en 62% þeirra höfðu tekið ákvörðun um heimsækja staðinn áður en lagt var af stað til Íslands. Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 61%, frá Spáni 48%, Frakklandi 41%, Sviss 33% og Þýskalandi 28%. Um helmingur gesta frá Þýskalandi (51%) ætlaði einungis að keyra í gegnum staðinn og svipað hlutfall var meðal gesta frá Frakklandi (47%). Til samanburðar sagðist 8% gesta frá Ítalíu, 17% gesta frá Bandaríkjunum, og 30% gesta frá Sviss einungis ætla að keyra í gegn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Siglufjörð. Í töflu 15 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.



Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða¹³

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 18) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar. Auk þess eru færri sem segja Húsavík og Mývatnssveit einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá.¹⁴

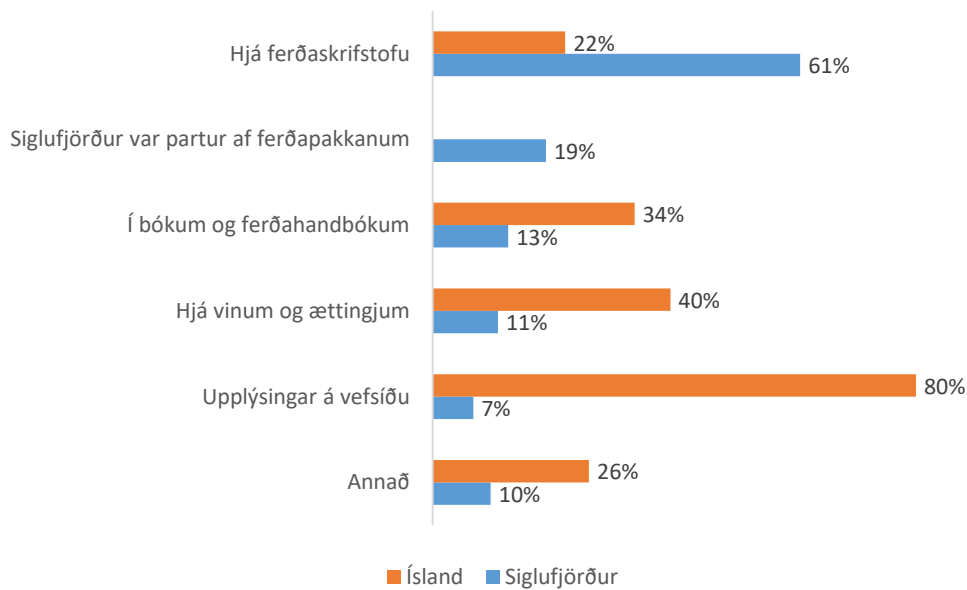
3.11 Uppruni upplýsinga um Siglufjörð

Ferðamenn voru spurðir að því hvaðan þeir höfðu aflað sér upplýsinga um Siglufjörð. Fjöldi svarenda var 414 en langflestir (61%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu. Í 19% tilvika var heimsókn til Siglufjarðar hluti af tilbúnum ferðapakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Um 13% aðspurðra höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum og 11% hjá vinum og ættingjum. Tæp 7% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor og Lonely Planet og 10% nefndu annað. Sem dæmi um annað

¹³ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur

¹⁴ Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs

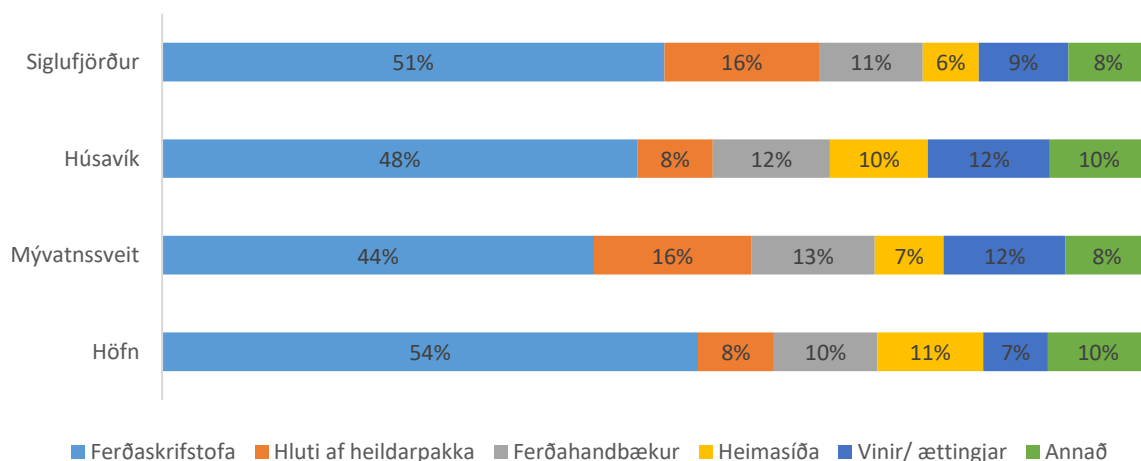
voru fjölmiðlar, upplýsingamiðstöð, gististaðir, fólk sem var á ferðinni, vinnufélagar ofl. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 16 í viðauka 1.



Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Siglufjörð/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina?

Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland (mynd 19). Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 20).



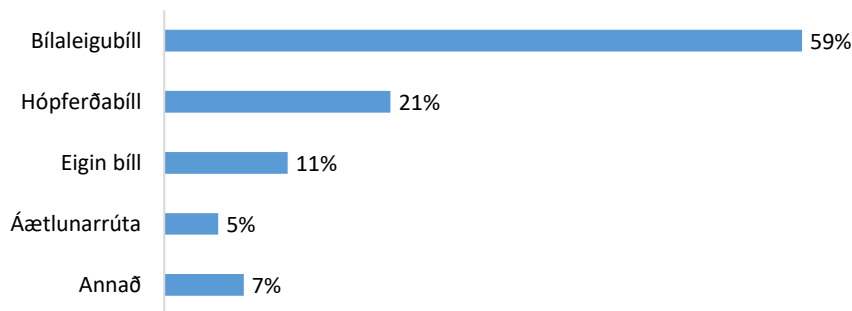
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða¹⁵

¹⁵ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur. Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.

Ferðamenn á stöðunum fjórum höfðu í flestum tilvikum fengið upplýsingar frá ferðaskrifstofum. Hlutfall þeirra sem sögðu að heimsókn staðarins væri partur af heildarpakka og því hefði upplýsinga ekki verið aflað sérstaklega um svæðið er hærra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn sem er í nokkru samræmi við hlutfall þeirra sem sögðust vera í hópferð (mynd 4).

3.12 Ferðamáti

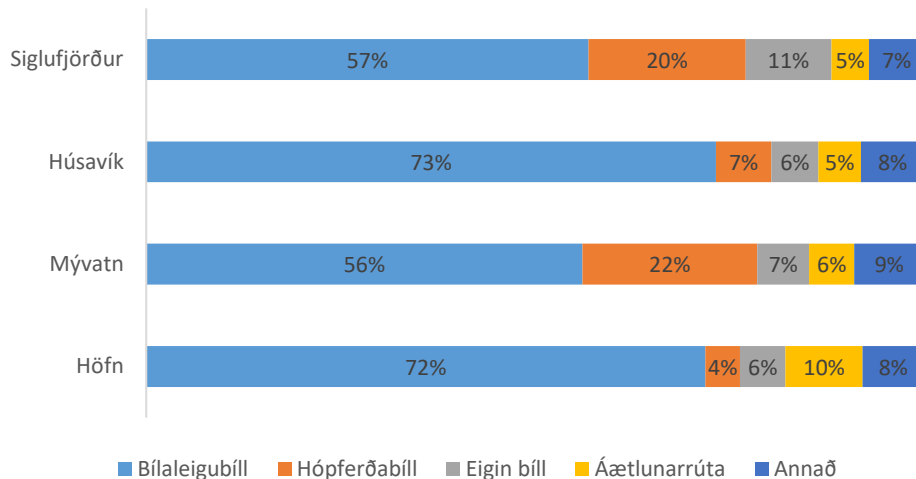
Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Siglufjarðar (mynd 21). Langflestir komu með bílaleigubíl (59%). Þar næst var um að ræða hópferð í rútu (21%), eigin bíl (11%) og áætlunarrúta (5%). Um 7% svarenda nefndu annað, s.s. puttaferðalag (3%), bíl vinar (2%), mótórhjól (1%) og húsbíl (0,5%). Enginn aðspurðra hafði komið með skemmtiferðaskipi. Fjöldi svara var 436 hjá 422 svarendum.



Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Siglufjarðar?

Þegar bakgrunnsbreyturnar eru skoðaðar má helst greina hátt hlutfall 65 ára og eldri sem ferðuðust með hópferðabíl (63%). Sá ferðamáti var algengastur meðal gesta frá Bandaríkjunum (58%) á meðan meirihluti gesta frá öðrum búsetulöndum ferðaðist með bílaleigubíl. Um 76% gesta frá Ítalíu ferðaðist með bílaleigubíl, 75% frá Spáni, 73% frá Frakklandi, 64% frá Sviss, 46% frá Þýskalandi og 33% frá Bandaríkjunum. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Marktækur munur var á milli svæða varðandi ferðamáta ($p < 0,01$). Bílaleigubíll var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit í samanburði við önnur svæði (mynd 22).



Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða¹⁶

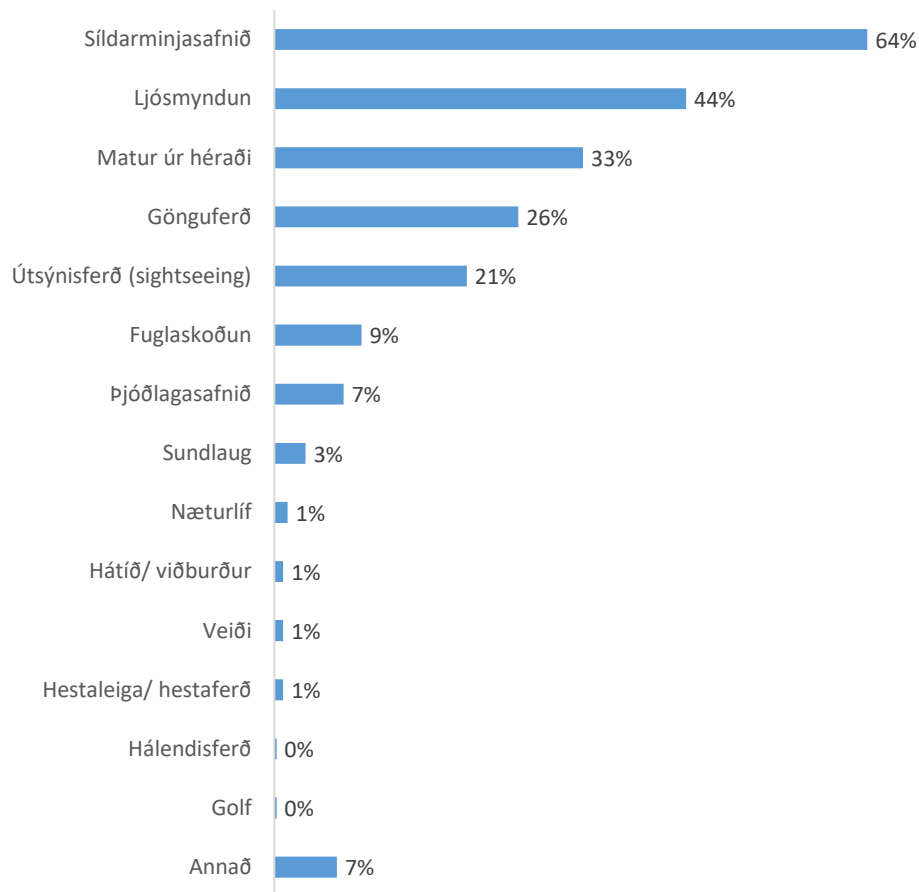
Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíll (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu var spurt um hvaða ferðamáti hafi verið nýttur á meðan á Íslandsdvöl stóð svo algengt var að svarendur veldu fleiri en einn svarmöguleika (80% fleiri svör en svarendur). Einungis var spurt um einn sólarhring í þessu verkefni og ber að hafa það í huga við samanburð.

3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra á Siglufirði stæði. Alls svöruðu 417 ferðamenn spurningunni en heildarfjöldi svara var 914 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt. Flestir (64%) gestanna ætluðu sér að heimsækja Síldarminjasafnið. Um 44% gesta ætluðu að taka ljósmyndir og um 33% að smakka mat úr héraði. Um 26% svarenda hafði hugsað sér að fara í gönguferð og 21% í útsýnisferð. Af þeim 7% sem nefndu annað ætluðu 5% á kaffi- eða veitingahús.

Þegar niðurstöður spurningarinnar eru bornar saman við tölur Síldarminjasafnsins um fjölda safngesta, er hlutfall þeirra sem áformuðu heimsókn í Síldarminjasafnið töluvert hærra og gæti markast af staðsetningu spyrllanna sem voru staðsettir á svæði sem náði frá hafnarsvæðinu að Síldarminjasafninu. Heildarfjöldi erlendra safngesta í Síldarminjasafninu árið 2015 var um 14.200 (um 30% af áætluðum heildarfjölda erlendra gesta).

¹⁶ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur



Mynd 23. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Siglufirði á meðan á dvöl þinni stendur

Þegar hlutfall þeirra gesta sem áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið var skoðað eftir búsetulöndum kom í ljós að hlutfallið var hæst meðal gesta frá Bandaríkjunum (83%). Um 71% gesta frá Sviss, 67% gesta frá Frakklandi, 58% gesta frá Þýskalandi, 42% gesta frá Ítalíu og 36% gesta frá Spáni áformuðu að heimsækja safnið. Hlutfall þeirra sem ætlaði í gönguferð fór lækkandi með hækkandi aldri en hlutfall safngesta á Síldarminjasafninu var hæst meðal þeirra sem voru 65 ára eða eldri (81%). Um 64% Frakka ætluðu í gönguferð en einungis 14% Þjóðverja. Um 53% gesta frá Bandaríkjunum hugðust smakka mat úr héraði en einungis 18% gesta frá Þýskalandi. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 18 í viðauka 1.

3.14 Útgjöld

Í spurningakönnuninni voru þátttakendur beðnir um að áætla og sundurliða útgjöld sín á Siglufirði síðasta sólarhringinn. Ef dvölin var styttri en sólarhringur voru svarendur beðnir um að tilgreina útgjöld sín þann tíma sem dvölin varaði. Þeir sem voru nýkomnir á svæðið voru beðnir að áætla útgjöld sín á meðan á dvöl þeirra stæði og takmarka þau við 24 klst. að hámarki ef ætlunin var að dvelja lengur. Í kafla 2.1 er farið yfir skilgreiningu útgjaldaliða og hvað telst vera ferðakostnaður. Gild svör voru á bilinu 389 til 399 eftir útgjaldaliðum. Svarendur tilgreindu sérstaklega hve marga kostnaðurinn átti við og

takmarkast gild svör við 1-6 neytendur hverju sinni. Til lækkunar á gildum svörum komu einnig útlagar, eða svör sem ekki geta talist eðlileg í gagnasafninu og í kostnaðarliðnum gisting var einungis notast við svör þeirra þátttakenda sem höfðu sagst ætla að gista á Siglufirði og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 3.866 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöld vegna veitinga eða að meðaltali 2.171 kr. á sólarhring. Um 65% svarenda greiddu fyrir veitingaþjónustu á meðan á dvöl þeirra stóð. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla þátttakendur er meðalupphæð á gest 1.413 kr. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 14,7% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.

Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum

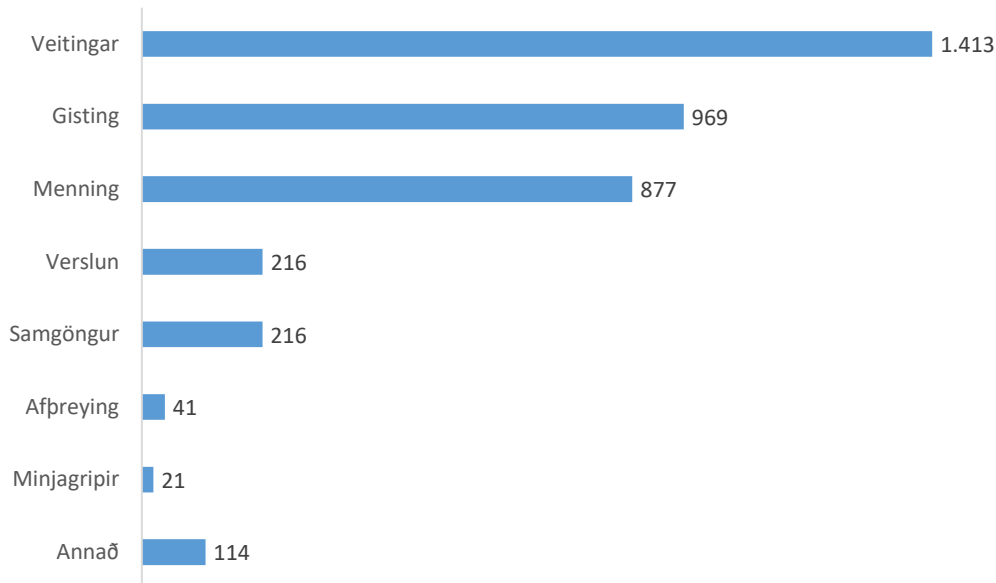
Þjónustubáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustu- báttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gildra svara
Gisting	5.712	969	17%	389
Veitingar	2.171	1.413	65%	398
Afþreying	1.825	41	2%	399
Menning	1.411	877	62%	399
Minjagripir	745	21	3%	399
Verslun	1.285	216	17%	399
Samgöngur	2.965	216	7%	399
Annað	5.052	114	2%	399
		3.866		

Um 17% aðspurðra greiddu fyrir gistingu á meðan á dvöl þeirra stóð. Meðalútgjöld hjá þeim sem nýttu sér þjónustubáttinn voru 5.712 kr., eða 969 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Af þeim sem gistu, dvöldu 46% á tjaldsvæði, 24% á hóteli og 13% á gistiheimili. Sigló hótél var formlega opnað um miðjan júlí 2015, eða um sama leyti og könnunin var framkvæmd.

Um 62% þátttakenda greiddu fyrir menningu meðan á dvöl þeirra stóð. Inn í þann flokk falla heimsóknir á söfn, gallerí, sýningar og tónleika svo dæmi séu tekin. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn 1.411 kr. sem reiknast sem 877 kr. að meðaltali meðal allra gildra svara.

Um 17% svarenda keyptu vörur í verslunum bæjarins og greiddu fyrir þær að meðaltali 1.285 kr. eða 216 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 98% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Einungis 2% svarenda greiddu sérstaklega fyrir afþreyingu á Siglufirði, eða 41 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. gönguferð með leiðsögn, bátsferð, hestaleiga og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi. Útgjöldin einskorðast við Siglufjörð svo ekki var hægt að telja til afþreyingu utan svæðisins þó hún væri í nágrenni staðarins.



Mynd 24. Meðalútgjöld erlendra gesta á Siglufirði eftir útgjaldaliðum

Um 3% aðspurðra greiddu fyrir minjagripir að meðaltali 745 kr. eða 21 kr. meðal allra svarenda. Um 7% aðspurðra greiddu fyrir samgöngur á svæðinu, að meðaltali 2.965 kr. eða 216 kr. meðal allra þátttakenda. Á Siglufirði flokkast einungis eldsneytiskaup til samgangna. Aðrir liðir flokkast ekki til þessa þáttar þar sem skilyrt er að þjónustufyrirtækið sé með starfsemi á svæðinu. Áætlunarferðir Strætó flokkast til þjónustu utan svæðis og ekki komu upp tilvik vegna leigubílaþjónustu innan Siglufjarðar. Um 2% aðspurðra nefndu annan kostnað, eða að meðaltali 5.502 kr. meðal þeirra sem greiddu fyrir aðra kostnaðarliði. Þegar sú tala er reiknuð niður á alla þátttakendur verður hún 114 kr.

Í töflu 9 eru meðalútgjöld allra þátttakenda birt eftir útgjaldaflokkum og svæðum. Útgjöldin reiknast á alla svarendur óháð því hvort þeir hafi keypt vörur eða þjónustu í útgjaldaliðunum eða ekki. Meðalútgjöld gesta á Siglufirði skera sig nokkuð úr og eru í flestum tilfellum lægri en á öðrum stöðum.

Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða¹⁷

	Húsavík	Mývatnssveit	Höfn	Siglufjörður
Gisting	2.440	3.415	4.870	969
Veitingar	2.232	2.124	3.443	1.413
Afþreying	5.994	2.317	1.310	41
Menning	770	87	43	877
Minjagripir	255	323	113	21
Verslun	856	985	1.026	216
Samgöngur	714	963	1.056	216
Annað	48	120	58	114
	13.309	10.333	11.920	3.866

Útgjöld vegna gistingu voru í samræmi við gistihlutfall staðanna. Hæst var hlutfallið á Höfn 73%, þar næst í Mývatnssveit 46%, svo á Húsavík 37% og lægst á Siglufirði 17% (sjá kafla 3.5). Þegar tegundir gistimáta voru bornar saman, voru lægstu útgjöldin alla jafna hjá þeim sem dvöldu á tjaldsvæðum og hæstu meðal þeirra sem völdu hótulgistingu. Hlutfall þeirra sem gistu á tjaldsvæðum á stöðunum fjórum var á bilinu 35% til 46%, hótela á bilinu 16%-24% og gistiheimila 13%-21% (sjá kafla 3.6).

Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru hæst á Höfn (3.443 kr.) og lægst á Siglufirði (1.413 kr.). Hlutfall þeirra sem keypti veitingaþjónustu var nokkuð svipað á milli staða eða á bilinu 65% til 70%. Þegar útgjöld vegna veitingaþjónustu voru einungis reiknuð meðal þeirra sem keyptu þjónustuna var meðalkostnaðurinn hæstur á Höfn 4.996 kr. og lægstur á Siglufirði, 2.171 kr.

Útgjöld vegna afþreyingar voru afgerandi hæst á Húsavík (5.994 kr.) og lægst á Siglufirði (41 kr.) þegar þau höfðu verið reiknuð niður á alla þátttakendur könnunarinnar óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki. Um 65% allra þátttakenda á Húsavík greiddi fyrir afþreyingu þar sem hvalaskoðun var langalgengasta tegund afþreyingar. Næst hæst voru útgjöldin í þessum lið í Mývatnssveit (2.317 kr.) þar sem 50% aðspurðra greiddi fyrir afþreyingu. Aðgangseyrir í Jarðböðin var algengastur í þeim lið. Þar á eftir kom Höfn (1.310 kr.) þar sem 15% greiddu fyrir afþreyingu. Á Siglufirði var framboð afþreyingar takmarkað og einungis 2% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir þann lið, alls 41 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda.

Meðalútgjöld tengd menningu voru hæst á Siglufirði (877 kr.) þar sem 62% aðspurðra sagðist hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu á svæðinu. Er það í samræmi við hlutfall þeirra sem heimsóttu söfn staðarins (mynd 24). Hafa ber í huga við túlkun niðurstaðna hve nálægt Síldarminjasafninu

¹⁷ Um er að ræða meðalútgjöld allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki.

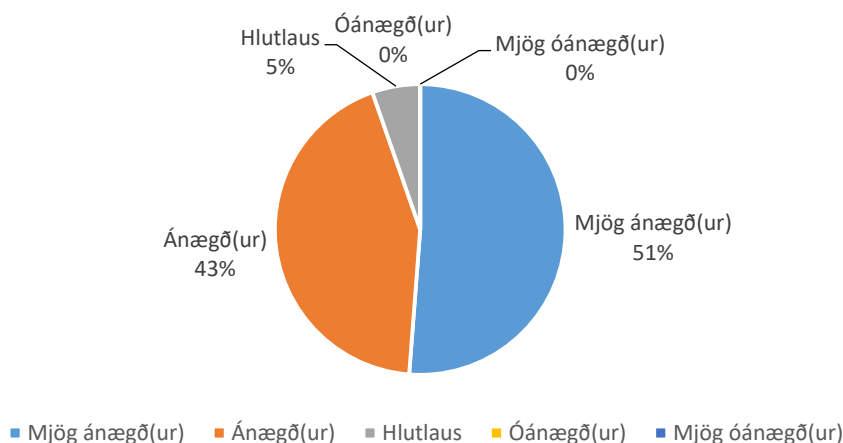
spyrnlarnir voru staðsettir¹⁸. Á Húsavík greiddu 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

Útgjöld vegna minjagripa voru á bilinu 21 kr. á Siglufirði til 323 kr. í Mývatnssveit. Meðalútgjöld vegna verslunar voru hæst á Höfn (1.026 kr.), þar sem 40% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir vörur í verslunum bæjarins. Þar af voru 80% útgjalda vegna matvöru. Í Mývatnssveit voru meðalútgjöldin 985 kr. þar sem 35% aðspurðra sögðust hafa verið með útgjöld í þessum lið. Þar af voru 55% vegna matvöru. Á Húsavík voru 33% aðspurðra með útgjöld tengd verslun (856 kr.), þar af voru 62% útgjaldanna vegna matvöru. Á Siglufirði voru meðalútgjöldin í þessum lið 216 kr. þar sem 17% aðspurðra sögðust hafa keypt vörur og þjónustu í þessum útgjaldaflokki. Þar af voru 98% vegna matvöru.

Hæst voru útgjöld vegna samgangna á Höfn (1.056 kr.) og lægst á Siglufirði (216 kr.). Um 37% aðspurðra á Höfn greiddu fyrir samgöngur, 21% á Húsavík (1.286 kr.), 27% í Mývatnssveit (963 kr.) og 7% á Siglufirði. Í langflestum tilfella var um að ræða bensín- og olúkaup.

3.15 Ánægja

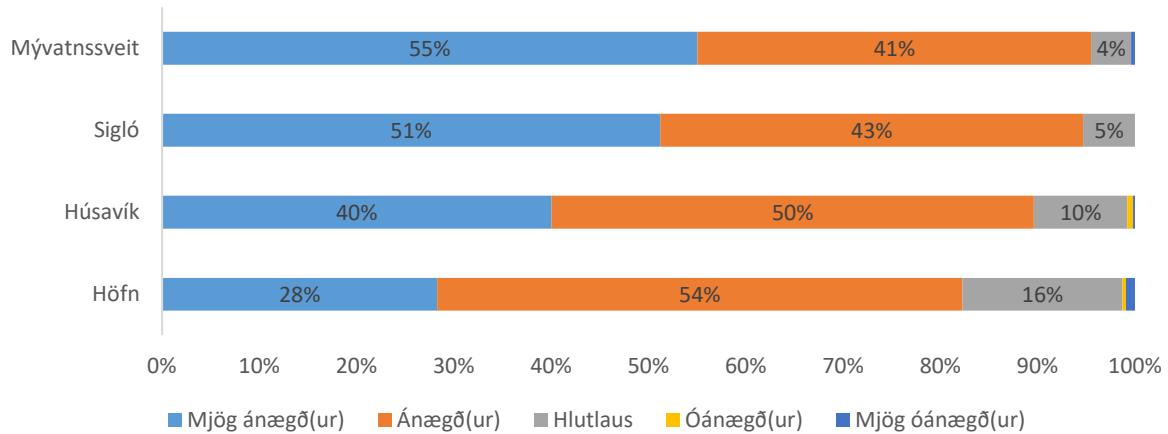
Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína á Siglufirði. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 412. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (51%) eða ánægðir (43%). Um 5% svarenda voru hlutlausir en enginn þátttakenda sagðist vera óánægður eða mjög óánægður sem verður að teljast einstakt og jákvætt fyrir ferðapjónustuna á svæðinu



Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Siglufirði?

¹⁸ Rannsóknarsvæðið náði frá veitingastöðunum við höfnina að Síldarminjasafninu og Sigló hóteli. Spyrnlarnir gengu um svæðið og spurðu alla þá sem á vegi þeirra urðu. Niðurstöður könnunarinnar sýna töluvert herra hlutfall menningartengdrar þjónustu en tölur Síldarminjasafnsins um fjölda erlendra gesta (sjá 3.13).

Um 65% gesta frá Bandaríkjunum sögðust vera mjög ánægðir og 34% ánægðir sem var hæsta hlutfall ánægju greint eftir búsetulandi gesta. Um 42% gesta frá Þýskalandi voru mjög ánægðir og 48% ánægðir til samanburðar. Að öðru leyti eru niðurstöðurnar nokkuð sambærilegar eftir bakgrunnsbreytum (tafla 19 í viðauka 1).



Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða

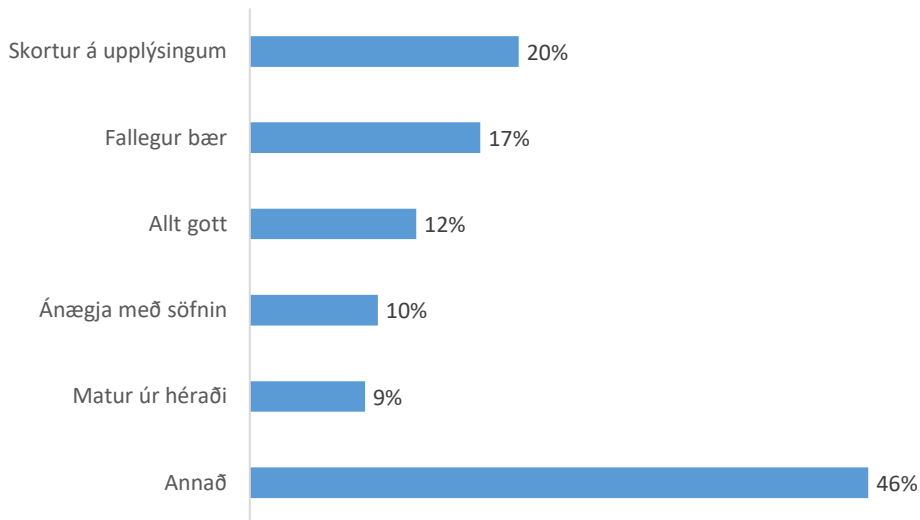
Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ($p < 0.01$)¹⁹. Fleiri erlendir gestir Siglufjarðar og Mývatnssveitar sögðust vera mjög ánægðir á meðan fleiri sögðust vera ánægðir á Húsavík og Höfn (mynd 26).

3.16 Athugasemdir

Í lok spurningalistans voru þátttakendur spurðir hvort þeir vildu koma einhverju á framfæri eða hvort þeir hefðu nýjar hugmyndir að afþreyingu eða þjónustu á svæðinu. Alls svöruðu 105 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 119 athugasemdir (mynd 27).

Alls minntust 20% svarenda á skort á upplýsingum. Þar af nefndu 12% að það vantaði götuskipti sem vísuðu á helstu staði bæjarins s.s. söfnin, hótelið, upplýsingamiðstöðina, bensínstöðina, göngustíga ofl. Aðrir nefndu að það vantaði bæklinga um safnið, fleiri tungumál fyrir markaðsefni bæjarins og safnanna, meiri upplýsingar tengdar nálægð bæjarins við heimskautsbaug ofl. Um 17% aðspurðra nefndu fegurð staðarins og umhverfi hans, 12% höfðu ekkert nema gott um heimsóknina að segja og 10% lýstu sérstaklega yfir ánægju með söfnin. Um 9% aðspurðra hefðu viljað sjá meira framboð á mat úr héraði, s.s. fersku sjávarfangi á mörkuðum eða í verslunum og meira úrval af matvöru úr héraði á veitingastöðum bæjarins.

¹⁹ Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir. $N=1904$, $p < 0,01$.



Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði

Af þeim 46% sem nefndu annað, gerðu 4,8% athugasemdir við tjaldsvæðin, 3,8% nefndu skort á heitum laugum/pottum, 3,8% skort á afþreyingu, 2,9% voru ánægðir með almenningssalerni og sturtur á tjaldsvæði og 2,9% vildu betra veður.

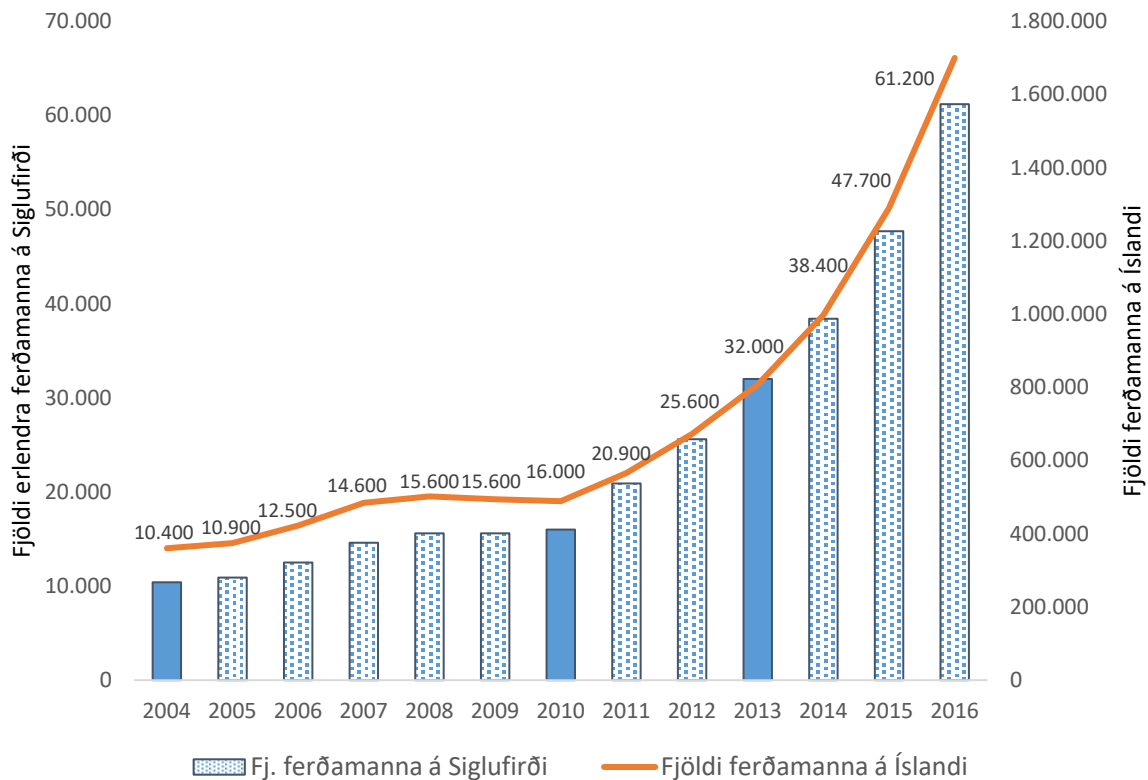
Í viðauka 2 má sjá allar athugasemdir þátttakenda.

3.17 Umfang og áhrif

Siglufjörður á sér langa og merkilega sögu. Á síldarárunum var Siglufjörður miðstöð síldveiða á Íslandi og fimmti stærsti bær landsins með yfir 3.000 í búa (Síldarminjasafn Íslands, n.d.). Eftir að síldin hvarf tók við árabíl hnignunar í frumframleiðslugreinum með tilheyrandi fækkun íbúa á staðnum. Undanfarin ár hefur þó átt sér stað aukning í störfum tengdum iðnaði og ferðaþjónustu og með tilkomu Héðinsfjarðarganganna árið 2010 hafa skapast nýir möguleikar í atvinnumálum á svæðinu, m.a. í ferðaþjónustu (Þóroddur Bjarnason og Edward H. Huijbens, 2014; Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson, 2008).

Í þessu verkefni er umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra ferðamanna sem og áætluðum fjöldatölum erlendra gesta árið 2015.

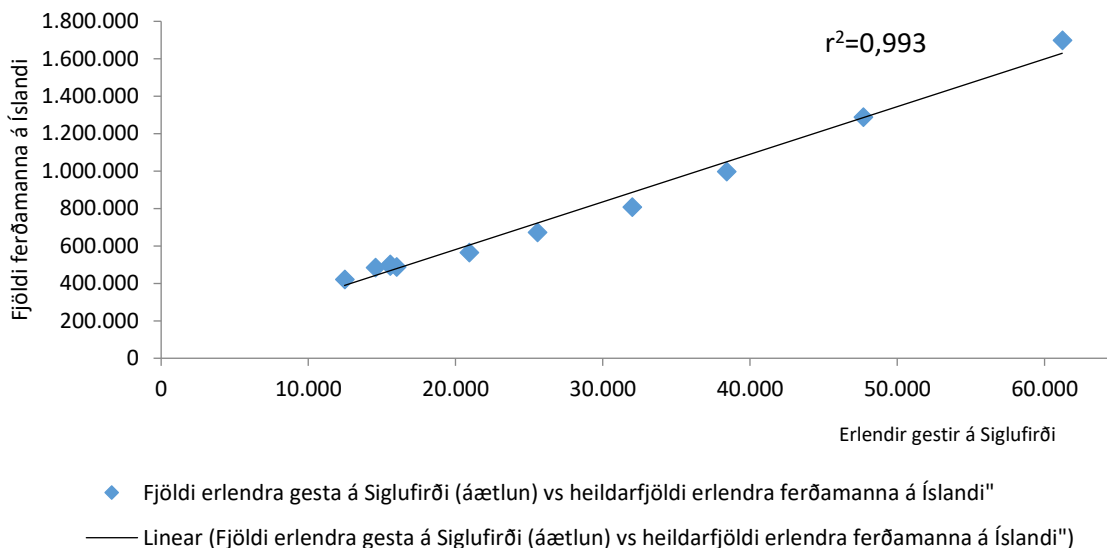
Á mynd 28 er áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði á tímabilinu 2004 til 2016. Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) birti skýrslu með áætluðum fjöldatölum erlendra ferðamanna á svæðinu fyrir árin 2004, 2010 og 2013 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Fjöldatölur annarra ára eru áætlaðar af höfundi en í þeim er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa né íslenskum gestum.



Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði 2004-2016. Heimild: Rögnvaldur Guðmundsson (2014) (fylltu súlurnar) og áætlun höfundar (mynstraðar súlur).

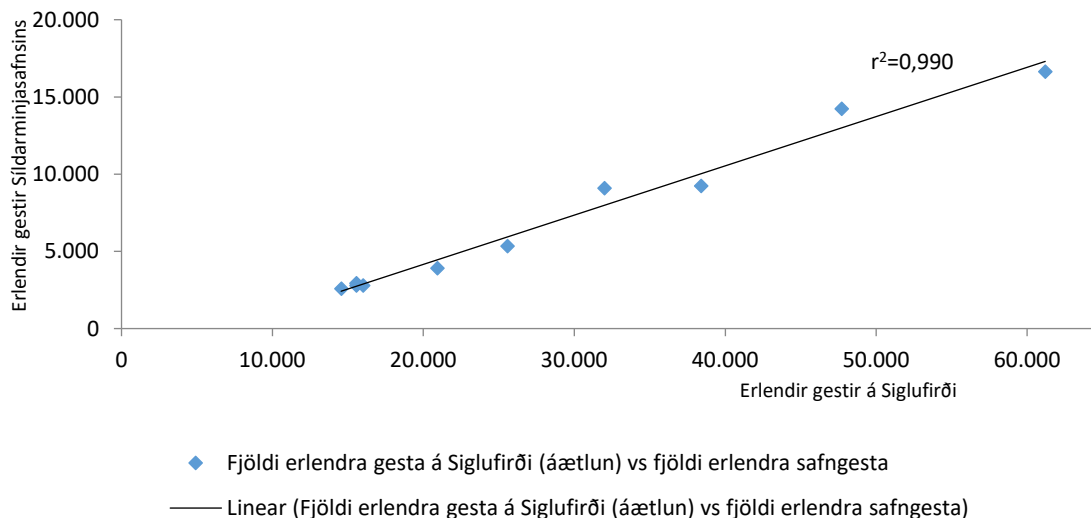
Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði á mynd 28 byggir í grunninn á fjórum meginþáttum: Mælingum RRF árin 2004, 2010 og 2013 á fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði, þróun gestafjölda Síldarminjasafnsins, reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda gesta til landsins og þróun sama hlutfalls fyrir Norðurland árin 2010, 2013 og 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.; Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2016; Síldarminjasafn Íslands, 2016).

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem komu til landsins og heimsóttu Siglufjörð hefur, öfugt við hina staðina, farið heldur hækkandi á tímabilinu 2004-2013 (úr 2,9% árið 2004 í 4,0% árið 2013) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Gert er ráð fyrir lækkun úr 4,0% árið 2013 í 3,6% árið 2016 í samræmi við aðra staði á Norðurlandi. Er það að mestu leyti vegna aukningar í fjölda heimsóknna til landsins utan sumartíma sem skilar sér síður á Norðurland. Sú skarpa fjölgun gesta sem varð við opnun Héðinsfjarðarganga hefur einnig haft áhrif á fjöldapróunina sem og hraður vöxtur ferðaþjónustu á Siglufirði í samanburði við hin svæðin á þessu tímabili. Á mynd 29 má sjá fylgniútreikning fyrir áætlaðan fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði og heildarfjölda ferðamanna á Íslandi á tíu ára tímabili 2007-2016.



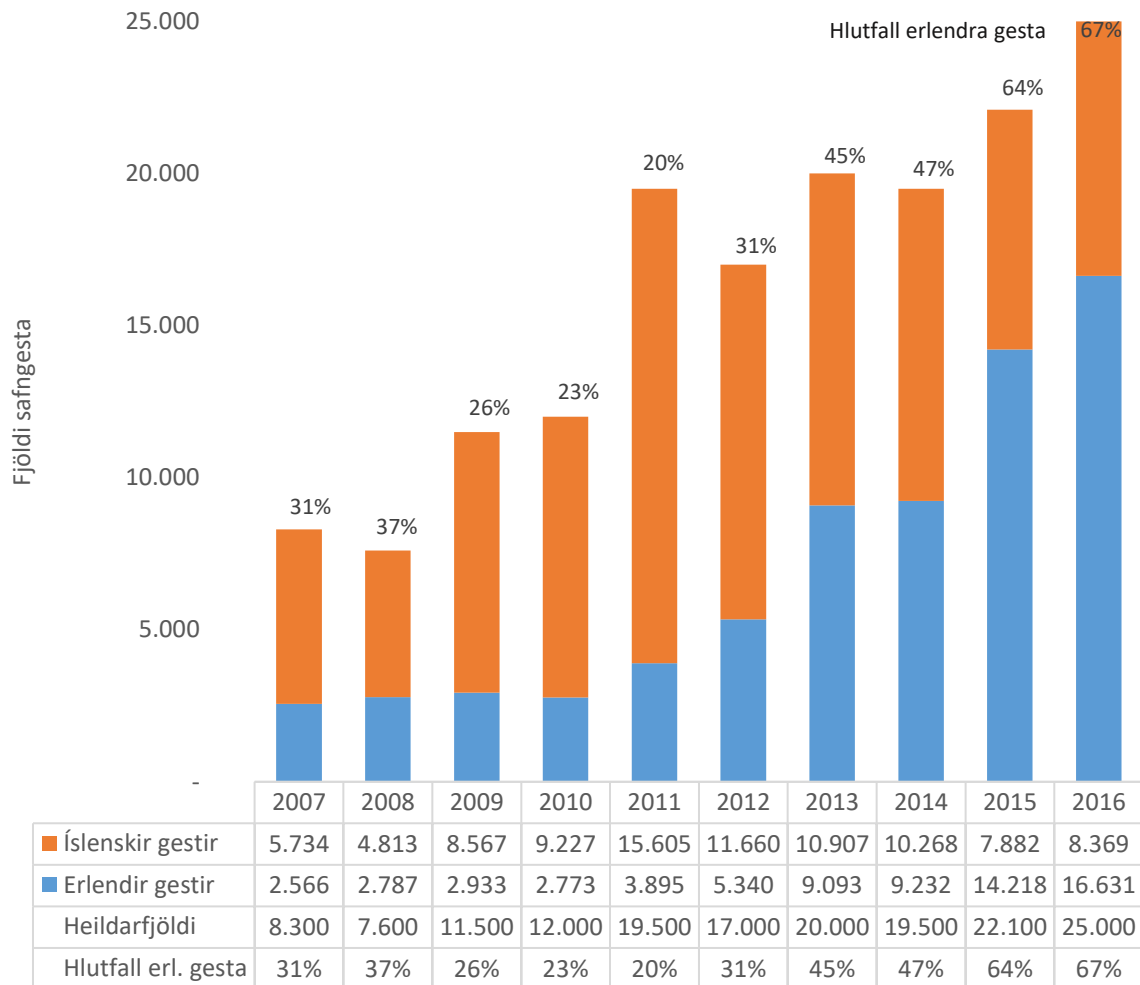
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta á Siglufirði og heildarfjölda erlendra ferðamanna á Íslandi 2007-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Á mynd 30 er reiknuð fylgni áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði og erlendra gesta Síldarminjasafnsins yfir tímabilið 2007-2016.



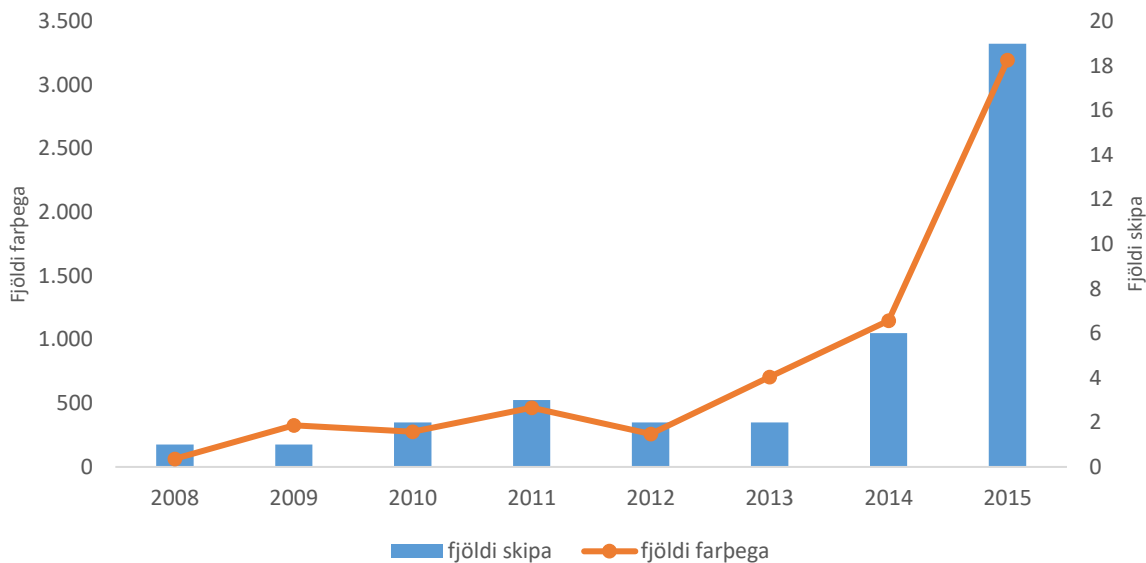
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta á Siglufirði og erlendra gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016 (Síldarminjasafn Íslands, 2016)

Á mynd 31 má sjá þróun í gestafjölda Síldarminjasafnsins sl. 10 ár. Mikil aukning varð í fjölda íslenskra gesta árið 2011 sem rekja má til opunar Héðinsfjarðarganga í október 2010 en síðastliðin fimm ár hefur vöxtur í fjölda gesta að langsmestu leyti verið meðal erlendra gesta. Árið 2012 var hlutfall erlendra gesta Síldarminjasafnsins 31% af heildarfjölda gesta safnsins (5.340 af 17.000 gestum) en árið 2016 var hlutfallið orðið 67% (16.631 af 25.000 gestum). Íslenskum gestum fækkaði á sama tímabili úr 11.660 í 8.369 (Síldarminjasafn Íslands, 2013; 2016).



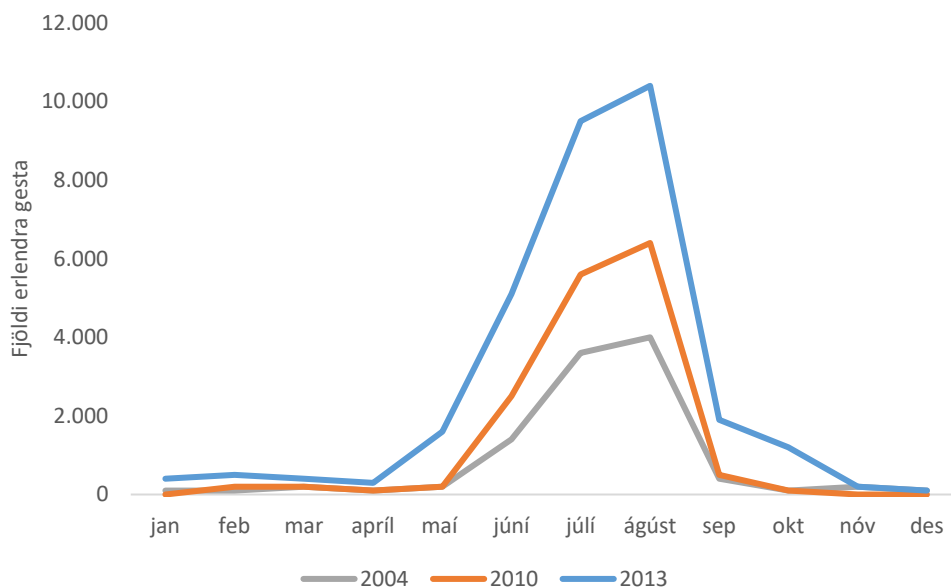
Mynd 31. Fjöldi gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016. Heimild (Síldarminjasafn Íslands, 2016)

Töluverð aukning hefur orðið í fjölda farþega skemmtiferðaskipa til Siglufjarðar. Mynd 32 sýnir þróunina á tímabilinu 2008-2015. Fjöldi farþega skemmtiferðaskipa telst til dagsferðamanna og er ekki tekinn inn í áætlun um fjölda erlendra gesta á Siglufirði á mynd 28.



Mynd 32. Fjöldi skemmtiferðaskipa á Siglufirði og farþega þeirra 2008-2015 (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016)

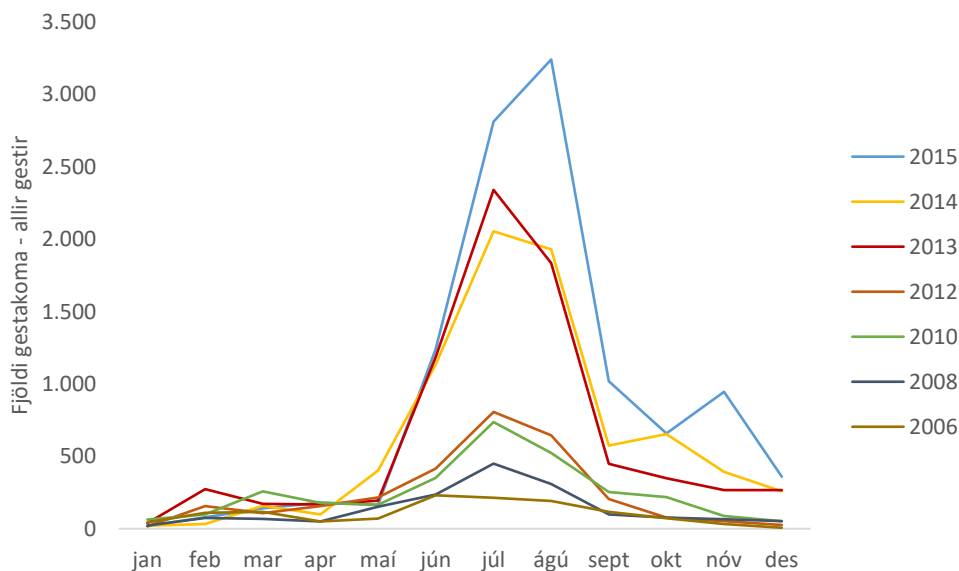
Mikil árstíðasveifla er í ferðapjónustu á Siglufirði eins og mynd 33 sýnir en árið 2004 komu um 86% erlendra ferðamanna til Siglufjarðar yfir sumartímamann en 14% yfir vetrartímamann. Hlutfall erlendra gesta yfir sumartímamann var 79% árið 2013 og 21% yfir vetrartímamann (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 var skiptingin 77% yfir sumarmánuðina þrjá og 23% á öðrum tíma ársins (Hagstofa Íslands, 2017).



Mynd 33. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði eftir mánuðum 2004, 2010 og 2013 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, bls. 7)

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 hafi verið á bilinu 40-50 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 155-193 m.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðaþjónustutengd velta²⁰ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Áætlaður launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðaþjónustu er áætlaður 38 - 47 m.kr. sem skapar á bilinu 9-11 ársverk. Forsendur þessara útreikninga byggja á skýrslu um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum (Lilja Rögnvaldsdóttir, 2016) og er lýst í kafla 2.3 um aðferðafræði verkefnisins. Um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldatölum og hlutföllum svo niðurstöðurnar ber að taka með fyrirvara líkt og fjallað er um í kafla 2.3. Engu að síður gefa þær vísbindingu um umfang atvinnugreinarinnar út frá gefnum forsendum.

Á mynd 34 má sjá þróun í fjölda gestakoma á gististöðum og tjaldsvæðum á Siglufirði síðastliðin 10 ár (íslenskir og erlendir ferðamenn). Um miðjan júlí 2015 bættist Sigló hótél við framboð gistirýmis á staðnum sem styður aukninguna í fjölda gestakoma síðari hluta ársins.

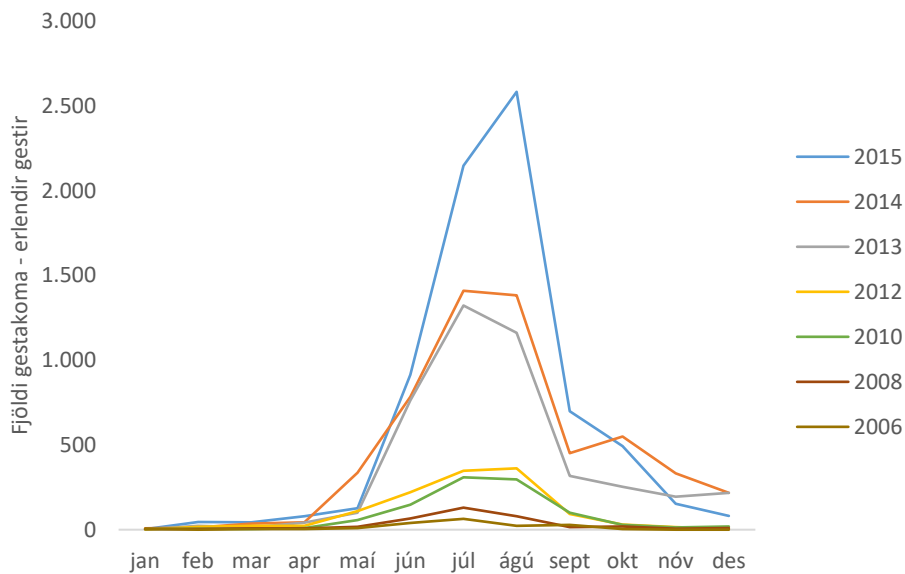


Mynd 34. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2006-2015 eftir mánuðum (allir gestir) (Hagstofa Íslands, 2017)

Á mynd 35 eru einungis birtar tölur yfir fjölda gestakoma erlendra gesta. Hlutfall erlendra gesta af heildargestakomum árið 2015 var 68% sem er töluverð hækkun frá árinu 2006 þegar hlutfallið var 16% (sjá mynd 8). Til samanburðar var hlutfall gestakoma erlendra gesta árið 2015 í Mývatnssveit 91%, á Húsavík 87% og á Höfn 89% (Hagstofa Íslands, 2017). Út frá þeim gögnum má sjá að hlutfall Íslendinga af heildarfjölda þeirra gesta sem dvelja yfir nótt á á gististöðum²¹ svæðanna var hæst á Siglufirði.

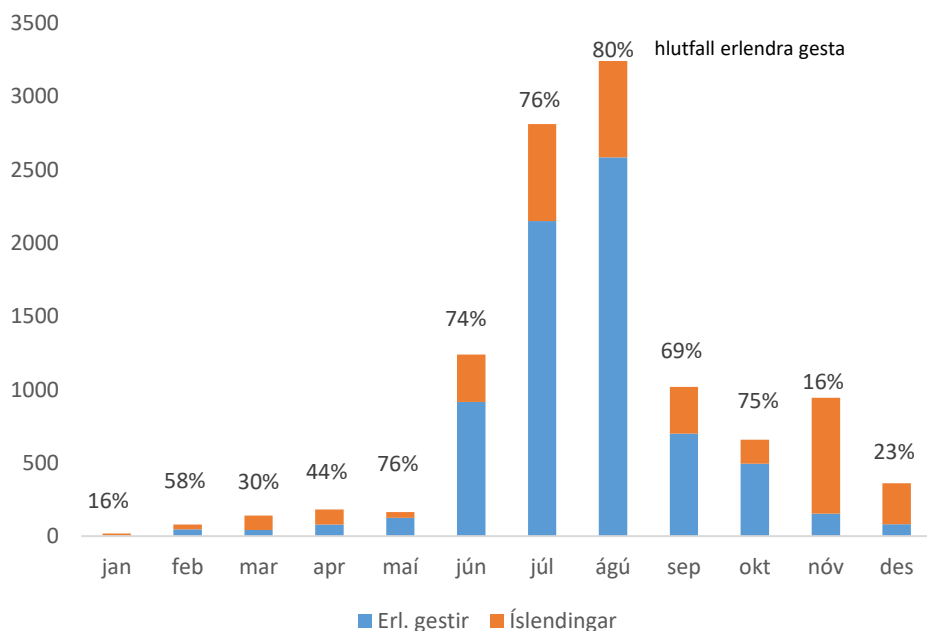
²⁰ Virðisaukaskattur meðtalinn

²¹ Þ.m.t. tjaldsvæðum



Mynd 35. Fjöldi gestakoma á Siglufirði, erlendir gestir 2006-2015 (Hagstofa Íslands, 2017)

Nánari sundurliðun á gestakomum eftir mánuðum má sjá á mynd 36 þar sem hlutfall erlendra gesta af heildarfjölda gesta er reiknað eftir mánuðum. Hlutfall erlendra gesta er hæst yfir sumarmánuðina þrjá en athyglisvert er að sjá aukninguna á milli ára í nóvember meðal íslenskra gesta (mynd 34 og 36).



Mynd 36. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2015, íslenskir og erlendir gestir (Hagstofa Íslands, 2017)

Út frá niðurstöðum verkefnisins má greina að þrátt fyrir mikla og hraða uppbyggingu ferðapjónustunnar á Siglufirði liggja enn töluverð tækifæri í eflingu atvinnugreinarinnar og þeim ábata sem nærsamfélagið getur haft af henni. Skilvirk upplýsingamiðlun, markviss markaðssetning og bættir afþreyingar- og gistingmöguleikar á svæðinu geta saman stuðlað að lengingu dvalartíma gesta og auknum tekjum vegna þeirra.

Þegar horft er til framtíðar ferðapjónustu á svæðinu er þó mikilvægt að huga að fleiri þáttum en arðsköpun og gestafjölda. Gæta þarf að þolmörkum staðarins og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Í því samhengi er vert að nefna verkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðapjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn er megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðapjónustunnar samhliða lengra ferðamannatímabili á minni bæjarfélög, íbúa þeirra, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016).

3.18 Samantekt

Þegar niðurstöður könnunarinnar eru bornar saman milli svæða sker Siglufjörður sig nokkuð úr hvað varðar dvalartíma gesta og útgjöld þeirra á staðnum. Samkvæmt niðurstöðunum dvöldu gestirnir talsvert styttra á Siglufirði en á hinum stöðunum og sólarhringsútgjöld þeirra voru lægri. Ánægjustig gestanna var hins vegar yfir meðallagi. Færri gestir virtust hafa ákveðið að heimsækja Siglufjörð áður en þeir komu til landsins í samanburði við hina staðina. Söfn svæðisins voru mikilvægt aðráttarafi og voru gjarnan nefnd sem meginástæða heimsóknar (22%) en í flestum tilvikum (34%) var þó ástæða heimsóknar sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn.

Meðalaldur gesta var 47,1 ár og flestir komu frá Þýskalandi (25%). Meðaldvalarlengd gesta var 6,4 klst. en um 17% aðspurðra áformuðu að gista á Siglufirði. Algengast var að næturgestir gistu á tjaldsvæðum bæjarins (46%). Gestir svæðisins nýttu sér helst þjónustu veitingastaða og kaffihúsa meðan á dvöl þeirra stóð og stærstur hluti útgjalda þeirra var vegna veitinga. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan gest voru 3.866 kr. Þar af voru útgjöld vegna veitinga 1.413 kr. Útgjöld í tengslum við menningu voru hærrí á Siglufirði en annars staðar (877 kr.) og gegndu söfn staðarins þar mikilvægu hlutverki. Um 64% aðspurðra áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið og um 33% hafði hugsað sér að snæða mat úr héraði. Mjög lítið var um að gestir nýttu sér afþreyingu og útgjöld vegna þess þáttar voru afgerandi lægst á Siglufirði.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (59%) og voru á ferðalagi með vinum og/eða ættingjum (75%). Alls sögðu 93% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þeirra sem heimsóttu Siglufjörð

höfðu gist nóttina áður á Akureyri (42%) og flestir aðspurðra (35%) áformuðu að gista þar næstu nótt (35%). Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um staðinn hjá ferðaskrifstofu (61%) en um (40%) aðspurðra höfðu ákveðið að heimsækja Siglufjörð áður en þeir komu til landsins. Þátttakendur könnunarinnar komu helst með athugasemdir varðandi skort á upplýsingum s.s. götuskiptum og bæklingum en einnig um fegurð staðarins og almennt góða upplifun.

Fjöldi erlendra gesta á Siglufirði var áætlaður 48 þúsund árið 2015. Mikil árstíðasveifla er í ferðaþjónustu á staðnum og samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra ferðamanna á Siglufirði árið 2015 komu 77% erlendra ferðamanna til Siglufjarðar yfir sumarmánuðina þrjá og 23% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra ferðamanna af heildargestakomum til Siglufjarðar árið 2015 var 68% sem er töluverð hækkun frá árinu 2006 þegar hlutfallið var 16% (Hagstofa Íslands, 2017).

Talsverð fjölgun hefur orðið meðal farþega skemmtiferðaskipa til Siglufjarðar, en árið 2015 komu 19 skip með samtals 3.195 farþega til staðarins.

Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldatölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðaþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 155-193 m.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 40-50 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt staðinn. Út frá því má reikna að heildarfjöldi ársverka sama ár hafi verið á bilinu 9-11.

4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Siglufjörð sumarið 2015. Ferðahegðun þeirra og neyslumynstur voru könnuð meðan á dvöl þeirra stóð og mat lagt á svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar út frá ofangreindum atriðum. Niðurstöðurnar voru að lokum bornar saman við niðurstöður sambærilegra verkefna sem framkvæmd voru á Höfn, Húsavík og í Mývatnssveit á sama tíma.

Meðal niðurstaðna verkefnisins er að ferðahegðun gesta var á margan hátt ólík eftir stöðum sem undirstrikar mikilvægi þess að ofangreindir þættir séu kannaðir á hverju svæði fyrir sig. Erfitt getur reynt að fanga upplifun ferðamanna og fá upplýsingar um útgjöld þeirra eftir að þeir hafa yfirgefið svæðið. Því er mikilvægt að upplýsinga sé aflað á áfangastað og á þeim tíma sem dvalið er á staðnum til að ná sem áreiðanlegustum gögnum.

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins reyndust ástæður heimsóknar, dvalartími og neyslumynstur erlendra ferðamanna talsvert ólík eftir rannsóknarsvæðunum fjórum. Aðdráttarafl hvers svæðis markaðist af sérkennum þess og var ýmist bundið menningu svæðisins, afþreyingu eða landslagi. Útgjöld tengdust þjónustuframboði á hverjum stað og því sem helst dró ferðamenn til svæðisins. Þegar útgjöldin reiknuðust á alla gesti svæðisins voru hæstu útgjöldin á Húsavík tengd hvalaskoðun, á Siglufirði voru þau vegna veitinga og á Höfn og í Mývatnssveit voru útgjöld vegna gistipjónustu hæst.

Þrátt fyrir að marktækur munur á niðurstöðum hafi í mörgum tilvikum mælst á milli staða þá voru yfirleitt meiri líkindi með svæðunum en þegar niðurstöður svæða voru bornar saman við kannanir á landsvísu.²² Má þar nefna sem dæmi að samsetning erlendra gesta með hliðsjón af búsetulandi var nokkuð svipuð á milli svæða en hins vegar nokkuð frábrugðin niðurstöðum talningar á Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Sama má segja um gistimáta, ferðamáta, tíma ákvarðanatöku um heimsókn, uppruna upplýsinga um áfangastað o.fl.

Hver áfangastaður hefur sitt sérkenni sem mikilvægt er að þekkja. Ekki síst vegna þess hraða vaxtar sem atvinnugreinin hefur gengið í gegnum að undanförunu og þeirri uppbyggingarþörf innviða sem hefur skapast í kjölfarið. Íslensk stjórnvöld hafa brugðist við með mörkun stefnu í þessum málum þar sem markmiðin hafa m.a. snúið að markvissri uppbyggingu áfangastaða, lengingu ferðamannatímabilsins og betri dreifingu ferðamanna um landið (Ferðamálastofa, 2011). Til að vinna að þessum markmiðum hefur farið af stað verkefni um gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustuna í hverjum landshluta (Ferðamálastofa, e.d.c.). Slík vinna krefst upplýsinga um hverjir það eru sem sækja áfangastaðina heim, hvað drifi þá þangað og hver upplifun þeirra sé. Þess er vænst að niðurstöður þessa verkefnis nýtist sem mikilvægt innlegg í þá vinnu.

²² Könnun Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 og fjöldatalningar í Flugstöð Leifs Eiríkssonar

Aðstæður til að framkvæma spurningakannanir meðal ferðamanna eru á ýmsan hátt sérstæðar hér á landi. Má þar nefna mikla árstíðasveiflu í atvinnugreininni og ótryggt veðurfar sem gerir gagnaöflun oft á tíðum erfiða og kostnaðarsama í framkvæmd og þá sér í lagi yfir vetrartímann. Mikilvægt er að ná umræðu um aðferðafræði og framkvæmd verkefnis sem þessa áður en haldið er af stað í frekari gagnaöflun og greiningu. Lærdóm má draga af því sem betur hefði mátt fara sem og því sem vel tókst til með. Svæðisbundnar spurningakannanir meðal erlendra ferðamanna innihalda óhjákvæmilega takmarkanir og þá sérstaklega vegna þess hve erfitt getur reynst að ná úrtaki sem endurspeglar þýðið. Meðal þess sem ekki er hægt að útiloka að hafi haft takmarkandi áhrif á niðurstöður þessarar könnunar er afmörkun rannsóknarsvæðisins og tími framkvæmdar. Nánar er farið yfir takmarkanir verkefnisins í köflum 2.2 og 2.3. og því lýst hvernig unnið var með þær.

Mikilvægt er að yfirvöld leggi línur varðandi gagnaöflun á áfangastöðum til framtíðar og meti hvaða svæði þarfnist skoðunar hverju sinni og hvar þurfi að endurtaka fyrri rannsóknir. Með því skapast möguleiki á að meta breytingar á milli ára og spá fyrir um þróun atvinnugreinarinnar á hverju svæði. Misjafnt er eftir löndum hvernig staðið er að slíku. Á Nýja-Sjálandi er m.a. svæðisbundin kortavelta notuð sem vísir um þróun atvinnugreinarinnar eftir svæðum (Statistics New Zealand, e.d.) og í Ástralíu eru reglulega framkvæmdar svæðisbundnar ferðavenjukannanir (Tourism Research Australia, e.d.). Í Danmörku eru framkvæmdar útgjaldakannanir meðal ferðamanna á gististöðum og í Finnlandi hefur verið þróaður gagnabanki (ASTA) sem byggir á svæðisbundnum útgjaldakönnunum og talningum meðal erlendra ferðamanna á hverjum stað (OECD, 2016).

Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu á völdum áfangastöðum ber að huga að fleiri þáttum en greint er frá í þessu verkefni. Gæta þarf að þolmörkum staðanna og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Ýmsar rannsóknir hafa verið unnar sem vert er að skoða til samanburðar og má í því samhengi nefna þolmarkarannsóknir dr. Önnu Dóru Sæþórsdóttur (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2015), greiningu RMF á samfélagslegum áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016), mat á fjölda ferðamanna eftir svæðum (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) og ýmislegt fleira. Öll áreiðanleg gögn sem aflað er um ferðaþjónustu innan áfangastaða nýtast að endingu sem púsl í heildarmynd atvinnugreinarinnar á landsvísu. Út frá þeim gögnum sem og öðrum má að lokum vinna heildstæða stefnumótun um framtíð ferðaþjónustu á Íslandi.

5 HEIMILDIR

- Andri Valur Ívarsson og Óli Halldórsson (2011). *Fjölgar kreppan krónum*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2015). *Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi sumarið 2014*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2014). *Aðferðir við að meta fjölda og taka úrtak meðal ferðamanna. Áfangaskýrsla um verkefnið: Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður og Vesturlandi*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). *Vegvísir í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Dwyer, L., Forsyth, P., og Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2012). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll – Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason. (2010). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum: Höfn, Mývatnssveit og Siglufjörður*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Ferðamálastofa. (2011). *Ferðamálaáætlun 2011-2020*. Reykjavík. Sótt frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefing-efni/stefnumotun-og-skipulag/ferdamalaaaetlun-2011-2020>
- Ferðamálastofa. (2014a). *Erlendir ferðamenn á Íslandi sumar 2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2014b). *Erlendir ferðamenn á Íslandi vetur 2013-2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (e.d.a.). *Ferðavenjur Íslendinga*. Sótt 21. nóvember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/kannanir-og-rannsoknir/ferdavenjur-islendinga>

- Ferðamálastofa. (e.d.b.). *Fjöldi ferðamanna: Ferðamenn um Keflavíkurflugvöll*. Sótt 26. ágúst 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>
- Ferðamálastofa (e.d.c.) *Stefnumarkandi stjórnunaráætlanir - (DMP)*. Sótt 15. desember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/stefnumarkandi-stjornunaraetlanir/dmp-er-aaetlun-um-skipulag-throun-og-markadssetningu-svaedis-auk-skilgreindra-leida>
- Frechtling, D. og Smeral, E. (2010). Measuring and Interpreting the Economic Impact of Tourism: 20/20 Hindsight and Foresight. (D. G. Pearce, og R. W. Butler, Ritstj.) *Tourism Research: A 20-20 Vision*, 67-79. Sótt frá <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/FrechtlingSmeral2020.pdf>
- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2015). *Fjöldi gesta í Vatnajökulsþjóðgarði*. Reykjavík: Vatnajökulsþjóðgarður.
- Hagstofa Íslands. (2013). Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012. *Hagtíðindi. Verðlag og neysla*, 40(98), bls. 1-40.
- Hagstofa Íslands. (e.d.b.). *Gistinætur og gestakomur á öllum tegundum gististaða 1998-2015*. Sótt frá Atvinnuvegir, Gisting: http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir__ferdathjonusta__Gisting__3_allartegundirgististada/SAM01601.px/
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðapjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Kauppila, P. og Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127-128, 88-97.
- Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðapjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðapjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðapjónustu í Þingeyjarsýslu*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014a). *Tourism Data Collection: Analysis at the sub-national level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014b). *Þróun og staða ferðapjónustu á Húsavík: Niðurstöður ferðavenjukkannana sumrin 2013 og 2014*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2016). *Economic Effects of Tourism in Þingeyjarsýslur: An analysis at the subnational level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Malhotra, N. K. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.

- Manzanera, E. T., Melijosa, I. S., Estebanez, J. M., og Pelaez, L. V. (2002). A solution to problems and disadvantages of surveys of visitors at accommodation establishments and at popular visitor places. Í Á. Probáld (Ritstj.), *Proceedings of the sixth international forum on tourism statistics* (bls. 385-399). Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- OECD. (2016). An OECD Review of Statistical Initiatives Measuring Tourism at Subnational Level, *OECD Tourism Papers 2016/01*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2010). *OECD Tourism Trends and Policies 2010*. Paris: OECD publishing.
- Rannsóknamiðstöð ferðamála. (2016). Tölvupóstur frá Þórnýju Barðadóttur, 20 desember, 2016.
- Rannveig Guðmundsdóttir, Andri Valur Ívarsson (2008). *Efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík: Tilkoma hvalaskoðunar*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2014). *Ferðamenn í Fjallabyggð 2004-2013*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2015). *Erlendir ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2005-2014*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2016). *Erlendir ferðamenn á Norðurlandi 2010-2015*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern-Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), bls. 91-113.
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið. Sótt frá http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum_i_ferdatjonustu_1996.pdf
- Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson. (2008). *Byggðarlög með viðvarandi fólksfækkun*. Sauðárkrókur: Byggðastofnun.
- Síldarminjasafn Íslands. (2013). Saga Síldarminjasafnsins. Sótt 12. desember 2016 frá <http://www.sild.is/um/um-safnid/saga-safnsins/>
- Síldarminjasafn Íslands. (2016). Tölvupóstur frá Anitu Elefsen, 29. desember 2016.
- Síldarminjasafn Íslands. (n.d.). Sótt frá Síldarsagan - stutt: <http://www.sild.is/sildarsagan/sildarsagan/>
- Smith, S. L. (2010). *Practical Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Statistics New Zealand. (e.d.). *Regional tourism indicators and estimates*. Sótt 18. janúar 2017, frá Review of Ministry of Business, Innovation and Employment's tourism statistics: http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx
- Tourism Research Australia. (e.d.). *Destination Visitor Survey results*. Sótt 18. janúar 2017, frá Regional tourism: <https://www.tra.gov.au/research/regional.html>

- United Nations. (2010a). *The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- United Nations. (2010b). *Tourism satellite account: Recommended methodological framework 2008*. Luxemburg: United Nations Publication. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf
- UNWTO. (2014). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.
- Vaske, J. J. (2008). *Survey Research and Analysis: Application in Parks, Recreation and Human Dimensions*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., og Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.
- Póroddur Bjarnason og Edward H. Huijbens. (2014). Stefna íslenskra stjórnvalda og vöxtur ferðaþjónustu á jaðarsvæðum: Áhrif Héðinsfjarðarganga Fjallabyggð. *Stjórnmal og Stjórnsýsla*, 10(2), 565-586.

6 VIÐAUKAR

6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjölskyldu / vinum	Með vinnu- / klúbbfélögum	Í skipulagðri hópferð	Með öðrum
Allir	425	6,4%	75,1%	0,5%	21,2%	1,2%
Kyn						
Kona	231	4,8%	72,3%	0,4%	26,8%	0,9%
Karl	190	8,4%	78,9%	0,5%	14,2%	1,1%
Aldur						
18-24 ára	28	17,9%	67,9%	0,0%	14,3%	3,6%
25-34 ára	96	2,1%	89,6%	2,1%	7,3%	2,1%
35-44 ára	60	5,0%	90,0%	0,0%	5,0%	0,0%
45-54 ára	87	5,7%	82,8%	0,0%	13,8%	1,1%
55-64 ára	78	6,4%	67,9%	0,0%	26,9%	1,3%
65 ára og eldri	73	9,6%	46,6%	0,0%	56,2%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	11,1%	88,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	6,7%	86,7%	0,0%	6,7%	0,0%
Vestur Evrópa	229	5,2%	81,2%	0,9%	17,9%	0,0%
Mið-Evrópa	18	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	11,1%
Suður-Evrópa	56	10,7%	78,6%	0,0%	10,7%	0,0%
Norður Ameríka	87	8,0%	49,4%	0,0%	46,0%	3,4%
Asía	2	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	107	5,6%	76,6%	0,9%	21,5%	0,0%
Frakkland	76	6,6%	46,1%	0,0%	52,6%	2,6%
Bandaríkin	73	2,7%	87,7%	0,0%	16,4%	0,0%
Holland	27	3,7%	85,2%	3,7%	14,8%	0,0%
Sviss	26	7,7%	69,2%	0,0%	23,1%	0,0%
Danmörk	25	12,0%	88,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	7,1%	85,7%	0,0%	7,1%	0,0%
Belgía	11	18,2%	72,7%	0,0%	0,0%	9,1%
Spánn	11	18,2%	81,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	9	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	11,1%
Austurríki	8	12,5%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	7	14,3%	57,1%	0,0%	28,6%	0,0%
Svíþjóð	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	5,0%	80,0%	0,0%	10,0%	5,0%
Tilgangur ferðar						
Frí	380	6,6%	78,2%	0,5%	17,9%	0,8%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	30	10,0%	60,0%	0,0%	40,0%	3,3%

Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
Allir	416	16,8%	83,2%
Kyn			
Kona	228	18,9%	81,1%
Karl	187	14,4%	85,6%
Aldur			
18-24 ára	28	32,1%	67,9%
25-34 ára	90	20,0%	80,0%
35-44 ára	60	6,7%	93,3%
45-54 ára	87	20,7%	79,3%
55-64 ára	78	14,1%	85,9%
65 ára og eldri	71	14,1%	85,9%
Markaðssvæði			
Norðurlönd	9	11,1%	88,9%
Bretlandseyjar	14	7,1%	92,9%
Vestur Evrópa	225	17,8%	82,2%
Mið-Evrópa	16	37,5%	62,5%
Suður-Evrópa	57	14,0%	86,0%
Norður Ameríka	84	14,3%	85,7%
Asía	2	0,0%	100,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	100,0%
Annað	6	33,3%	66,7%
Búsetuland			
Þýskaland	105	20,0%	80,0%
Bandaríkin	73	12,3%	87,7%
Frakkland	70	14,3%	85,7%
Sviss	28	10,7%	89,3%
Ítalía	26	11,5%	88,5%
Spánn	25	16,0%	84,0%
Bretland	13	7,7%	92,3%
Kanada	11	27,3%	72,7%
Holland	11	36,4%	63,6%
Pólland	8	12,5%	87,5%
Danmörk	8	12,5%	87,5%
Belgía	7	28,6%	71,4%
Ísrael	5	20,0%	80,0%
Austurríki	4	0,0%	100,0%
Tékkland	3	66,7%	33,3%
Annað	19	26,3%	73,7%
Tilgangur ferðar			
Frí	378	16,4%	82,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	25,0%	75,0%
Viðburður	3	33,3%	66,7%
Annað	30	16,7%	76,7%
Ferðamáti			
Áætlanarrúta	16	18,8%	81,3%
Eigin bíll	38	23,7%	76,3%
Bílaleigubíll	242	16,5%	83,5%
Bíll vinar	8	12,5%	87,5%
Flug	1	100,0%	0,0%
Hópfærðabíll	87	4,6%	95,4%
Skemmtiferðaskip	0	0,0%	0,0%
Hjól	0	0,0%	0,0%
Annað	19	47,4%	52,6%

Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Ættingjar / vinir	Annað
Allir	70	46%	0%	7%	9%	13%	24%	0%	0%	1%
Kyn										
Kona	43	44%	0%	5%	9%	14%	26%	0%	0%	2%
Karl	27	48%	0%	11%	7%	11%	22%	0%	0%	0%
Aldur										
18-24 ára	9	33%	0%	33%	11%	11%	11%	0%	0%	0%
25-34 ára	18	78%	0%	0%	6%	11%	0%	0%	0%	6%
35-44 ára	4	50%	0%	25%	25%	0%	0%	0%	0%	0%
45-54 ára	18	28%	0%	0%	17%	17%	39%	0%	0%	0%
55-64 ára	11	36%	0%	9%	0%	18%	36%	0%	0%	0%
65 ára og eldri	10	40%	0%	0%	0%	10%	50%	0%	0%	0%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Bretlandseyjar	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Vestur Evrópa	40	50%	0%	3%	8%	13%	28%	0%	0%	0%
Mið-Evrópa	6	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Suður-Evrópa	8	38%	0%	38%	0%	13%	13%	0%	0%	0%
Norður Ameríka	12	17%	0%	8%	25%	17%	33%	0%	0%	0%
Asía	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ástralía og Kyrrah.	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Annað	2	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%
Búsetuland										
Pýskaland	21	52%	0%	5%	5%	5%	33%	0%	0%	0%
Bandaríkin	9	11%	0%	11%	33%	0%	44%	0%	0%	0%
Frakkland	10	40%	0%	0%	0%	20%	40%	0%	0%	0%
Sviss	3	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ítalía	3	0%	0%	67%	0%	0%	33%	0%	0%	0%
Spánn	4	50%	0%	25%	0%	25%	0%	0%	0%	0%
Bretland	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Kanada	3	33%	0%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%
Holland	4	50%	0%	0%	25%	25%	0%	0%	0%	0%
Pólland	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Danmörk	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Belgía	2	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%
Ísrael	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tékkland	2	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Annað	5	60%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	20%
Dvalarlengd										
7 – 12 Klst.	7	43%	0%	0%	0%	0%	57%	0%	0%	0%
13 – 24 Klst.	34	53%	0%	9%	6%	6%	26%	0%	0%	0%
25 – 48 Klst.	27	37%	0%	7%	11%	26%	15%	0%	0%	4%
3 – 4 dagar	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
5 – 6 dagar	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Meira	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	0–3 klst.	4–6 klst.	7–12 klst.	13–24 klst.	25–48 klst.	3–4 dagar	Lengur
Allir	417	67,4%	13,9%	3,1%	8,6%	6,5%	0,5%	0,0%
Kyn								
Kona	225	65,3%	13,3%	3,6%	8,9%	8,9%	0,0%	0,0%
Karl	188	69,1%	14,9%	2,7%	8,5%	3,7%	1,1%	0,0%
Gisting								
Já	70	0,0%	0,0%	10,0%	48,6%	38,6%	2,9%	0,0%
Nei	344	81,4%	16,6%	1,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Aldur								
18–24 ára	28	50,0%	14,3%	7,1%	17,9%	10,7%	0,0%	0,0%
25–34 ára	91	73,6%	6,6%	3,3%	12,1%	4,4%	0,0%	0,0%
35–44 ára	59	72,9%	13,6%	6,8%	5,1%	1,7%	0,0%	0,0%
45–54 ára	86	65,1%	14,0%	1,2%	7,0%	10,5%	2,3%	0,0%
55–64 ára	79	68,4%	17,7%	0,0%	7,6%	6,3%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	72	62,5%	19,4%	4,2%	6,9%	6,9%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði								
Norðurlönd	9	66,7%	22,2%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	80,0%	6,7%	6,7%	0,0%	6,7%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	230	71,7%	10,4%	2,6%	7,0%	7,4%	0,9%	0,0%
Mið-Evrópa	18	50,0%	16,7%	5,6%	22,2%	5,6%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	56	66,1%	16,1%	5,4%	7,1%	5,4%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	85	62,4%	18,8%	2,4%	10,6%	5,9%	0,0%	0,0%
Asía	2	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahaf	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	66,7%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%
Búsetuland								
Þýskaland	105	73,3%	6,7%	2,9%	9,5%	7,6%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	74	63,5%	20,3%	2,7%	10,8%	2,7%	0,0%	0,0%
Frakkland	70	74,3%	11,4%	1,4%	5,7%	7,1%	0,0%	0,0%
Sviss	28	67,9%	21,4%	0,0%	3,6%	3,6%	3,6%	0,0%
Ítalía	25	72,0%	12,0%	4,0%	12,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	25	68,0%	12,0%	8,0%	0,0%	12,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	78,6%	7,1%	7,1%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%
Kanada	10	60,0%	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Holland	11	45,5%	9,1%	9,1%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%
Pólland	8	75,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	62,5%	25,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	7	42,9%	28,6%	0,0%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%
Annað	32	46,9%	25,0%	6,3%	18,8%	3,1%	0,0%	0,0%
Tilgangur ferðar								
Frí	372	67,7%	14,0%	3,0%	8,6%	6,5%	0,3%	0,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	2	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	3	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Annað	24	70,8%	8,3%	4,2%	8,3%	4,2%	4,2%	0,0%

Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ættingja	Viðburður	Annað
Allir	412	92,7%	0,0%	1,0%	0,7%	7,3%
Kyn						
Kona	223	92,4%	0,0%	1,8%	0,9%	7,2%
Karl	185	93,0%	0,0%	0,0%	0,5%	7,6%
Aldur						
18-24 ára	28	89,3%	0,0%	0,0%	3,6%	7,1%
25-34 ára	96	93,8%	0,0%	1,0%	2,1%	5,2%
35-44 ára	59	91,5%	0,0%	1,7%	0,0%	8,5%
45-54 ára	85	92,9%	0,0%	2,4%	0,0%	7,1%
55-64 ára	77	92,2%	0,0%	0,0%	0,0%	7,8%
65 ára og eldri	65	93,8%	0,0%	0,0%	0,0%	9,2%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	88,9%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%
Bretlandseyjar	15	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
Vestur Evrópa	223	93,7%	0,0%	1,8%	1,3%	4,5%
Mið-Evrópa	18	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	56	96,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
Norður Ameríka	80	86,3%	0,0%	0,0%	0,0%	17,5%
Asía	2	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Ástralía+Kyrrahafseyjar	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	104	95,2%	0,0%	1,0%	0,0%	4,8%
Bandaríkin	69	85,5%	0,0%	0,0%	0,0%	17,4%
Frakkland	72	90,3%	0,0%	1,4%	2,8%	5,6%
Sviss	26	92,3%	0,0%	7,7%	3,8%	3,8%
Ítalía	26	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
Spánn	24	95,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
Bretland	14	92,9%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
Kanada	11	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%
Holland	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pólland	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Belgía	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	5	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Austurríki	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	95,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%

Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis keyrt í gegn
Allir	415	39,5%	29,9%	0,5%	35,7%
Kyn					
Kona	222	40,1%	28,4%	0,5%	36,0%
Karl	189	39,7%	31,2%	0,5%	34,9%
Aldur					
18-24 ára	28	53,6%	32,1%	0,0%	32,1%
25-34 ára	94	28,7%	34,0%	0,0%	45,7%
35-44 ára	60	31,7%	36,7%	0,0%	35,0%
45-54 ára	86	33,7%	33,7%	0,0%	34,9%
55-64 ára	78	44,9%	30,8%	1,3%	28,2%
65 ára og eldri	66	57,6%	12,1%	1,5%	31,8%
Markaðssvæði					
Norðurlönd	9	33,3%	55,6%	0,0%	44,4%
Bretlandseyjar	15	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%
Vestur Evrópa	223	31,8%	27,8%	0,0%	46,6%
Mið-Evrópa	18	27,8%	55,6%	0,0%	27,8%
Suður-Evrópa	57	54,4%	24,6%	1,8%	22,8%
Norður Ameríka	82	57,3%	24,4%	1,2%	19,5%
Asía	2	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	33,3%	50,0%	0,0%	16,7%
Búsetuland					
Þýskaland	103	28,2%	24,3%	0,0%	50,5%
Bandaríkin	71	60,6%	23,9%	1,4%	16,9%
Frakkland	71	40,8%	23,9%	0,0%	46,5%
Sviss	27	33,3%	44,4%	0,0%	29,6%
Ítalía	26	61,5%	30,8%	3,8%	7,7%
Spánn	25	48,0%	12,0%	0,0%	44,0%
Bretland	14	28,6%	35,7%	0,0%	35,7%
Kanada	11	36,4%	27,3%	0,0%	36,4%
Holland	11	27,3%	45,5%	0,0%	36,4%
Pólland	9	22,2%	44,4%	0,0%	33,3%
Danmörk	8	37,5%	62,5%	0,0%	37,5%
Belgía	7	14,3%	28,6%	0,0%	57,1%
Ísrael	5	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	4	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%
Tékkland	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	30,0%	60,0%	0,0%	20,0%
Tilgangur ferðar					
Frí	372	39,2%	29,6%	0,5%	36,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	3	33,3%	66,7%	0,0%	33,3%
Annað	29	41,4%	34,5%	0,0%	27,6%

Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ættingjar	Fjöl- miðlar	Ferða- skrifstofa	Ferða- handbækur	Hluti af heildar- pakka	Heima- síða	Annað
Allir	414	10,9%	3,4%	61,1%	12,6%	18,8%	6,8%	6,3%
Kyn								
Kona	223	9,0%	2,7%	59,6%	11,2%	21,1%	7,2%	8,1%
Karl	187	12,8%	4,3%	63,6%	13,9%	16,6%	6,4%	3,7%
Aldur								
18-24 ára	27	14,8%	7,4%	55,6%	14,8%	11,1%	3,7%	11,1%
25-34 ára	96	12,5%	1,0%	79,2%	2,1%	3,1%	10,4%	9,4%
35-44 ára	60	13,3%	5,0%	70,0%	6,7%	6,7%	5,0%	10,0%
45-54 ára	85	10,6%	1,2%	67,1%	12,9%	17,6%	11,8%	4,7%
55-64 ára	76	9,2%	6,6%	57,9%	13,2%	28,9%	2,6%	3,9%
65 ára og eldri	67	4,5%	3,0%	28,4%	29,9%	46,3%	3,0%	1,5%
Markaðssvæði								
Norðurlönd	9	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	13,3%	0,0%	60,0%	6,7%	20,0%	13,3%	6,7%
Vestur Evrópa	223	8,5%	3,1%	69,1%	12,6%	17,9%	2,7%	6,3%
Mið-Evrópa	18	27,8%	5,6%	66,7%	0,0%	0,0%	16,7%	11,1%
Suður-Evrópa	57	8,8%	8,8%	77,2%	7,0%	3,5%	12,3%	5,3%
Norður Ameríka	81	11,1%	1,2%	25,9%	22,2%	38,3%	9,9%	7,4%
Asía	2	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
Annað	6	33,3%	0,0%	50,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Búsetuland								
Þýskaland	103	7,8%	2,9%	68,9%	8,7%	22,3%	1,9%	6,8%
Frakkland	71	9,9%	1,4%	21,1%	23,9%	43,7%	9,9%	5,6%
Bretland	70	4,3%	2,9%	68,6%	21,4%	20,0%	5,7%	2,9%
Bandaríkin	28	21,4%	3,6%	67,9%	3,6%	7,1%	0,0%	17,9%
Spánn	26	11,5%	3,8%	76,9%	7,7%	3,8%	11,5%	0,0%
Ítalía	25	8,0%	12,0%	80,0%	4,0%	0,0%	8,0%	8,0%
Holland	14	14,3%	0,0%	57,1%	7,1%	21,4%	14,3%	7,1%
Swiss	10	20,0%	0,0%	60,0%	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%
Kanada	11	18,2%	9,1%	54,5%	18,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	9	33,3%	0,0%	77,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	8	37,5%	0,0%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	0,0%	0,0%	85,7%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%
Danmörk	5	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%
Pólland	4	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	20,0%	5,0%	60,0%	5,0%	10,0%	25,0%	15,0%
Tilgangur ferðar								
Frí	371	10,5%	3,2%	63,9%	13,2%	16,7%	7,3%	5,9%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	100,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	3	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%
Annað	29	10,3%	6,9%	48,3%	10,3%	34,5%	3,4%	6,9%

Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.

	Fjöldi	Áætlunar- rúta	Eigin bíll	Bílaleigubíll	Hópferðabíll	Annað
Allir	422	5%	11%	59%	21%	7%
Kyn						
Kona	229	5%	11%	56%	25%	6%
Karl	189	5%	11%	63%	17%	9%
Aldur						
18-24 ára	26	8%	15%	42%	15%	23%
25-34 ára	96	0%	9%	78%	4%	10%
35-44 ára	60	3%	10%	78%	3%	10%
45-54 ára	86	5%	16%	67%	13%	2%
55-64 ára	80	5%	13%	56%	26%	1%
65 ára og eldri	71	13%	7%	16%	63%	7%
Markaðssvæði						0%
Norðurlönd	9	0%	44%	56%	0%	0%
Bretlandseyjar	15	7%	0%	80%	13%	0%
Vestur Evrópa	227	5%	15%	60%	17%	8%
Mið-Evrópa	18	6%	6%	56%	0%	33%
Suður-Evrópa	55	2%	7%	76%	4%	11%
Norður Ameríka	87	8%	3%	40%	51%	2%
Asía	2	0%	0%	100%	0%	0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	0%	0%	100%	0%	0%
Annað	6	0%	17%	50%	33%	0%
Búsetuland						0%
Þýskaland	106	2%	23%	46%	24%	9%
Bandaríkin	76	9%	4%	33%	58%	1%
Frakkland	71	10%	4%	73%	14%	4%
Sviss	28	0%	21%	64%	11%	7%
Ítalía	25	4%	4%	76%	8%	8%
Spánn	24	0%	13%	75%	0%	13%
Bretland	14	7%	0%	79%	14%	0%
Kanada	11	0%	0%	91%	0%	9%
Holland	11	0%	0%	91%	0%	9%
Pólland	9	11%	11%	44%	0%	33%
Danmörk	8	0%	38%	63%	0%	0%
Belgía	7	29%	14%	57%	0%	14%
Ísrael	5	0%	0%	100%	0%	0%
Austurríki	4	0%	25%	75%	0%	0%
Tékkland	3	0%	0%	33%	0%	67%
Annað	20	0%	10%	70%	10%	10%
Tilgangur ferðar						0%
Frí	377	5%	11%	62%	18%	7%
Vinnutengt	0	0%	0%	0%	0%	0%
Heimsækja vini/ættingja	4	0%	25%	75%	0%	0%
Viðburður	3	0%	33%	33%	0%	33%
Annað	30	10%	10%	37%	43%	7%

Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Fugla- skoðun	Sund	Sildar- minja- safnið	Útsýnis- ferð	Göngu- ferð	Ljós- myndun	Matur úr héraði	Þjóð- laga- safnið	Annað
Allir	417	9%	3%	64%	21%	26%	44%	33%	7%	12%
Kyn										
Kona	227	8%	4%	68%	20%	26%	42%	34%	8%	12%
Karl	186	11%	3%	59%	21%	27%	47%	32%	7%	11%
Aldur										
18-24 ára	28	11%	7%	61%	11%	39%	64%	25%	7%	22%
25-34 ára	93	4%	0%	43%	17%	37%	54%	36%	7%	12%
35-44 ára	60	8%	2%	53%	22%	27%	50%	40%	8%	8%
45-54 ára	84	11%	6%	69%	19%	33%	45%	36%	6%	10%
55-64 ára	78	13%	4%	76%	26%	17%	37%	22%	9%	8%
65 ára og eldri	72	11%	4%	81%	24%	10%	26%	36%	8%	17%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	9	11%	0%	56%	11%	0%	33%	44%	33%	22%
Bretlandseyjar	15	27%	20%	67%	33%	13%	60%	53%	13%	7%
Vestur Evrópa	221	9%	4%	64%	23%	33%	41%	23%	5%	10%
Mið-Evrópa	18	0%	0%	72%	11%	28%	78%	44%	22%	22%
Suður-Evrópa	57	7%	0%	39%	26%	26%	63%	32%	4%	7%
Norður Ameríka	86	13%	4%	78%	14%	14%	30%	52%	7%	14%
Asía	2	0%	0%	50%	0%	0%	50%	50%	0%	0%
Ástralía + Kyrrahaf	3	0%	0%	100%	0%	33%	67%	33%	33%	33%
Annað	6	0%	0%	50%	0%	17%	33%	50%	17%	33%
Búsetuland										
Þýskaland	99	6%	4%	58%	44%	14%	41%	18%	5%	10%
Bandaríkin	75	13%	3%	83%	13%	12%	27%	53%	5%	15%
Frakkland	72	11%	3%	67%	1%	64%	46%	22%	8%	8%
Sviss	28	4%	4%	71%	18%	25%	25%	43%	4%	7%
Ítalía	26	0%	0%	42%	35%	19%	65%	23%	4%	8%
Spánn	25	8%	0%	36%	16%	28%	64%	44%	0%	8%
Bretland	14	29%	21%	64%	29%	14%	57%	50%	7%	7%
Kanada	11	9%	9%	46%	18%	27%	55%	46%	18%	9%
Holland	11	27%	0%	73%	0%	18%	64%	27%	0%	18%
Pólland	9	0%	0%	67%	11%	11%	89%	33%	22%	0%
Danmörk	8	13%	0%	63%	13%	0%	25%	38%	38%	25%
Belgía	7	14%	14%	86%	0%	57%	14%	0%	0%	14%
Ísrael	5	40%	0%	40%	20%	40%	40%	20%	20%	0%
Austurríki	4	0%	0%	50%	25%	0%	50%	25%	0%	25%
Tékkland	3	0%	0%	33%	0%	67%	67%	33%	0%	67%
Annað	20	0%	0%	70%	15%	25%	60%	55%	25%	25%

Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
Allir	412	51,2%	43,4%	5,3%	0,0%	0,0%
Kyn						
Kona	220	51,4%	42,3%	6,4%	0,0%	0,0%
Karl	188	50,5%	45,2%	4,3%	0,0%	0,0%
Aldur						
18-24 ára	27	59,3%	37,0%	3,7%	0,0%	0,0%
25-34 ára	92	44,6%	50,0%	5,4%	0,0%	0,0%
35-44 ára	59	52,5%	44,1%	3,4%	0,0%	0,0%
45-54 ára	86	51,2%	40,7%	8,1%	0,0%	0,0%
55-64 ára	76	51,3%	43,4%	5,3%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	69	53,6%	42,0%	4,3%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	14	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	223	45,7%	47,1%	7,2%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	17	35,3%	58,8%	5,9%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	55	52,7%	41,8%	5,5%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	83	62,7%	34,9%	2,4%	0,0%	0,0%
Asía	2	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	102	41,2%	48,0%	10,8%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	74	64,9%	33,8%	1,4%	0,0%	0,0%
Frakkland	73	49,3%	47,9%	2,7%	0,0%	0,0%
Sviss	26	53,8%	38,5%	7,7%	0,0%	0,0%
Ítalía	25	56,0%	36,0%	8,0%	0,0%	0,0%
Spánn	24	54,2%	41,7%	4,2%	0,0%	0,0%
Bretland	13	53,8%	46,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	9	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%	0,0%
Holland	11	36,4%	54,5%	9,1%	0,0%	0,0%
Pólland	9	11,1%	77,8%	11,1%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	62,5%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	7	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	5	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	19	63,2%	36,8%	0,0%	0,0%	0,0%

6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölinu á Höfn eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 105 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Allt fullkomið.

Allt gott.

Allt var gott, en ekkert fram úr hófi fallett. Dvöl okkar var ágæt að meðallagi.

Almenningssalernin eru mjög hrein! Takk fyrir!

Auka hitann á safninu.

Bátsferðir.

Bensínstöðin er ekki vel merkt. Mjög fallegur lítill bær.

Betri skilti eða plaköt sem benda á hótél og söfn.

Betur merktir göngustígar.

Bæklingur með myndum/ bók um safnið og sögu síldveiða.

Ef það væri meiri afþreying og söfn í boði myndi ég halda að fólk stoppaði lengur.

Eitthvað í líkingu við fiskmarkað, þar sem þú getur keypt og eldað ferskan mat (fisk).

Ekki finna upp á afþreyingarmöguleikum til að laða fólk að staðnum. Þjóðið frekar upp á góðan mat úr héraði og leyfið okkur að njóta náttúrunnar. Síldarminjasafnið er mjög gott - gefið okkur meiri sögu. Ég kann vel við þennan stað.

Ekki nógu góðar merkingar. Við fundum safnið með hjálp gps tækis. Allt er svo dýrt. Ósamræmi milli verðs og gæða.

Ekki nógur tími til að dæma.

Ekki viss - en gæti ég keypt skó hérna, eða gúmmístígvél ef ég vildi?

Engir lundar.

Engu við að bæta.

Engu við að bæta. Þetta er fallegur staður og ég myndi vilja koma hingað aftur.

Ég hafði mjög gaman af því að skoða Síldarminjasafnið og vélarnar.

Ég hef átt mjög góða sjö daga hringferð um landið, verð að koma aftur til Íslands.

Ég hef notið stuttrar dvalar hér - engar athugasemdir.

Ég hefði viljað hafa minibar á Hótel Sigló.

Ég naut heimsóknarinnar mjög vel, ég vona að staðnum verði ekki spillt.

Ég var að koma.

Ég vildi að ég hefði ákveðið að dvelja hér. Fallegur bær.

Fallegt svæði. Síldarminjasafnið er dásamlegt.

Fallegt umhverfi.

Fallegur staður.

Fleiri skilti takk.

Frábær bær. Ég vildi að við hefðum meiri tíma.

Frábær hádegisverður. Ég elska Hannes Boy, Síldarminjasafnið , verbúðina og kvikmyndina.

Frábært upplýsingamiðstöð! Fallegur bær.

Fullkomið.

Gott væri að fá leiðsögn á safninu.

Góður hádegisverður, partur af ferðinni.

Heit laug.

Heitar laugar, fiskveiðiferðir, fiskisúpu, meiri fisk fisk fisk!

Heitar laugar, fleiri sturtur á tjaldsvæðinu.

Heitir pottar og gufubað.

Hvalaskoðun.

Hvar er bensinstöðin? Mjög fallegur bær.

Kannski söluturn eða sýningu um nálægð staðarins við heimskautsbaug. Þetta var nyrsti hluti landsins sem við heimsóttum meðan á dvöl okkar á Íslandi stóð.

Kvikmynd um síldariðnaðinn.

Lítur vel út, Ég var að koma.

Meira að sjá í bænum. Betur merktir göngustígar.

Meira efni á þýsku á Síldarminjasafninu.

Meiri upplýsingar á netinu kæmu að gagni

Meiri upplýsingar á Síldarminjasafninu. Það þyrfti að vera leiðsögumaður í hverju rými.

Miklu áhugaverðari staður en ég átti von á. Það er gott að sjá aðra hlið á Íslandi en bara fossa. Góð innsýn í hvernig lífið var hér áður fyrr.

Minjagripaverslun.

Minjagripaverslun. Salernin eru opin fyrir alla og hrein. Takk fyrir !!

Minni framkvæmdir, meiri göngustígar, betra veður á sumrin.

Mjög ánægður með dvölinu á Íslandi.

Mjög fallegur fiskibær. Ekki breyta neinu!

Mjög gott.

Mjög lítið athugavert við safnið.

Mjög skemmtilegur lítill bær. Fullt af tækifærum.

Mjög vingjarnlegur tjaldvörður.

Nei (x2).

Nei, Allt gott og staðurinn fallegur.

Of snemmt að segja (x2).

Rækjusmökkun við höfnina.

Safnið er ótrúlega raunverulegt. Maður fær á tilfinninguna að maður sé kominn 50 ár aftur í tímann. Það gæti verið gaman að heimsækja fiskvinnsluna við höfnina.

Safnið var mjög áhugavert og vel framsett.

Sala á matvörum úr héraði.

Sameiginleg aðstaða fyrir gesti tjaldsvæðisins væri frábært.

Síldarminjasafnið er frábært og mjög áhugavert. Það þyrfti að vera til bók um safnið og póstkort með gömlum ljósmyndum frá síldarárunum.

Síldarminjasafnið hafði mikil áhrif á mig - var frábært upplifun.

Síldarverslun, sérvöruverslun með mat.

Skilti að safninu.

Sól (x2).

Sturtan var mjög heit – frábært.

Stutt stopp í hringferð. Mjög fallett.

Sætt kaffihús? Keilusalur?

Til hamingju með Síldarminjasafnið, það er mjög áhugavert.

Tjaldsvæðið er OK en ekki mjög gott að tjalda á því. Við sváfum í bílnum því það var bara laust pláss fyrir tjaldið við götuna.

Tjaldsvæðið þyrfti að vera betur staðsett. Þá hefðum við kannski gist yfir nótt.

Vantar betri lýsingu á safnið.

Vantar betri merkingar fyrir göngustíga.

Vantar betri skilti í bænum sem benda á söfnin, upplýsingamiðstöðina ofl.

Vantar skilti á hótelið, betri skilti fyrir fiskbúðina. Fiskrétti. Það mætti t.d. bjóða upp á íslenska rétti á Kaffi Rauðku.

Vantar skilti sem vísa á tjaldsvæðið eða bensínstöðina. Vantar upplýsingaskilti þegar maður kemur frá Ólafsfirði.

Vantar upplýsingabækling um sögu staðarins, síldveiðarnar og lífið á norðurhluta landsins.

Veitingastaður með fjölbreytt úrvali af sjávarfangi.

Við áttuðum okkur of seint á tjaldsvæðinu utan við bæinn.

Við erum mjög hissa á því að það eru hvergi neinar upplýsingar á spænsku, hvorki á Siglufirði né annars staðar á Íslandi. Ég myndi mæla með upplýsingum á spænsku alls staðar til að gera hlutina auðveldari fyrir ferðamenn.

Við hefðum viljað sitja á veitingastað en það var allt lokað á kvöldin.

Við komum með hópferðabíl. Allur kostnaður var innifalinn í ferðinni.

Við munum koma aftur - fallegur lítill bær. Næst viljum við dvelja hér lengur.

Við stoppum svo stutt. Það er erfitt að segja nokkuð.

Vonandi koma margir ferðamann, mjög fallegur staður.

Það er frekar erfitt að fara vestur, en annars hef ég engu við að bæta.

Það mætti vera meira í boði hérna, t.d. bátsferðir.

Það vantar bækling á frönsku um söfnin.

Það var kalt.

Það væri fínt að fá ferskan fisk á safninu (fiskisamlökur).

Þessi bær er fallegur og ég mun mæla með honum við aðra.

Þetta er í lagi.

Þetta var bara stutt stopp.

Þetta var fínt! Takk fyrir.

6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



ICELANDIC TOURISM
RESEARCH CENTRE

Visitor survey in Siglufjörður, summer 2015

This survey is conducted by the Icelandic Tourism Research Centre. The aim of this study is to gather information about those visiting our community in order to improve tourist services in Siglufjörður. We would be grateful if you could spare few minutes to respond to this survey. Answers will be treated anonymously.

1. Gender Female Male

2. Year of birth _____

3. Country of residence? _____

4. Your travel companion(s)?

<input type="checkbox"/> None	<input type="checkbox"/> Co-workers
<input type="checkbox"/> Family/friends/partner	<input type="checkbox"/> Organized tour group
	<input type="checkbox"/> Others, who? _____

5. Where did you spend the night before arriving in Siglufjörður?

6. Where will you spend the first night after leaving Siglufjörður?

7. Did you stay in Siglufjörður last night or will you stay tonight?

Yes No (If no, please go to question 9)



8. What sort of accommodation did you/will you use in Siglufjörður?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping site | <input type="checkbox"/> Hotel |
| <input type="checkbox"/> Farm Holidays | <input type="checkbox"/> Summer house/Cottages |
| <input type="checkbox"/> Hostel | <input type="checkbox"/> Family/friends |
| <input type="checkbox"/> Private rental (e.g. Airbnb) | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse | |

9. What is the main purpose of your visit to Siglufjörður?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Holiday | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/friends |
| <input type="checkbox"/> Business trip/Conference | <input type="checkbox"/> Event/festival |
| <input type="checkbox"/> Other, what? _____ | |

10. Please specify why you chose to travel to Siglufjörður:

11. When did you decide to visit Siglufjörður? (multiple choices)

- Before the journey to Iceland began
- After the journey to Iceland began
- It was the reason for coming to Iceland
- Siglufjörður was only a drive through

12. Where did you get information about Siglufjörður? (multiple choices)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Friends and relatives | <input type="checkbox"/> Books and guides |
| <input type="checkbox"/> Fairs and/or exhibitions | <input type="checkbox"/> It was part of the travel package |
| <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Information website: specify _____ |
| <input type="checkbox"/> Travel agency | <input type="checkbox"/> Other, what: _____ |



14. How did you travel to Siglufjörður?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bus (Scheduled service) | <input type="checkbox"/> Tour bus |
| <input type="checkbox"/> Your own car | <input type="checkbox"/> Cruise/sail |
| <input type="checkbox"/> Rental car | <input type="checkbox"/> Bicycle |
| <input type="checkbox"/> Friend's car | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Flight | |

15. How long do you expect your total stay in Siglufjörður to be?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 – 3 hours | <input type="checkbox"/> 25 – 48 hours |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 hours | <input type="checkbox"/> 3 – 4 days |
| <input type="checkbox"/> 7 – 12 hours | <input type="checkbox"/> 5 – 6 days |
| <input type="checkbox"/> 13 – 24 hours | <input type="checkbox"/> More _____ days |

16. Please mark all aspects/activities you plan to experience during your stay in Siglufjörður?

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Hiking | <input type="checkbox"/> Local food tasting |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall | <input type="checkbox"/> Night life | <input type="checkbox"/> Festivals |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Horse trips | <input type="checkbox"/> The Folk Music Centre |
| <input type="checkbox"/> The Herring Museum | <input type="checkbox"/> Fishing | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Photography | |

In questions 17 and 18 we seek information on the total tourist expenditure in Siglufjörður for the last 24 hours (one day) and what it was spent on.

- Please specify all your spending (or that of your group) in Siglufjörður last 24 hours. Please specify as well if you have prepaid any services or will pay later for services or goods consumed within a period of 24 hours (or total expenditure during your stay if it has been shorter than 24 hours).
- If you are in a group (e.g. family) where one person pays all expenditure for the group, please specify the total spending of the group and mark the number of persons in question 17.
- If you pay your own share of joint spending, please specify only your own spending and mark "1" in question 17.



17. How many people does this expenditure cover?

_____ people

18. How much money did you spend in total on the following things for the last 24 hours in Siglufjörður? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right, estimates are appreciated).

Accommodation _____

Restaurants/cafés (outside your accommodation) _____

Restaurant/food service within your accommodation _____

Groceries (e.g. food, beverages in supermarkets) _____

Recreation (e.g. tours) _____

Culture (e.g. museum, craftshouse) _____

Souvenirs _____

Gas/oil _____

Shopping (e.g. clothing, goods) _____

Other (please specify what and the amount) _____

Currency

ISK

EUR

GBP

DKK

USD

Other

19. Overall, how satisfied are you with your visit to Siglufjörður?

Very satisfied Satisfied Neutral Dissatisfied Very dissatisfied

20. Is there anything at last you would like to add? Some activity, service, attraction, entertainment etc. you would like to see in Siglufjörður?

Thank you for your participation and have a pleasant stay in Iceland





**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

Desember 2016



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Erlendir gestir á Húsavík sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurslóð, IS-600 Akureyri
Sími: (+354) 460-8930
Fax: (+354) 460-8919
Rafpóstur: rmf@unak.is
Veffang: www.rmf.is

Titill: Erlendir gestir á Húsavík sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir
Skönnun spurningalista og forvinna gagna: Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála

Prentun: Stell (www.stell.is)

Númer: RMF-S-10-2016

ISBN: 978-9935-437-56-3

ISSN: 978-9935

Forsíðumynd: Á Húsavík © Húsavíkurstofa

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

Erlendir gestir á Húsavík sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja B. Rögnvaldsdóttir

Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta á Húsavík árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Höfn í Hornafirði, Siglufirði og í Mývatnssveit á sama tíma. Verkefnið var eitt af fjórum verkefnum sem hlaut fjárframlag frá Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu í gegnum Háskólann á Akureyri til rannsókna í ferðaþjónustu árið 2015.

Verkefnið er unnið samhliða öðru verkefni á vegum Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu á Höfn, Siglufirði og í Mývatnssveit. Þar eru könnuð áhrif hins hraða vaxtar atvinnugreinarinnar á íbúa staðanna, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2016).

Grundvöllur þessa verkefnis er rannsókn sem unnin var í Þingeyjarsýslum á tímabilinu 2012-2015 og sneri að aðlögun alþjóðlegra aðferða við gerð ferðaþjónustureikninga á afmörkuðum svæðum landsins í þeim tilgangi að greina efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á svæðinu (Lilja B. Rögnvaldsdóttir 2013, 2014a, 2014b, 2016). Í þessu verkefni er áhersla lögð á greiningu erlendra gesta til svæðisins. Hverjir eru það sem koma og hvað dregur þá til svæðisins? Eftir hverju sækjast þeir og hvað skilja þeir eftir? Svör við slíkum spurningum eru mikilvægar í þeim uppbyggingarfasa sem atvinnugreinin er í víða um land auk þess sem þau gagnast við gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðaþjónustu í hverjum landshluta. Rannsóknin var samstarfsverkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Húsavík, Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri og Þekkingarnets Þingeyinga. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðaþjónustu á hverjum stað. Þeim, spyrjum og öðrum sem komu að verkefninu eru færðar sérstakar þakkir fyrir framlag sitt.

Helstu niðurstöður verkefnisins eru að ferðahegðun, dvalarlengd og útgjaldamynstur erlendra gesta var misjafnt eftir rannsóknarsvæðunum. Ástæða heimsóknar var einnig ólík sem og ákvörðunartími hennar. Á Húsavík voru það hvalir og hvalaskoðun sem helst drógu erlenda gesti til staðarins (68%). Um 90% aðspurðra voru ýmist mjög ánægðir eða ánægðir með dvöl sína á staðnum og meðaldvalarlengd erlendra gesta á Húsavík var um 16 klst. Um 37% gestanna dvaldi yfir nótt og meðalútgjöld þeirra á sólarhring reiknuðust 13.309 kr. sem er hærri upphæð en á hinum rannsóknarsvæðunum. Stærsti útgjaldaliðurinn var vegna afþreyingar. Flestir (76%) ferðuðust með bílaleigubíl til Húsavíkur og voru á ferðalagi með fjölskyldu eða vinum (88%).

Fjöldi erlendra gesta á Húsavík er áætlaður um 194 þúsund árið 2015. Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Húsavík er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldatölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðaþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi

verið á bilinu 2,4-2,6 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 180-195 þúsund gestir hafi heimsótt staðinn. Hafa ber í huga að í könnunum sem þessum skal túlka niðurstöðurnar sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá þeim.

EFNISYFIRLIT

Efnisyfirlit.....	iii
1 Inngangur	1
1.1 Bakgrunnur könnunar.....	1
1.2 Markmið	2
2 Aðferðafræði	3
2.1 Spurningakönnun	4
2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum.....	5
2.1.2 Ferðatengdar spurningar.....	6
2.1.3 Útgjöld	6
2.2 Úrtak.....	8
2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum.....	11
3 Niðurstöður	15
3.1 Búsetuland.....	16
3.2 Ferðafélagar.....	18
3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Húsavíkur?	19
3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Húsavík?	21
3.5 Gisting.....	22
3.6 Gistimáti	23
3.7 Dvalarlengd.....	24
3.8 Tilgangur heimsóknar	25
3.9 Ástæða heimsóknar	27
3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn.....	28
3.11 Uppruni upplýsinga um Húsavík.....	29
3.12 Ferðamáti	31
3.13 Afþreying	32
3.14 Útgjöld	33
3.15 Ánægja.....	37
3.16 Athugasemdir	38
3.17 Umfang og áhrif	39
3.18 Samantekt.....	46
4 Umræður og ályktanir	49
5 Heimildir	51
6 Viðaukar.....	55
6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur	55
6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Húsavík sumarið 2015.....	65
6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin.....	69

Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Húsavík eftir búsetulandi sumarið 2015.....	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Húsavík í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í KEF.....	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða	19
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Húsavíkur?	20
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Húsavík?	21
Mynd 7. Dvaldir þú á Húsavík síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?.....	22
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015	22
Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Húsavík?	23
Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða	24
Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Húsavík muni vara?	24
Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða	25
Mynd 13. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Húsavíkur?	26
Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða	26
Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Húsavík varð fyrir valinu sem áfangastaður	27
Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Húsavík tekin?.....	28
Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða	29
Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Húsavík/Ísland	30
Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða.....	30
Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Húsavíkur?.....	31
Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða	31
Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Húsavík	33
Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta á Húsavík eftir útgjaldaliðum	35
Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Húsavík?	37
Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða.....	38
Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Húsavík	39
Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Húsavík 2007-2016	40
Mynd 28. Fylgni fjöldaþróunar erlendra gesta á Húsavík og fjölda erlendra ferðamanna til Íslands ...	41
Mynd 29. Fylgni fjöldaþróunar erlendra gesta á Húsavík og fjölda farþega í hvalaskoðun á Húsavík..	42
Mynd 30. Fjöldi farþega í hvalaskoðun á Húsavík á tímabilinu 1995-2016	42
Mynd 31. Fjöldi farþega í hvalaskoðun á Húsavík og öðrum stöðum 1995-2016.....	43
Mynd 32. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Húsavík eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014.....	44
Mynd 33. Fjöldi skemmtiferðaskipa og farþega þeirra á Húsavík 2008-2015.....	45

Töfluskrá

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðabjónustu	7
Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni	8
Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk.....	9
Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum	10
Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu.....	13
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda	15
Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustupáttum	34
Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða.....	35
Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur.....	55
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	56
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	57
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur	58
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur	59
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Húsavík tekin?	60
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	61
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	62
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	63
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur	64

1 INNGANGUR

Ísland hefur markað sér sess sem áfangastaður ferðamanna og tekur á móti vaxandi fjölda gesta ár hvert. Efnahagslegt mikilvægi atvinnugreinarinnar er ótvírætt en þó misjafnt eftir svæðum. Sumstaðar hefur vöxtur ferðaþjónustunnar verið slíkur að hún telst ein af grunnstoðum atvinnulífsins á meðan hún hefur minniháttar áhrif annars staðar. Ólíkar ástæður eru fyrir vali ferðamanna á áfangastöðum innanlands og þarfir þeirra geta verið misjafnar eftir svæðum. Því er mikilvægt að hvert svæði þekki sérkenni og þarfir gesta sinna sem og heimamanna til að atvinnugreinin geti vaxið og þróast á sem farsælastan hátt.

Alþjóðaferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á að lönd greini ólíka þætti ferðaþjónustu eftir afmörkuðum svæðum. Rök ráðsins fyrir því eru meðal annars að leggja þurfi áherslu á sérkenni hvers svæðis í allri markaðssetningu. Einnig geti gestir svæðanna haft ólíkar þarfir, ferðavenjur og útgjaldamynstur eftir stöðum sem mikilvægt sé að þekkja. Ráðið nefnir auk þess að sérstaka stefnu þurfi að marka í ferðaþjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðaþjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðaþjónustutengdar vörur og þjónustu eftir alþjóðlegum stöðlum og bera saman á milli svæða sem og við landið í heild. Meðal þess sem þurfi að skoða sérstaklega sé fjöldi gesta á hverjum stað, einkenni þeirra og útgjöld. Ráðið mælir með notkun handbókar Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðaþjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu voru viðfangsefni rannsóknarverkefnis Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sem unnið var í samstarfi við Rannsóknasetur Háskóla Íslands á Húsavík og Þekkingarnet Þingeyinga á tímabilinu 2012-2015. Ferðahegðun og útgjaldamynstur erlendra gesta voru þar metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðaþjónustuaðila þar sem lykiltölur úr rekstri voru skoðaðar. Niðurstöður hafa verið birtar í fjórum skýrslum sem gefnar voru út á tímabilinu 2013-2016 (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2013, 2014a, 2014b, 2016). Þetta verkefni byggir á þeirri rannsókn.

1.1 Bakgrunnur könnunar

Skortur á áreiðanlegum og alþjóðlega samanburðarhæfum gögnum í ferðaþjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar, 2015; Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir, 2013). Þegar litið er til afmarkaðra svæða á landinu er gagnaskortur sérstaklega áberandi. Þó ber að nefna að Hagstofa Íslands hefur reglulega tekið saman og birt upplýsingar um fjölda gistinátta og gestakoma eftir átta svæðum

landsins (Hagstofa Íslands, e.d.b.) og Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur safnað saman gögnum um fjölda skemmtiferðaskipa og farþega þeirra eftir höfnum og tímabilum (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016). Upplýsingar um fjölda ferðamanna hafa ekki verið birtar með skipulögðum hætti eftir svæðum en Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar hefur gefið út skýrslur þess efnis fyrir nokkur svæði landsins eftir völdum tímabilum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016). Einnig hafa verið settir upp bílateljarar á ferðamannastöðum víða um land sem gefa vísbendingar um fjölda ferðamanna og þróun hans (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015). Við gerð þessarar rannsóknar var litið til ofanefndra gagna en að auki voru kannanir meðal erlendra brottfararfarþega í millilandaflugi á Akureyri sem framkvæmdar voru á árunum 2009-2012 af Rannsóknamiðstöð ferðamála hafðar til hliðsjónar. Þar var könnuð upplifun ferðamanna af heimsókn þeirra til Norðurlands auk þess sem ferða- og neysluhegðun var metin (Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2011, 2012; Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Einnig var horft til útgjalda- og ferðavenjukannana Þekkingarnets Þingeyinga sem framkvæmdar voru sumrin 2008 og 2010 á Húsavík (Andri V. Ívarsson og Óli Halldórsson, 2011; Rannveig Guðmundsdóttir og Andri V. Ívarsson, 2008). Þar að auki voru ferðavenjukannanir Ferðamálastofu í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Ferðamálastofa, 2014a, 2014b) hafðar til hliðsjónar þar sem mikilvægt er að ná samanburði milli niðurstaðna svæðisbundinna kannana sem og kannana á landsvísu. Megin grunnur þessa verkefnis er þó fyrrgreint verkefni um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum.

1.2 Markmið

Markmið verkefnisins var eftirfarandi:

1. Að greina hvað helst einkennir erlenda gesti hvers svæðis.
2. Að kanna ferðavenjur erlendra gesta á hverjum stað.
3. Að kanna meginástæðu gestanna fyrir vali á áfangastað.
4. Að kanna almenna ánægju gesta eftir svæðum.
5. Að kanna útgjöld erlendra gesta á hverjum stað og áætla umfang atvinnugreinarinnar út frá þeim.
6. Að kanna tölfræðilegan mun á ofantöldu milli svæða þar sem þess gefst kostur.

2 AÐFERÐAFRÆÐI

Með ferðapjónustureikningum gefst kostur á að mæla beint framlag ferðapjónustunnar til þjóðarbúsins. Reikningarnir byggja á grunnkerfi þjóðhagsreikninga (e. *System of National Accounts*) (Dwyer, Forsyth og Spurr, 2004; Frechtling og Smeral, 2010; Zhou, Yanagida, Chakravorty og Leung, 1997) og eru unnir eftir alþjóðlegri forskrift ferðapjónustureikninga þar sem tveimur meginritum er fylgt:

1. 2008 Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)
2. 2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) (United Nations, 2010a; 2010b).

Þessi rit eru gefin sameiginlega út af Efnahags og framfarastofnuninni (OECD), Hagstofu Sameinuðu þjóðanna (UNSD), Hagstofu Evrópusambandsins (Eurostat) og Alþjóðaferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNWTO).

Á Íslandi hafa verið gefnir út ferðapjónustureikningar fyrir tímabilið 2000-2013. Hluti þeirra hefur verið uppfærður til ársins 2015 (Hagstofa Íslands, e.d.a.). Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands einskorðast við niðurstöður á landsvísu. Þá er engu að síður hægt að vinna fyrir afmörkuð svæði (e. *regional TSA*), en sú framkvæmd inniheldur óhjákvæmilega hnökra þegar smærri svæði með takmörkuðu gagnaframboði eru til skoðunar (United Nations, 2010b). Er það m.a. vegna þess að ekki liggur alltaf ljóst fyrir hvar uppruni tekna í ferðapjónustu er og starfsemi lögaðila getur jafnvel dreifst á marga staði. Skilgreining áfangastaðar getur einnig verið vandasöm. Almennt má segja að áfangastaður sé svæði þar sem áhrifa ferðapjónustu gætir. Hann snýst í raun um þrjú megin skilyrði; aðgengi, aðstöðu og aðdráttarafi (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013) og getur miðast við bæjarmörk, náttúruperlu eða annað afmarkað landsvæði. Afmörkun áfangastaða fer ekki endilega saman við afmörkun hagskýrslusvæða á hverjum stað (OECD, 2016) og því geta tölfræðileg gögn um áfangastaði verið af skornum skammti líkt og raunin er á Íslandi.

Í ferðapjónustureikningum er umfang atvinnugreinarinnar annars vegar metið út frá framboðshliðinni þar sem tölfræðin er unnin út frá grunnkerfi þjóðhagsreikninga. Hins vegar er það metið út frá eftirspurnarhliðinni á grundvelli neyslu ferðamanna (United Nations, 2010b). Leitast var við að fylgja aðferðafræði við gerð ferðapjónustureikninga eins og kostur var í þessu verkefni en óhjákvæmilega fylgdu því takmarkanir sökum þess sem tilgreint er hér að framan. Ekki voru fánægjandi gögn um atvinnugreinina eftir rannsóknarsvæðum í þjóðhagsreikningum svo verkefnið einskorðast við mat á áhrifum erlendra gesta út frá eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar. Engu að síður var stuðst við alþjóðlega forskrift ferðapjónustureikninga við þá framkvæmd eins og kostur var. Flokkun útgjaldaliða byggir á sömu flokkun og mælt er til í forskrift ferðapjónustureikninga auk þess sem leiðarvísir

Alþjóðaferðamálaráðs SP um meðferð ferðapjónustutölfræði (United Nations, 2010a; UNWTO, 2014) var hafður til hliðsjónar við gerð spurninga. Þar að auki var stuðst við þær innlendu rannsóknir sem nefndar voru í kafla 1.1 við gerð spurningalistans.

Við framkvæmd ferðapjónustukannana á dreifbýlum svæðum á Norðurlöndunum hefur hið svokallaða Norræna módel (e. *Nordic model*) stundum verið notað við mat á áhrifum ferðapjónustu. Það hefur hentað vel á svæðum þar sem fyrirliggjandi gögn eru takmörkuð, s.s. í norðurhluta Finnlands. Líkt og í tilviki ferðapjónustureikninga byggir módelið á tveimur megináferðum, tekjumódeli (e. *income model*) sem metur framboðshlið ferðapjónustunnar og útgjaldamódeli (e. *expenditure model*) þar sem eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar er viðfangsefnið og gagna er aflað með spurningakönnunum meðal ferðamanna (Kauppila og Karjalainen, 2012; Saarinen, 2003). Áðferðirnar eiga það sameiginlegt að hafa það að meginmarkmiði að skilgreina og meta umfang og virði ferðapjónustunnar eftir fyrirfram skilgreindum flokkum og var Norræna módelið því einnig haft til hliðsjónar við framkvæmd spurningakönnunarinnar meðal erlendra ferðamanna í þessu verkefni.

Þegar ferðapjónusta á afmörkuðum svæðum landsins er skoðuð sérstaklega, líkt og gert er í þessu verkefni, er mælt til þess að neytendur þjónustunnar séu greindir í þrjá hópa: Erlenda gesti, innlenda gesti sem búsettir eru á öðrum svæðum landsins og íbúa svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðavenjur og neyslumynstur innlendra gesta þarf að meta með öðrum áðferðum en erlendra gesta. Mælt er til að framkvæmdar séu sérstakar kannanir meðal heimila landsins (e. *household surveys*) þar sem kannaðar eru sérstaklega ferðavenjur innlendra gesta og útgjöld. Fjöldi gistinátta er einnig mikilvæg mælieining í þessu tilliti (United Nations, 2010a). Frá árinu 2009 hefur Ferðamálastofa framkvæmt árlega netkönnun meðal Íslendinga um ferðalög þeirra innanlands og erlendis (Ferðamálastofa, e.d.a.) og Hagstofa Íslands heldur úti samfelldri rannsókn á útgjöldum heimilanna (Hagstofa Íslands, 2013). Ekki var unnt að greina umfang ferðapjónustu vegna innlendra gesta á afmörkuðum svæðum landsins út frá þeim könnunum svo einungis var til skoðunar fjöldi gistinátta íslenskra gesta á hverjum stað og aðrar fjöldatölur þar sem þær voru fáanlegar.

2.1 Spurningakönnun

Spurningakönnunin¹ sem er grundvöllur þessarar rannsóknar einskorðast við erlenda gesti á Íslandi (e. *inbound visitors*). Flestar spurningarnar sem lagðar voru fyrir viðmælendur voru lokaðar (e. *structured questions*) þar sem svarendur merktu við þann svarmöguleika sem átti best við í þeirra tilfalli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

¹ Sjá viðauka 3

nákvæmar upplýsingar eftir því sem við átti hverju sinni. Þar að auki gafst svarendum kostur á að koma athugasemdum á framfæri í opinni spurningu.

Í töflu 1 eru tilgreindir þeir þættir sem mælst er til af Alþjóðaferðamálaráðinu að gagna sé aflað um til að greina helstu einkenni gesta og ferðar. Ekki reyndist unnt að spyrja um alla þá þætti sem ráðlagðir eru þar sem könnunin takmarkaðist við 20 spurningar. Þær bakgrunnsbreytur sem valdar voru í þessari könnun varðandi einkenni gesta voru aldur, kyn og búsetuland. Ekki var spurt um menntun, stöðu eða tekjur. Í tengslum við einkenni ferðarinnar var spurt um tilgang og tegund ferðarinnar, dvalarlengd, uppruna og áfangastað, ferða- og gistimáta (sjá skáletrað í töflu 1).

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).

Helstu einkenni gesta	Helstu einkenni ferðar
<i>Aldur</i>	<i>Tilgangur ferðar</i>
<i>Kyn</i>	<i>Tegund ferðar</i>
<i>Efnahagsleg staða</i>	<i>Dvalarlengd</i>
<i>Starf</i>	<i>Uppruni og áfangastaður</i>
<i>Tekjur</i>	<i>Ferðamáti</i>
<i>Menntun</i>	<i>Gistimáti</i>

2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum

Samkvæmt forskrift Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðþjónustutölfræði er mikilvægt að ferðamenn séu greindir eftir búsetulandi en ekki þjóðerni. Einstaklingar eru skráðir eftir þjóðerni eða ríkisborgararétti í vegabréfum en geta haft fasta búsetu annars staðar. Búsetuland í þessu tilviki er skilgreint á sama hátt og gert er í þjóðhagsreikningum og notað er við útreikning á greiðslujöfnuði Seðlabankans. Greining á búsetulandi gerir flokkun gesta eftir uppruna ferðar og áfangastað mögulegan (United Nations, 2010a). Upplýsingar um búsetuland þarf að nálgast með sérstakri spurningu til gestanna og getur þetta því valdið misræmi þegar niðurstöður eru bornar saman við þjóðerni gesta sem er skráð við brottför í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Í könnun Ferðamálastofu um ferðavenjur erlendra ferðamanna er bæði spurt um búsetuland og þjóðerni hverju sinni (Ferðamálastofa, 2014a).

Sú tegund ferðamanna sem rannsóknin nær yfir er skilgreind sem *gestur* (e. *visitor*) eða „einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en 12 mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til“ (Samgönguráðuneytið, 1996, bls. 17; United Nations, 2010a, bls. 101). Gestir geta bæði verið dagsgestir (e. *excursionists*) og ferðamenn (e. *tourists*) eftir því hvort þeir dvelja yfir nótt á áfangastað eður ei (United Nations, 2010a).

2.1.2 Ferðatengdar spurningar

Þátttakendur voru sérstaklega spurðir út í heimsókn sína til staðarins og ferðahegðun sína á meðan á dvöl þeirra á staðnum stóð. Með heimsókn þeirra er átt við skilgreiningu Alþjóðaferðamálaráðsins á heimsókn gesta til staðar meðan á ferðalagi stendur (e. *tourism visit*). Heimsóknin þarf ekki að fela í sér gistingu á staðnum en viðkomandi verður engu að síður að stoppa um stund. Engin lágmarks dvalartími hefur verið skilgreindur í þessu samhengi. Þeir gestir sem keyra í gegnum svæðið án þess að gera hlé á ferð sinni teljast ekki til gesta svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðamenn sem stofna til tímabundins starfssamnings meðan á dvöl þeirra á svæðinu stendur eru einnig undanskildir skilgreiningunni gestir (United Nations, 2010a).

2.1.3 Útgjöld

Með útgjöldum gesta (e. *visitor expenditure*) er átt við þá upphæð sem greidd er fyrir kaup á neysluvörum og þjónustu sem og fyrir önnur verðmæti til eigin nota eða gjafa á meðan á ferðalagi stendur. Það felur í sér útgjöld gesta sem greidd eru af þeim sjálfum eða af öðrum fyrir þeirra hönd (OECD, 2010; United Nations, 2010a, 2010b).

Í þessu tilliti skiptir tímasetning útgjalda máli, sér í lagi þar sem ferðalög geta verið greidd fyrirfram eða jafnvel eftir á með greiðslukortareikningi. Í verkefninu er stuðst við reglur þjóðhagsreikninga um einkaneyslu þar sem miðað er við að neyslan eigi sér stað við afhendingu þjónustu eða við eigendaskipti vöru hvort sem peningaleg greiðsla á sér stað um leið eða ekki (United Nations, 2010a). Útgjöld vegna gistiþjónustu eru því talin þann sólarhring sem dvalið er á gististaðnum, vegna ferða þann sólarhring sem ferðin á sér stað o.s.frv.

Kaup á öllu því sem flokkast sem neysluvörur eða þjónusta í þjóðhagsreikningum getur flokkast sem útgjöld gesta. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgripir, tæknivörur o.s.frv. (United Nations, 2010a).

Mælst er til að gestir flokki útgjöld sín eftir tilgangi í eftirfarandi liði (United Nations, 2010b):

1. Pakkaferð
2. Gistiþjónusta
3. Veitingaþjónusta
4. Samgöngur á áfangastað
5. Samgöngur milli landa
6. Afþreying og tómstundastarfsemi
7. Ýmis verslun
8. Annað

Í þessu verkefni var ekki spurt um heildarkostnað pakkaferðar (1) og ekki samgöngur á milli landa (5) þar sem það átti ekki við um útgjöld innan áfangastaðar. Í tilvikum þeirra gesta sem voru í pakkaferð voru útgjöld á áfangastað áætluð út frá sérstaklega tilgreindum vöru- og þjónustukaupum svarenda á svarsæðli. Við flokkun útgjalda var einnig höfð til hliðsjónar flokkun Hagstofunnar við gerð ferðþjónustureikninga (tafla 2) (Hagstofa Íslands, e.d.a.).

Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustu (Hagstofa Íslands, e.d.a.)

Einkennandi atvinnugreinar í ferðþjónustu	Aðrar atvinnugreinar
1. Gistiþjónusta	10. Ýmis verslun
2. Veitingaþjónusta	11. Önnur þjónusta
3. Farþegaflutningar á landi	
4. Farþegaflutningar á sjó	
5. Farþegaflutningar með flugi	
6. Leiga flutningatækja, bílaleiga ofl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómstundastarfsemi	

Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustureikninga eru fleiri en grunnflokkar útgjalda hér að framan. Útgjöldum vegna menningarstarfsemi var bætt við útgjaldalistann (tafla 3) auk þess sem veitingaþjónusta var sundurliðuð eftir því hvort hún var innan gististaðar eða utan líkt og gert er í ferðþjónustureikningum. Ekki var spurt sérstaklega um útgjöld vegna ferðaskrifstofa innan áfangastaðar þar sem kaupanda afþreyingar eða annarrar þjónustu getur ekki alltaf verið ljóst hvort söluaðili sé skráður ferðaskipuleggjandi eða ferðaskrifstofa.

Ýmis verslun var sundurliðuð í þrjú undirflokkar: Matvöru, minjagrip og aðra verslun til að ná gleggri mynd af útgjaldamynstri gesta á hverju svæði í verslunum. Endanleg flokkun útgjaldaliða var eins og hún kemur fyrir í töflu 3. Allar upphæðir eru á verðlagi ársins 2015.

Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni

Gistiþjónusta
Veitingaþjónusta innan gististaðar
Veitingaþjónusta utan gististaðar
Samgöngur
Afþreying og tómstundastarfsemi
Menningarstarfsemi
Verslun - matvara
Verslun - minjagripir
Verslun – aðrar vörur
Annað

2.2 Úrtak

Val á úrtaksaðferðum í ferðavenjurannsóknum getur verið vandasamt þar sem upplýsingar um þýðið eru jafnan takmarkaðar og því erfitt að endurspegla það með úrtaki. Sjaldan liggja fyrir upplýsingar um ferðir og dvalarstaði gesta enda geta þessir þættir verið ákveðnir án fyrirvara. Skortur á upplýsingum um meðlimi þýðis útilokar notkun líkindaúrtaks (e. *probability sampling*) og því þarf að beita aðferðum ólíkindaúrtaks (e. *non-probability sampling*) við val á svarendum (Finn, Elliott-White og Walton, 2000). Meðal aðferða ólíkindaúrtaks eru svokölluð hentugleikaúrtök (e. *convenience samples*) sem lýsa sér þannig að svarendur verða fyrir valinu vegna þess að þeir eru staddir á ákveðnum stað á ákveðnum tíma (Finn, Elliott-White og Walton, 2000; Smith, 2010). Algengasta framkvæmd þessara spurningakannanna er á vettvangi (e. *on-site surveys*) þar sem ferðamenn eru ýmist spurðir spurninga af spyrli eða þeim er afhentur spurningalisti sem þeir svara sjálfir (Vaske, 2008). Þegar þessari úrtaksaðferð er beitt ber að túlka niðurstöður sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá niðurstöðunum (Malhotra, 1999; Vaske, 2008). Aðferð hentugleikaúrtaks var beitt í þessu verkefni. Leitast var við að velja sem hlutlausast svæði á hverjum stað sem þó uppfyllti lágmarksskilyrði um umferð erlendra gesta og voru spyrjar staðsettir innan þeirra svæða. Vandasamt getur verið að skilgreina svæði sem endurspeglar þýðið sem best og uppfyllir á sama tíma skilyrði um lágmarksfjölda gesta, áreiðanleika og kostnað (Manzanera, Melijosa, Estebanez og Pelaez, 2002). Mælt er með markvissri og öflugri framkvæmd könnunar þá daga sem umferð gesta er mikil og að velja aðra daga af handahófi þegar umferð er minni. Hafa verður í huga hvert hlutfall þeirra daga er sem umferð er meiri en aðra daga þegar framkvæmd könnunar er skipulögð (Manzanera ofl., 2002).

Tímabil framkvæmdar könnunarinnar var dreift yfir sumarmánuðina eins og kostur gafst, en var engu að síður háð möguleika spyrllanna á því að framkvæma könnunina. Jafnvægi var í tíðni framkvæmdar innan dagsins. Þá daga sem veðurskilyrði voru slæm var svarhlutfall lægra þar sem könnunin var framkvæmd utanhúss og erfiðara reyndist að fá gesti til að taka þátt við þær aðstæður. Í verkefninu gafst ekki kostur á öflun gagna yfir vetrartímamann og því byggja niðurstöður þess á niðurstöðum spurningakannanna sem framkvæmdar voru yfir sumartímamann eingöngu. Engar tölfræðilegar upplýsingar lágu fyrir um ferðahegðun eða útgjöld erlendra gesta yfir vetrartímamann á rannsóknarsvæðunum fjórum. Áætlað hlutfall þeirra erlendu gesta sem heimsótti staðina utan sumartíma (á tímabilinu september til maí) var á bilinu 21%-23% á stöðunum þremur á Norðurlandi og 36% á Höfn í Hornafirði (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016).²

Úrtaksskekkja (e. *sampling error*) er óhjákvæmileg þegar úrtak er tekið í rannsóknum, en hún lýsir sér í takmörkunum úrtaks til að endurspeglar þýðið. Líkt og með tegund úrtaksaðferðar hefur stærð úrtaks áhrif á úrtaksskekkjuna en hún eykst í öfugu hlutfalli við stærð úrtaksins. Í upphafi rannsóknar þarf að meta hversu háa úrtaksskekkju rannsóknin þolir. Einnig þarf að mæla stærð þýðis sem og breytileika innan þess (Vaske, 2008).

Í töflu 4 má sjá hver lágmarksstærð úrtaks reiknast m.t.t. stærð þýðis, 95% öryggismörk og $\pm 3\%$, $\pm 5\%$ og $\pm 10\%$ úrtaksskekkju.

Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk (Vaske, 2008, bls. 180)

Stærð þýðis	Úrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk		
	$\pm 3\%$ úrtaksskekkja	$\pm 5\%$ úrtaksskekkja	$\pm 10\%$ úrtaksskekkja
1.000.000.000	1.067	384	96
1.000.000	1.066	384	96
100.000	1.056	383	96
40.000	1.040	381	96
20.000	1.013	377	96
10.000	965	370	95
8.000	942	367	95
6.000	906	361	95
4.000	843	351	94
2.000	696	322	92
1.000	517	278	88
800	458	260	86
600	384	234	83
400	291	196	78
200	169	132	65
100	92	80	49

² Byggt á gögnum um Siglufjörð frá 2013, Mývatnssveit og Húsavík frá 2014 og Höfn frá 2015

Í töflu 4 sést hvernig áhrif úrtaksstærðar minnkar þegar stærð þýðis er komin yfir 40.000. Í verkefninu var reiknuð lágmarksstærð úrtaks m.v. $\pm 5\%$ úrtaksskekkju og 95% öryggismörk á hverjum stað samkvæmt jöfnu Dillman (2007) (í Vaske, 2008, bls. 180) sem tafla 3 byggir á:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p-1)(B/C)^2+(p)(1-p)}$$

N_s = Lágmarksstærð úrtaks.

N_p = Stærð þýðis (í þessu tilfalli áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit).

p = líkur á að spurningu sé svarað á ákveðinn hátt (0,5).

B = ásættanleg skekkjumörk (0,05).

C = Z gildi (1,96).

Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum

	Áætlaður fjöldi erl. ³ ferðamanna	Lágmarksstærð úrtaks	Endanlegur fjöldi svara
Húsavík	193.500	383	523
Mývatnssveit	303.000	384	477
Siglufjörður	47.700	381	428
Höfn	273.000	384	550

Endanlegur fjöldi svara var yfir lágmarksstærð úrtaks miðað við 95% öryggismörk og $\pm 5\%$ úrtaksskekkju á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Á Húsavík tók framkvæmd könnunarinnar 11 daga. Spyrjar á vegum Þekkingarnets Þingeyinga voru staðsettir fyrir framan uppýsingamiðstöð ferðamanna og óskuðu eftir þátttöku allra erlendra gesta sem urðu á vegi þeirra. Í flestum tilfellum gátu þeir svarað könnuninni án aðstoðar. Í þeim tilvikum þar sem ferðamenn voru í hópferð og gátu ekki gefið sér tíma til að svara könnuninni meðan á dvöl þeirra á Húsavík stóð, var haft samband við leiðsögumenn hópsins og óskað eftir því að spurningalistum væri dreift um borð í hópferðabifreiðunum og þeir síðan sendir í pósti til framkvæmdaraðila. Tímabil framkvæmdar var 3. júlí til 19. ágúst. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 9-19. Alls voru 817 erlendir gestir beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 536 þátttöku, eða 66%. Gild svör voru 523.

Framkvæmd könnunarinnar var háð því að gestir staðarins færu fótgangandi um rannsóknarsvæðið á þeim tíma sem könnunin var framkvæmd. Með því var útilokuð þátttaka þeirra gesta sem komu til staðarins eftir kl. 19 á kvöldin og fóru þaðan fyrir kl. 9 um morguninn, sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

³ Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

Sömu aðferð var beitt á öllum rannsóknarsvæðunum en framkvæmdin á Höfn var frábrugðin að því leyti að gagnaöflun fór fram yfir lengra tímabil dagsins (frá kl. 8 til 22) á meðan gagna var einungis aflað til kl. 19 á hinum stöðunum. Þar voru niðurstöður greindar sérstaklega eftir því hvort gagnaöflun ætti sér stað eftir kl. 19 (n=133) eða fram til kl 19 (n=426). Kannað var hvort marktækur munur væri á niðurstöðum eftir gagnaöflunartíma á Höfn. Í einu tilviki mældist munur ($p=0,041$). Munurinn mældist meðal dagsgesta þegar spurt var um dvalarlengd, en heildar dvalarlengd styttist úr 18,4 klst. í 18,0 klst. þegar einungis var tekið tillit til gagna sem aflað var fyrir kl. 19 á kvöldin. Ekki reyndist marktækur munur á gistihlutfalli ($p=0,302$) né öðrum spurningum sem buðu upp á slíka mælingu. Þegar bornar voru saman niðurstöður spurninga á milli rannsóknarsvæða var í öllum tilfellum notast við niðurstöður út frá gögnum sem spannaði allt gagnaöflunartímabil staðanna að dvalartíma undanskildum þar sem notast var við gagnaöflunartíma fram til kl. 19 á Höfn.

2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum

Þegar söfnun svara lauk voru þau færð inn í tölfræðiforritið SPSS. Svarblöðin voru skönnuð og niðurstöður forunnar hjá Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri. Við úrvinnslu gagnanna var notast jafnt við SPSS og Excel. Við útreikninga á útgjöldum erlendra gesta í erlendum gjaldmiðlum var notast við miðgengi Seðlabanka Íslands þann 15. júlí 2015.

Krosstöflur (e. *crosstabs*) voru notaðar til að skoða dreifingu niðurstaðna eftir bakgrunnsbreytum og eru þær birtar í viðauka 1. Til að meta hvort marktækur munur væri á milli svæða var kí-kvaðrat (e. *chi-square*) marktektarpróf notað þar sem tölfræðileg marktækni miðaðist við 95% marktektarmörk ($p<0,05$). Í texta um niðurstöður spurninga innan hvers svæðis var einungis vísað í bakgrunnsbreytur sem innihéldu að lágmarki 20 svör.

Í verkefninu eru niðurstöður útgjaldakönnunarinnar margfaldaðar með áætluðum fjölda erlendra gesta á hverjum stað til að meta heildarútgjöld þeirra. Útgjöldin eru túlkuð sem ferðaþjónustutengd velta⁴ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Út frá þeim upplýsingum er launakostnaður áætlaður sem og ársverk í ferðaþjónustu á hverjum stað.

Forsendur ofangreindra útreikninga byggja á skýrslu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum árið 2013 (Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir, 2016). Í því verkefni voru áhrifin mæld út frá eftirspurnarhlið atvinnugreinarinnar með framkvæmd útgjaldakannana meðal erlendra gesta svæðisins. Einnig voru þau metin út frá framboðshlið atvinnugreinarinnar þar sem lykiltalna í ársreikningum ferðaþjónustuaðila var aflað. Viðtöl voru tekin við 102 aðila í ferðaþjónustu

⁴ Virðisaukaskattur meðtalinn

þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðapjónustuhlutfall, launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að meðaltali 28,9%⁵ af ferðapjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðapjónustu í Þingeyjarsýslum voru 324.085 kr. árið 2013 og eru uppreiknuð í þessu verkefni m.v. launavísitölu til júlí 2015, alls 370.484 kr.

Í þessu verkefni einskorðast mat á umfangi atvinnugreinarinnar við eftirspurnarhlið hennar þar sem niðurstöðurnar byggja á upplýsingum um útgjöld erlendra gesta á svæðinu en ekki lykiltölum úr rekstri ferðapjónustuaðila líkt og í fyrrgreindu verkefni um Þingeyjarsýslur. Hlutfall launakostnaðar og ársverka er fengið úr þeirri skýrslu og reiknast út frá áætluðum heildarútgjöldum erlendra gesta sem túlkuð eru sem ferðapjónustutengd velta fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta.

Í kafla 2.2 er rætt um val á úrtaki og mögulegar úrtaksskekkjur. Þar kemur m.a. fram að val á rannsóknarsvæði geti verið meðal þess sem hefur áhrif á niðurstöður svæðisbundinna ferðavenjukannana. Við úrvinnslu niðurstaðna í þessu verkefni mátti greina ósamræmi í niðurstöðum spurninga um val á afþreyingu á Húsavík þar sem mögulegt var að gera samanburð á niðurstöðum og rauntölum frá ferðapjónustuaðilum. Niðurstöður könnunarinnar sýndu hærra hlutfall erlendra gesta sem áformuðu að fara í hvalaskoðun en rauntölur sögðu til um. Gera má ráð fyrir að nálægð rannsóknarsvæðisins á Húsavík við hafnarsvæðið hafi þar haft áhrif. Þegar vísbendingar eru um að úrtak endurspegli ekki fullkomlega þýðið er mælt til að aðferðum gagnavigtunar sé beitt þar sem það er mögulegt (Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2014; Vaske, 2008). Í slíkum tilfellum þarf að þekkja bæði hlutföll þýðis og úrtaks. Í þessu verkefni lágu ekki fyrir fullnægjandi upplýsingar um þýðið til að hægt væri að lagskipta úrtakinu og vigta gögnin. Því eru niðurstöður könnunarinnar birtar án slíkra aðgerða.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum. Samkvæmt OECD ber almennt að taka þeim með fyrirvara og þá sér í lagi þegar um er að ræða samanburð á milli svæða sem og samanburð svæða við niðurstöður á landsvísu. Ástæðan er m.a. sú að þróun rannsóknaraðferða og framboð gagna til að meta áhrif ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum eru almennt takmörkuð. Athugasemdir eru einnig gerðar við ófullkomna gagnagrunna, greiningu gagna og dreifingu niðurstaðna auk þess sem fjármagn til þróunar og uppbyggingar slíkra grunna hefur í gegnum tíðina talist vera of lítið (OECD, 2016). Slíkar viðvaranir eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfræðigagna í ferðapjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfræðilega annmarka slíkra verkefna gefa

⁵ Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðapjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísbendingar um þróun og stöðu ferðaþjónustu á hverjum stað og eru nauðsynlegar fyrir svæðisbundna stefnumótun atvinnugreinarinnar.

Í opinberum gögnum um erlenda ferðamenn á Íslandi hefur ekki legið fyrir fastmótuð skipting eftir markaðssvæðum. Í þessari könnun eru búsetulönd gesta byggð á flokkun Alþjóðaferðamálastofnunar Sameinuðu þjóðanna (UNWTO, 2015). Í töflu 6 má sjá hvernig Evrópa skiptist samkvæmt þeirri flokkun. Í verkefninu er Norður-Evrópu skipt í tvo undirflokk; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið).

Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu (UNWTO, 2015)

Norður-Evrópa	Vestur-Evrópa	Mið-/ Austur-Evrópa	S-Evrópa / Miðjarðarhaf
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaríá	Bosnía og Hersegóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirgystan	Kýpur
	Þýskaland	Lettland	Makedónía
		Litháen	Malta
		Moldóva	Portúgal
		Pólland	San Marínó
		Rúmenía	Serbía
		Rússland	Slóvenía
		Slóvakía	Spánn
		Tajikistan	Svartfjallaland
		Tékkland	Tyrkland
		Túrkmenistan	
		Ungverjaland	
		Úkraína	
		Úsbekistan	

3 NIÐURSTÖÐUR

Í þessum kafla eru kynntar niðurstöður spurningakönnunarinnar sem framkvæmd var meðal erlendra gesta á Húsavík sumarið 2015. Heildarfjöldi gilda svara í könnuninni var 523. Meðalaldur þátttakenda var 42,8 ár og hlutfall kynja var nokkuð jafnt 51% konur og 49% karlar. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (55%), en næst flestir komu frá Suður-Evrópu (12%). Um 11% svarenda voru frá Norður-Ameríku. Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3.

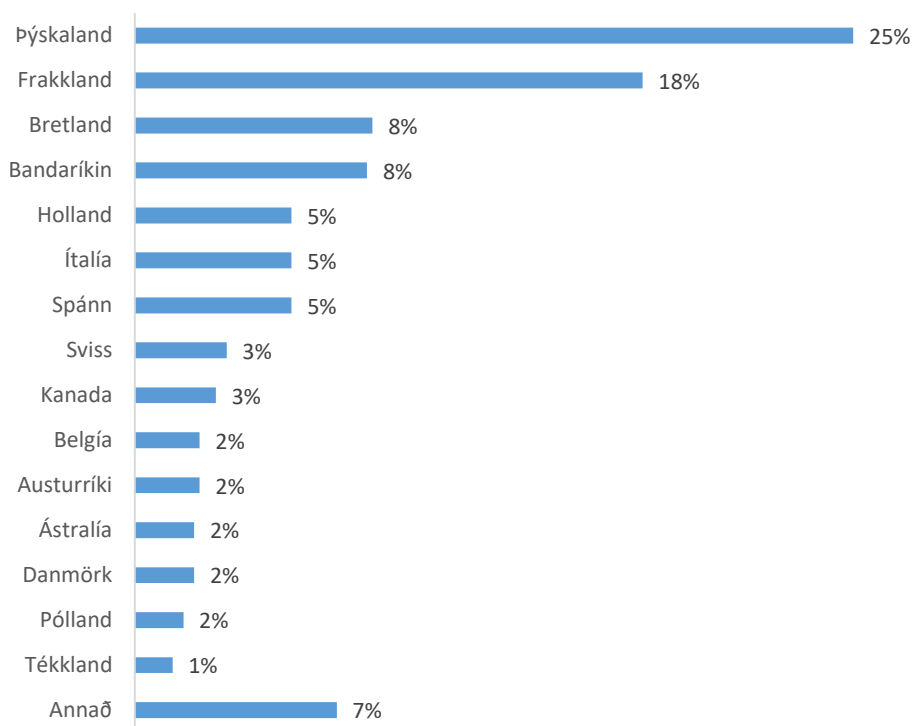
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 og eldri
Allir	523	9,8%	24,9%	18,0%	23,5%	16,4%	7,5%
Kyn							
Kona	265	10,9%	23,8%	18,1%	23,4%	17,0%	6,8%
Karl	256	8,6%	25,8%	18,0%	23,8%	16,0%	7,8%
Markaðssvæði							
Norðurlönd	23	26,1%	26,1%	0,0%	4,3%	21,7%	21,7%
Bretlandseyjar	52	9,6%	25,0%	23,1%	17,3%	17,3%	7,7%
Vestur-Evrópa	290	10,0%	23,8%	15,9%	27,6%	17,2%	5,5%
Mið-Evrópa	19	10,5%	42,1%	26,3%	15,8%	5,3%	0,0%
Suður-Evrópa	63	9,5%	28,6%	27,0%	23,8%	11,1%	0,0%
Norður-Ameríka	58	1,7%	15,5%	22,4%	20,7%	20,7%	19,0%
Asía	3	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrah.	11	9,1%	36,4%	9,1%	0,0%	18,2%	27,3%
Annað	4	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland							
Þýskaland	129	8,5%	17,8%	15,5%	28,7%	22,5%	7,0%
Frakkland	91	14,3%	26,4%	16,5%	27,5%	9,9%	5,5%
Bretland	42	11,9%	19,0%	23,8%	19,0%	21,4%	4,8%
Bandaríkin	42	2,4%	11,9%	19,0%	26,2%	21,4%	19,0%
Spánn	27	14,8%	18,5%	37,0%	22,2%	7,4%	0,0%
Ítalía	29	3,4%	34,5%	24,1%	27,6%	10,3%	0,0%
Holland	29	6,9%	24,1%	20,7%	31,0%	17,2%	0,0%
Sviss	17	0,0%	64,7%	17,6%	11,8%	5,9%	0,0%
Kanada	15	0,0%	26,7%	33,3%	6,7%	20,0%	13,3%
Austurríki	12	25,0%	0,0%	8,3%	41,7%	25,0%	0,0%
Belgía	12	0,0%	33,3%	8,3%	16,7%	25,0%	16,7%
Ástralía	11	9,1%	36,4%	9,1%	0,0%	18,2%	27,3%
Danmörk	11	9,1%	9,1%	0,0%	9,1%	27,3%	45,5%
Pólland	8	62,5%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	7	14,3%	14,3%	28,6%	28,6%	14,3%	0,0%
Annað	41	7,3%	48,8%	12,2%	14,6%	9,8%	7,3%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra ferðamanna á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem er örlítið lægri en meðalaldur gestanna á Húsavík. Meðalaldur erlendra gesta á Höfn var 37,7 ár, á Siglufirði 47,1 ár og í Mývatnssveit 47,2 ár.

3.1 Búsetuland

Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá og Þýskalandi (25%) og Frakklandi (18%). Um 8% svarenda komu frá Bretlandi og Bandaríkjunum (mynd 1).

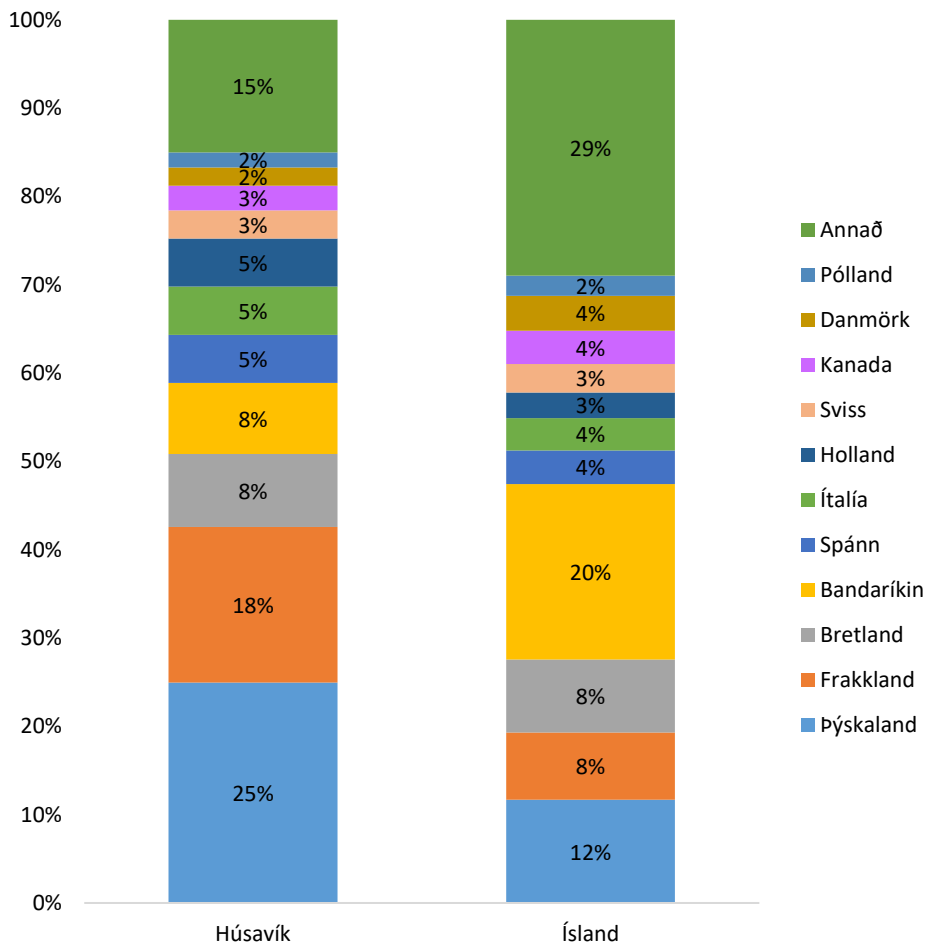


Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Húsavík eftir búsetulandi sumarið 2015

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma⁶ eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 12% brottfararfarþega voru frá Þýskalandi og 8% frá Frakklandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar frá Húsavík (mynd 2). Hlutfall gesta frá Bretlandi var eins á báðum stöðum, 8% en meðal gesta frá Bandaríkjunum var það 20% í KEF sem er töluvert hærra en á Húsavík (Ferðamálastofa e.d.b.). Í könnun RRF um fjöldaþróun gesta í Þingeyjarsýslum árin 2005-2014 kemur fram að ferðamenn frá Mið-Evrópu, Suður-Evrópu og Benelux löndunum dvelji að meðaltali lengur á Íslandi (11-13 nætur) yfir sumartímamann en t.d. ferðamenn frá Bretlandi og Norður-Ameríku (6-8 nætur),

⁶ Í júlí og ágúst 2015

sem er ein af ástæðum þess að ferðamenn frá þessum markaðssvæðum dreifast betur um landsbyggðina (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015).

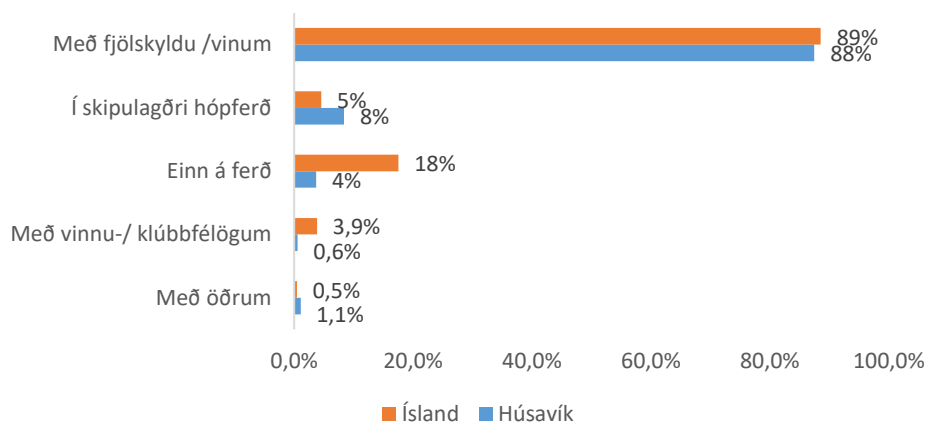


Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Húsavík í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Norðurlandi eystra sumarið 2015 hæst meðal þjóðverja (23%). Þar á eftir komu Bandaríkjamenn (12%), Frakkar (12%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Norðurlandi eystra var því hærra meðal þjóðverja (17%) og Frakka (16%) en meðal Bandaríkjamanna og Breta (12%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.).

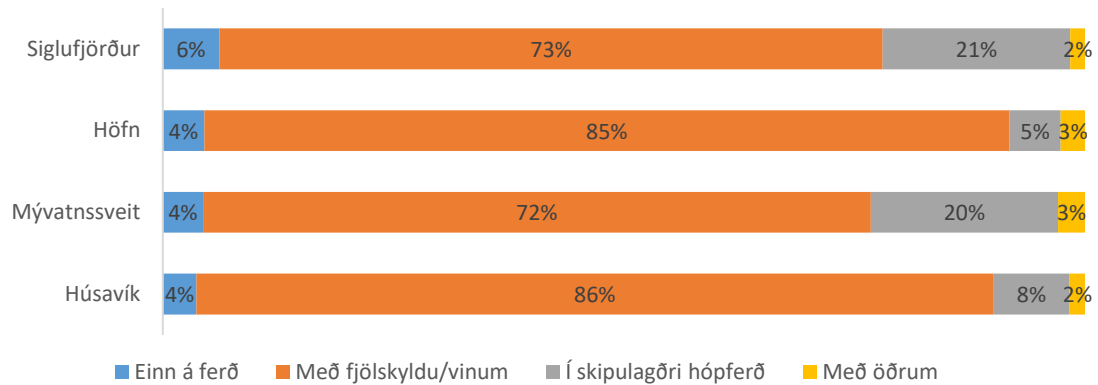
3.2 Ferðafélagar

Af þeim sem ferðuðust til Húsavíkur voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (87,5%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (8,4%) og 3,7% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 eru talsverð líkindi milli niðurstaðna (mynd 3). Helst má greina mun hjá þeim sem ferðast einir en hlutfall þeirra er almennt lægra á Húsavík, líkt og á hinum rannsóknarsvæðunum þremur, í samanburði við hlutfallið á landsvísu. Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu sumarið 2014 sögðust 5% aðspurðra vera með ferðahópi, 89% í ferð með fjölskyldu eða vinum, 18% ferðuðust einir og 4% með vinnufélögum (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?

Hægt var að nefna fleiri en einn svarmöguleika í þessari spurningu svo svör voru fleiri en svarendur. Í töflu 11 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Þegar ferðamáti er skoðaður eftir búsetulandi gesta má sjá að hlutfall þeirra sem ferðast með skipulögðum ferðahópi er yfir meðallagi meðal gesta frá Hollandi (41%) á meðan enginn þátttakenda frá Bretlandi og Bandaríkjunum var í hópferð. Um 12% gesta frá Þýskalandi voru í ferðahópi og 1% gesta frá Frakklandi. Alls ferðuðust um 98% gesta frá Frakklandi með vinum og ættingjum til Húsavíkur. Hlutfallið meðal gesta frá Bretlandi var 96%, frá Bandaríkjunum 93%, Þýskalandi 86% og frá Hollandi 59%. Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór hækkandi eftir aldri og í hópi 55 ára og eldri sögðust 16,8% aðspurðra vera í hópferð en einungis 3,9% gesta á aldrinum 18-24 ára.



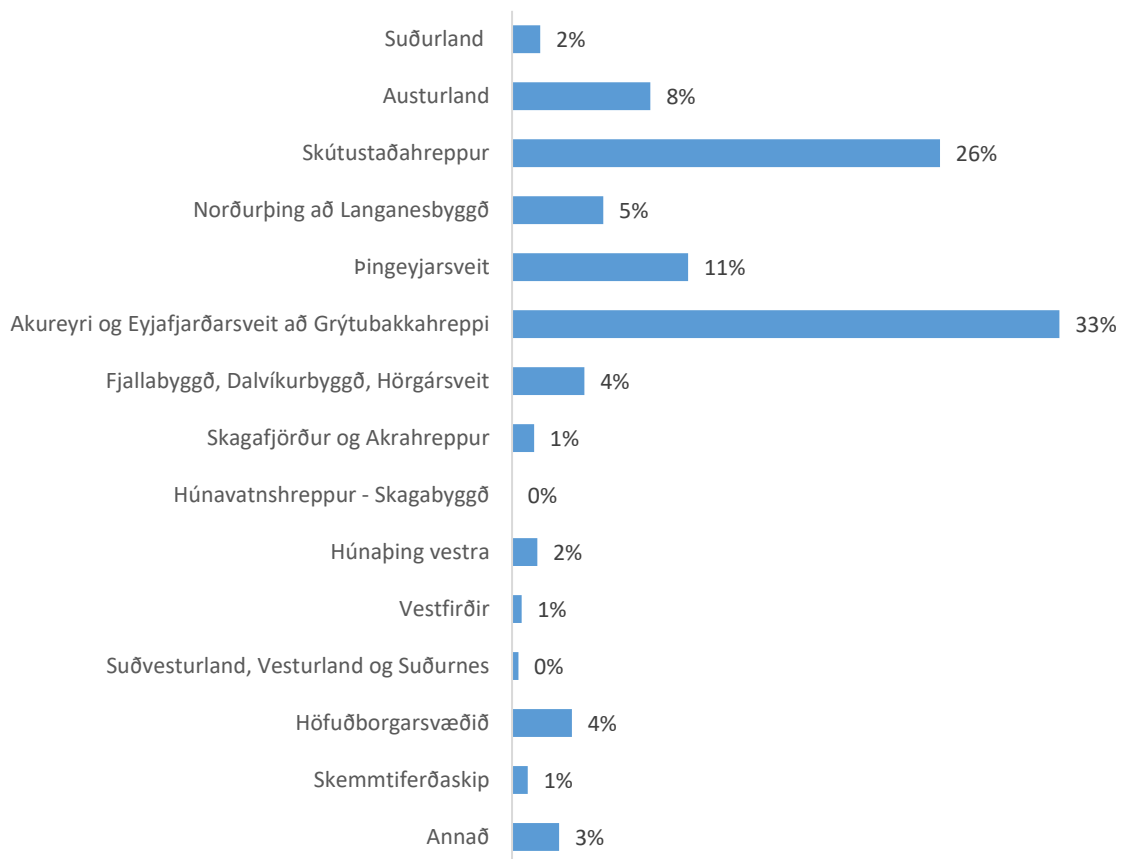
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða⁷

Þegar svörin eru borin saman á milli svæða má greina hærra hlutfall þeirra sem eru í hópferð í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn (mynd 4). Hlutfall þeirra sem ferðast með fjölskyldu og vinum er að sama skapi lægra í Mývatnssveit og á Siglufirði. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Húsavíkur?

Þátttakendur voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu til Húsavíkur. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á síðustu nótt. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti (mynd 5). Fjöldi gildra svara var 530.

⁷ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

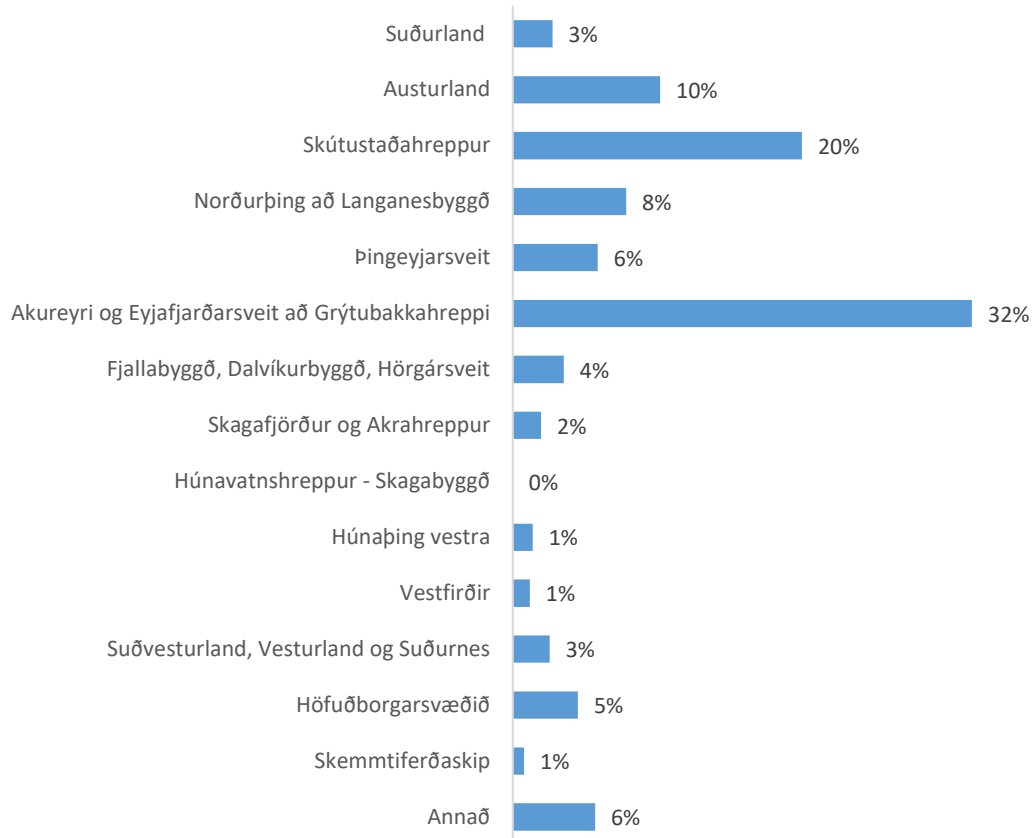


Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Húsavíkur?

Flestir höfðu dvalið á Akureyri og nágrenni, eða 174 (33%). Af þeim gistu langflestir (161) á Akureyri. Alls gistu 136 (26%) í Skútustaðahreppi. Þar af gistu flestir (129) í Mývatnssveit. Af þeim 23 (11%) sem dvöldu í Fjallabyggð, Dalvíkurbyggð og Hörgársveit, gistu flestir (8) á Dalvík og fimm á Siglufirði. Af þeim 44 (8%) sem gistu á Austurlandi voru flestir á Egilsstöðum (20), fimm á Seyðisfirði og fjórir á Djúpavogi. Alls gistu 15 manns (4%) síðustu nótt á höfuðborgarsvæðinu.

3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Húsavík?

Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir áformuðu að dvelja næstu nótt eftir að þeir færu frá Húsavík (mynd 6). Gild svör voru 510.

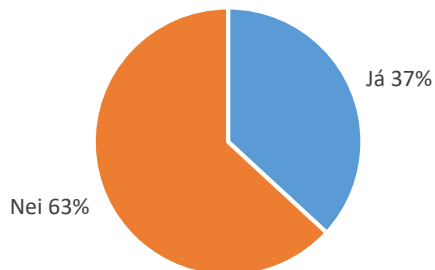


Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Húsavík?

Flestir ætluðu sér að gista á Akureyri, Eyjafjarðarsveit og Svalbarðsströnd, eða alls 162 (32%) og þar af 155 á Akureyri. Um 20% aðspurðra áformuðu að gista í Skútustaðahreppi þar sem allir (102) tilgreindu náttstað við Mývatn. Af þeim 52 (10%) sem hugðust gista á Austurlandi ætluðu flestir (19) að gista á Egilsstöðum, níu á Seyðisfirði og fimm á Eskifirði. Á svæðinu frá Norðurþingi að Langanesbyggð áformuðu 40 manns að gista næstu nótt. Þar ætluðu ellefu að gista í Ásbyrgi, sjö á Raufarhöfn og sjö á Kópaskeri. Alls ætluðu 23 (4,5%) að gista næstu nótt á höfuðborgarsvæðinu.

3.5 Gisting

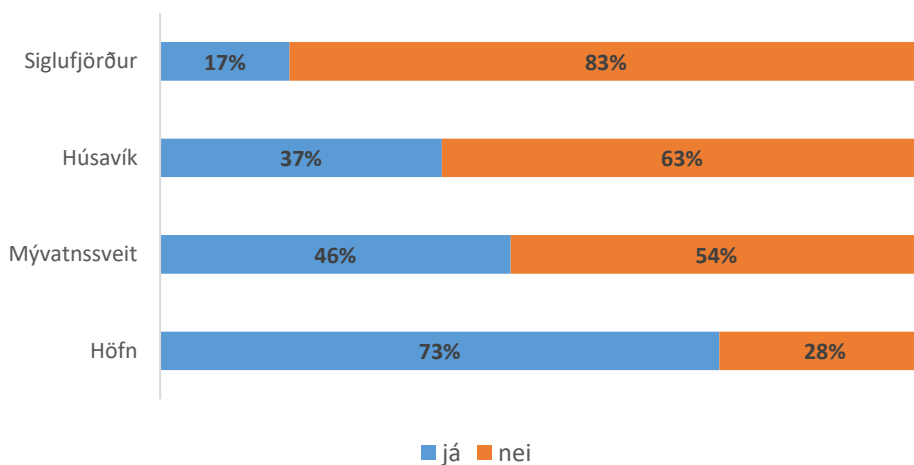
Spurt var hvort gestir hefðu dvalið á Húsavík síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 529 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 195 (36,9%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



Mynd 7. Dvaldir þú á Húsavík síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?

Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki⁸ var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Frakklandi (53%) og Bretlandi (47%). Heldur lægra hlutfall var meðal gesta frá Þýskalandi (29%) og Spáni (34%). Hlutfallið var lægst meðal gesta á aldrinum 45-54 ára (29%) en hæst meðal gesta á aldrinum 25-34 ára (47%). Um 42% gesta sem ferðuðust með áætlanarrútu áformuðu að gista á staðnum. Hlutfall þeirra sem ferðuðust með hópferðabíl var 23% og með bílaleigubíl 34%. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 12 í viðauka 1.

Samkvæmt rannsóknum Rögnvaldar Guðmundssonar (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015) hefur hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem gistu í Þingeyjarsýslum árin 2012-2014 yfir sumartímenn lækkað úr 71% árið 2012 í 59% 2014.



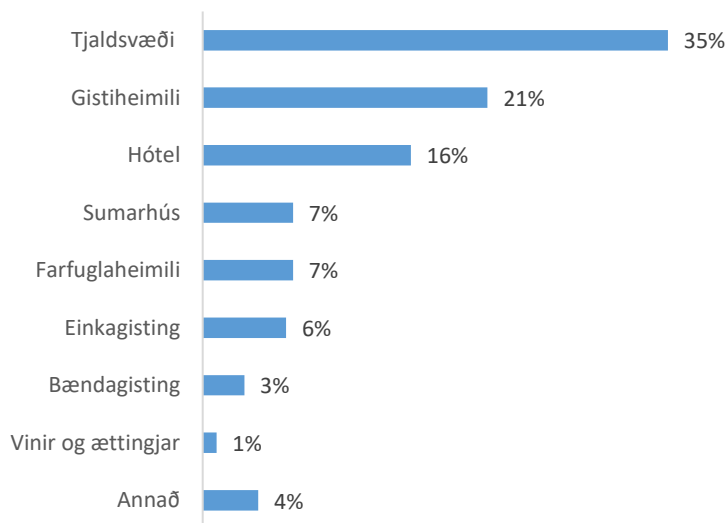
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015

⁸ Einungis er tekið tillitið til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

Á mynd 8 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015. Marktækur munur var milli svæða ($p < 0,01$) en hlutfallið á Siglufirði var áberandi lægst og dvalartíminn stystur. Hæst var gistihlutfallið á Höfn í Hornafirði.

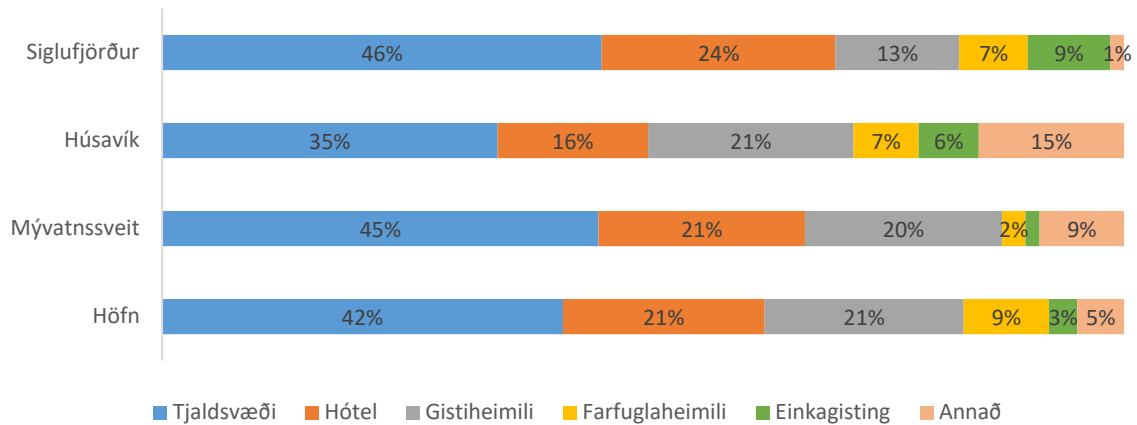
3.6 Gistimáti

Gestir voru spurðir um hvaða tegund gistiþjónustu þeir nýttu sér á Húsavík. Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu. Alls tilgreindu 192 svarendur hvers konar gistingu þeir nýttu sér.



Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Húsavík?

Flestir (35%) gistu á tjaldsvæði, þar næst gistu 21% svarenda á gistiheimilum og 16% á hótelum. Um 7% gesta gistu í sumarhúsi eða á farfuglaheimili og 6% í einkagistingu. Um 4% gesta nefndu annað, s.s. gistingu í bát, húsbíl og úti í náttúrunni. Þegar niðurstöðurnar eru greindar eftir búsetulöndum má sjá að val á gistingu getur verið ólíkt eftir því hvaðan gestirnir koma. Þannig gistu 31% gesta frá Bandaríkjunum á hóteli til samanburðar við 11% gesta frá Frakklandi. Hlutfall hótलगesta fór hækkandi eftir aldri og var hæst meðal gesta á aldrinum 55 ára og eldri (32%). Um 49% gesta yngri en 34 ára gistu á tjaldsvæðum á Húsavík í samanburði við 18% gesta á aldrinum 55 ára og eldri. Bakgrunnsbreyturnar má sjá í töflu 13 í viðauka 1.

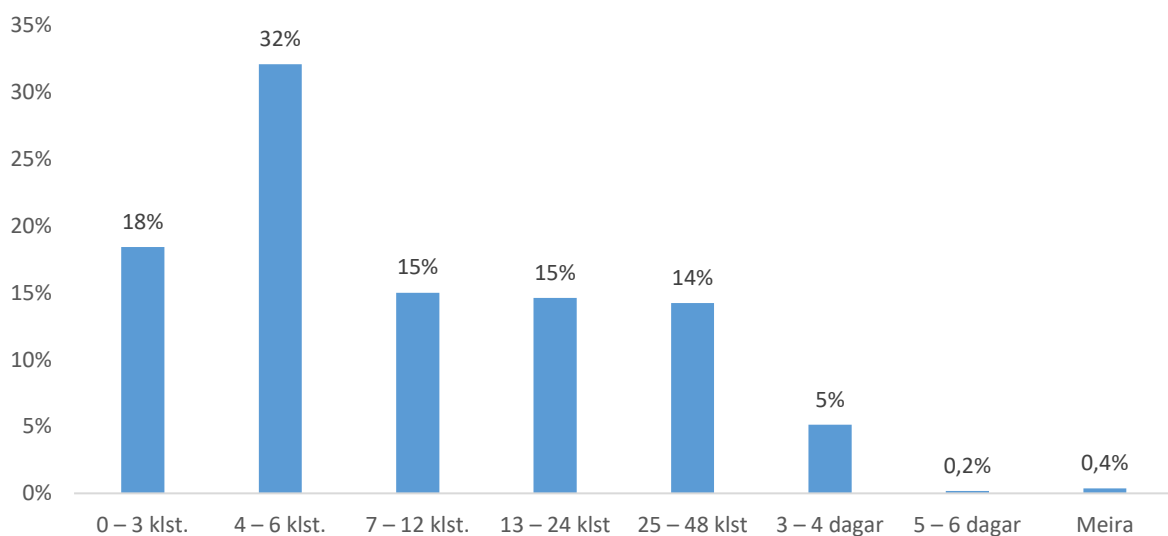


Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða

Þegar meðaltal svæðanna fjögurra er reiknað eftir gistimáta var hlutfall gesta á tjaldsvæðum 42%, á hótélum 21%, á gistiheimilum 19%, á farfuglaheimilum 6% og í einkagistingu 5%. Niðurstöðurnar á Húsavík voru því undir meðaltali meðal þeirra sem gistu á tjaldsvæðum og hótélum en yfir meðaltali í flokki gistiheimila (mynd 10). Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.7 Dvalarlengd

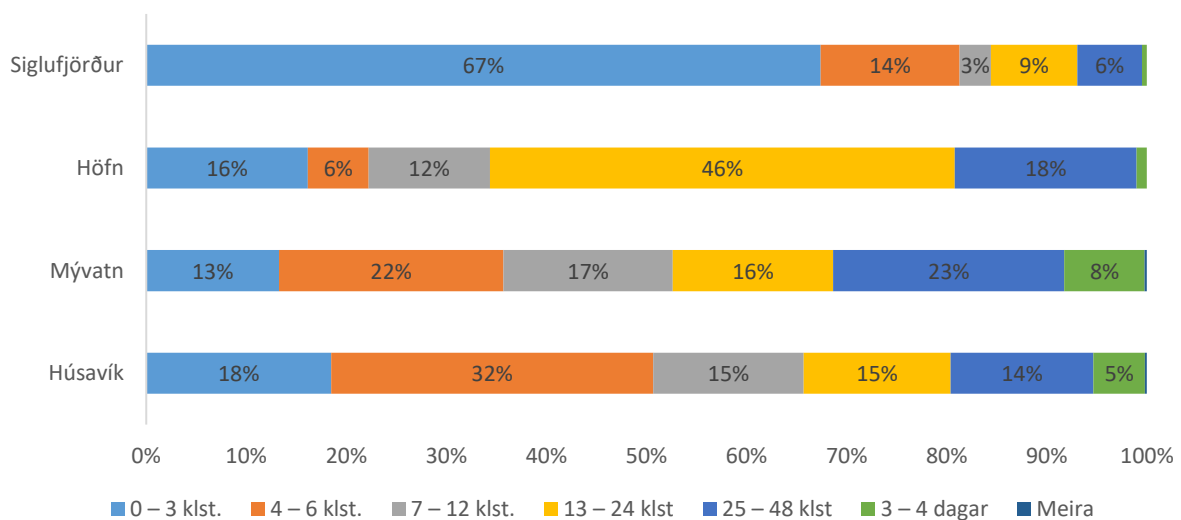
Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína á Húsavík. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 15,8 klst. Þegar niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir því hvort um er að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 5,3 klst. og næturgestir 33,8 klst. Á mynd 11 má sjá hvernig svörin skiptast hlutfallslega eftir dvalartíma en flestir (32%) stoppuðu í 4-6 klst. á svæðinu.



Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Húsavík muni vara?

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá aldursþópnum 25-34 ára (7%) en hæst hjá aldursþópnum 55-64 ára þar sem hlutfallið var 36%. Meðaldvalarlengd gesta frá Bandaríkjunum var 23,2 klst., frá Bretlandi 19,9 klst. og Ítalíu 19,6 klst. Gestir frá Frakklandi dvöldu að meðaltali í 15,4 klst., frá Spáni í 13,1 klst. og frá Þýskalandi í 13,0 klst. Lengst dvöldu þeir sem voru 65 ára og eldri (18,6 klst.) og styst þeir sem voru 45-54 ára (13,2 klst.). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.

Áhugavert er að bera saman niðurstöður milli svæða þar sem í ljós kemur hve ólíkur dvalartími gesta var eftir stöðunum fjórum. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$) og meðaldvalarlengd gesta á öllum svæðunum var um 15,4 klst. sem er mjög svipuð dvalarlengd gesta á Húsavík (mynd 12).



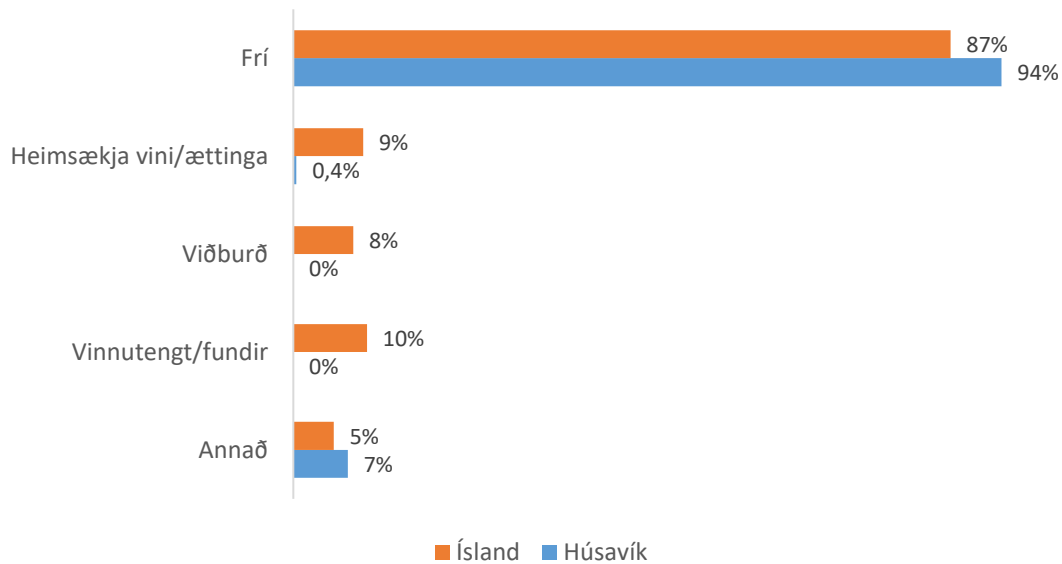
Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða

Það sem helst greinir Húsavík frá hinum svæðunum er hátt hlutfall dagsgesta sem dvelur í 4-6 klst og heldur lægra gisti hlutfall en í Mývatnssveit og á Höfn. Hjá dagsgestunum var meðaldvalartími allra svæða 4,5 klst. og næturgestum 30,5 klst. Dvalartíminn var lengstur í Mývatnssveit 21,4 klst. og næst lengstur á Höfn 18,0 klst. Á Húsavík var hann 15,8 klst. og stystur á Siglufirði 6,4 klst.

3.8 Tilgangur heimsóknar

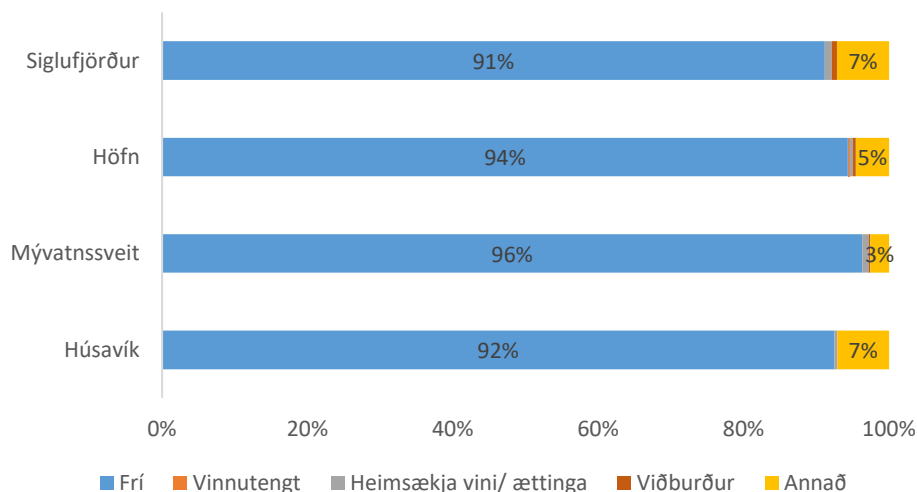
Þegar spurt var um megintilgang ferðar til Húsavíkur kom í ljós að langflestir voru þar í fríi, eða alls um 94% svarenda. Enginn var þar vegna viðburðar eða í vinnutengdum erindagjörðum og um 0,4% svarenda kom til að heimsækja vini og ættingja. Um 7% svarenda nefndu annað sem valmöguleika, þar af flestir hvali og hvalaskoðun. Aðrir nefndu söfn, veiðar, útivist, listsköpun og ostakarið, sem er heit laug með jarðsjó á Húsavíkurhöfða. Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara er fleiri en svarenda. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 15 í viðauka 1.

Þegar megintilgangur heimsóknar til Húsavíkur er borinn saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 kemur í ljós að þar nefna aðeins færri frí sem megintilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megintilgang, 8% viðburð og 5% ráðstefnu/stærri fund, 4% vinnu/minni fund og um 2% annað (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 13. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Húsavíkur?

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna töldu megintilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ($p=0,01$)⁹ (mynd 14).



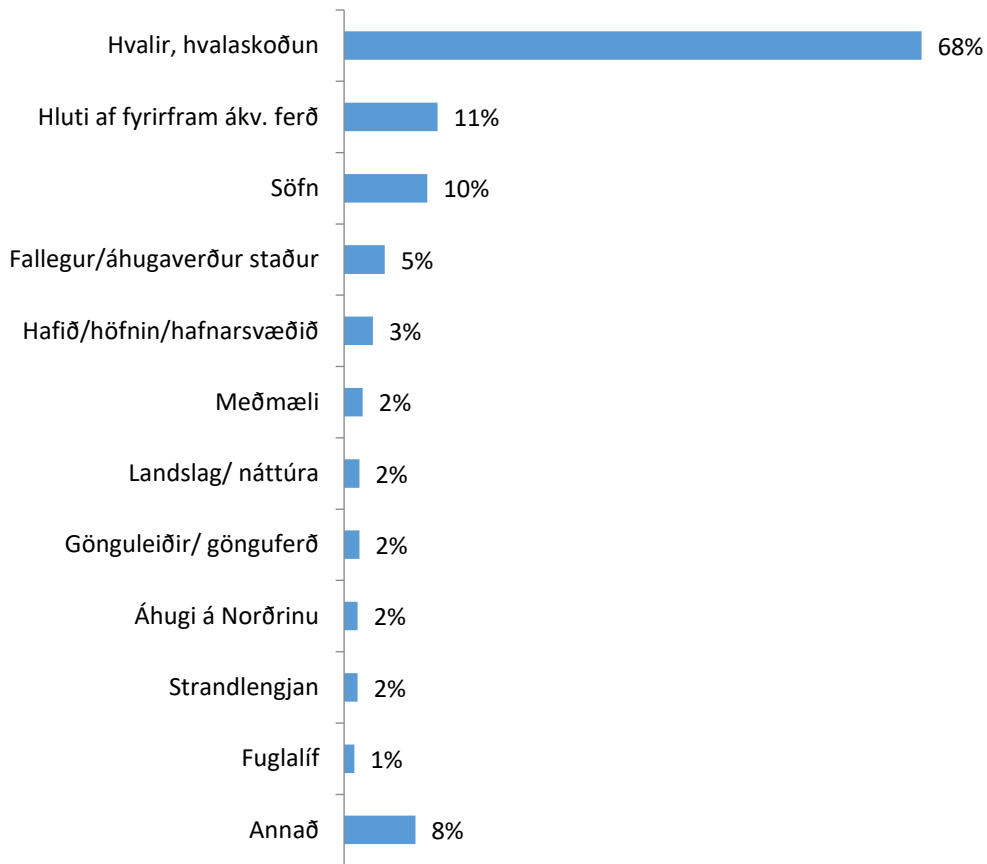
Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða¹⁰

⁹ Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

¹⁰ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

3.9 Ástæða heimsóknar

Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Húsavík hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru greindar út frá. Í fáeinum tilvikum voru nefndar fleiri en eina ástæða og því eru fleiri svör en svarendur, eða alls 578 svör hjá 536 svarendum. Í langflestum tilvikum (68%) var ástæða heimsóknar hvalir eða hvalaskoðun. Í 11% tilvika var ástæðan sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn. Þar næst nefndu svarendur söfn (10%), fegurð staðarins (5%) og höfnina (3%).

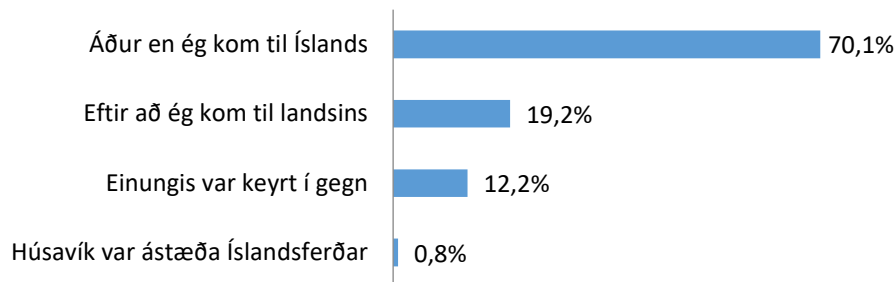


Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Húsavík varð fyrir valinu sem áfangastaður

Um 2% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum, frá leiðsögumönnum, heimamönnum eða frá fjölskyldumeðlimum og vinum. Um 2% aðspurðra nefndu gönguleiðir eða gönguferðir, önnur 2% komu vegna áhuga á Norðrinu og strandlengjunni. Um 1% nefndu fuglalíf og 8% annað, s.s. staðsetningu, veður, veiði, veitingahús, kirkjuna, ostakarið, ferskt sjávarfang o.fl.

3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

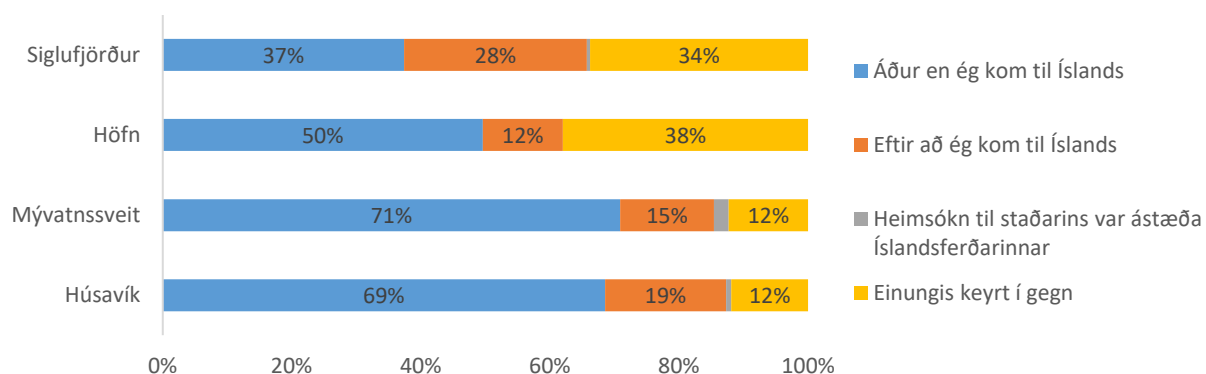
Þegar þátttakendur voru spurðir að því hvenær ákvörðun um að heimsækja Húsavík var tekin kom í ljós að langflestir (70%) höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands. Um 19% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 12% tilvika var ástæða þess að Húsavík varð fyrir valinu sú að staðurinn var hluti af lengri ferð og ferðast þurfti í gegnum hann. Tæpt 1% svarenda sagði að heimsókn til Húsavíkur væri meginástæða Íslandsheimsóknar. Í einhverjum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 537 hjá 525 svarendum.



Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Húsavík tekin?

Fyrirfram ákveðin heimsókn til Húsavíkur var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Ítalíu en 86% þeirra höfðu tekið ákvörðun um heimsækja staðinn áður en lagt var af stað til Íslands. Hlutfallið var einnig hátt meðal gesta frá Bretlandi (76%) og Frakklandi (75%). Hlutfallið var um 63% meðal gesta frá Þýskalandi, 66% frá Hollandi og 69% meðal gesta frá Spáni.

Um 25% gesta frá Þýskalandi ætlaði einungis að keyra í gegnum staðinn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Húsavík. Sama hlutfall gesta frá Spáni var 14%, frá Bandaríkjunum 10% og Frakklandi 9%. Lægst var hlutfallið 2% meðal gesta frá Bretlandi. Í töflu 16 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.



Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða¹¹

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 17) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar. Auk þess eru færri sem segja Húsavík og Mývatnssveit einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá¹².

3.11 Uppruni upplýsinga um Húsavík

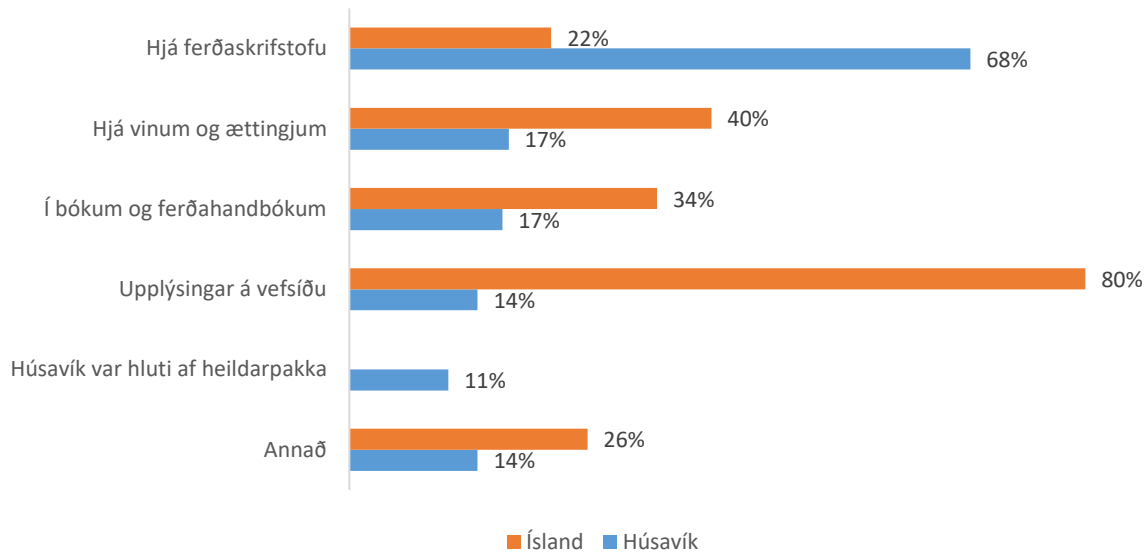
Ferðamenn voru spurðir hvaðan þeir höfðu aflað upplýsinga um Húsavík. Fjöldi svara var 743 hjá 528 svarendum en langflestir (68%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu (mynd 18). Hjá 17% aðspurðra fengust upplýsingar hjá vinum og ættingjum. Um 17% höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum og 14% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor, Hostel.is, Visiticeland.com, Booking.com og Lonely Planet. Í 11% tilvika var heimsókn til Húsavíkur partur af heildarpakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Alls nefndu 8% fjölmiðla og 5% aðspurðra fengu upplýsingar annars staðar frá s.s. frá öðrum ferðamönnum, leiðsögumönnum, bílstjórum, gististöðum, upplýsingamiðstöðvum og nokkrir höfðu verið hér áður. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulöndum þátttakenda má greina hátt hlutfall ferðaskrifstofa hjá þátttakendum frá Bretlandi (77%), Frakklandi (73%) og Þýskalandi (72%) í samanburði við gesti frá Bandaríkjunum (54%) og Hollandi (59%). Hlutfall ferðahandbóka var hæst hjá aldurshópnum 65 ára og eldri (34%) og lægst hjá 25-34 ára (13%).

Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland (mynd 18). Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

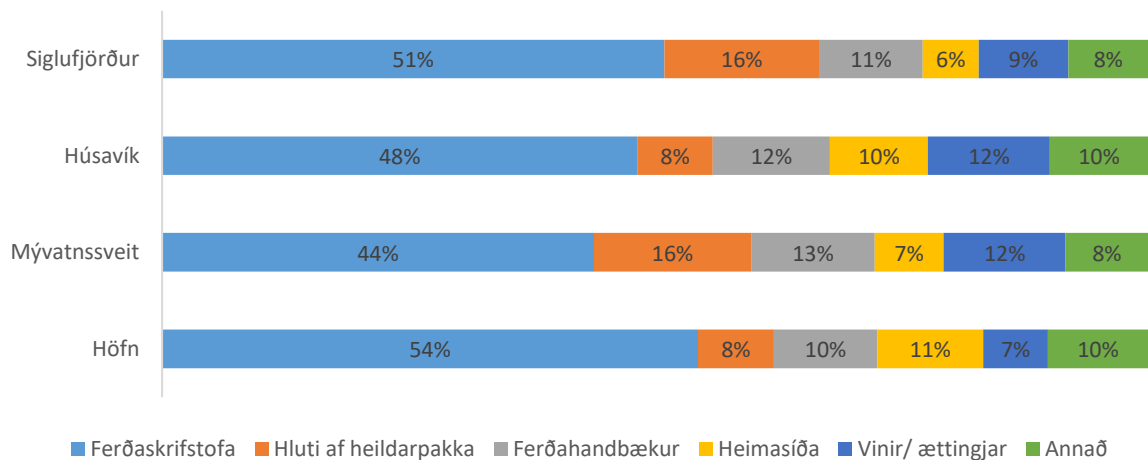
¹¹ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur

¹² Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs



Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Húsavík/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina? (Ferðamálastofa, 2014a)

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjukungunnar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 19).



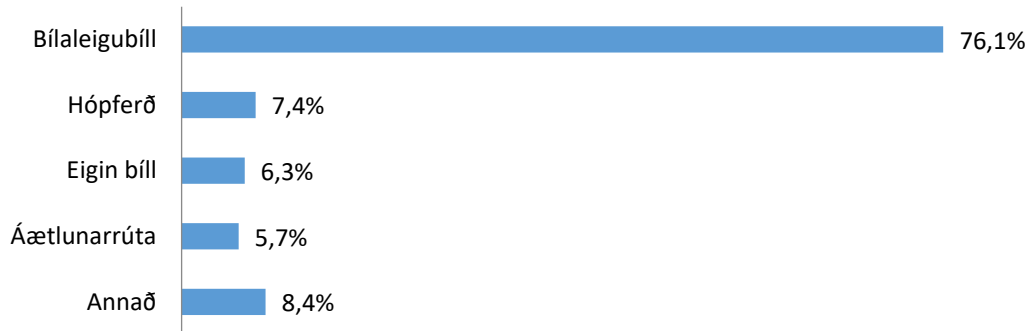
Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða¹³

Ferðamenn á stöðunum fjórum höfðu í flestum tilvikum fengið upplýsingar frá ferðaskrifstofum. Hlutfall þeirra sem sögðu að heimsókn til staðarins væri hluti af heildarpakka og því hefði upplýsinga ekki verið aflað sérstaklega um svæðið er hærra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn sem er í nokkru samræmi við hlutfall þeirra sem sögðust vera í hópferð (mynd 4).

¹³ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur. Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktæktarprófs.

3.12 Ferðamáti

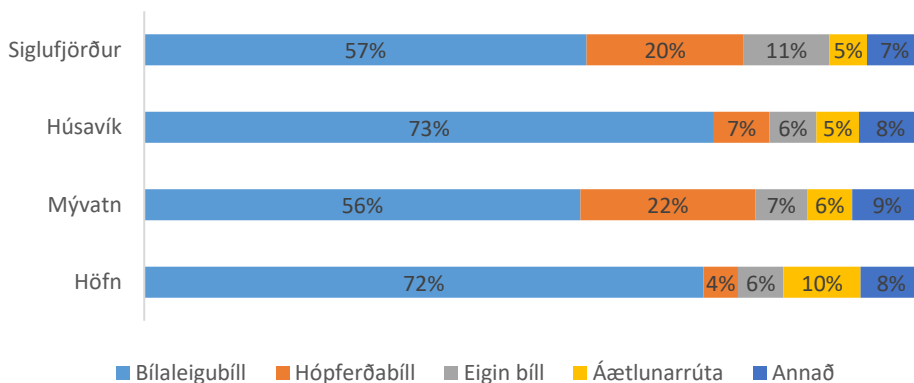
Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Húsavíkur. Langflestir ferðuðust með bílaleigubíl (76%). Þar næst var um að ræða hópferðabíl (7%), eigin bíl (6%) og áætlunarrútu (6%). Rúm 8% svarenda nefndu annað s.s. bíl vinar (2,3%), flug (1,9%), húsbíl (1,5%), puttaferðalag (1,3%), bát (1,1%) og skemmtiferðaskip (0,4%). Fjöldi svara var 547 hjá 527 svarendum.



Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Húsavíkur?

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulandi þátttakenda má greina hátt hlutfall hópferða hjá gestum frá Hollandi (41%) en lægra hlutfall meðal gesta frá Bandaríkjunum (0%), Frakklandi (1%) og Bretlandi (2%). Hæst var hlutfall bílaleigubíla meðal gesta í aldurshópnum 45-54 ára (87%) og lægst hjá 18-24 ára (62%) og 65 ára og eldri (63%). Að sama skapi var hlutfall hópferðabíla lægst meðal gesta á aldrinum 25-34 ára (3%) og hæst meðal 55 ára og eldri (16%). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 18 í viðauka 1.

Marktækur munur á ferðamáta gesta var á milli svæða ($p < 0,01$). Bílaleigubíll var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit en á Höfn og Húsavík (mynd 21).



Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða¹⁴

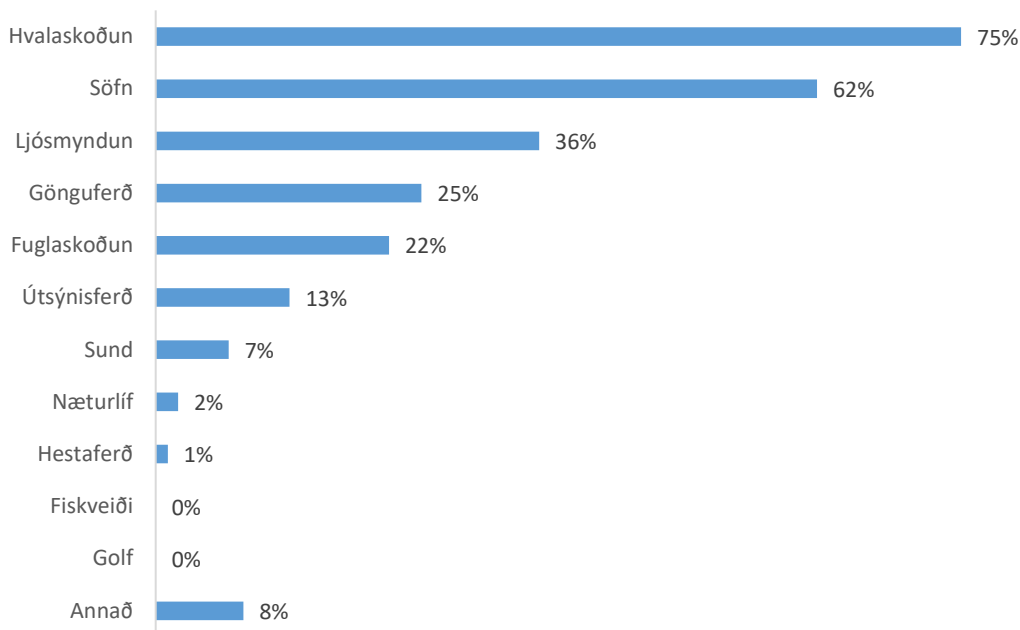
¹⁴ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur

Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíl (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu var spurt um hvaða ferðamáti hafi verið nýttur á meðan á Íslandsdvöl stóð svo algengt var að svarendur veldu fleiri en einn svarmöguleika (80% fleiri svör en svarendur). Einungis var spurt um einn sólarhring í þessu verkefni og ber að hafa það í huga við samanburð.

3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra á Húsavík stæði. Alls svöruðu 527 ferðamenn spurningunni en heildarfjöldi svara var 1329 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt. Flestir (75%) gestanna nefndu hvalaskoðun og 62% söfn. Um 36% nefndu ljósmyndun og 25% gönguferð. Alls hugðust 22% svarenda skoða fugla og 13% fara í útsýnisferð. Um 7% ætluðu í sund og 2% að skoða næturlífið. Alls áformaði 1% að fara í hestaferð en enginn nefndi fiskveiði eða golf. Niðurstöðurnar má sjá á mynd 22.

Gera má ráð fyrir að hlutföllin séu nokkuð hærri í könnuninni en í raunveruleikanum þar sem spurt er hvaða afþreyingu svarendur hygðust nýta sér óháð því hvort það gengi eftir eða ekki. Þegar niðurstöður spurningarinnar eru bornar saman við heildarfjölda farþega í hvalaskoðun árið 2015 er hlutfall þeirra sem áformuðu að fara í hvalaskoðun töluvert hærri en þeirra sem raunverulega fóru og gæti hafa markast af staðsetningu spýrlanna sem voru staðsettir á svæði nálægt höfninni. Heildarfjöldi farþega í hvalaskoðun árið 2015 var um 90 þúsund (um 46% af áætluðum heildarfjölda erlendra gesta) sem er töluvert lægra hlutfall en niðurstöður könnunarinnar segja til um. Rætt er um mögulegar úrtaksskekkjur verkefnisins í kafla 2.2 og 2.3.



Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Húsavík á meðan á dvöl þinni stendur

Þegar svörin voru skoðuð út frá búsetulöndum þátttakenda mátti greina að hlutfall gesta sem ætlaði í hvalaskoðun var hæst meðal gesta frá Hollandi (86%), þar næst frá Bandaríkjunum (83%) og Sviss (83%). Lægst var meðaltalið meðal gesta frá Þýskalandi (63%) og Ítalíu (74%). Hlutfall gesta frá Frakklandi var 77%. Hlutfall gesta sem áformaði að skoða söfn bæjarins var hæst meðal gesta frá Ítalíu (72%) og Bandaríkjunum (71%). Hlutfall gesta frá Þýskalandi var 62% og 55% meðal gesta frá Frakklandi. Hlutfall þeirra sem ætluðu í gönguferð var hæst meðal gesta frá Frakklandi (48%), Ítalíu (30%) og Sviss (28%). Lægst var hlutfallið 3% meðal gesta frá Spáni. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 19 í viðauka 1.

3.14 Útgjöld

Í spurningakönnuninni voru þátttakendur beðnir um að áætla og sundurliða útgjöld sín á Húsavík síðasta sólarhringinn. Í þeim tilvikum sem dvöl gesta á Húsavík var styttri en sólarhringur voru þeir beðnir um að tilgreina útgjöld sín þann tíma sem dvölin varaði. Þeir sem voru nýkomnir á svæðið voru beðnir að áætla útgjöld sín á meðan á dvöl þeirra stæði og takmarka þau við 24 klst. að hámarki ef ætlunin var að dvelja lengur. Í kafla 2.1 er farið yfir skilgreiningu útgjaldaliða og hvað telst vera ferðakostnaður. Gild svör voru á bilinu 466 til 484 eftir útgjaldaliðum. Svarendur tilgreindu sérstaklega hve marga kostnaðurinn átti við og takmörkuðust gild svör við 1-6 neytendur hverju sinni. Til lækkunar á gildum svörum komu einnig útlagar, eða svör sem ekki geta talist eðlileg í gagnasafninu. Í

kostnaðarliðnum gisting var einungis notast við svör þeirra þátttakenda sem höfðu sagst ætla að gista á Húsavík og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

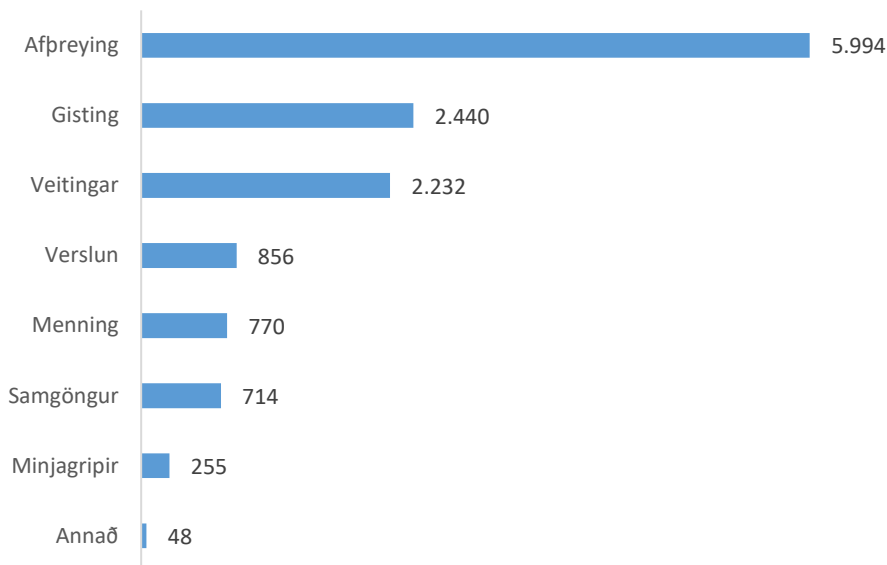
Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 13.309 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöldin vegna afþreyingar. Af þeim 65% þátttakenda sem greiddu fyrir afþreyingu á meðan á dvöl þeirra stóð greiddu þeir að meðaltali 9.152 kr. á sólarhring. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla erlenda gesti staðarins, óháð því hvort þeir greiddu fyrir afþreyingu eða ekki, er meðalupphæð á gest 5.994 kr. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. hvalaskoðun og aðrar bátsferðir, gönguferð með leiðsögn, hestaferðir, veiði, jeppaferðir og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi.

Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum

Þjónustubáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gilda svara
Gisting	6.728	2.440	36%	466
Veitingar	3.334	2.232	67%	484
Afþreying	9.152	5.994	65%	484
Menning	1.355	770	57%	484
Minjagripir	1.740	255	15%	484
Verslun	2.556	856	33%	484
Samgöngur	3.458	714	21%	484
Annað	1.286	48	4%	484
		13.309		

Alls greiddu um 36% þátttakenda fyrir gistiþjónustu meðan á dvöl þeirra á Húsavík stóð. Að meðaltali greiddu þeir kr. 6.728 fyrir þjónustuna á sólarhring. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla erlenda gesti staðarins, óháð því hvort þeir gistu eða ekki, er meðalupphæð á gest 2.232 kr. Hafa ber í huga að af öllum þeim sem gistu, dvöldu 35% á tjaldsvæðum sem kemur til lækkunar á meðalgistikostnaði.

Af þeim sem keyptu veitingar meðan á dvöl þeirra stóð var meðalkostnaður 3.334 kr. Þegar sú upphæð er reiknuð á alla gesti svæðisins var upphæðin 2.232 kr. á sólarhring. Alls keyptu 67% allra gesta veitingar á veitingastöðum eða kaffihúsum á Húsavík. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 13% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.



Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta á Húsavík eftir útgjaldaliðum

Um 57% þátttakenda greiddu fyrir menningu meðan á dvöl þeirra stóð. Inn í þann flokk falla heimsóknir á söfn, gallerí, sýningar og tónleika svo dæmi séu tekin. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér þjónustupáttinn 1.355 kr. sem reiknast sem 770 kr. að meðaltali meðal allra gildra svara.

Um 33% svarenda tilgreindu kostnað úr verslunum bæjarins. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér verslunarþjónustuna 2.556 kr. eða 856 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 62% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Alls greiddu um 21% aðspurðra fyrir samgöngur. Meðalupphæð meðal allra gesta var 1.286 kr. Í langflestum tilvikum var um að ræða bensínkostnað.

Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða¹⁵

	Húsavík	Mývatnssveit	Höfn	Siglufjörður
Gisting	2.440	3.415	4.870	969
Veitingar	2.232	2.124	3.443	1.413
Afbreying	5.994	2.317	1.310	41
Menning	770	87	43	877
Minjagripir	255	323	113	21
Verslun	856	985	1.026	216
Samgöngur	714	963	1.056	216
Annað	48	120	58	114
	13.309	10.333	11.920	3.866

¹⁵ Um er að ræða meðalútgjöld meðal allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustupáttinn eða ekki.

Útgjöld vegna gistingu voru í samræmi við gistingu hlutfall staðanna. Hæst var hlutfallið á Höfn 73%, þar næst í Mývatnssveit 46%, svo á Húsavík 37% og lægst á Siglufirði 17% (sjá kafla 3.5). Þegar tegundir gistingu voru bornar saman, voru lægstu útgjöldin alla jafna hjá þeim sem dvöldu á tjaldsvæðum og hæstu meðal þeirra sem völdu hótulgistingu. Hlutfall þeirra sem gingu á tjaldsvæðum á stöðunum fjórum var á bilinu 35% til 46%, hótela á bilinu 16%-24% og gistinguheimila 13%-21% (sjá kafla 3.6).

Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru hæst á Höfn (3.443 kr.) og lægst á Siglufirði (1.413 kr.). Hlutfall þeirra sem keypti veitingaþjónustu var nokkuð svipað á milli staða eða á bilinu 65% til 70%.

Útgjöld vegna afþreyingar voru afgerandi hæst á Húsavík (5.994 kr.) og lægst á Siglufirði (41 kr.) þegar þau höfðu verið reiknuð niður á alla þátttakendur könnunarinnar óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki. Um 65% allra þátttakenda á Húsavík greiddi fyrir afþreyingu þar sem hvalaskoðun var langalgengasta tegund afþreyingar. Næst hæst voru útgjöldin í þessum lið í Mývatnssveit (2.317 kr.) þar sem 50% aðspurðra greiddi fyrir afþreyingu. Þar á eftir kom Höfn (1.310 kr.) þar sem 15% greiddi fyrir afþreyingu. Á Siglufirði var framboð afþreyingar takmarkað og einungis 2% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir þann lið, alls 41 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda.

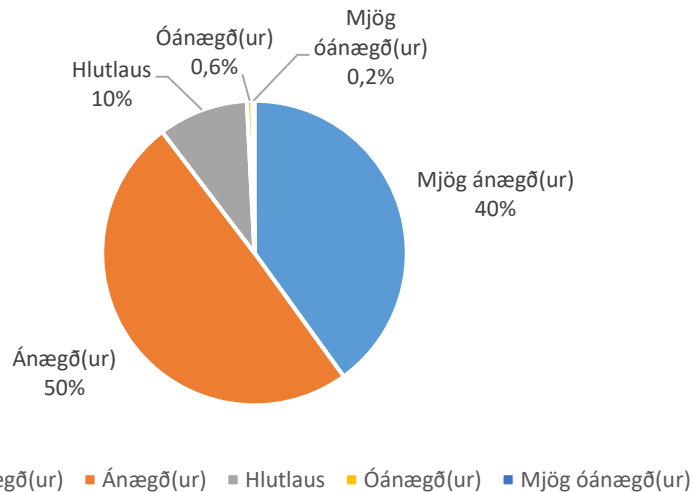
Meðalútgjöld tengd menningu voru hæst á Siglufirði (877 kr.) þar sem 62% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu á svæðinu. Á Húsavík greiddi 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

Útgjöld vegna minjagripa voru á bilinu 21 kr. á Siglufirði til 323 kr. í Mývatnssveit. Meðalútgjöld vegna verslunar voru hæst á Höfn (1.026 kr.), þar sem 40% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir vörur í verslunum bæjarins. Þar af voru 80% útgjalda vegna matvöru. Í Mývatnssveit voru meðalútgjöldin 985 kr. þar sem 35% aðspurðra sögðust hafa verið með útgjöld í þessum lið. Þar af voru 55% vegna matvöru. Á Húsavík voru 33% aðspurðra með útgjöld tengd verslun (856 kr.), þar af voru 62% útgjaldanna vegna matvöru. Á Siglufirði voru meðalútgjöldin í þessum lið 216 kr. þar sem 17% aðspurðra sögðust hafa keypt vörur og þjónustu í þessum útgjaldaflokki. Þar af voru 98% vegna matvöru.

Hæst voru útgjöld vegna samgangna á Höfn (1.056 kr.) og lægst á Siglufirði (216 kr.). Um 37% aðspurðra á Höfn greiddi fyrir samgöngur, 21% á Húsavík (1.286 kr.), 27% í Mývatnssveit (963 kr.) og 7% á Siglufirði (216 kr.). Í langflestum tilfella var um að ræða bensín- og olúkaup.

3.15 Ánægja

Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína á Húsavík. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 412. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (40%) eða ánægðir (50%). Um 10% svarenda voru hlutlausir og tæpt 1% þátttakenda sögðust vera óánægðir eða mjög óánægðir.

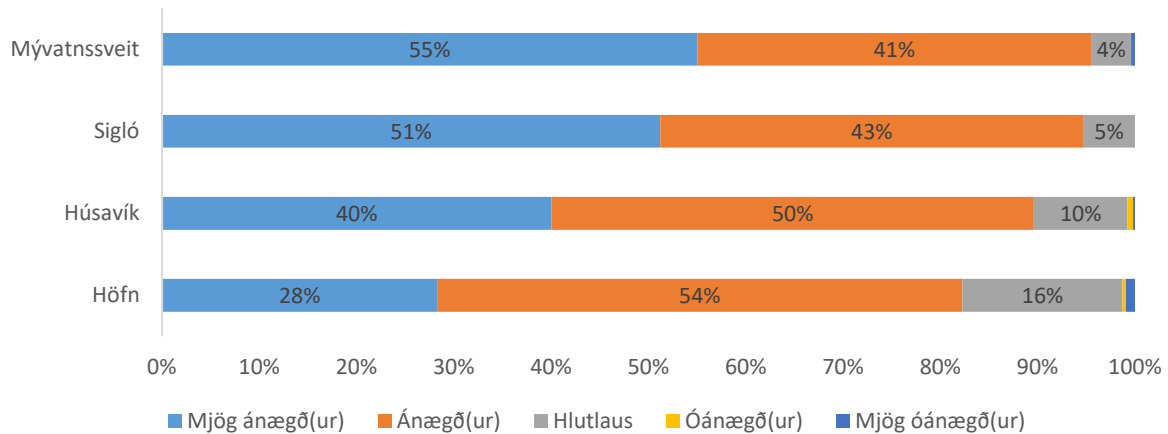


Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Húsavík?

Þegar svör gesta eru skoðuð eftir aldri virðist meiri ánægja ríkja meðal eldri gesta en þeirra yngri. Um 47% gesta á aldrinum 65 ára og eldri voru mjög ánægðir en einungis 25% gesta á aldrinum 18-24 ára. Þegar sá hluti gesta sem var hvorki ánægður né mjög ánægður er skoðaður eftir búsetulandi má greina hlutfall yfir meðaltali hjá gestum frá Sviss (24%), Frakklandi (12%), Þýskalandi (11%) og Spáni (11%). Til samanburðar voru allir svarenda frá Bandaríkjunum og Hollandi ánægðir eða mjög ánægðir. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 20 í viðauka 1.

Svarendum gafst kostur á að koma með athugasemdir í könnuninni og þegar þær eru skoðaðar eftir ánægjustigi virðist það sem helst hefur lækkandi áhrif á ánægjustig gesta á Húsavík tengjast slæmu veðri og niðurfellingu hvalaskoðunarferða. Einhverjir nefndu hátt verðlag og að markaðsvæðing ferðapjónustu væri orðin of áberandi á svæðinu.

Þeir sem voru ánægðir nefndu helst fegurð staðarins og ánægjulegar hvalaskoðunarferðir en minnstust þó einnig á hátt verðlag og skort á upplýsingum og bílastæðum.



Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða

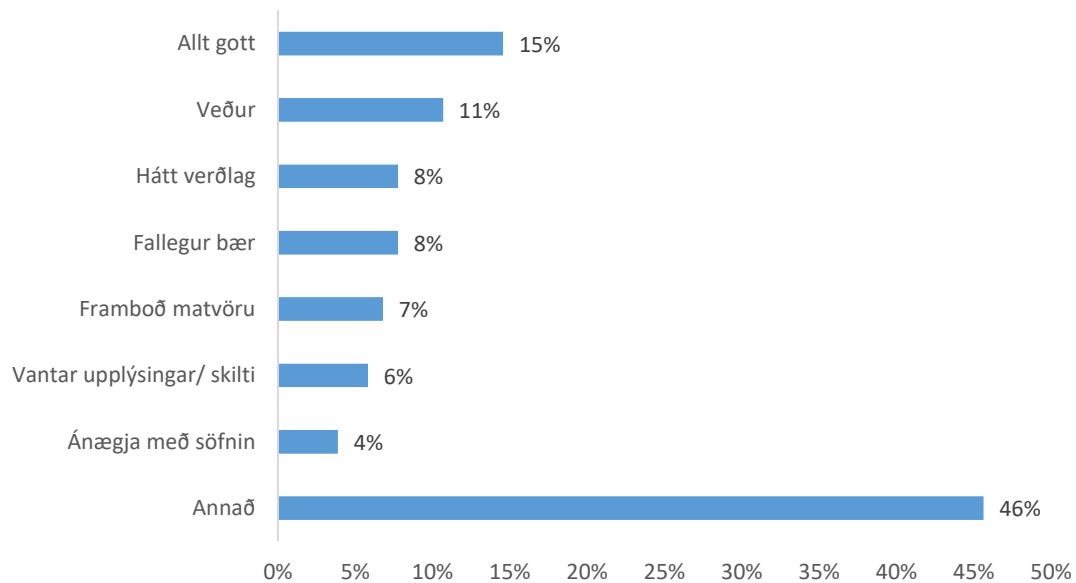
Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ($p < 0.01$)¹⁶. Hlutfall þeirra sem sögðust vera mjög ánægðir með dvöl sína var hærra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Höfn og Húsavík. Að sama skapi var hlutfall þeirra sem sögðust vera ánægðir með dvölinna hærra á Húsavík og Höfn. Hlutfall þeirra sem voru hlutlausir var hæst á Höfn (mynd 25).

3.16 Athugasemdir

Í lok spurningalistans voru þátttakendur spurðir hvort þeir vildu koma einhverju á framfæri eða hvort þeir hefðu nýjar hugmyndir að afþreyingu eða þjónustu á svæðinu. Alls svöruðu 103 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 106 athugasemdir (mynd 26).

Um 15% svarenda hafði ekkert nema gott um dvölinna að segja. Alls gerðu um 11% svarenda athugasemdir við veðrið. Þar af lýstu 7% aðspurðra yfir vonbrigðum þar sem hvalaskoðunarferðinni hafði verið aflýst vegna veðurs. Aðrir hefðu viljað meiri sól og hita. Um 8% svarenda lýstu yfir óánægju með of hátt verðlag á svæðinu. Önnur 8% nefndu sérstaklega fegurð staðarins og 7% svarenda hefði viljað sjá betra framboð á matvöru og sérstaklega ferskri matvöru s.s. fiski. Um 6% svarenda nefndi skort á upplýsingum eða götumerkingum á svæðinu og 4% lýsti yfir ánægju með söfn staðarins.

¹⁶ Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir. $N=1904$, $p < 0,01$.



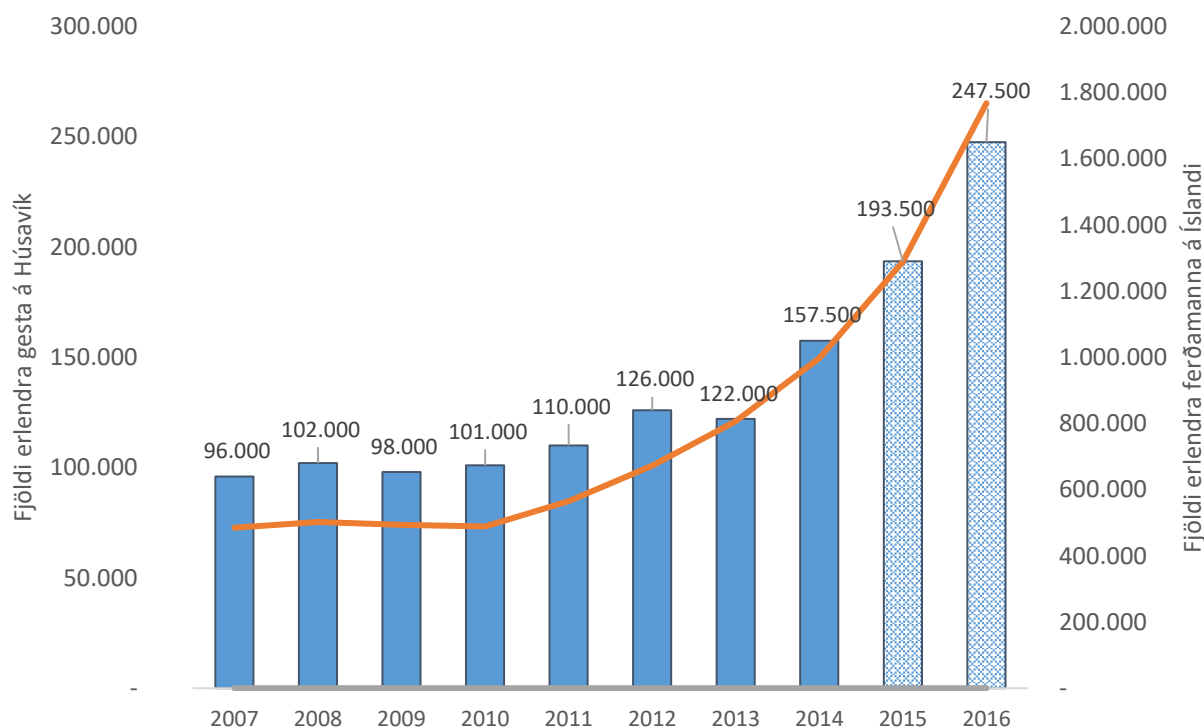
Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Húsavík

Um 46% svarenda gerðu aðrar athugasemdir. Þar af komu 4% með hugmyndir að nýrri þjónustu/afþreyingu s.s. kabátaferðum, sjósundi, stangveiði, fjórhjólaferðum, river rafting og fjallamennsku. Um 2% svarenda vildi heitar laugar, önnur 2% betri bryggjuaðstöðu fyrir báta sem koma að og 1% nefndu lundasafn og kvikmyndahús.

3.17 Umfang og áhrif

Umfang atvinnugreinarinnar á Húsavík er áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta sem og áætluðum fjöldataölum þeirra árið 2015.

Á mynd 27 er áætlaður fjöldi erlendra gesta á Húsavík. Fjöldi áranna 2007-2014 er fenginn úr skýrslu Rannsóknna og ráðgjafar ferðaþjónustunnar (RRF) um erlenda ferðamenn í Þingeyjarsýslum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015) en tölur ársins 2015 og 2016 eru áætlaðar af höfundi.



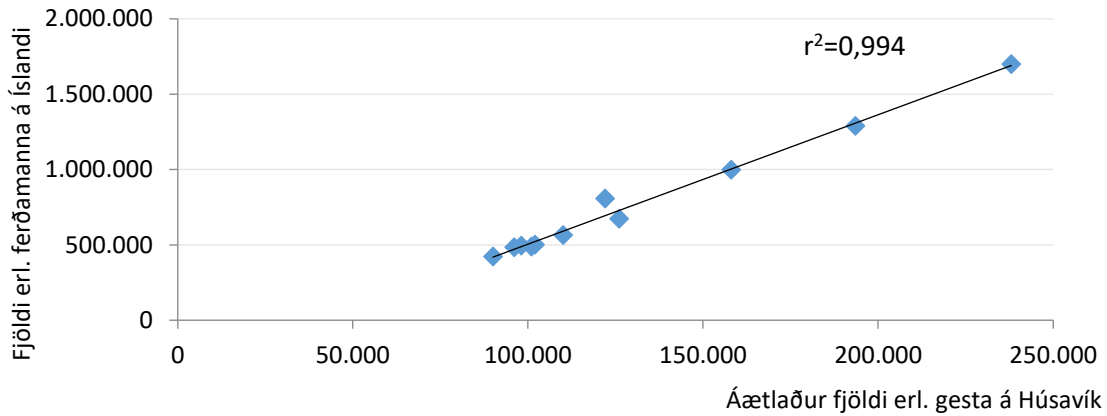
Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Húsavík 2007-2016 (Ferðamálastofa e.d.b; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015 (fylltu súlurnar)). Mynstraðar súlur eru áætlun höfundar

Áætlaður fjöldi erlendra gesta árið 2015 og 2016 byggir í grunninn á fjórum meginþáttum: Mælingum RRF árin 2005-2014 á fjölda erlendra gesta á Húsavík, á þróun fjöldans til ársins 2014 skv. RRF, þróun farþegafjölda í hvalaskoðun, reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda gesta til landsins og þróun sama hlutfalls fyrir Norðurland árin 2010, 2013 og 2015. Útreikningar á fylgni þessara stærða má finna í myndum 28 og 29. Í þessum fjöldatölum er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa né íslenskum gestum. Samkvæmt mynd 27 hefur hlutfall þeirra erlendu gesta sem komu til landsins og heimsóttu Húsavík aðeins farið lækkandi á tímabilinu 2005-2014 (úr 21% árið 2005 í 16% árið 2014) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015). Gert er ráð fyrir lækkun úr 16% árið 2014 í 14% árið 2016 í samræmi við aðra staði á Norðurlandi¹⁷. Er það að mestu leyti vegna aukningar í fjölda heimsókna til landsins utan sumartíma sem skilar sér síður á Norðurland¹⁸.

¹⁷ Skv. RRF var hlutfall þeirra sem komu til Íslands og heimsóttu Norðurland árið 2010 alls 32,5%. Árið 2013 var hlutfallið 29,0% og árið 2015 27,8% (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016).

¹⁸ Skv. áætlun Ferðamálastofu var hlutfallið 16,3% árið 2016 þar sem hlutfallið yfir sumarmánuðina þrjá er áætlað 33,2% og 6,2% yfir vetrarmánuðina (Ferðamálastofa, 2017).

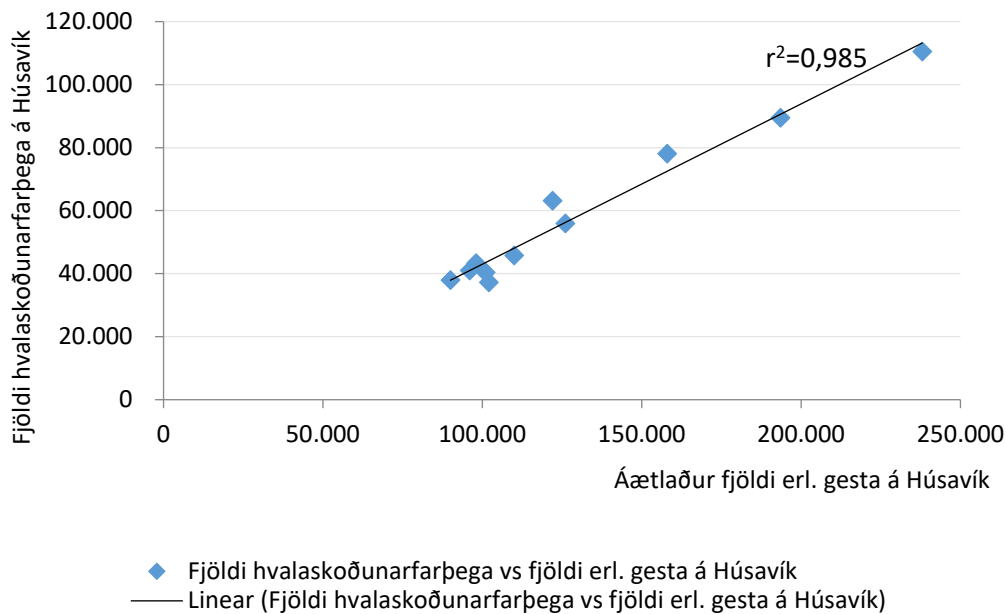
Reiknuð var fylgni milli fjölda erlendra ferðamanna til Íslands og áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna á Húsavík yfir tímabilið 2006-2016 (mynd 28). Jákvæð fylgni var á milli þessara tveggja þátta ($r^2 = 0,994$).



- ◆ Fjöldi erlendra gesta á Húsavík vs fjöldi erlendra ferðamanna til Íslands
- Linear (Fjöldi erlendra gesta á Húsavík vs fjöldi erlendra ferðamanna til Íslands)

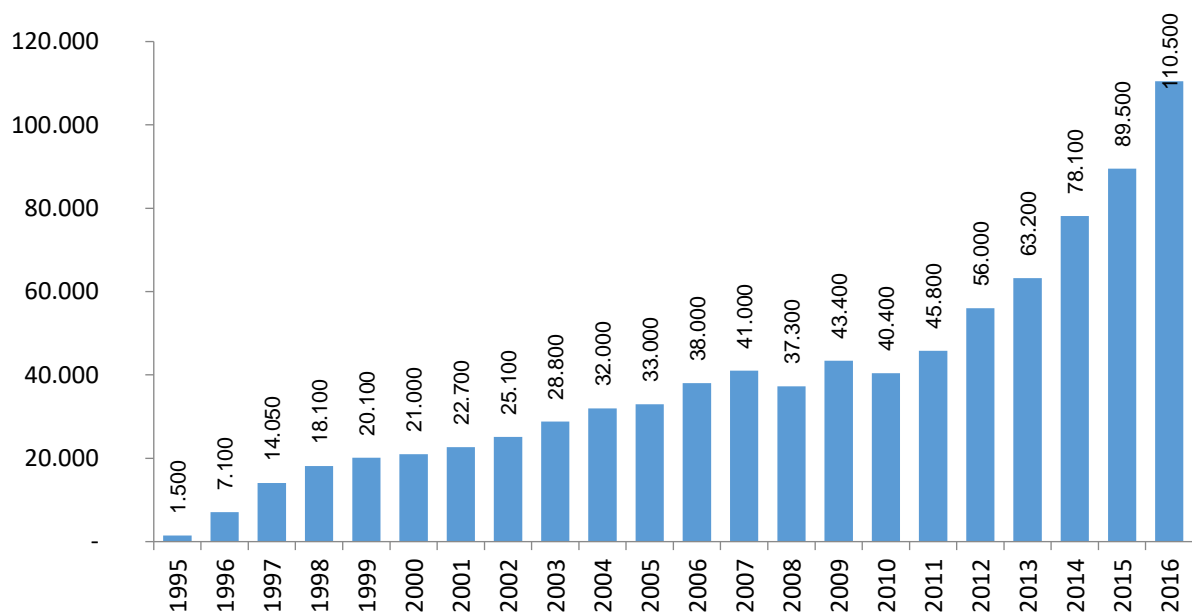
Mynd 28. Fylgni fjöldaþróunar erlendra gesta á Húsavík og fjölda erlendra ferðamanna til Íslands 2006-2016 (Ferðamálastofa, e.d.; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015) og áætlun höfundar

Á mynd 29 er reiknuð fylgni milli fjölda hvalaskoðunarfarþega og heildarfjölda erlendra gesta til Húsavíkur á tímabilinu 2006-2016. Jákvæð fylgni var á milli þessara tveggja þátta ($r^2 = 0,985$). Hlutfall erlendra gesta á Húsavík sem fer í hvalaskoðun hefur verið nokkuð rokkandi undanfarin ár en hefur þó farið heldur hækkandi allra síðustu ár. Árið 2006 var hlutfallið 42% og árin 2015 og 2016 var það 46%. Hæst var það árið 2013, 52%. Inni í þessum fjöldatölum teljast allir farþegar hvalaskoðunarbatanna en afgerandi meirihluti þeirra (yfir 99%) eru erlendir farþegar.

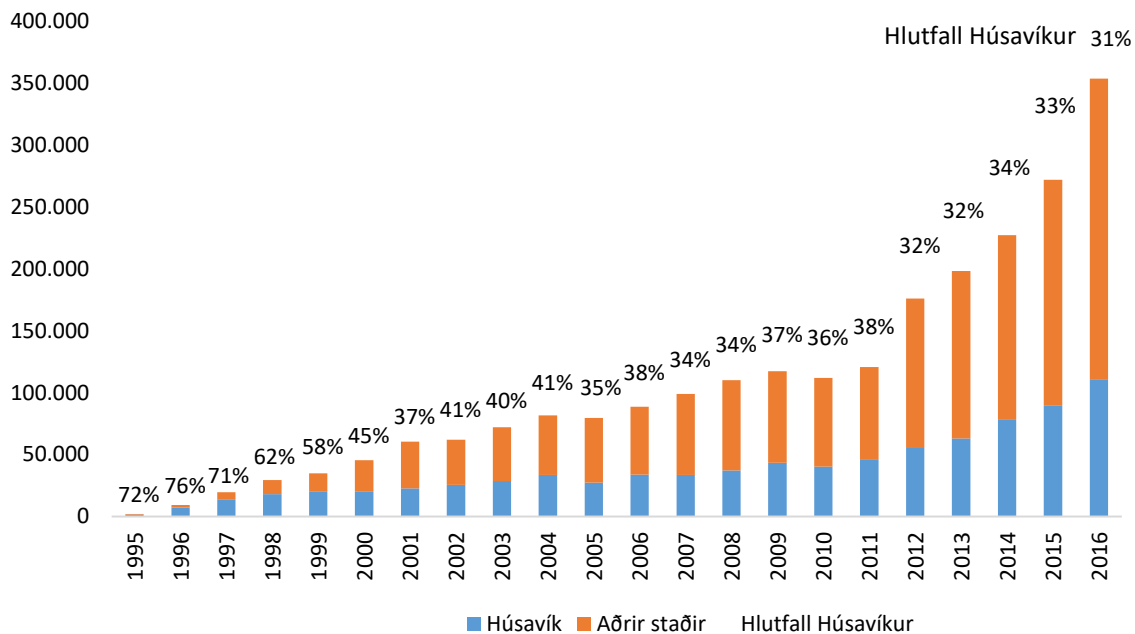


Mynd 29. Fylgni fjöldapróunar erlendra gesta á Húsavík og fjölda farþega í hvalaskoðun á Húsavík 2006-2016 (Rögnvaldur Guðmundsson (2015), áætlun höfundar og upplýsingar frá hvalaskoðunarfyrirtækjum á Húsavík)

Heildarfjöldi farþega í hvalaskoðun á Húsavík árið 2016 var 110.500. Á Íslandi var fjöldinn sama ár 354.000 (Hvalaskoðunarsamtök Íslands, 2017) og því er hlutfall Húsavíkur um 31%.



Mynd 30. Fjöldi farþega í hvalaskoðun á Húsavík á tímabilinu 1995-2016 (Samantekt höfundar á upplýsingum frá hvalaskoðunarfyrirtækjunum á Húsavík)



Mynd 31. Fjöldi farþega í hvalaskoðun á Húsavík og öðrum stöðum 1995-2016 (Hvalaskoðunarsamtök Íslands, 2017 og samantekt höfundar á upplýsingum frá hvalaskoðunarfrirtækjum á Húsavík)

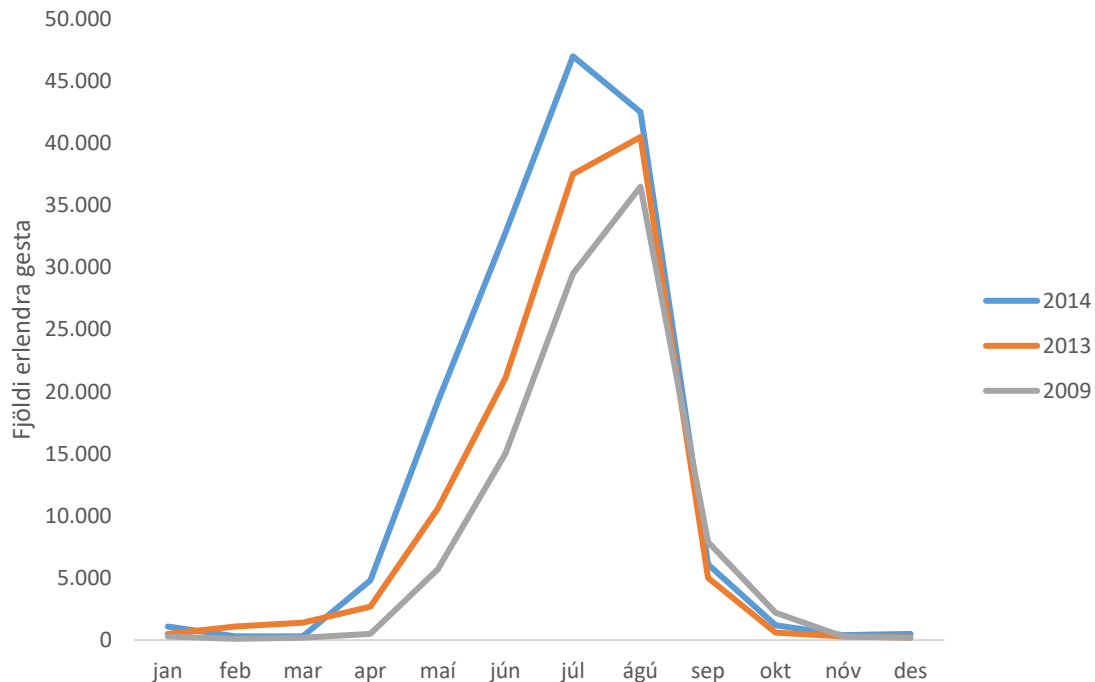
Árleg meðalfjölgun farþega á Húsavík síðastliðin fimm ár (2012-2016) var 19% á sama tíma og hún var 25% yfir landið allt. Síðustu þrjú ár var fjölgunin sú sama á Húsavík og á landsvísu, alls 21% og á milli árána 2015 og 2016 var fjölgunin 30% á landsvísu en 23% á Húsavík (tafla 10).

Tafla 10. Árleg meðalfjölgun farþega í hvalaskoðun á Íslandi og Húsavík (Hvalaskoðunarsamtök Íslands, 2017 og samantekt höfundar)

	10 ár	5 ár	3 ár	1 ár
Húsavík	14%	19%	21%	23%
Ísland	16%	25%	21%	30%

Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Húsavík árið 2016 er heldur lægri í verkefninu en áætlun Ferðamálastofu gerir ráð fyrir, þar sem talið er að alls hafi 221 þúsund erlendir gestir heimsótt Húsavík sumarið 2016 og 68 þúsund veturinn 2016, eða samtals 289 þúsund erlendir gestir. Ferðamálastofa áætlar jafnframt að fjöldi íslenskra gesta á Húsavík hafi verið 35 þúsund árið áður. Ef gert er ráð fyrir sama fjölda íslenskra gesta á Húsavík árin 2015 og 2016 má áætla að hlutfall þeirra á svæðinu hafi verið um 10,7% árið 2016 og hlutfall erlendra gesta því 89,3% samkvæmt gögnum Ferðamálastofu (Ferðamálastofa, 2017).

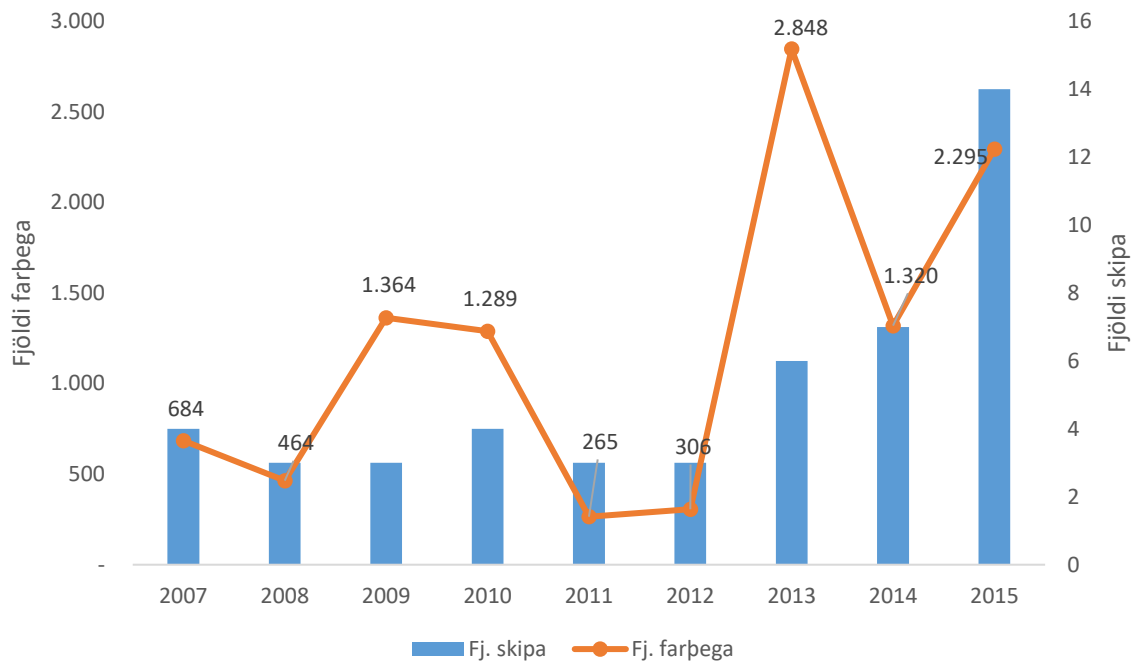
Mikil árstíðasveifla er í ferðapjónustu á Húsavík eins og mynd 31 sýnir en árið 2009 komu um 82% erlendra gesta til Húsavíkur yfir sumartímamann en 18% yfir vetrartímamann. Sama hlutfall var 78% yfir sumartímamann árið 2014 og 22% yfir vetrartímamann (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015). Ferðamálastofa (2017) áætla að árið 2016 hafi 76% erlendra gesta heimsótt Húsavík yfir sumartímamann og 24% yfir vetrartímamann.



Mynd 32. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Húsavík eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015, bls. 15)

Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta til Húsavíkur árið 2015 var nokkur breyting á hlutfalli mánaða á milli áráanna 2014 og 2015. Árið 2014 voru gestakomur erlendra ferðamanna á gístistöðum á Húsavík um 78% yfir sumarmánuðina þrjá og 22% utan sumartíma. Skiptingin árið 2015 var 72% yfir sumarmánuðina og 28% á öðrum tíma ársins. Munar þar mest um fjölgun gesta í maí og september (úr 6% í 8% í báðum tilvikum). Hlutfall erlendra ferðamanna af heildar gestakomum ársins 2015 á Húsavík var 87% og Íslendinga því 13% sem er nokkur breyting frá árinu 2006 þegar hlutfall erlendra ferðamanna var 77% (Hagstofa Íslands, 2017).

Á mynd 32 má sjá þróun í fjölda skemmtiferðaskipa til Húsavíkur og farþegafjölda þeirra. Sumarið 2015 komu alls 14 skip til Húsavíkur með 2.295 farþega. Stærð skipanna hefur verið nokkuð misjöfn undanfárin ár eins og sjá má á myndinni en árið 2013 komu t.d. til Húsavíkur sex skip með 2.848 farþega.



Mynd 33. Fjöldi skemmtiferðaskipa og farþega þeirra á Húsavík 2008-2015 (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016)

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta á Húsavík árið 2015 hafi verið á bilinu 180-195 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 2,4-2,6 ma.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðaþjónustutengd velta¹⁹ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Áætlaður launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðaþjónustu er áætlaður 587-636 m.kr. sem skapar á bilinu 132-143 ársverk.

Forsendur þessara útreikninga byggja á skýrslu um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum (Lilja Rögnvaldsdóttir, 2016) og er lýst í kafla 2.3 um aðferðafræði verkefnisins. Um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldatölum og hlutföllum svo niðurstöðunum ber að taka með fyrirvara líkt og fjallað er um í kafla 2.3. Engu að síður gefa þær vísbendingu um umfang atvinnugreinarinnar út frá gefnum forsendum.

Í þessum kafla hefur umfang og áhrif ferðaþjónustunnar verið áætlað út frá útgjöldum og áætluðum fjölda erlendra gesta á svæðinu árið 2015. Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu er þó mikilvægt að huga að fleiri þáttum en arðsköpun og gestafjölda. Gæta þarf að þolmörkum staðarins og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Í því samhengi er vert að nefna verkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn var megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðaþjónustunnar samhliða lengra ferðamannatímabili á minni bæjarfélög, íbúa þeirra, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016).

¹⁹ Virðisaukaskattur meðtalinn.

3.18 Samantekt

Þegar niðurstöður könnunarinnar voru bornar saman milli svæða var helst einkennandi fyrir Húsavík hversu hátt hlutfall gesta nýtti sér afþreyingarmöguleika svæðisins og hversu afgerandi hvalaskoðun var sem meginástæða heimsóknar. Alls greiddu um 65% þátttakenda fyrir afþreyingu á svæðinu og hlutfall hennar af heildarútgjöldum reiknaðist um 45% að meðaltali.

Flestir þátttakenda komu frá Þýskalandi (25%) og næstflestir frá Frakklandi (18%). Meðalaldur gesta var 42,8 ár og langflestir (88%) voru á ferð með fjölskyldu eða vinum. Um 8% þátttakenda voru í hópferð. Hlutfall þeirra sem gistu á Húsavík var 37% sem er heldur lægra en á Höfn og í Mývatnssveit, en töluvert hærra en á Siglufirði. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 15,8 klst. Meðaldvalarlengd dags gesta var 5,3 klst. og næturgesta 33,8 klst.

Algengast var að erlendir ferðamenn gistu á tjaldsvæðum (35%) en þar næst voru nefnd gistiheimili (21%) og hótél (16%). Hlutfall þeirra sem höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands var 70% á Húsavík sem er talsvert hærra en á Höfn og Siglufirði en nokkuð svipað hlutfallinu í Mývatnssveit. Almenn ánægja var meðal gesta svæðisins þar sem 40% svarenda voru mjög ánægðir með dvölinu á staðnum og 50% ánægðir. Um 9% aðspurðra sögðust hvorki vera ánægðir né óánægðir.

Hvalir og hvalaskoðun voru mikilvægt aðdráttarafl svæðisins og voru oftast nefnd sem meginástæða heimsóknar (68%). Fegurð staðarins, náttúra og landslag laðaði einnig marga gesti til Húsavíkur (7%) og í 10% tilvika nefndu menn söfn. Um 11% þátttakenda sögðu ástæðu heimsóknar vera fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því var ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókninni.

Um 75% aðspurðra áformuðu að fara í hvalaskoðun og 62% ætluðu að heimsækja söfn. Um 36% svarenda ætluðu að taka ljósmyndir og 25% að fara í gönguferð.

Útgjöld meðal erlendra gesta svæðisins voru hæst í flokki afþreyingar en um 65% aðspurðra greiddi fyrir þann þjónustupátt meðan á dvöl þeirra stóð. Alls keyptu 67% þátttakenda veitingar, 57% menningartengda þjónustu og 36% greiddu fyrir gistingu meðan á dvöl þeirra stóð. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan gest voru 13.309 kr. Þar af voru útgjöld vegna afþreyingar 5.994 kr. Útgjöld vegna gistiþjónustu voru 2.440 kr. og vegna veitinga 2.232 kr. á sólarhring.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (76%) og alls sögðu 94% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þátttakenda höfðu gist nóttina áður á Akureyri eða um 30% aðspurðra. Sama hlutfall áformaði að gista næstu nótt á Akureyri. Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um staðinn hjá ferðaskrifstofu (68%). Um 17% aðspurðra fékk upplýsingar frá vinum eða ættingum og sama hlutfall í ferðahandbókum. Um 14% fengu upplýsingar um staðinn á vefsíðu. Þegar þátttakendur voru spurðir hvort þeir hefðu athugasemdir lýstu flestir (15%) yfir ánægju með dvölinu og gerðu engar

frekari athugasemdir. Til viðbótar töluðu 8% svarenda sérstaklega um fegurð staðarins. Alls höfðu um 11% aðspurðra athugasemdir um veðrið og 8% svarenda kvartaði yfir háu verðlagi. Um 6% nefndu skort á upplýsingum eða vegvísingum.

Fjöldi erlendra gesta á Húsavík var áætlaður 194 þúsund árið 2015. Talsverð árstíðasveifla er ennþá í ferðapjónustu á staðnum og samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra ferðamanna á Húsavík árið 2015 komu 72% erlendra ferðamanna þangað yfir sumarmánuðina þrjá og 28% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra ferðamanna af heildargestakomum til Húsavíkur árið 2015 var 87% og hefur hækkað talsvert frá árinu 2006 þegar það var 77% (Hagstofa Íslands, 2017).

Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Húsavík er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjölda þeirra árið 2015 má áætla að ferðapjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 2,4 til 2,6 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 180-195 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt staðinn. Út frá þeim tölum reiknast heildarfjöldi ársverka alls 132-143.

4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Húsavík sumarið 2015. Ferðahegðun þeirra og neyslumynstur voru könnuð meðan á dvöl þeirra stóð og mat lagt á svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar út frá ofangreindum atriðum. Niðurstöðurnar voru að lokum bornar saman við niðurstöður sambærilegra verkefna sem framkvæmd voru á Siglufirði, Höfn í Hornafirði og í Mývatnssveit á sama tíma.

Meðal niðurstaðna verkefnisins er að ferðahegðun gesta var á margan hátt ólík eftir stöðum sem undirstrikar mikilvægi þess að ofangreindir þættir séu kannaðir á hverju svæði fyrir sig. Erfitt getur reynt að fanga upplifun ferðamanna og fá upplýsingar um útgjöld þeirra eftir að þeir hafa yfirgefið svæðið. Því er mikilvægt að upplýsinga sé aflað á áfangastað og á þeim tíma sem dvalið er á staðnum til að ná sem áreiðanlegustum gögnum.

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins reyndust ástæður heimsóknar, dvalartími og neyslumynstur erlendra ferðamanna talsvert ólík eftir rannsóknarsvæðunum fjórum. Aðdráttarafl hvers svæðis markaðist af sérkennum þess og var ýmist bundið menningu svæðisins, afþreyingu eða landslagi. Útgjöld tengdust þjónustuframboði á hverjum stað og því sem helst dró ferðamenn til svæðisins. Þegar útgjöldin reiknuðust á alla gesti svæðisins voru hæstu útgjöldin á Húsavík tengd hvalaskoðun, á Siglufirði voru þau vegna veitinga og á Höfn og í Mývatnssveit voru útgjöld vegna gistipjónustu hæst.

Þrátt fyrir að marktækur munur á niðurstöðum hafi í mörgum tilvikum mælst á milli staða þá voru yfirleitt meiri líkindi með svæðunum en þegar niðurstöður svæða voru bornar saman við kannanir á landsvísu²⁰. Má þar nefna sem dæmi að samsetning erlendra gesta með hliðsjón af búsetulandi var nokkuð svipuð á milli svæða en hins vegar nokkuð frábrugðin niðurstöðum talningar á Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Sama má segja um gistimáta, ferðamáta, tíma ákvarðanatöku um heimsókn, uppruna upplýsinga um áfangastað o.fl.

Hver áfangastaður hefur sitt sérkenni sem mikilvægt er að þekkja. Ekki síst vegna þess hraða vaxtar sem atvinnugreinin hefur gengið í gegnum að undanförunu og þeirri uppbyggingarþörf innviða sem hefur skapast í kjölfarið. Íslensk stjórnvöld hafa brugðist við með mörkun stefnu í þessum málum þar sem markmiðin hafa m.a. snúið að markvissri uppbyggingu áfangastaða, lengingu ferðamannatímabilsins og betri dreifingu ferðamanna um landið (Ferðamálastofa, 2011). Til að vinna að þessum markmiðum hefur farið af stað verkefni um gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustuna í hverjum landshluta (Ferðamálastofa, e.d.c.). Slík vinna krefst upplýsinga um hverjir það eru sem sækja áfangastaðina heim, hvað drifi þá þangað og hver upplifun þeirra sé. Þess er vænst að niðurstöður þessa verkefnis nýtist sem mikilvægt innlegg í þá vinnu.

²⁰ Könnun Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 og fjöldatalningar í Flugstöð Leifs Eiríkssonar

Aðstæður til að framkvæma spurningakannanir meðal ferðamanna eru á ýmsan hátt sérstæðar hér á landi. Má þar nefna mikla árstíðasveiflu í atvinnugreininni og ótryggt veðurfar sem gerir gagnaöflun oft á tíðum erfiða og kostnaðarsama í framkvæmd og þá sér í lagi yfir vetrartímann. Mikilvægt er að ná umræðu um aðferðafræði og framkvæmd verkefnis sem þessa áður en haldið er af stað í frekari gagnaöflun og greiningu. Lærdóm má draga af því sem betur hefði mátt fara sem og því sem vel tókst til með. Svæðisbundnar spurningakannanir meðal erlendra ferðamanna innihalda óhjákvæmilega takmarkanir og þá sérstaklega vegna þess hve erfitt getur reynst að ná úrtaki sem endurspeglar þýðið. Meðal þess sem ekki er hægt að útiloka að hafi haft takmarkandi áhrif á niðurstöður þessarar könnunar er afmörkun rannsóknarsvæðisins og tími framkvæmdar. Nánar er farið yfir takmarkanir verkefnisins í köflum 2.2 og 2.3. og því lýst hvernig unnið var með þær.

Mikilvægt er að yfirvöld leggi línur varðandi gagnaöflun á áfangastöðum til framtíðar og meti hvaða svæði þarfnist skoðunar hverju sinni og hvar þurfi að endurtaka fyrri rannsóknir. Með því skapast möguleiki á að meta breytingar á milli ára og spá fyrir um þróun atvinnugreinarinnar á hverju svæði. Misjafnt er eftir löndum hvernig staðið er að slíku. Á Nýja-Sjálandi er m.a. svæðisbundin kortavelta notuð sem vísir um þróun atvinnugreinarinnar eftir svæðum (Statistics New Zealand, e.d.) og í Ástralíu eru reglulega framkvæmdar svæðisbundnar ferðavenjukannanir (Tourism Research Australia, e.d.). Í Danmörku eru framkvæmdar útgjaldakannanir meðal ferðamanna á gististöðum og í Finnlandi hefur verið þróaður gagnabanki (ASTA) sem byggir á svæðisbundnum útgjaldakönnunum og talningum meðal erlendra ferðamanna á hverjum stað (OECD, 2016).

Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu á völdum áfangastöðum ber að huga að fleiri þáttum en greint er frá í þessu verkefni. Gæta þarf að þolmörkum staðanna og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Ýmsar rannsóknir hafa verið unnar sem vert er að skoða til samanburðar og má í því samhengi nefna þolmarkarannsóknir dr. Önnu Dóru Sæþórsdóttur (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2015), greiningu RMF á samfélagslegum áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016), mat á fjölda ferðamanna eftir svæðum (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) og ýmislegt fleira. Öll áreiðanleg gögn sem aflað er um ferðaþjónustu innan áfangastaða nýtast að endingu sem púsl í heildarmynd atvinnugreinarinnar á landsvísi. Út frá þeim gögnum sem og öðrum má að lokum vinna heildstæða stefnumótun um framtíð ferðaþjónustu á Íslandi.

5 HEIMILDIR

- Andri Valur Ívarsson og Óli Halldórsson (2011). *Fjölgar kreppan krónum*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2015). *Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi sumarið 2014*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2014). *Aðferðir við að meta fjölda og taka úrtak meðal ferðamanna. Áfangaskýrsla um verkefnið: Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður og Vesturlandi*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). *Vegvísir í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Dwyer, L., Forsyth, P., og Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2012). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll – Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason. (2010). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum: Höfn, Mývatnssveit og Síglufjörður*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Ferðamálastofa. (2011). *Ferðamálaáætlun 2011-2020*. Reykjavík. Sótt frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefing-efni/stefnumotun-og-skipulag/ferdamalaaaetlun-2011-2020>
- Ferðamálastofa. (2014a). *Erlendir ferðamenn á Íslandi sumar 2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2014b). *Erlendir ferðamenn á Íslandi vetur 2013-2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2017). *Áætlaður fjöldi á svæðum og stöðum*. Sótt 16. febrúar 2017 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/aaetladur-fjoldi-a-svaedum-og-stodum>

- Ferðamálastofa. (e.d.a.). *Ferðavenjur Íslendinga*. Sótt 21. nóvember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/kannanir-og-rannsoknir/ferdavenjur-islendinga>
- Ferðamálastofa. (e.d.b.). *Fjöldi ferðamanna: Ferðamenn um Keflavíkurlflugvöll*. Sótt 26. ágúst 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>
- Ferðamálastofa (e.d.c.) *Stefnumarkandi stjórnunaráætlanir - (DMP)*. Sótt 15. desember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/stefnumarkandi-stjornunaraetlanir/dmp-er-aaetlun-um-skipulag-throun-og-markadssetningu-svaedis-auk-skilgreindra-leida>
- Frechtling, D. og Smeral, E. (2010). Measuring and Interpreting the Economic Impact of Tourism: 20/20 Hindsight and Foresight. (D. G. Pearce, og R. W. Butler, Ritstj.) *Tourism Research: A 20-20 Vision*, 67-79. Sótt frá <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/FrechtlingSmeral2020.pdf>
- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2015). *Fjöldi gesta í Vatnajökulsþjóðgarði*. Reykjavík: Vatnajökulsþjóðgarður.
- Hagstofa Íslands. (2013). Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012. *Hagtíðindi. Verðlag og neysla*, 40(98), bls. 1-40.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðaðjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Hagstofa Íslands. (e.d.b.). *Gistinætur og gestakomur á öllum tegundum gististaða 1998-2015*. Sótt frá Atvinnuvegir, Gisting: http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir__ferdathjonusta__Gisting__3_allartegundirgististada/SAM01601.px/
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Hvalaskoðunarsamtök Íslands. (2017). Hvalaskoðun árið 2016. Tölvupóstur frá Maríu Björk Gunnarsdóttur, 1. mars, 2017.
- Kauppila, P. og Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127-128, 88-97.
- Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðaðjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðaðjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðaðjónustu í Þingeyjarsýslu*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014a). *Tourism Data Collection: Analysis at the sub-national level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014b). *Þróun og staða ferðaðjónustu á Húsavík: Niðurstöður ferðavenjukannana sumrin 2013 og 2014*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.

- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2016). *Economic Effects of Tourism in Þingeyjarsýslur: An analysis at the subnational level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Malhotra, N. K. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Manzanera, E. T., Melijosa, I. S., Estebanez, J. M., og Pelaez, L. V. (2002). A solution to problems and disadvantages of surveys of visitors at accommodation establishments and at popular visitor places. Í Á. Probáld (Ritstj.), *Proceedings of the sixth international forum on tourism statistics* (bls. 385-399). Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- OECD. (2016). *An OECD Review of Statistical Initiatives Measuring Tourism at Subnational Level, OECD Tourism Papers 2016/01*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2010). *OECD Tourism Trends and Policies 2010*. Paris: OECD publishing.
- Rannsóknamiðstöð ferðamála. (2016). Tölur um skipakomur. Tölvupóstur frá Þórnýju Barðadóttur, 20 desember, 2016.
- Rannveig Guðmundsdóttir, Andri Valur Ívarsson (2008). *Efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík: Tilkoma hvalaskoðunar*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2014). *Ferðamenn í Fjallabyggð 2004-2013*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2015). *Erlendir ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2005-2014*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2016). *Erlendir ferðamenn á Norðurlandi 2010-2015*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern-Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), bls. 91-113.
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið. Sótt frá http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum_i_ferdatjonustu_1996.pdf
- Smith, S. L. (2010). *Practical Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Statistics New Zealand. (e.d.). *Regional tourism indicators and estimates*. Sótt 18. janúar 2017, frá Review of Ministry of Business, Innovation and Employment's tourism statistics: http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx
- Tourism Research Australia. (e.d.). *Destination Visitor Survey results*. Sótt 18. janúar 2017, frá Regional tourism: <https://www.tra.gov.au/research/regional.html>
- United Nations. (2010a). *The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf

United Nations. (2010b). *Tourism satellite account: Recommended methodological framework 2008*. Luxemburg: United Nations Publication. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf

UNWTO. (2014). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.

Vaske, J. J. (2008). *Survey Research and Analysis: Application in Parks, Recreation and Human Dimensions*. Pennsylvania: Venture Publishing.

Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., og Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.

6 VIÐAUKAR

6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 11. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjsk. / vinum	Með vinnu- / klúbbfélögum	Í skipulagðri hópfarð	Annað
Allir	534	3,7%	87,5%	0,6%	8,4%	1,1%
Kyn						
Kona	270	3,7%	85,2%	0,4%	10,0%	1,1%
Karl	262	3,8%	89,7%	0,8%	6,9%	1,1%
Aldur						
18-24 ára	51	9,8%	84,3%	0,0%	3,9%	3,9%
25-34 ára	128	3,9%	92,2%	1,6%	3,9%	2,3%
35-44 ára	94	6,4%	87,2%	0,0%	6,4%	0,0%
45-54 ára	123	1,6%	89,4%	0,0%	8,1%	0,8%
55-64 ára	86	2,3%	79,1%	1,2%	18,6%	0,0%
65 ára og eldri	39	0,0%	84,6%	0,0%	15,4%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	24	0,0%	62,5%	4,2%	20,8%	16,7%
Bretlandseyjar	54	3,7%	96,3%	1,9%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	296	2,0%	88,5%	0,3%	10,1%	0,3%
Mið-Evrópa	19	15,8%	68,4%	0,0%	21,1%	0,0%
Suður-Evrópa	64	9,4%	87,5%	0,0%	3,1%	0,0%
Norður-Ameríka	59	5,1%	91,5%	0,0%	1,7%	1,7%
Asía	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrah.	11	0,0%	81,8%	0,0%	18,2%	0,0%
Annað	4	0,0%	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	132	0,8%	85,6%	0,8%	12,9%	0,0%
Frakkland	94	1,1%	97,9%	0,0%	1,1%	0,0%
Bretland	44	4,5%	95,5%	2,3%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	43	4,7%	93,0%	0,0%	0,0%	2,3%
Spánn	29	10,3%	86,2%	0,0%	3,4%	0,0%
Ítalía	28	10,7%	85,7%	0,0%	3,6%	0,0%
Holland	29	6,9%	58,6%	0,0%	41,4%	0,0%
Sviss	17	5,9%	100,0%	0,0%	0,0%	5,9%
Kanada	15	6,7%	86,7%	0,0%	6,7%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	12	8,3%	91,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	11	0,0%	81,8%	0,0%	18,2%	0,0%
Danmörk	11	0,0%	54,5%	0,0%	45,5%	0,0%
Pólland	9	0,0%	55,6%	11,1%	0,0%	44,4%
Tékkland	7	0,0%	57,1%	0,0%	42,9%	0,0%
Annað	41	7,3%	90,2%	0,0%	4,9%	0,0%

Tafla 12. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
Allir	529	36,9%	63,1%
Kyn			
Kona	270	39,3%	60,7%
Karl	259	34,4%	65,6%
Aldur			
18-24 ára	51	41,2%	58,8%
25-34 ára	128	46,9%	53,1%
35-44 ára	93	36,6%	63,4%
45-54 ára	123	28,5%	71,5%
55-64 ára	85	30,6%	69,4%
65 ára og eldri	39	30,8%	69,2%
Markaðssvæði			
Norðurlönd	24	20,8%	79,2%
Bretlandseyjar	53	47,2%	52,8%
Vestur-Evrópa	295	36,9%	63,1%
Mið-Evrópa	19	26,3%	73,7%
Suður-Evrópa	65	38,5%	61,5%
Norður-Ameríka	57	40,4%	59,6%
Asía	3	0,0%	100,0%
Ástralía og Kyrrahaf	11	27,3%	72,7%
Annað	4	0,0%	50,0%
Búsetuland			
Þýskaland	132	28,8%	71,2%
Frakkland	93	52,7%	47,3%
Bretland	43	46,5%	53,5%
Bandaríkin	42	40,5%	59,5%
Spánn	29	34,5%	65,5%
Ítalía	29	48,3%	51,7%
Holland	29	37,9%	62,1%
Sviss	17	23,5%	76,5%
Kanada	14	35,7%	64,3%
Austurríki	12	33,3%	66,7%
Belgía	12	25,0%	75,0%
Ástralía	11	27,3%	72,7%
Danmörk	11	27,3%	72,7%
Pólland	9	22,2%	77,8%
Tékkland	7	28,6%	71,4%
Annað	39	25,6%	74,4%
Ferðamáti			
Áætlunarrúta	26	42,3%	57,7%
Eigin bíll	24	50,0%	50,0%
Bílaleigubíll	392	34,4%	65,6%
Bíll vinar	10	50,0%	50,0%
Flug	9	66,7%	33,3%
Hóþferð	39	23,1%	76,9%
Annað	20	55,0%	45,0%

Tafla 13. Gistimáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Ættingjar / vinir	Annað
Allir	192	34,9%	3,1%	6,8%	6,3%	21,4%	15,6%	6,8%	1,0%	4,2%
Kyn										
Kona	104	35,6%	2,9%	3,8%	7,7%	22,1%	14,4%	7,7%	1,9%	3,8%
Karl	86	34,9%	3,5%	10,5%	3,5%	19,8%	17,4%	5,8%	0,0%	4,7%
Aldur										
18-24 ára	21	62%	0%	5%	14%	14%	0%	5%	0%	0%
25-34 ára	59	44%	2%	12%	3%	19%	5%	5%	3%	7%
35-44 ára	34	38%	6%	0%	3%	21%	21%	12%	0%	0%
45-54 ára	33	21%	9%	3%	3%	24%	24%	9%	0%	6%
55-64 ára	25	24%	0%	8%	16%	28%	20%	0%	0%	4%
65 ára og eldri	9	0%	0%	11%	0%	11%	67%	0%	0%	11%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	5	20%	0%	0%	0%	0%	20%	40%	0%	20%
Bretlandseyjar	24	25%	4%	17%	8%	8%	8%	25%	0%	4%
Vestur-Evrópa	106	45%	4%	8%	4%	15%	16%	4%	0%	5%
Mið-Evrópa	4	0%	0%	0%	0%	25%	25%	0%	50%	0%
Suður-Evrópa	25	24%	4%	4%	8%	52%	4%	4%	0%	0%
Norður-Amer.	22	18%	0%	0%	14%	27%	36%	0%	0%	5%
Asía	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ástral. og Kyrrah.	3	33%	0%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%
Annað	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Búsetuland										
Þýskaland	38	34%	5%	11%	3%	11%	24%	5%	0%	8%
Frakkland	47	60%	2%	6%	0%	17%	11%	0%	0%	4%
Bandaríkin	16	25%	0%	0%	13%	25%	31%	0%	0%	6%
Holland	11	64%	9%	0%	0%	9%	0%	18%	0%	0%
Sviss	4	0%	0%	25%	0%	50%	25%	0%	0%	0%
Danmörk	3	0%	0%	0%	0%	0%	33%	33%	0%	33%
Bretland	20	30%	5%	5%	10%	5%	10%	30%	0%	5%
Belgía	3	0%	0%	0%	33%	0%	67%	0%	0%	0%
Spánn	10	20%	0%	10%	20%	50%	0%	0%	0%	0%
Kanada	5	0%	0%	0%	20%	40%	40%	0%	0%	0%
Austurríki	3	0%	0%	0%	67%	33%	0%	0%	0%	0%
Svíþjóð	3	0%	0%	67%	0%	33%	0%	0%	0%	0%
Ástralía	3	33%	0%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%
Annað	24	25%	4%	4%	0%	38%	13%	8%	8%	0%
Dvalarlengd										
7 – 12 klst.	25	24%	16%	12%	0%	28%	8%	0%	4%	8%
13 – 24 klst.	62	58%	0%	5%	6%	10%	15%	3%	2%	2%
25 – 48 klst.	74	27%	0%	7%	9%	30%	19%	3%	0%	5%
3 – 4 dagar	26	19%	8%	8%	0%	15%	15%	31%	0%	4%
5 – 6 dagar	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Meira	2	0%	0%	0%	0%	50%	0%	50%	0%	0%

Tafla 14. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	0 – 3 klst.	4 – 6 klst.	7 – 12 klst.	13 – 24 klst.	25 – 48 klst.	3 – 4 dagar	5 – 6 dagar	Meira
Allir	527	18,4%	32,1%	15,0%	14,6%	14,2%	5,1%	0,2%	0,4%
Kyn									
Kona	267	18,0%	32,2%	13,1%	16,1%	13,9%	6,0%	0,4%	0,4%
Karl	258	18,2%	32,2%	17,1%	13,2%	14,7%	4,3%	0,0%	0,4%
Aldur									
18-24 ára	51	19,6%	21,6%	19,6%	19,6%	15,7%	3,9%	0,0%	0,0%
25-34 ára	127	7,1%	32,3%	18,9%	20,5%	15,7%	4,7%	0,0%	0,8%
35-44 ára	93	14,0%	38,7%	11,8%	12,9%	17,2%	5,4%	0,0%	0,0%
45-54 ára	123	17,1%	37,4%	19,5%	11,4%	9,8%	4,1%	0,0%	0,8%
55-64 ára	84	35,7%	26,2%	9,5%	11,9%	11,9%	4,8%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	37	32,4%	35,1%	0,0%	10,8%	10,8%	8,1%	2,7%	0,0%
Markaðssvæði									
Norðurlönd	24	20,8%	29,2%	29,2%	8,3%	4,2%	4,2%	0,0%	4,2%
Bretlandseyjar	53	17,0%	34,0%	11,3%	11,3%	17,0%	9,4%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	293	17,4%	34,1%	14,7%	17,1%	13,0%	3,8%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	18	27,8%	22,2%	22,2%	22,2%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	65	16,9%	26,2%	20,0%	16,9%	16,9%	3,1%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	56	16,1%	33,9%	5,4%	5,4%	21,4%	14,3%	1,8%	1,8%
Asía	3	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrah.	11	45,5%	27,3%	0,0%	0,0%	27,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	4	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland									
Þýskaland	132	26,5%	36,4%	9,1%	13,6%	9,8%	4,5%	0,0%	0,0%
Frakkland	92	9,8%	26,1%	16,3%	28,3%	19,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	44	13,6%	36,4%	13,6%	11,4%	13,6%	11,4%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	42	21,4%	26,2%	7,1%	7,1%	26,2%	11,9%	0,0%	0,0%
Spánn	29	17,2%	34,5%	17,2%	10,3%	20,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Ítalía	29	13,8%	17,2%	20,7%	24,1%	17,2%	6,9%	0,0%	0,0%
Holland	29	13,8%	31,0%	24,1%	3,4%	10,3%	17,2%	0,0%	0,0%
Sviss	17	5,9%	35,3%	35,3%	11,8%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	13	0,0%	61,5%	0,0%	0,0%	7,7%	15,4%	7,7%	7,7%
Austurríki	11	18,2%	45,5%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	12	0,0%	66,7%	8,3%	16,7%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	11	45,5%	27,3%	0,0%	0,0%	27,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	11	45,5%	9,1%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	9,1%
Polland	9	0,0%	22,2%	55,6%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%
Tékkland	7	42,9%	0,0%	28,6%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	39	23,1%	33,3%	17,9%	12,8%	10,3%	2,6%	0,0%	0,0%
Tegund gistingar									
Tjaldsvæði	79	6,3%	6,3%	8,9%	46,8%	25,3%	6,3%	0,0%	0,0%
Farfuglaheimili	20	20,0%	5,0%	20,0%	20,0%	25,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Gistiheimili	53	5,7%	11,3%	17,0%	15,1%	41,5%	7,5%	0,0%	1,9%
Hótel	59	23,7%	20,3%	8,5%	15,3%	23,7%	6,8%	1,7%	0,0%
Annað	59	8,5%	16,9%	16,9%	15,3%	22,0%	18,6%	0,0%	1,7%

Tafla 15. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ ættingja	Viðburður	Annað
Allir	517	93,6%	0,0%	0,4%	0,0%	7,2%
Kyn						
Kona	262	94,3%	0,0%	0,4%	0,0%	6,9%
Karl	253	92,9%	0,0%	0,0%	0,0%	7,5%
Aldur						
18-24 ára	51	94,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
25-34 ára	125	96,0%	0,0%	1,6%	0,0%	4,8%
35-44 ára	94	93,6%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%
45-54 ára	119	91,6%	0,0%	0,0%	0,0%	10,9%
55-64 ára	79	92,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,6%
65 ára og eldri	36	91,7%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	22	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%
Bretlandseyjar	52	88,5%	0,0%	0,0%	0,0%	11,5%
Vestur-Evrópa	290	95,5%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%
Mið-Evrópa	17	82,4%	0,0%	5,9%	0,0%	11,8%
Suður-Evrópa	63	93,7%	0,0%	0,0%	0,0%	7,9%
Norður-Ameríka	57	91,2%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%
Asía	3	100,0%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%
Ástralía og Kyrrah	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	129	98,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%
Frakkland	91	93,4%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Bretland	43	90,7%	0,0%	0,0%	0,0%	9,3%
Bandaríkin	41	90,2%	0,0%	0,0%	0,0%	12,2%
Spánn	29	93,1%	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%
Ítalía	28	92,9%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
Holland	29	89,7%	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%
Sviss	17	94,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
Kanada	15	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
Austurríki	12	91,7%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%
Belgía	12	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	9	77,8%	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%
Polland	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
Annað	36	88,9%	0,0%	5,6%	0,0%	11,1%

Tafla 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Húsavík tekin?

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis keyrt í gegn
Allir	525	70,1%	19,2%	0,8%	12,2%
Kyn					
Kona	265	70,9%	18,5%	1,5%	12,5%
Karl	258	69,4%	20,2%	0,0%	11,6%
Aldur					
18-24 ára	50	70,0%	22,0%	0,0%	12,0%
25-34 ára	129	69,8%	24,0%	1,6%	7,8%
35-44 ára	91	71,4%	15,4%	0,0%	14,3%
45-54 ára	119	70,6%	18,5%	1,7%	12,6%
55-64 ára	85	65,9%	20,0%	0,0%	15,3%
65 ára og eldri	38	76,3%	10,5%	0,0%	13,2%
Markaðssvæði					
Norðurlönd	23	60,9%	34,8%	4,3%	4,3%
Bretlandseyjar	52	73,1%	23,1%	3,8%	1,9%
Vestur-Evrópa	294	68,7%	17,7%	0,0%	16,0%
Mið-Evrópa	17	76,5%	17,6%	0,0%	5,9%
Suður-Evrópa	65	75,4%	16,9%	0,0%	7,7%
Norður-Ameríka	56	78,6%	14,3%	0,0%	8,9%
Asía	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrah.	11	36,4%	36,4%	0,0%	27,3%
Annað	4	25,0%	75,0%	25,0%	25,0%
Búsetuland					
Þýskaland	130	63,1%	16,2%	0,0%	25,4%
Frakkland	94	74,5%	18,1%	0,0%	8,5%
Bretland	42	76,2%	23,8%	0,0%	2,4%
Bandaríkin	41	73,2%	19,5%	0,0%	9,8%
Spánn	29	69,0%	17,2%	0,0%	13,8%
Ítalía	29	86,2%	10,3%	0,0%	3,4%
Holland	29	65,5%	24,1%	0,0%	10,3%
Sviss	17	70,6%	23,5%	0,0%	5,9%
Kanada	14	92,9%	0,0%	0,0%	7,1%
Austurríki	12	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%
Belgía	12	66,7%	16,7%	0,0%	16,7%
Ástralía	11	36,4%	36,4%	0,0%	27,3%
Danmörk	10	60,0%	30,0%	10,0%	10,0%
Polland	9	88,9%	11,1%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	66,7%	16,7%	0,0%	16,7%
Annað	40	60,0%	35,0%	7,5%	2,5%

Tafla 17. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ætt- ingjar	Sýning/ ráð- stefna	Fjöl- miðlar	Ferða- skrif- stofa	Ferða- handb- ækur	Hluti af heildar- pakka	Heima- síða	Annað
Allir	528	17%	0%	8%	68%	17%	11%	14%	5%
Kyn									
Kona	269	16%	0%	7%	68%	17%	12%	15%	6%
Karl	257	19%	1%	9%	68%	17%	10%	13%	5%
Aldur									
18-24 ára	50	28%	0%	10%	76%	16%	6%	8%	10%
25-34 ára	129	17%	0%	9%	74%	13%	8%	18%	2%
35-44 ára	92	17%	0%	7%	66%	17%	11%	17%	5%
45-54 ára	122	16%	0%	7%	71%	16%	11%	13%	6%
55-64 ára	84	13%	1%	12%	62%	14%	19%	14%	5%
65 ára og eldri	38	11%	0%	11%	53%	34%	13%	0%	8%
Markaðssvæði									
Norðurlönd	23	44%	0%	13%	78%	26%	9%	4%	4%
Bretlandseyjar	54	17%	0%	17%	70%	9%	11%	26%	7%
Vestur-Evrópa	294	15%	1%	5%	72%	18%	12%	12%	4%
Mið-Evrópa	17	18%	0%	6%	59%	29%	6%	12%	0%
Suður-Evrópa	64	27%	0%	14%	61%	14%	5%	14%	5%
Norður-Ameríka	59	12%	0%	7%	58%	12%	12%	12%	12%
Asía	3	0%	0%	33%	33%	0%	0%	33%	0%
Ástralía og Kyrrah	10	10%	0%	10%	40%	20%	20%	10%	10%
Annað	4	50%	0%	0%	25%	25%	0%	75%	0%
Búsetuland									
Þýskaland	130	16%	2%	7%	72%	16%	16%	6%	7%
Frakkland	94	15%	0%	2%	73%	13%	7%	19%	2%
Bretland	44	16%	0%	11%	77%	11%	14%	21%	9%
Bandaríkin	43	16%	0%	5%	54%	12%	12%	9%	14%
Spánn	28	32%	0%	14%	61%	18%	4%	25%	4%
Ítalía	29	21%	0%	14%	69%	10%	7%	3%	7%
Holland	29	10%	0%	7%	59%	31%	21%	10%	3%
Sviss	17	12%	0%	6%	82%	18%	0%	18%	0%
Kanada	15	0%	0%	13%	73%	7%	13%	20%	7%
Austurríki	12	8%	0%	17%	75%	25%	8%	17%	0%
Belgía	12	17%	0%	0%	92%	42%	8%	17%	0%
Ástralía	10	10%	0%	10%	40%	20%	20%	10%	10%
Danmörk	11	36%	0%	18%	55%	46%	18%	0%	9%
Polland	8	75%	0%	13%	100%	0%	0%	13%	0%
Tékkland	7	0%	0%	0%	43%	43%	14%	0%	0%
Annað	39	23%	0%	18%	49%	15%	0%	31%	0%

Tafla 18. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Áætlunar- rúta	Eigin bíll	Bílaleigu- bíll	Hópfarð	Annað
Allir	527	6%	6%	76%	7%	8%
Kyn						
Kona	264	6%	6%	74%	9%	9%
Karl	261	5%	7%	79%	6%	8%
Aldur						
18-24 ára	50	10%	10%	62%	6%	14%
25-34 ára	129	12%	6%	72%	3%	11%
35-44 ára	93	2%	4%	82%	5%	10%
45-54 ára	120	3%	6%	87%	6%	3%
55-64 ára	86	1%	8%	73%	16%	6%
65 ára og eldri	38	11%	3%	63%	16%	13%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	24	17%	4%	58%	13%	8%
Bretlandseyjar	54	2%	6%	82%	2%	9%
Vestur-Evrópa	292	5%	8%	76%	9%	8%
Mið-Evrópa	18	17%	0%	56%	22%	11%
Suður-Evrópa	65	3%	6%	83%	2%	8%
Norður-Ameríka	57	7%	2%	75%	5%	11%
Asía	3	0%	0%	100%	0%	0%
Ástralía og Kyrrahaf	11	9%	9%	64%	9%	9%
Annað	3	0%	0%	100%	0%	0%
Búsetuland						
Þýskaland	133	3%	12%	73%	10%	7%
Frakkland	89	7%	5%	83%	1%	10%
Bretland	44	2%	5%	82%	2%	9%
Bandaríkin	42	5%	2%	83%	0%	10%
Spánn	29	0%	7%	83%	3%	7%
Ítalía	29	7%	3%	83%	0%	10%
Holland	29	17%	0%	41%	41%	14%
Sviss	17	0%	12%	100%	0%	0%
Kanada	14	14%	0%	57%	14%	14%
Austurríki	12	0%	0%	100%	0%	0%
Belgía	12	0%	8%	92%	0%	8%
Ástralía	11	9%	9%	64%	9%	9%
Danmörk	11	18%	0%	46%	27%	9%
Polland	9	0%	11%	78%	0%	11%
Tékkland	6	0%	0%	50%	50%	0%
Annað	40	13%	5%	73%	5%	8%

Tafla 19. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Fugla- skoðun	Hvala- skoðun	Sund	Söfn	Útsýnis- ferð	Göngu- ferð	Reiðtúr	Ljós- myndun	Annað
Allir	527	22%	75%	7%	62%	13%	25%	1%	36%	10%
Kyn										
Kona	267	23%	78%	5%	61%	12%	24%	2%	33%	11%
Karl	259	21%	73%	9%	63%	14%	26%	1%	39%	9%
Aldur										
18-24 ára	51	28%	69%	6%	67%	18%	39%	4%	39%	10%
25-34 ára	129	23%	79%	7%	71%	9%	30%	2%	36%	12%
35-44 ára	91	18%	85%	8%	65%	10%	23%	1%	40%	8%
45-54 ára	122	23%	84%	7%	57%	11%	18%	0%	25%	11%
55-64 ára	84	21%	60%	6%	54%	14%	20%	0%	38%	11%
65 ára og eldri	37	19%	54%	5%	54%	27%	27%	3%	41%	8%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	24	42%	75%	4%	67%	13%	13%	0%	38%	4%
Bretlandseyjar	51	37%	80%	16%	73%	8%	22%	2%	24%	14%
Vestur-Evrópa	296	18%	73%	6%	59%	15%	27%	1%	35%	10%
Mið-Evrópa	19	16%	68%	5%	63%	11%	16%	5%	32%	11%
Suður-Evrópa	65	20%	83%	3%	54%	8%	14%	0%	42%	6%
Norður-Ameríka	58	21%	81%	10%	71%	10%	36%	3%	45%	14%
Asía	2	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Ástralía og Kyrrah	8	38%	63%	13%	75%	25%	38%	0%	50%	25%
Annað	4	50%	50%	0%	50%	0%	25%	0%	25%	0%
Búsetuland										
Þýskaland	133	14%	63%	5%	62%	24%	15%	2%	40%	11%
Frakkland	93	24%	77%	11%	55%	0%	48%	0%	36%	8%
Bandaríkin	42	41%	83%	17%	71%	10%	24%	2%	21%	17%
Ítalía	43	21%	74%	9%	72%	9%	30%	0%	51%	19%
Spánn	29	24%	79%	0%	52%	14%	3%	0%	41%	10%
Holland	29	21%	86%	7%	55%	3%	21%	0%	45%	0%
Sviss	29	14%	83%	0%	52%	7%	28%	0%	17%	17%
Bretland	17	12%	88%	0%	77%	29%	29%	0%	29%	12%
Kanada	14	21%	100%	14%	71%	7%	50%	14%	21%	0%
Danmörk	12	25%	83%	0%	50%	33%	0%	0%	33%	0%
Belgía	12	25%	83%	8%	58%	8%	17%	0%	33%	17%
Austurríki	8	38%	63%	13%	75%	25%	38%	0%	50%	25%
Ástralía	11	46%	73%	0%	27%	27%	18%	0%	36%	0%
Svíþjóð	9	33%	89%	11%	100%	0%	11%	0%	56%	11%
Tékkland	7	0%	86%	0%	29%	14%	14%	0%	29%	29%
Annað	39	23%	67%	5%	74%	5%	18%	3%	28%	3%

Tafla 20. Ánægja, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
Allir	502	40,0%	49,6%	9,6%	0,6%	0,2%
Kyn						
Kona	253	37,9%	50,6%	11,1%	0,4%	0,0%
Karl	247	42,5%	48,6%	7,7%	0,8%	0,4%
Aldur						
18-24 ára	48	25,0%	56,3%	18,8%	0,0%	0,0%
25-34 ára	123	41,5%	50,4%	7,3%	0,8%	0,0%
35-44 ára	91	31,9%	59,3%	8,8%	0,0%	0,0%
45-54 ára	112	42,0%	50,9%	7,1%	0,0%	0,0%
55-64 ára	80	47,5%	37,5%	11,3%	2,5%	1,3%
65 ára og eldri	35	48,6%	37,1%	14,3%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	24	37,5%	37,5%	20,8%	4,2%	0,0%
Bretlandseyjar	52	63,5%	30,8%	5,8%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	275	33,8%	54,2%	10,9%	0,7%	0,4%
Mið-Evrópa	18	38,9%	50,0%	11,1%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	59	27,1%	67,8%	5,1%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	57	57,9%	36,8%	5,3%	0,0%	0,0%
Asía	3	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	11	72,7%	18,2%	9,1%	0,0%	0,0%
Annað	3	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	126	38,9%	50,0%	10,3%	0,8%	0,0%
Frakkland	89	27,0%	60,7%	12,4%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	42	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Ítalía	42	64,3%	31,0%	4,8%	0,0%	0,0%
Spánn	28	25,0%	64,3%	10,7%	0,0%	0,0%
Holland	28	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Sviss	25	8,0%	68,0%	16,0%	4,0%	4,0%
Bretland	16	31,3%	62,5%	6,3%	0,0%	0,0%
Kanada	14	35,7%	57,1%	7,1%	0,0%	0,0%
Danmörk	9	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	10	60,0%	30,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	72,7%	18,2%	9,1%	0,0%	0,0%
Ástralía	11	36,4%	27,3%	27,3%	9,1%	0,0%
Svíþjóð	9	44,4%	55,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	7	71,4%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	35	34,3%	42,9%	22,9%	0,0%	0,0%

6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Húsavík sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölinu á Húsavík eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 103 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Allt er fullkomið, kærar þakkir.

Allt er í góðu lagi eins og er.

Allt frábært.

Allt fullkomið, takk fyrir.

Bátsferðinni var aflýst vegna veðurs.

Betri vegvísa fyrir styttri gönguleiðir s.s. meðfram strandlengjunni.

Bílaleigu.

Djúpsjárveiðar, stangveiði í ám.

Eitthvað spennandi eins og river rafting eða einhvers konar fjallamennsku

Ekkert - kannski sólskin :)

Engar kvartanir :)

Engin farfuglaheimili á Húsavík.

Ég elska blakvöllinn.

Ég elska Húsavík.

Ég elska þennan bæ! Haldið honum eins og hann er og ég mun sjá ykkur fljótt aftur.

Ég er að fara í hvalaskoðun og á hvalasafnið.

Ég er bara að keyra í gegn.

Ég er mjög heppin.

Ég er ósáttur við að hvalaskoðunarferðinni hafi verið aflýst.

Ég er vonsvikinn að hafa ekki getað séð hvali vegna veðurs (x2).

Ég fer í hvalaskoðun eftir klukkutíma.

Ég hef stoppað of stutt til að segja til um það.

Ég kann virkilega vel að meta Könnunarsögusafnið.

Ég kom hingað árið 2003 og var í tvo daga á Húsavík.

Ég var að koma (x2).

Ég vildi að það væru fleiri rútur í Ásbyrgi, eða í norðaustur átt (það er bara ein á morgnana og það er ekki nóg).

Fallegur bær (x2).

Fallegur staður, margir veitingastaðir, mjög hjálpsamt og vingjarnlegt starfsfólk í miðasölu hvalaskoðunarinnar.

Fjórhjólaferðir, snjósleðaferðir.

Flotbryggjur fyrir báta sem koma að.

Fullkomlega ánægður.

Getur maður keypt ferskan fisk hérna?

Gistiþjónustan (gistiheimili/farfuglaheimili) er of dýr.

Gistiþjónustan er of dýr. Ekki nægilegt pláss á hafnarsvæðinu fyrir veitingahús.

Gott hvalasafn á góðu verði.

Góð hvalaskoðunarferð.

Góður matur, sjávarréttirnir ekkert of dýrir .

Hátt verðlag...

Heita laug.

Hita.

Hvalasafnið.

Hvalasafnið, veitingastaður, hvalaskoðun.

Hvalaskoðunarferðin var frábærlega skipulögð. Leiðsögumaðurinn og skipstjórinn voru hreinskilnir og mjög vingjarnlegir. Fullkomið. Verðlagningin í bakaríinu er of há! Hver getur greitt fyrir þetta??

Hvalaskoðunarferðin okkar var felld niður vegna veðurs, svo við erum að reyna að skoða okkur um á meðan við bíðum eftir rútunni.

Hvalaskoðunarferðinni var aflýst vegna veðurs.

Hvar fæst ferskur fiskur? Hér snýst allt of mikið um hvali!

Hvers vegna er Ísland svona dýrt land ?

Ísland er hræðilega dýrt land. Verðlagið er fátítt, ég mun aldrei koma hingað aftur vegna þess. Landið stendur ekki undir þessu fátíttu verðlagi.

Ítarlegar upplýsingar um svæðið áður en maður kemur (50-60km í burtu).

Kafbátaferðir, sjósund.

Kvikmyndahús? :)

Könnunarsögusafnið var frábært.

Losið ykkur við tímabundin bílastæði (30mín/90mín). Það er ekki nóg fyrir fólk sem fer í hvalaskoðun.

Lundasafn.

Megin tilgangur ferðarinnar var að sjá hvali og þar sem ég hef ekki séð þá enn á ég erfitt með að koma með athugasemdir. Engir hvalir = vonbrigði, hvalir = mikil ánægja.

Meira bryggjupláss fyrir báta sem koma að.

Meira framboð af ferskum fiski!! Meira framboð af reyktum fiski!!!

Meira framboð af útivistarmöguleikum.

Meira úrval matar, ferskvöru (fisks).

Meira úrval veitingastaða, kaffihúsa fyrir fólk sem keyrir í gegn og dvelur á staðnum.

Meiri samskipti á milli afþreyingaraðila/veitingastaða - hvað er í gangi á hverjum stað á kvöldin o.s.frv.

Metið söfnin betur. Það vantar skilti sem vísa á þau.

Mjög fallegur staður (x3).

Mjög hissa að sjá hvergi Nettó eða Bónus! Fallegur staður, jafnvel þegar það er skýjað.

N.a.

Nei (x3).

Nei takk.

Nei, allt var mjög gott! Mjög gott og vingjarnlegt fólk, við munum mæla með staðnum heima.

Of mikil markaðsvæðing í kringum hvalaskoðunina.

Safnið var mjög áhugavert, vonbrigði að við gátum ekki farið í hvalaskoðun.

Selir?

Skýrari upplýsingar um bílastæði.

Sól (x2).

Staðurinn uppfyllir allar mínar kröfur.

Starbucks og meira úrval matvöru - ferska ávexti.

Svo gaman - svo gott. Það er dásamlegt hér.

Söfnin eru frekar dýr miðað við stærð. Lítil bær.

Tónlist: Hvalasöng í búðirnar.

Undurfagur bær, við hefðum viljað dvelja hér lengur.

Vantar betri aðgang að ströndinni, t.d. fyrir nestisferð.

Veitingastaðirnir voru fullbókaðir og það var varla nokkurs staðar hægt að fá mat. Það var einungis hægt að fara á barinn á Fosshotel. Verðlagið er mjög hátt.

Við erum bara að keyra í gegn svo við höfum ekki eytt miklu hér.

Við héldum að við gætum gengið meðfram strandlengjunni, en svo var ekki.

Við sáum enga hvali þar sem veðrið var svo vont og börnin máttu ekki vera um borð í bátnum.

Við vorum að koma.

Það er frábært eins og það er.

Það fer allt eftir því hvort við sjáum hvali. Bærinn hefur meira áberandi yfirbragð ferðaþjónustu en aðrir staðir sem við höfum heimsótt.

Það mætti takmarka fjölda hvalaskoðunarferða svo hvalirnir fái meiri frið fyrir bátunum og ferðamönnum.

Það væri betra að hafa meiri upplýsingar á frönsku á söfnunum (að Hvalasafninu undanskildu).

Það væri frábært ef það væru náttúruböð í nágrenninu.

Þegar ég valdi mér hvalaskoðunarfyrirtæki, fór ég eftir því hvort fyrirtækið hefði starfsvenjur í umhverfismálum og fylgdi "code of conduct". Verndun hvala og náttúru er mér mikilvæg.

Þetta er gott eins og það er.

Þráðlaust net (hot spot).

6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



Visitor survey in Húsavík, summer 2015

Húsavík
Academic Center

This survey is conducted by the Húsavík Academic Center. The aim of this study is to gather information about those visiting our community in order to improve tourist services in Húsavík. We would be grateful if you could spare few minutes to respond to this survey. Answers will be treated anonymously.

1. Gender Female Male

2. Year of birth _____

3. Country of residence? _____

4. Your travel companion(s)?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> None | <input type="checkbox"/> Co-workers |
| <input type="checkbox"/> Family/friends/partner | <input type="checkbox"/> Organized tour group |
| | <input type="checkbox"/> Others, who? _____ |

5. Where did you spend the night before arriving in Húsavík?

6. Where will you spend the first night after leaving Húsavík?

7. Did you stay in Húsavík last night or will you stay tonight?

- Yes No (If no, please go to question 9)



8. What sort of accommodation did you/will you use in Húsavík?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping site | <input type="checkbox"/> Hotel |
| <input type="checkbox"/> Farm Holidays | <input type="checkbox"/> Summer house/Cottages |
| <input type="checkbox"/> Hostel | <input type="checkbox"/> Family/friends |
| <input type="checkbox"/> Private rental (e.g. Airbnb) | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse | |

9. What is the main purpose of your visit to Húsavík?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Holiday | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/friends |
| <input type="checkbox"/> Business trip/Conference | <input type="checkbox"/> Event/festival |
| <input type="checkbox"/> Other, what? _____ | |

10. Please specify why you chose to travel to Húsavík:

11. When did you decide to visit Húsavík? (multiple choices)

- Before the journey to Iceland began
- After the journey to Iceland began
- It was the reason for coming to Iceland
- Húsavík was only a drive through

12. Where did you get information about Húsavík? (multiple choices)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Friends and relatives | <input type="checkbox"/> Books and guides |
| <input type="checkbox"/> Fairs and/or exhibitions | <input type="checkbox"/> It was part of the travel package |
| <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Information website: specify . |
| <input type="checkbox"/> Travel agency | <input type="checkbox"/> Other, what: _____ |



14. How did you travel to Húsavík?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bus (Scheduled service) | <input type="checkbox"/> Tour bus |
| <input type="checkbox"/> Your own car | <input type="checkbox"/> Cruise/sail |
| <input type="checkbox"/> Rental car | <input type="checkbox"/> Bicycle |
| <input type="checkbox"/> Friend's car | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Flight | |

15. How long do you expect your total stay in Húsavík to be?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 – 3 hours | <input type="checkbox"/> 25 – 48 hours |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 hours | <input type="checkbox"/> 3 – 4 days |
| <input type="checkbox"/> 7 – 12 hours | <input type="checkbox"/> 5 – 6 days |
| <input type="checkbox"/> 13 – 24 hours | <input type="checkbox"/> More _____ days |

16. Please mark all aspects/activities you plan to experience during your stay in Húsavík?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Hiking |
| <input type="checkbox"/> Whale watching | <input type="checkbox"/> Night life |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall | <input type="checkbox"/> Horse trips |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Fishing |
| <input type="checkbox"/> Museum | <input type="checkbox"/> Photography |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |

In questions 17 and 18 we seek information on the total tourist expenditure in Húsavík for the last 24 hours (one day) and what it was spent on.

- Please specify all your spending (or that of your group) in Húsavík last 24 hours. Please specify as well if you have prepaid any services or will pay later for services or goods consumed within a period of 24 hours (or total expenditure during your stay if it has been shorter than 24 hours).
- If you are in a group (e.g. family) where one person pays all expenditure for the group, please specify the total spending of the group and mark the number of persons in question 17.
- If you pay your own share of joint spending, please specify only your own spending and mark , "1" in question 17.



17. How many people does this expenditure cover?

_____ people

18. How much money did you spend in total on the following things for the last 24 hours in Húsavík? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right, estimates are appreciated).

Accommodation _____

Restaurants/cafés (outside your accommodation) _____

Restaurant/food service within your accommodation _____

Groceries (e.g. food, beverages in supermarkets) _____

Recreation (e.g. tours) _____

Culture (e.g. museum, craftshouse) _____

Souvenirs _____

Gas/oil _____

Shopping (e.g. clothing, goods) _____

Other (please specify what and the amount) _____

Currency

ISK

EUR

GBP

DKK

USD

Other

19. Overall, how satisfied are you with your visit to Húsavík?

Very satisfied Satisfied Neutral Dissatisfied Very dissatisfied

20. Is there anything at last you would like to add? Some activity, service, attraction, entertainment etc. you would like to see in Húsavík?

Thank you for your participation and have a pleasant stay in Iceland





**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

Desember 2016



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurslóð, IS-600 Akureyri
Sími: (+354) 460-8930
Fax: (+354) 460-8919
Rafpóstur: rmf@unak.is
Veffang: www.rmf.is

Titill: Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir
Skönnun spurningalista og forvinna gagna: Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála
Prentun: [Stell \(www.stell.is\)](http://www.stell.is)

Númer: RMF-S-08-2016
ISBN: 978-9935-437-54-9
ISSN: 978-9935

Forsíðumynd: Í Námaskarði © Markaðsstofa Norðurlands

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Höfn í Hornafirði, Húsavík og Siglufirði á sama tíma. Verkefnið var eitt af fjórum verkefnum sem hlaut fjárframlag frá Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu í gegnum Háskólann á Akureyri til rannsókna í ferðaþjónustu árið 2015.

Verkefnið er unnið samhliða öðru verkefni á vegum Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu á Höfn, Siglufirði og í Mývatnssveit. Þar eru könnuð áhrif hins hraða vaxtar atvinnugreinarinnar á íbúa staðanna, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2016).

Grundvöllur þessa verkefnis er rannsókn sem unnin var í Þingeyjarsýslum á tímabilinu 2012-2015 og sneri að aðlögun alþjóðlegra aðferða við gerð ferðaþjónustureikninga á afmörkuðum svæðum landsins í þeim tilgangi að greina efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á svæðinu (Lilja B. Rögnvaldsdóttir 2013, 2014a, 2014b, 2016). Í þessu verkefni er áhersla lögð á greiningu erlendra gesta til svæðisins. Hverjir eru það sem koma og hvað dregur þá til svæðisins? Eftir hverju sækjast þeir og hvað skilja þeir eftir? Svör við slíkum spurningum eru mikilvægar í þeim uppbyggingarfasa sem atvinnugreinin er í víða um land auk þess sem þau gagnast við gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðaþjónustu í hverjum landshluta. Rannsóknin var samstarfsverkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Húsavík, Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri og Þekkingarnets Þingeyinga. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðaþjónustu á hverjum stað. Þeim, spýrlum og öðrum sem komu að verkefninu eru færðar sérstakar þakkir fyrir framlag sitt.

Helstu niðurstöður verkefnisins eru að ferðahegðun, dvalarlengd og útgjaldamynstur erlendra ferðamanna var misjafnt eftir rannsóknarsvæðunum. Ástæða heimsóknar var einnig ólík sem og ákvörðunartími hennar. Í Mývatnssveit var fegurð svæðisins það sem helst dró erlenda ferðamenn til staðarins og 75% aðspurðra höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands sem er hærra hlutfall en á samanburðarsvæðunum. Um 96% aðspurðra voru ýmist ánægðir eða mjög ánægðir með dvöl sína á staðnum og meðaldvalarlengd erlendra gesta í Mývatnssveit var um 21 klst. sem er heldur lengri dvalartími en á hinum stöðunum þremur. Um 46% gestanna dvaldi yfir nótt og meðalútgjöld þeirra á sólarhring reiknuðust 10.333 kr. Stærsti útgjaldaliðurinn var vegna gistiþjónustu. Í Mývatnssveit var hlutfall þeirra sem ferðuðust með hópferðabíl hærra en á hinum stöðunum (24%) en flestir ferðuðust þó með bílaleigubíl (58%). Algengast var að erlendir gestir svæðisins væru á ferð með fjölskyldu eða vinum (76%).

Fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit er áætlaður um 303 þúsund árið 2015. Þegar umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldataölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðaþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 3,0-3,2 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 290-305 þúsund gestir hafi heimsótt staðinn. Hafa ber í huga að í könnunum sem þessum skal túlka niðurstöðurnar sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá þeim.

EFNISYFIRLIT

Efnisyfirlit.....	iii
1 Inngangur	1
1.1 Bakgrunnur könnunar.....	1
1.2 Markmið	2
2 Aðferðafræði	3
2.1 Spurningakönnun	4
2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum	5
2.1.2 Ferðatengdar spurningar	6
2.1.3 Útgjöld ferðamanna	6
2.2 Úrtak.....	8
2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum.....	11
3 Niðurstöður	15
3.1 Búsetuland.....	16
3.2 Ferðafélagar.....	18
3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?	19
3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?	20
3.5 Gisting.....	21
3.6 Gistimáti	22
3.7 Dvalarlengd.....	23
3.8 Tilgangur heimsóknar	24
3.9 Ástæða heimsóknar	26
3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn	27
3.11 Uppruni upplýsinga um Mývatnssveit.....	28
3.12 Ferðamáti	30
3.13 Afþreying	31
3.14 Útgjöld	32
3.15 Ánægja.....	36
3.16 Athugasemdir	37
3.17 Umfang og áhrif.....	38
3.18 Samantekt.....	43
4 Umræður og ályktanir	45
5 Heimildir	47
6 Viðaukar.....	51
6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur.....	51
6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit sumarið 2015	61
6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin	65

Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit eftir búsetulandi sumarið 2015.....	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta í Mývatnssv. í samanburði við Þjóðerni brottfararfarþ. í KEF.....	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða	19
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?	19
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?	20
Mynd 7. Dvaldir þú í Mývatnssveit síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?	21
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015	21
Mynd 9. Hvaða gístiaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér í Mývatnssveit?	22
Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða	23
Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín í Mývatnssveit muni vara?	23
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða	24
Mynd 14. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Mývatnssveitar?	25
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða	25
Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Mývatnssveit varð fyrir valinu sem áfangastaður	26
Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?	27
Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða	28
Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Mývatnssveit/Ísland	29
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða	29
Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Mývatnssveitar?	30
Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða	31
Mynd 23. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér í Mývatnssveit	32
Mynd 24. Vinsamlegast tilgreindu hver sólarhringsútgjöld þín voru í Mývatnssveit	34
Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína í Mývatnssveit?	36
Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða.....	37
Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit	38
Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit 2005-2016.....	39
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og heildarfj. erl. ferðamanna á Ísl.....	40
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og erlendra gesta Jarðbaðanna	40
Mynd 31. Fjöldi gesta Jarðbaðanna í Mývatnssveit 2005-2016	41
Mynd 32. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014	42

Töfluskrá

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðarþjónustu	7
Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni	8
Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk.....	9
Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum	10
Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu.....	13
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda	15
Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum	33
Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða.....	35
Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur.....	51
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	52
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	53
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur	54
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur	55
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?	56
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	57
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	58
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	59
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur	60

1 INNGANGUR

Ísland hefur markað sér sess sem áfangastaður ferðamanna og tekur á móti vaxandi fjölda gesta ár hvert. Efnahagslegt mikilvægi atvinnugreinarinnar er ótvírætt en þó misjafnt eftir svæðum. Sumstaðar hefur vöxtur ferðaþjónustunnar verið slíkur að hún telst ein af grunnstoðum atvinnulífsins á meðan hún hefur minniháttar áhrif annars staðar. Ólíkar ástæður eru fyrir vali ferðamanna á áfangastöðum innanlands og þarfir þeirra geta verið misjafnar eftir svæðum. Því er mikilvægt að hvert svæði þekki sérkenni og þarfir gesta sinna sem og heimamanna til að atvinnugreinin geti vaxið og þróast á sem farsælastan hátt.

Alþjóðaferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á að lönd greini ólíka þætti ferðaþjónustu eftir afmörkuðum svæðum. Rök ráðsins fyrir því eru meðal annars að leggja þurfi áherslu á sérkenni hvers svæðis í allri markaðssetningu. Einnig geti gestir svæðanna haft ólíkar þarfir, ferðavenjur og útgjaldamynstur eftir stöðum sem mikilvægt sé að þekkja. Ráðið nefnir auk þess að sérstaka stefnu þurfi að marka í ferðaþjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðaþjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðaþjónustutengdar vörur og þjónustu eftir alþjóðlegum stöðlum og bera saman á milli svæða sem og við landið í heild. Meðal þess sem þurfi að skoða sérstaklega sé fjöldi ferðamanna á hverjum stað, einkenni þeirra og útgjöld. Ráðið mælir með notkun handbókar Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðaþjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu voru viðfangsefni rannsóknarverkefnis Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sem unnið var í samstarfi við Rannsóknasetur Háskóla Íslands á Húsavík og Þekkingarnet Þingeyinga á tímabilinu 2012-2015. Ferðahegðun og útgjaldamynstur erlendra ferðamanna voru metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðaþjónustuaðila þar sem lykiltölur úr rekstri voru skoðaðar. Niðurstöður hafa verið birtar í fjórum skýrslum sem gefnar voru út á tímabilinu 2013-2016 (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2013, 2014a, 2014b, 2016). Þetta verkefni byggir á þeirri rannsókn.

1.1 Bakgrunnur könnunar

Skortur á áreiðanlegum og alþjóðlega samanburðarhæfum gögnum í ferðaþjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar, 2015; Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir, 2013). Þegar litið er til afmarkaðra svæða á landinu er gagnaskortur sérstaklega áberandi. Þó ber að nefna að Hagstofa Íslands hefur reglulega tekið saman og birt upplýsingar um fjölda gistinátta og gestakoma eftir átta svæðum

landsins (Hagstofa Íslands, e.d.b.) og Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur safnað saman gögnum um fjölda skemmtiferðaskipa og farþega þeirra eftir höfnum og tímabilum (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016). Upplýsingar um fjölda ferðamanna hafa ekki verið birtar með skipulögðum hætti eftir svæðum en Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar hefur gefið út skýrslur þess efnis fyrir nokkur svæði landsins eftir völdum tímabilum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016). Einnig hafa verið settir upp bílateljarar á ferðamannastöðum víða um land sem gefa vísbendingar um fjölda ferðamanna og þróun hans (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015). Við gerð þessarar rannsóknar var litið til ofanefndra gagna en að auki voru kannanir meðal erlendra brottfararfarþega í millilandaflugi á Akureyri sem framkvæmdar voru á árunum 2009-2012 af Rannsóknamiðstöð ferðamála hafðar til hliðsjónar. Þar var könnuð upplifun ferðamanna af heimsókn þeirra til Norðurlands auk þess sem ferða- og neysluhegðun var metin (Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2011, 2012; Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Einnig var horft til útgjalda- og ferðavenjukannana Þekkingarnets Þingeyinga sem framkvæmdar voru sumrin 2008 og 2010 á Húsavík (Andri V. Ívarsson og Óli Halldórsson, 2011; Rannveig Guðmundsdóttir og Andri V. Ívarsson, 2008). Þar að auki voru ferðavenjukannanir Ferðamálastofu í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Ferðamálastofa, 2014a, 2014b) hafðar til hliðsjónar þar sem mikilvægt er að ná samanburði milli niðurstaðna svæðisbundinna kannana sem og kannana á landsvísu. Megin grunnur þessa verkefnis er þó fyrrgreint verkefni um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum.

1.2 Markmið

Markmið verkefnisins var eftirfarandi:

1. Að greina hvað helst einkennir erlenda gesti hvers svæðis.
2. Að kanna ferðavenjur erlendra gesta á hverjum stað.
3. Að kanna meginástæðu gestanna fyrir vali á áfangastað.
4. Að kanna almenna ánægju gesta eftir svæðum.
5. Að kanna útgjöld erlendra gesta á hverjum stað og áætla umfang atvinnugreinarinnar út frá þeim.
6. Að kanna tölfræðilegan mun á ofantöldu milli svæða þar sem þess gefst kostur.

2 AÐFERÐAFRÆÐI

Með ferðapjónustureikningum gefst kostur á að mæla beint framlag ferðapjónustunnar til þjóðarbúsins. Reikningarnir byggja á grunnkerfi þjóðhagsreikninga (e. *System of National Accounts*) (Dwyer, Forsyth og Spurr, 2004; Frechtling og Smeral, 2010; Zhou, Yanagida, Chakravorty og Leung, 1997) og eru unnir eftir alþjóðlegri forskrift ferðapjónustureikninga þar sem tveimur meginritum er fylgt:

1. 2008 Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)
2. 2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) (United Nations, 2010a; 2010b).

Þessi rit eru gefin sameiginlega út af Efnahags og framfarastofnuninni (OECD), Hagstofu Sameinuðu þjóðanna (UNSD), Hagstofu Evrópusambandsins (Eurostat) og Alþjóðaferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNWTO).

Á Íslandi hafa verið gefnir út ferðapjónustureikningar fyrir tímabilið 2000-2013. Hluti þeirra hefur verið uppfærður til ársins 2015 (Hagstofa Íslands, e.d.a.). Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands einskorðast við niðurstöður á landsvísu. Þá er engu að síður hægt að vinna fyrir afmörkuð svæði (e. *regional TSA*), en sú framkvæmd inniheldur óhjákvæmilega hnökra þegar smærri svæði með takmörkuðu gagnaframboði eru til skoðunar (United Nations, 2010b). Er það m.a. vegna þess að ekki liggur alltaf ljóst fyrir hvar uppruni tekna í ferðapjónustu er og starfsemi lögaðila getur jafnvel dreifst á marga staði. Skilgreining áfangastaðar getur einnig verið vandasöm. Almennt má segja að áfangastaður sé svæði þar sem áhrifa ferðapjónustu gætir. Hann snýst í raun um þrjú megin skilyrði; aðgengi, aðstöðu og aðdráttarafi (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013) og getur miðast við bæjarmörk, náttúruperlu eða annað afmarkað landsvæði. Afmörkun áfangastaða fer ekki endilega saman við afmörkun hagskýrslusvæða á hverjum stað (OECD, 2016) og því geta tölfræðileg gögn um áfangastaði verið af skornum skammti líkt og raunin er á Íslandi.

Í ferðapjónustureikningum er umfang atvinnugreinarinnar annars vegar metið út frá framboðshliðinni þar sem tölfræðin er unnin út frá grunnkerfi þjóðhagsreikninga. Hins vegar er það metið út frá eftirspurnarhliðinni á grundvelli neyslu ferðamanna (United Nations, 2010b). Leitast var við að fylgja aðferðafræði við gerð ferðapjónustureikninga eins og kostur var í þessu verkefni en óhjákvæmilega fylgdu því takmarkanir sökum þess sem tilgreint er hér að framan. Ekki voru fánægjandi gögn um atvinnugreinina eftir rannsóknarsvæðum í þjóðhagsreikningum svo verkefnið einskorðast við mat á áhrifum erlendra gesta út frá eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar. Engu að síður var stuðst við alþjóðlega forskrift ferðapjónustureikninga við þá framkvæmd eins og kostur var. Flokkun útgjaldaliða byggir á sömu flokkun og mælt er til í forskrift ferðapjónustureikninga auk þess sem leiðarvísir

Alþjóðaferðamálaráðs SP um meðferð ferðapjónustutölfræði (United Nations, 2010a; UNWTO, 2014) var hafður til hliðsjónar við gerð spurninga. Þar að auki var stuðst við þær innlendu rannsóknir sem nefndar voru í kafla 1.1 við gerð spurningalistans.

Við framkvæmd ferðapjónustukannana á dreifbýlum svæðum á Norðurlöndunum hefur hið svokallaða Norræna módel (e. *Nordic model*) stundum verið notað við mat á áhrifum ferðapjónustu. Það hefur hentað vel á svæðum þar sem fyrirliggjandi gögn eru takmörkuð, s.s. í norðurhluta Finnlands. Líkt og í tilviki ferðapjónustureikninga byggir módelið á tveimur megináferðum, tekjumódeli (e. *income model*) sem metur framboðshlið ferðapjónustunnar og útgjaldamódeli (e. *expenditure model*) þar sem eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar er viðfangsefnið og gagna er aflað með spurningakönnunum meðal ferðamanna (Kauppila og Karjalainen, 2012; Saarinen, 2003). Áðferðirnar eiga það sameiginlegt að hafa það að meginmarkmiði að skilgreina og meta umfang og virði ferðapjónustunnar eftir fyrirfram skilgreindum flokkum og var Norræna módelið því einnig haft til hliðsjónar við framkvæmd spurningakönnunarinnar meðal erlendra ferðamanna í þessu verkefni.

Þegar ferðapjónusta á afmörkuðum svæðum landsins er skoðuð sérstaklega, líkt og gert er í þessu verkefni, er mælt til þess að neytendur þjónustunnar séu greindir í þrjá hópa: Erlenda gesti, innlenda gesti sem búsettir eru á öðrum svæðum landsins og íbúa svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðavenjur og neyslumynstur innlendra gesta þarf að meta með öðrum áðferðum en erlendra gesta. Mælt er til að framkvæmdar séu sérstakar kannanir meðal heimila landsins (e. *household surveys*) þar sem kannaðar eru sérstaklega ferðavenjur innlendra gesta og útgjöld. Fjöldi gistinátta er einnig mikilvæg mælieining í þessu tilliti (United Nations, 2010a). Frá árinu 2009 hefur Ferðamálastofa framkvæmt árlega netkönnun meðal Íslendinga um ferðalög þeirra innanlands og erlendis (Ferðamálastofa, e.d.a.) og Hagstofa Íslands heldur úti samfelldri rannsókn á útgjöldum heimilanna (Hagstofa Íslands, 2013). Ekki var unnt að greina umfang ferðapjónustu vegna innlendra gesta á afmörkuðum svæðum landsins út frá þeim könnunum svo einungis var til skoðunar fjöldi gistinátta íslenskra gesta á hverjum stað og aðrar fjöldatölur þar sem þær voru fáanlegar.

2.1 Spurningakönnun

Spurningakönnunin¹ sem er grundvöllur þessarar rannsóknar einskorðast við erlenda gesti á Íslandi (e. *inbound visitors*). Flestar spurningarnar sem lagðar voru fyrir viðmælendur voru lokaðar (e. *structured questions*) þar sem ferðamenn merktu við þann svarmöguleika sem átti best við í þeirra tilfalli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

¹ Sjá viðauka 3

nákvæmar upplýsingar eftir því sem við átti hverju sinni. Þar að auki gafst svarendum kostur á að koma athugasemdum á framfæri í opinni spurningu.

Í töflu 1 eru tilgreindir þeir þættir sem mælst er til af Alþjóðaferðamálaráðinu að gagna sé aflað um til að greina helstu einkenni gesta og ferðar. Ekki reyndist unnt að spyrja um alla þá þætti sem ráðlagðir eru þar sem könnunin takmarkaðist við 20 spurningar. Þær bakgrunnsbreytur sem valdar voru í þessari könnun varðandi einkenni gesta voru aldur, kyn og búsetuland. Ekki var spurt um menntun, stöðu eða tekjur. Í tengslum við einkenni ferðarinnar var spurt um tilgang og tegund ferðarinnar, dvalarlengd, uppruna og áfangastað, ferða- og gistimáta (sjá skáletrað í töflu 1).

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).

Helstu einkenni gesta	Helstu einkenni ferðar
<i>Aldur</i>	<i>Tilgangur ferðar</i>
<i>Kyn</i>	<i>Tegund ferðar</i>
<i>Efnahagsleg staða</i>	<i>Dvalarlengd</i>
<i>Starf</i>	<i>Uppruni og áfangastaður</i>
<i>Tekjur</i>	<i>Ferðamáti</i>
<i>Menntun</i>	<i>Gistimáti</i>

2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum

Samkvæmt forskrift Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðþjónustutölfræði er mikilvægt að ferðamenn séu greindir eftir búsetulandi en ekki þjóðerni. Einstaklingar eru skráðir eftir þjóðerni eða ríkisborgararétti í vegabréfum en geta haft fasta búsetu annars staðar. Búsetuland í þessu tilviki er skilgreint á sama hátt og gert er í þjóðhagsreikningum og notað er við útreikning á greiðslujöfnuði Seðlabankans. Greining á búsetulandi gerir flokkun gesta eftir uppruna ferðar og áfangastað mögulegan (United Nations, 2010a). Upplýsingar um búsetuland þarf að nálgast með sérstakri spurningu til gestanna og getur þetta því valdið misræmi þegar niðurstöður eru bornar saman við þjóðerni gesta sem er skráð við brottför í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Í könnun Ferðamálastofu um ferðavenjur erlendra ferðamanna er bæði spurt um búsetuland og þjóðerni hverju sinni (Ferðamálastofa, 2014a).

Sú tegund ferðamanna sem rannsóknin nær yfir er skilgreind sem *gestur* (e. *visitor*) eða „einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en 12 mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til“ (Samgönguráðuneytið, 1996, bls. 17; United Nations, 2010a, bls. 101). Gestir geta bæði verið dagsgestir (e. *excursionists*) og ferðamenn (e. *tourists*) eftir því hvort þeir dvelja yfir nótt á áfangastað eður ei (United Nations, 2010a).

2.1.2 Ferðatengdar spurningar

Þátttakendur voru sérstaklega spurðir út í heimsókn sína til staðarins og ferðahegðun sína á meðan á dvöl þeirra á staðnum stóð. Með heimsókn þeirra er átt við skilgreiningu Alþjóðaferðamálaráðsins á heimsókn gesta til staðar meðan á ferðalagi stendur (e. *tourism visit*). Heimsóknin þarf ekki að fela í sér gistingu á staðnum en viðkomandi verður engu að síður að stoppa um stund. Engin lágmarks dvalartími hefur verið skilgreindur í þessu samhengi. Þeir gestir sem keyra í gegnum svæðið án þess að gera hlé á ferð sinni teljast ekki til gesta svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðamenn sem stofna til tímabundins starfssamnings meðan á dvöl þeirra á svæðinu stendur eru einnig undanskildir skilgreiningunni gestir (United Nations, 2010a).

2.1.3 Útgjöld

Með útgjöldum gesta (e. *visitor expenditure*) er átt við þá upphæð sem greidd er fyrir kaup á neysluvörum og þjónustu sem og fyrir önnur verðmæti til eigin nota eða gjafa á meðan á ferðalagi stendur. Það felur í sér útgjöld gesta sem greidd eru af þeim sjálfum eða af öðrum fyrir þeirra hönd (OECD, 2010; United Nations, 2010a, 2010b).

Í þessu tilliti skiptir tímasetning útgjalda máli, sér í lagi þar sem ferðalög geta verið greidd fyrirfram eða jafnvel eftir á með greiðslukortareikningi. Í verkefninu er stuðst við reglur þjóðhagsreikninga um einkaneyslu þar sem miðað er við að neyslan eigi sér stað við afhendingu þjónustu eða við eigendaskipti vöru hvort sem peningaleg greiðsla á sér stað um leið eða ekki (United Nations, 2010a). Útgjöld vegna gistiþjónustu eru því talin þann sólarhring sem dvalið er á gististaðnum, vegna ferða þann sólarhring sem ferðin á sér stað o.s.frv.

Kaup á öllu því sem flokkast sem neysluvörur eða þjónusta í þjóðhagsreikningum getur flokkast sem útgjöld ferðamanna. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgrip, tæknivörur o.s.frv. (United Nations, 2010a).

Mælst er til að ferðamenn flokki útgjöld sín eftir tilgangi í eftirfarandi liði (United Nations, 2010b):

1. Pakkaferð
2. Gistiþjónusta
3. Veitingaþjónusta
4. Samgöngur á áfangastað
5. Samgöngur milli landa
6. Afþreying og tómstundastarfsemi
7. Ýmis verslun
8. Annað

Í þessu verkefni var ekki spurt um heildarkostnað pakkaferðar (1) og ekki samgöngur á milli landa (5) þar sem það átti ekki við um útgjöld innan áfangastaðar. Í tilvikum þeirra gesta sem voru í pakkaferð voru útgjöld á áfangastað áætluð út frá sérstaklega tilgreindum vöru- og þjónustukaupum svarenda á svarseðli. Við flokkun útgjalda var einnig höfð til hliðsjónar flokkun Hagstofunnar við gerð ferðaðjónustureikninga (tafla 2) (Hagstofa Íslands, e.d.a.).

Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðaðjónustu (Hagstofa Íslands, e.d.a.)

Einkennandi atvinnugreinar í ferðaðjónustu	Aðrar atvinnugreinar
1. Gistiþjónusta	10. Ýmis verslun
2. Veitingaðjónusta	11. Önnur þjónusta
3. Farþegaflutningar á landi	
4. Farþegaflutningar á sjó	
5. Farþegaflutningar með flugi	
6. Leiga flutningatækja, bílaleiga ofl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómstundastarfsemi	

Atvinnugreinaflokkar ferðaðjónustureikninga eru fleiri en grunnflokkar útgjalda hér að framan. Útgjöldum vegna menningarstarfsemi var bætt við útgjaldalistann (tafla 3) auk þess sem veitingaðjónusta var sundurliðuð eftir því hvort hún var innan gististaðar eða utan líkt og gert er í ferðaðjónustureikningum. Ekki var spurt sérstaklega um útgjöld vegna ferðaskrifstofa innan áfangastaðar þar sem kaupanda afþreyingar eða annarrar þjónustu getur ekki alltaf verið ljóst hvort söluaðili sé skráður ferðaskipuleggjandi eða ferðaskrifstofa.

Ýmis verslun var sundurliðuð í þrjú undirflokkar: Matvöru, minjagrip og aðra verslun til að ná gleggri mynd af útgjaldamynstri gesta á hverju svæði í verslunum. Endanleg flokkun útgjaldaliða var eins og hún kemur fyrir í töflu 3. Allar upphæðir eru á verðlagi ársins 2015.

Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni

Gistþjónusta
Veitingaþjónusta innan gististaðar
Veitingaþjónusta utan gististaðar
Samgöngur
Afbreyting og tómstundastarfsemi
Menningarstarfsemi
Verslun - matvara
Verslun - minjagripir
Verslun – aðrar vörur
Annað

2.2 Úrtak

Val á úrtaksaðferðum í ferðavenjurannsóknum getur verið vandasamt þar sem upplýsingar um þýðið eru jafnan takmarkaðar og því erfitt að endurspegla það með úrtaki. Sjaldan liggja fyrir upplýsingar um ferðir og dvalarstaði gesta enda geta þessir þættir verið ákveðnir án fyrirvara. Skortur á upplýsingum um meðlimi þýðis útilokar notkun líkindaúrtaks (e. *probability sampling*) og því þarf að beita aðferðum ólíkindaúrtaks (e. *non-probability sampling*) við val á svarendum (Finn, Elliott-White og Walton, 2000). Meðal aðferða ólíkindaúrtaks eru svokölluð hentugleikaúrtök (e. *convenience samples*) sem lýsa sér þannig að svarendur verða fyrir valinu vegna þess að þeir eru staddir á ákveðnum stað á ákveðnum tíma (Finn, Elliott-White og Walton, 2000; Smith, 2010). Algengasta framkvæmd þessara spurningakannanna er á vettvangi (e. *on-site surveys*) þar sem ferðamenn eru ýmist spurðir spurninga af spyrli eða þeim er afhentur spurningalisti sem þeir svara sjálfir (Vaske, 2008). Þegar þessari úrtaksaðferð er beitt ber að túlka niðurstöður sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá niðurstöðunum (Malhotra, 1999; Vaske, 2008). Aðferð hentugleikaúrtaks var beitt í þessu verkefni. Leitast var við að velja sem hlutlausast svæði á hverjum stað sem þó uppfyllti lágmarksskilyrði um umferð ferðamanna og voru spyrjar staðsettir innan þeirra svæða. Vandasamt getur verið að skilgreina svæði sem endurspeglar þýðið sem best og uppfyllir á sama tíma skilyrði um lágmarksfjölda ferðamanna, áreiðanleika og kostnað (Manzanera, Melijosa, Estebanez og Pelaez, 2002). Mælt er með markvissri og öflugri framkvæmd könnunar þá daga sem umferð ferðamanna er mikil og að velja aðra daga af handahófi þegar umferð er minni. Hafa verður í huga hvert hlutfall þeirra daga er sem umferð er meiri en aðra daga þegar framkvæmd könnunar er skipulögð (Manzanera ofl., 2002).

Tímabil framkvæmdar könnunarinnar var dreift yfir sumarmánuðina eins og kostur gafst, en var engu að síður háð möguleika spyrllanna á því að framkvæma könnunina. Jafnvægi var í tíðni framkvæmdar innan dagsins. Þá daga sem veðurskilyrði voru slæm var svarhlutfall lægra þar sem könnunin var framkvæmd utanhúss og erfiðara reyndist að fá ferðamenn til að taka þátt við þær aðstæður. Í verkefninu gafst ekki kostur á öflun gagna yfir vetrartímamann og því byggja niðurstöður þess á niðurstöðum spurningakannanna sem framkvæmdar voru yfir sumartímamann eingöngu. Engar tölfraeðilegar upplýsingar lágu fyrir um ferðahegðun eða útgjöld ferðamanna yfir vetrartímamann á rannsóknarsvæðunum fjórum. Áætlað hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem heimsótti staðina utan sumartíma (á tímabilinu september til maí) var á bilinu 21%-23% á stöðunum þremur á Norðurlandi og 36% á Höfn í Hornafirði (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016).²

Úrtaksskekkja (e. *sampling error*) er óhjákvæmileg þegar úrtak er tekið í rannsóknum, en hún lýsir sér í takmörkunum úrtaks til að endurspeglar þýðið. Líkt og með tegund úrtaksaðferðar hefur stærð úrtaks áhrif á úrtaksskekkjuna en hún eykst í öfugu hlutfalli við stærð úrtaksins. Í upphafi rannsóknar þarf að meta hversu háa úrtaksskekkju rannsóknin þolir. Einnig þarf að mæla stærð þýðis sem og breytileika innan þess (Vaske, 2008).

Í töflu 4 má sjá hver lágmarksstærð úrtaks reiknast m.t.t. stærð þýðis, 95% öryggismörk og $\pm 3\%$, $\pm 5\%$ og $\pm 10\%$ úrtaksskekkju.

Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk (Vaske, 2008, bls. 180)

Stærð þýðis	Úrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk		
	$\pm 3\%$ úrtaksskekkja	$\pm 5\%$ úrtaksskekkja	$\pm 10\%$ úrtaksskekkja
1.000.000.000	1.067	384	96
1.000.000	1.066	384	96
100.000	1.056	383	96
40.000	1.040	381	96
20.000	1.013	377	96
10.000	965	370	95
8.000	942	367	95
6.000	906	361	95
4.000	843	351	94
2.000	696	322	92
1.000	517	278	88
800	458	260	86
600	384	234	83
400	291	196	78
200	169	132	65
100	92	80	49

² Byggt á gögnum um Siglufjörð frá 2013, Mývatnssveit og Húsavík frá 2014 og Höfn frá 2015

Í töflu 4 sést hvernig áhrif úrtaksstærðar minnkar þegar stærð þýðis er komin yfir 40.000. Í verkefninu var reiknuð lágmarksstærð úrtaks m.v. $\pm 5\%$ úrtaksskekku og 95% öryggismörk á hverjum stað samkvæmt jöfnu Dillman (2007) (í Vaske, 2008, bls. 180) sem tafla 3 byggir á:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p-1)(B/C)^2+(p)(1-p)}$$

N_s = Lágmarksstærð úrtaks.

N_p = Stærð þýðis (í þessu tilfalli áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit).

p = líkur á að spurningu sé svarað á ákveðinn hátt (0,5).

B = ásættanleg skekkjumörk (0,05).

C = Z gildi (1,96).

Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum

	Áætlaður fjöldi erl. ³ ferðamanna	Lágmarksstærð úrtaks	Endanlegur fjöldi svara
Húsavík	193.500	383	523
Mývatnssveit	303.000	384	477
Siglufjörður	47.700	381	428
Höfn	273.000	384	550

Endanlegur fjöldi svara var yfir lágmarksstærð úrtaks miðað við 95% öryggismörk og $\pm 5\%$ úrtaksskekku á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Í Mývatnssveit tók framkvæmd könnunarinnar 6 daga. Spyrjar á vegum Þekkingarnets Þingeyinga voru staðsettir framan við hliðið inn að Dimmuborgum. Þeir óskuðu eftir þátttöku allra erlendra ferðamanna sem áttu leið hjá. Þeir gátu í flestum tilfellum svarað könnuninni án aðstoðar. Í þeim tilvikum þar sem ferðamenn voru í hópferð og gátu ekki gefið sér tíma til að svara könnuninni meðan á dvöl þeirra í Mývatnssveit stóð, var haft samband við leiðsögumenn hópsins og óskað eftir því að spurningalistum væri dreift um borð í hópferðabifreiðunum og þeir síðan sendir í pósti til framkvæmdaraðila. Tímabil framkvæmdar var 6. til 28. júlí. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 10-19. Alls voru 722 erlendir ferðamenn beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 484 þátttöku, eða 67%. Gild svör voru 477.

Framkvæmd könnunarinnar var háð því að ferðamenn færu fótgangandi um rannsóknarsvæðið á þeim tíma sem könnunin var framkvæmd. Með því var útilokuð þátttaka þeirra þeirra ferðamanna sem komu til staðarins að kvöldlagi eða snemma um morguninn sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

Sömu aðferð var beitt á öllum rannsóknarsvæðunum en eitt svæði (Höfn) var frábrugðið að því leyti að gagnaöflun fór fram yfir lengra tímabil dagsins (frá kl. 8 til 22). Þar voru niðurstöður greindar

³ Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

sérstaklega eftir því hvort gagnaöflun ætti sér stað eftir kl. 19 (n=133) eða fram til kl. 19 (n=426). Kannað var hvort marktækur munur væri á niðurstöðum eftir gagnaöflunartíma á Höfn. Í einu tilviki mældist munur ($p=0,041$). Munurinn mældist meðal dagsferðamanna þegar spurt var um dvalarlengd, en heildar dvalarlengd stýttist úr 18,4 klst. í 18,0 klst. Þegar einungis var tekið tillit til gagna sem aflað var fyrir kl. 19 á kvöldin. Ekki reyndist marktækur munur á gistihlutfalli ($p=0,302$) né öðrum spurningum sem buðu upp á slíka mælingu. Þegar bornar voru saman niðurstöður spurninga á milli rannsóknarsvæða var í öllum tilfellum notast við niðurstöður út frá gögnum sem spannaði allt gagnaöflunartímabil staðanna að dvalartíma undanskildum þar sem notast var við gagnaöflunartíma fram til kl. 19 á Höfn.

2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum

Þegar söfnun svara lauk voru þau færð inn í tölfraeðiforritið SPSS. Svarblöðin voru skönnuð og niðurstöður forunnar hjá Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri. Við úrvinnslu gagnanna var notast jafnt við SPSS og Excel. Við útreikninga á útgjöldum ferðamanna í erlendum gjaldmiðlum var notast við miðgengi Seðlabanka Íslands þann 15. júlí 2015.

Krosstöflur (e. *crosstabs*) voru notaðar til að skoða dreifingu niðurstaðna eftir bakgrunnsbreytum og eru þær birtar í viðauka 1. Til að meta hvort marktækur munur væri á milli svæða var kí-kvaðrat (e. *chi-square*) marktektarpróf notað þar sem tölfraeðileg marktækni miðaðist við 95% marktektarmörk ($p<0,05$). Í texta um niðurstöður spurninga innan hvers svæðis var einungis vísað í bakgrunnsbreytur sem innihéldu að lágmarki 20 svör.

Í verkefninu eru niðurstöður útgjaldakönnunarinnar margfaldaðar með áætluðum fjölda erlendra gesta á hverjum stað til að meta heildarútgjöld þeirra. Útgjöldin eru túlkuð sem ferðaþjónustutengd velta⁴ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Út frá þeim upplýsingum er launakostnaður áætlaður sem og ársverk í ferðaþjónustu á hverjum stað.

Forsendur ofangreindra útreikninga byggja á skýrslu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum árið 2013 (Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir, 2016). Í því verkefni voru áhrifin mæld út frá eftirspurnarhlið atvinnugreinarinnar með framkvæmd útgjaldakannana meðal erlendra gesta svæðisins. Einnig voru þau metin út frá framboðshlið atvinnugreinarinnar þar sem lykiltalna í ársreikningum ferðaþjónustuaðila var aflað. Viðtöl voru tekin við 102 aðila í ferðaþjónustu þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðaþjónustuhlutfall, launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að

⁴ Virðisaukaskattur meðtalinn

meðaltali 28,9%⁵ af ferðaþjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum voru 324.085 kr. árið 2013 og eru uppreiknuð í þessu verkefni m.v. launavísitölu til júlí 2015, alls 370.484 kr.

Í þessu verkefni einskorðast mat á umfangi atvinnugreinarinnar við eftirspurnarhlið hennar þar sem niðurstöðurnar byggja á upplýsingum um útgjöld erlendra gesta á svæðinu en ekki lykiltölum úr rekstri ferðaþjónustuaðila líkt og í fyrrgreindu verkefni um Þingeyjarsýslur. Hlutfall launakostnaðar og ársverka er fengið úr þeirri skýrslu og reiknast út frá áætluðum heildarútgjöldum erlendra gesta sem túlkuð eru sem ferðaþjónustutengd velta fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta.

Í kafla 2.2 er rætt um val á úrtaki og mögulegar úrtaksskekkjur. Þar kemur m.a. fram að val á rannsóknarsvæði geti verið meðal þess sem hefur áhrif á niðurstöður svæðisbundinna ferðavenjukannana. Þegar vísbendingar eru um að úrtak endurspegli ekki fullkomlega þýðið er mælt til að aðferðum gagnavigtunar sé beitt þar sem það er mögulegt (Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2014; Vaske, 2008). Í slíkum tilfellum þarf að þekkja bæði hlutföll þýðis og úrtaks. Í þessu verkefni lágu ekki fyrir fullnægjandi upplýsingar um þýðið til að hægt væri að lagskipta úrtakinu og vigta gögnin. Því eru niðurstöður könnunarinnar birtar án slíkra aðgerða.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum. Samkvæmt OECD ber almennt að taka þeim með fyrirvara og þá sér í lagi þegar um er að ræða samanburð á milli svæða sem og samanburð svæða við niðurstöður á landsvísu. Ástæðan er m.a. sú að þróun rannsóknaraðferða og framboð gagna til að meta áhrif ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum eru almennt takmörkuð. Athugasemdir eru einnig gerðar við ófullkomna gagnagrunna, greiningu gagna og dreifingu niðurstaðna auk þess sem fjármagn til þróunar og uppbyggingar slíkra grunna hefur í gegnum tíðina talist vera of lítið (OECD, 2016). Slíkar viðvaranir eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfræðigagna í ferðaþjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfræðilega annmarka slíkra verkefna gefa niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísbendingar um þróun og stöðu ferðaþjónustu á hverjum stað og eru nauðsynlegar fyrir svæðisbundna stefnumótun atvinnugreinarinnar.

Í opinberum gögnum um erlenda ferðamenn á Íslandi hefur ekki legið fyrir fastmótuð skipting eftir markaðssvæðum. Í þessari könnun eru búsetulönd gesta byggð á flokkun Alþjóðaferðamálastofnunar Sameinuðu þjóðanna (UNWTO, 2015). Í töflu 6 má sjá hvernig Evrópa skiptist samkvæmt þeirri flokkun. Í verkefninu er Norður-Evrópu skipt í tvo undirflokka; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið).

⁵ Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðaþjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu (UNWTO, 2015)

Norður Evrópa	Vestur Evrópa	Mið/ Austur Evrópa	S-Evrópa / Miðjarðarhaf
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaría	Bosnía og Hersegóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirgystan	Kýpur
	Þýskaland	Lettland	Makedónía
		Litháen	Malta
		Moldóva	Portúgal
		Pólland	San Marínó
		Rúmenía	Serbía
		Rússland	Slóvenía
		Slóvakía	Spánn
		Tajikistan	Svartfjallaland
		Tékkland	Tyrkland
		Túrkmenistan	
		Ungverjaland	
		Úkraína	
		Úsbekistan	

3 NIÐURSTÖÐUR

Í þessum kafla eru kynntar niðurstöður spurningakönnunarinnar sem framkvæmd var meðal erlendra gesta í Mývatnssveit sumarið 2015. Heildarfjöldi gildra svara í könnuninni var 477. Meðalaldur þátttakenda var 47,2 ár og meirihluti svarenda (55%) voru konur. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (61%) en næst flestir komu frá Norður Ameríku (17%). Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3.

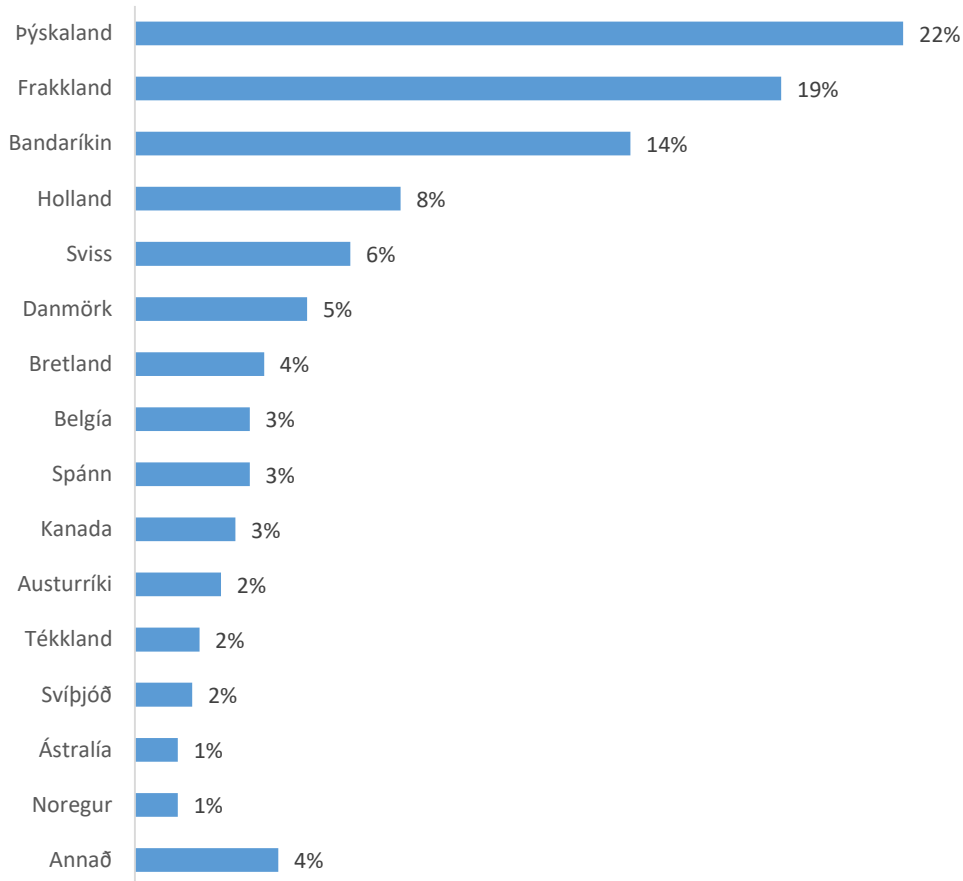
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 ára og eldri
Allir	477	5,7%	25,2%	16,0%	16,8%	18,3%	18,1%
Kyn							
Kona	260	6,2%	25,8%	15,4%	16,9%	18,5%	17,3%
Karl	216	5,1%	24,5%	16,7%	16,7%	18,1%	19,0%
Markaðssvæði							
Norðurlönd	33	15,2%	18,2%	15,2%	21,2%	15,2%	15,2%
Bretlandseyjar	28	10,7%	17,9%	10,7%	25,0%	7,1%	28,6%
Vestur Evrópa	289	2,8%	27,3%	18,0%	17,3%	18,3%	16,3%
Mið-Evrópa	13	46,2%	38,5%	0,0%	7,7%	7,7%	0,0%
Suður-Evrópa	20	5,0%	40,0%	35,0%	10,0%	10,0%	0,0%
Norður Ameríka	80	5,0%	15,0%	7,5%	13,8%	27,5%	31,3%
Asía	3	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	6	0,0%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%
Annað	5	0,0%	40,0%	0,0%	40,0%	0,0%	20,0%
Búsetuland							
Þýskaland	106	2,8%	28,3%	16,0%	20,8%	18,9%	13,2%
Frakkland	89	2,2%	21,3%	18,0%	12,4%	15,7%	30,3%
Bandaríkin	67	3,0%	10,4%	9,0%	11,9%	28,4%	37,3%
Holland	36	8,3%	11,1%	22,2%	33,3%	13,9%	11,1%
Sviss	30	0,0%	50,0%	20,0%	6,7%	23,3%	0,0%
Danmörk	23	13,0%	13,0%	17,4%	21,7%	13,0%	21,7%
Bretland	18	5,6%	11,1%	5,6%	33,3%	0,0%	44,4%
Belgía	16	0,0%	43,8%	25,0%	12,5%	12,5%	6,3%
Spánn	16	0,0%	43,8%	43,8%	6,3%	6,3%	0,0%
Kanada	13	15,4%	38,5%	0,0%	23,1%	23,1%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	33,3%	8,3%	8,3%	41,7%	8,3%
Svíþjóð	8	12,5%	37,5%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%
Ástralía	6	0,0%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%
Noregur	6	33,3%	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%
Annað	31	25,8%	35,5%	6,5%	16,1%	12,9%	3,2%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra gesta á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem gerir meðalaldur gestanna í Mývatnssveit 2015 heldur hærri en á landsvísi sumarið áður. Meðalaldur erlendra gesta á Húsavík var 42,8 ár, á Siglufirði 47,1 ár og á Höfn í Hornafirði 37,7 ár.

3.1 Búsetuland

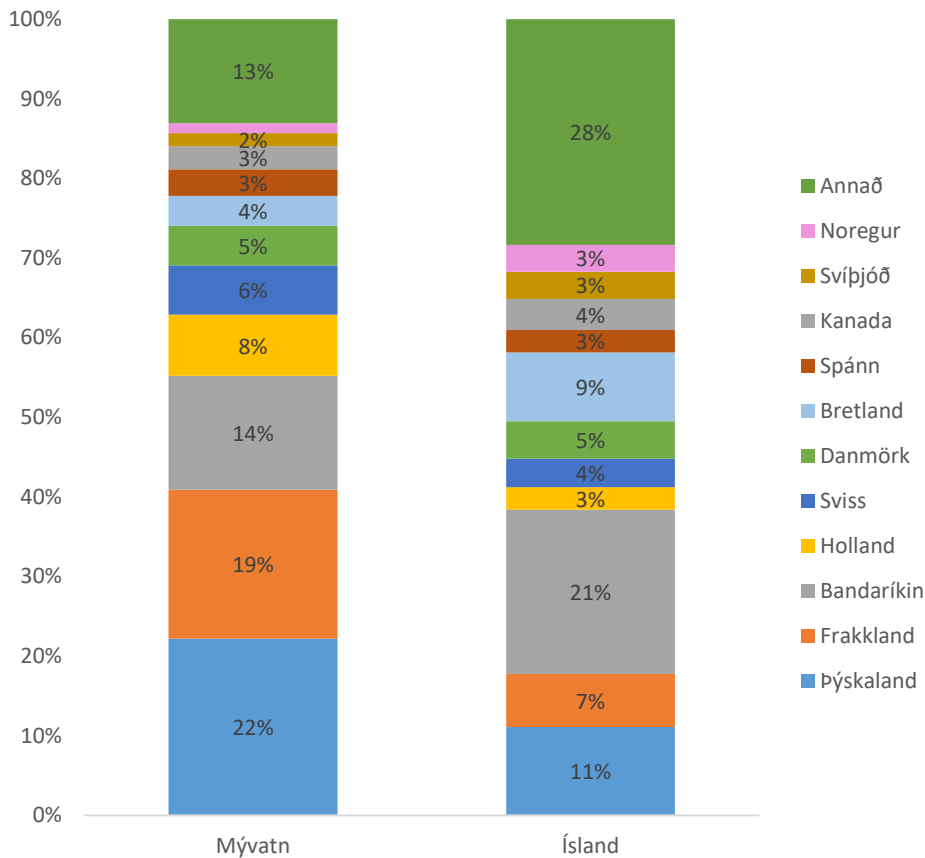
Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá Þýskalandi (22%). Alls voru um 19% svarenda frá Frakklandi og 14% svarenda frá Bandaríkjunum (mynd 1).



Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit eftir búsetulandi sumarið 2015

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma⁶ eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 11% brottfararfarþega voru frá Þýskalandi og 7% frá Frakklandi og Bretlandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar úr Mývatnssveit (mynd 2). Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 21% (Ferðamálastofa e.d.b.). Samkvæmt könnun RRF dvelja gestir frá Mið-Evrópu, Suður-Evrópu og Benelux löndunum lengur að meðaltali á Íslandi (11-13 nætur) yfir sumartímamann en t.d. gestir frá Bretlandi og Norður Ameríku (6-8 nætur) sem er ein af ástæðum þess að ferðamenn frá þessum markaðssvæðum dreifast betur um landsbyggðina (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015).

⁶ í júlí 2015



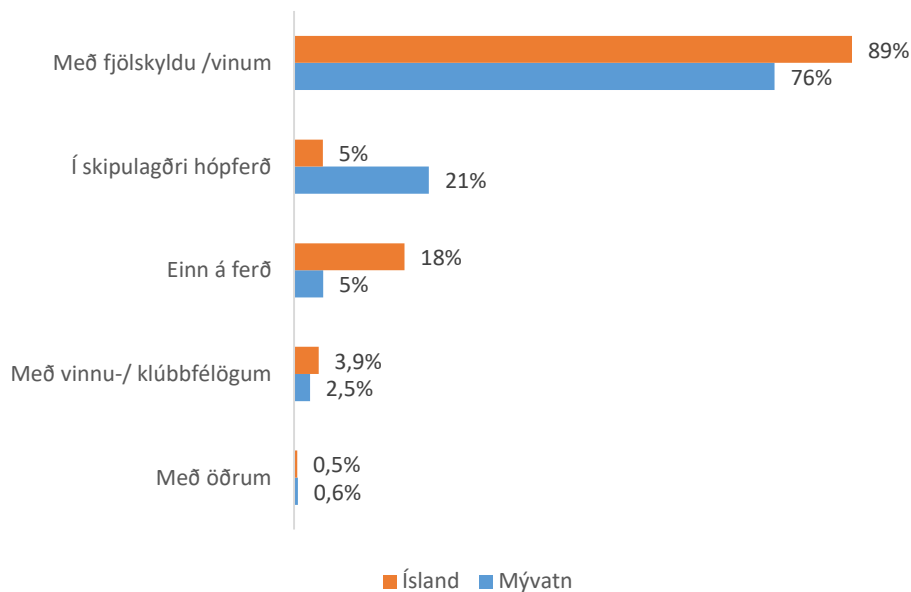
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta í Mývatnssveit í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í júlí og ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Norðurlandi eystra sumarið 2015 hæst meðal Þjóðverja (23%). Þar á eftir voru Bandaríkjamenn (12%), Frakkar (12%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Norðurlandi eystra var því hærra meðal Þjóðverja (17%) og Frakka (16%) en Bandaríkjamanna og Breta (12%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.).

3.2 Ferðafélagar

Af þeim sem ferðuðust til Mývatnssveitar voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (76,3%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (21,4%) og 4,6% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 vekur athygli hátt hlutfall þeirra sem ferðast í skipulagðri hópferð til Mývatnssveitar (21,4%).

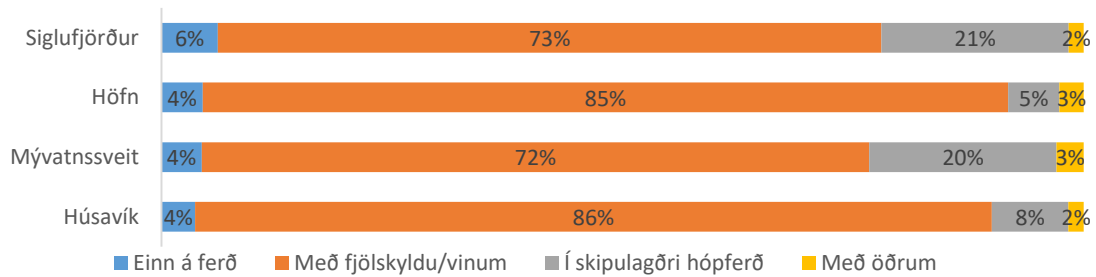
Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu sumarið 2014 sögðust 5% aðspurðra vera með ferðahópi, 89% í ferð með fjölskyldu eða vinum, 18% ferðuðust einir og 4% með vinnufélögum (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?

Hægt var að nefna fleiri en einn svarmöguleika í þessari spurningu svo svör voru fleiri en svarendur. Í töflu 10 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Þegar ferðamáti er skoðaður eftir búsetulandi gesta má sjá að hlutfall þeirra sem ferðast með skipulögðum ferðahópi var hæst meðal gesta frá Þýskalandi (36,4%) og Bandaríkjunum (36,2%). Hlutfallið meðal gesta frá Frakklandi var 21% og 13,5% hjá gestum frá Hollandi. Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór hækkandi eftir aldri og í hópi 65 ára og eldri sögðust 46,5% aðspurðra vera í hópferð.

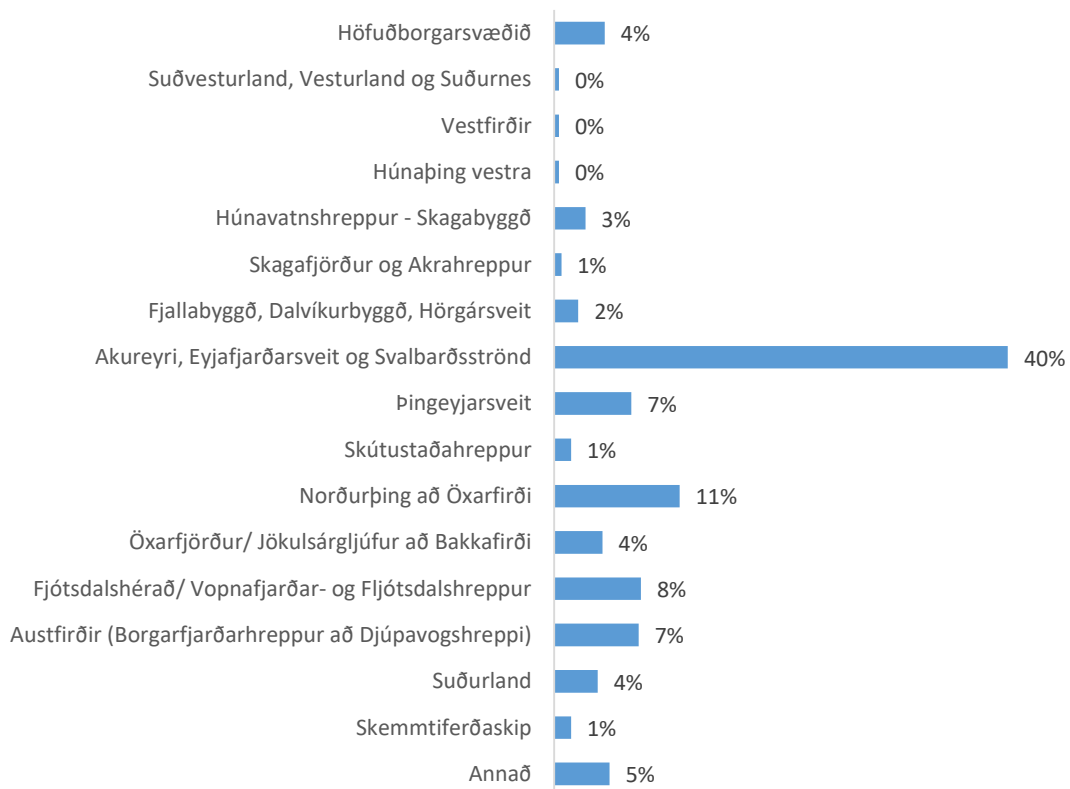
Þegar svörin eru borin saman á milli svæða má greina hærra hlutfall þeirra sem eru í hópferð í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn. Hlutfall þeirra sem ferðast með fjölskyldu og vinum er að sama skapi lægra í Mývatnssveit og á Siglufirði. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).



Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða⁷

3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?

Ferðamenn voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu í Mývatnssveit. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á síðustu nótt. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti. Fjöldi gilda svara var 471. Flestir höfðu dvalið á Akureyri og nágrenni, eða 188 (40%). Af þeim gistu flestir (174) á Akureyri. Alls gistu 41 (9%) á Húsavík, 26 (6%) á Egilsstöðum, fjórtán á Seyðisfirði og sjö á Eskifirði. Alls hafði 21 gist síðustu nótt í Reykjavík.

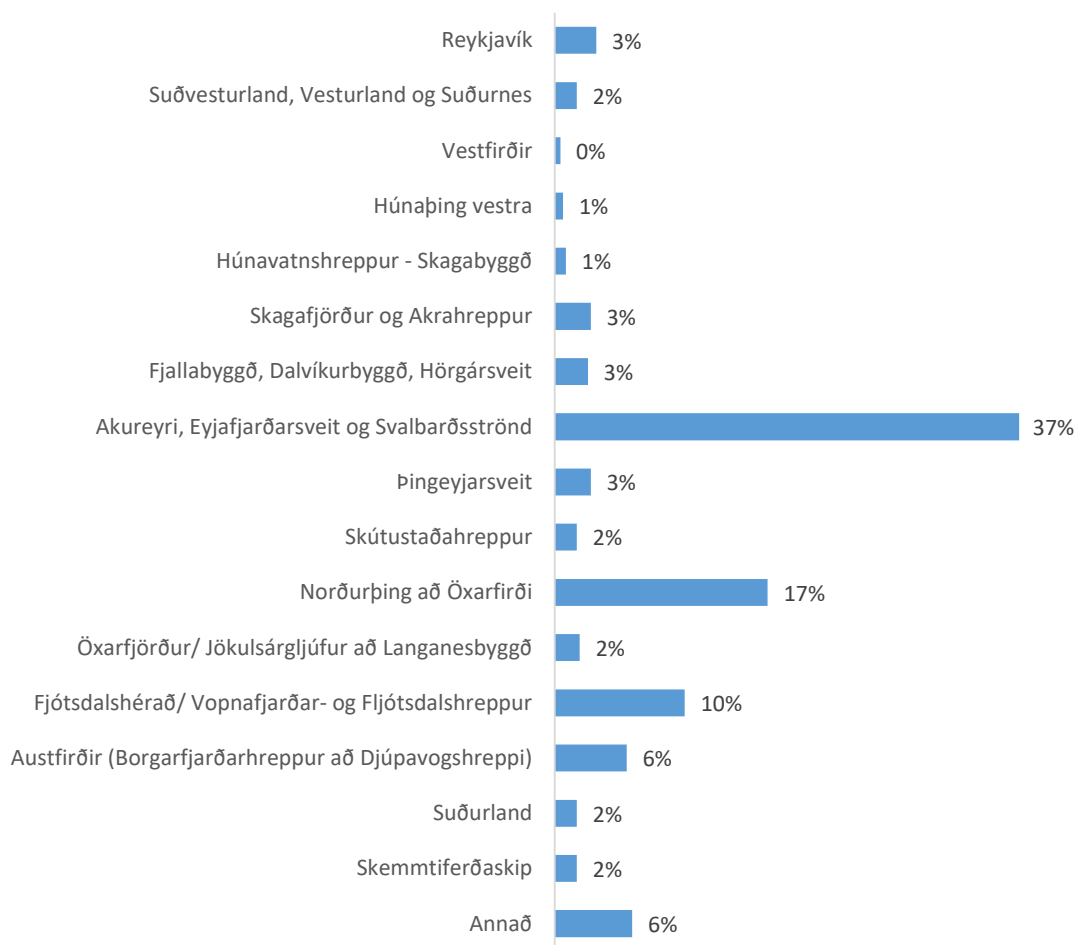


Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?

⁷ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?

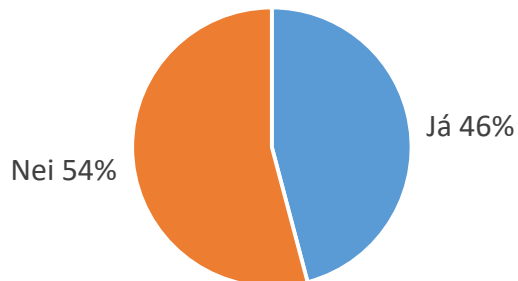
Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir áformuðu að dvelja næstu nótt eftir að þeir færu úr Mývatnssveit. Gild svör voru 449. Flestir ætluðu að gista á Akureyri (150) eða alls 33%. Fjórtán þátttakendur sögðust ætla að gista á Svalbarðsströndinni (3%). Um 17% aðspurðra (77) hugðust gista á svæðinu frá Norðurþingi að Öxarfirði, þar af flestir á Húsavík (72). Af þeim 73 (16%) sem sögðust ætla að gista á Austurlandi áformuðu flestir (41) að gista á Egilsstöðum. Á svæðinu frá Öxarfirði að Langanesbyggð hugðust níu manns gista næstu nótt. Af þeim 13 (3%) sem hugðust gista í Þingeyjarsveit ætluðu flestir að vera á Laugum (5). Einungis 3% (15) ætluðu að gista næstu nótt í Reykjavík.



Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?

3.5 Gisting

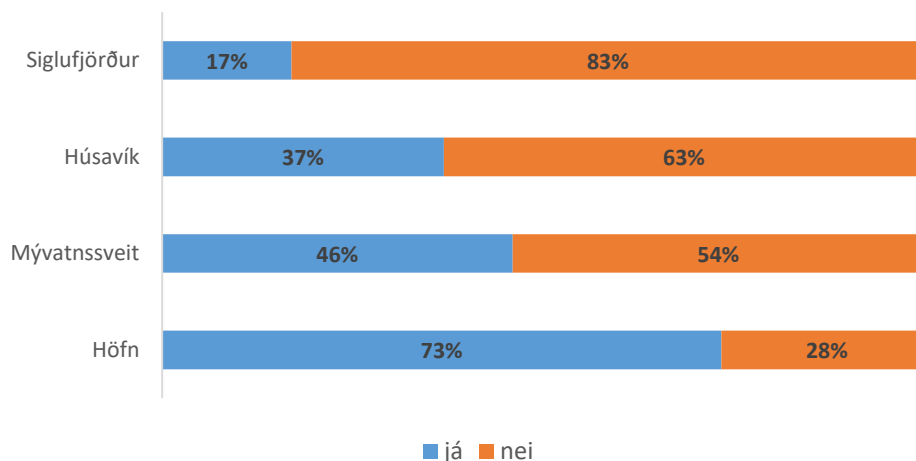
Spurt var hvort gestir hefðu dvalið í Mývatnssveit síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 449 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 206 (45,9%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



Mynd 7. Dvaldir þú í Mývatnssveit síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?

Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki⁸ var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Sviss (71%) og var töluvert yfir meðaltali á meðan hlutfall gesta frá Danmörku var 25%, Bandaríkjunum 35% og frá Hollandi 39%. Hlutfall gesta frá Þýskalandi og Frakklandi var 47% og því nokkuð nær meðaltalinu. Um 55% gesta sem ferðuðust með bílaleigubíl áformuðu að gista á staðnum og 71% gesta á eigin bíl. Hlutfallið meðal gesta í hópferð var talsvert lægra, eða um 19%.

Samkvæmt Rannsóknunum og ráðgjöf ferðapjónustunnar (Rögvaldur Guðmundsson, 2015) hefur hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem gistu í Þingeyjarsýslum árin 2012-2014 yfir sumartímenn lækkað úr 71% árið 2012 í 59% 2014. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 11 í viðauka 1.



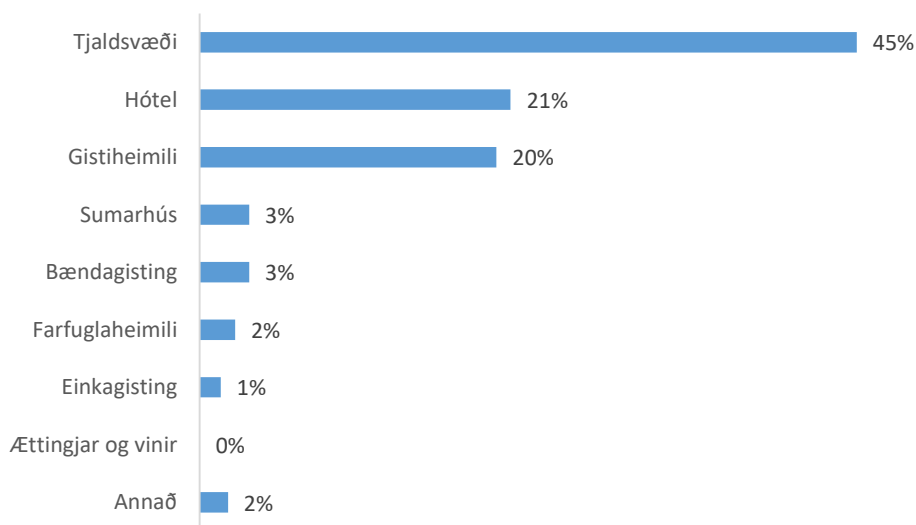
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015

⁸ Einungis er tekið tillit til til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

Á mynd 8 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015. Marktækur munur var milli svæða ($p < 0,01$) en hlutfallið á Siglufirði var áberandi lægst og dvalartíminn stystur. Hæst var gistihlutfallið á Höfn í Hornafirði.

3.6 Gistimáti

Þátttakendur voru spurðir um hvaða tegund gistiþjónustu þeir nýttu sér í Mývatnssveit (mynd 9). Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu. Alls tilgreindu 205 svarendur hvers konar gistingu þeir nýttu sér.

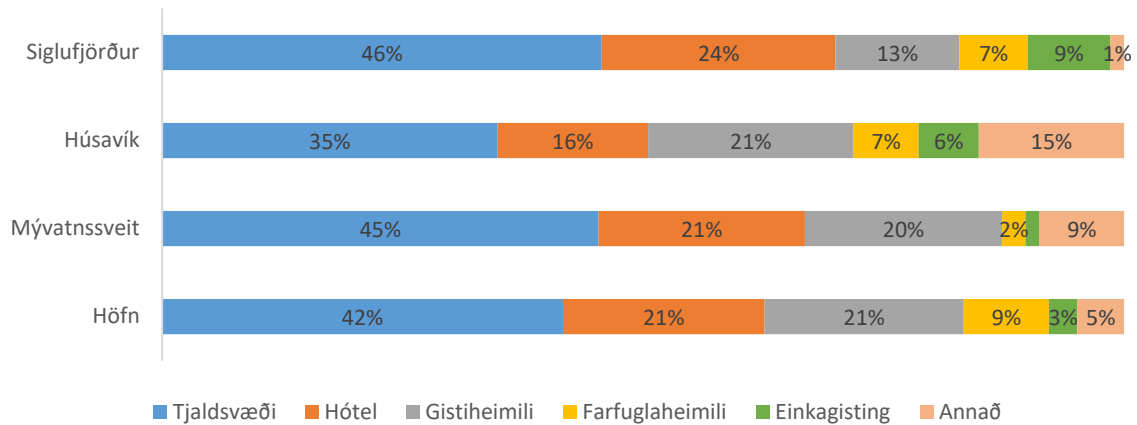


Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér í Mývatnssveit?

Langflestir (45%) gistu á tjaldsvæðum, 21% gisti á hótélum og 20% á gistiheimilum. Þegar niðurstöðurnar voru skoðaðar eftir búsetulöndum mátti greina nokkurn mun á vali gesta eftir því hvaðan þeir voru. Þannig gistu 59% Bandaríkjamanna á hótélum til samanburðar við 10% gesta frá Frakklandi og 26% gesta frá Þýskalandi. Um 40% gesta frá Frakklandi gistu á tjaldsvæðum, 33% gesta frá Þýskalandi og 23% gesta frá Bandaríkjunum.

Hlutfall hótélgesta fór hækkandi eftir aldri og var hæst meðal gesta á aldrinum 65 ára og eldri (52%). Um 61% gesta á aldrinum 25-34 ára gistu á tjaldsvæðum í Mývatnssveit í samanburði við 17% gesta á aldrinum 65 ára og eldri.

Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 12 í viðauka 1.

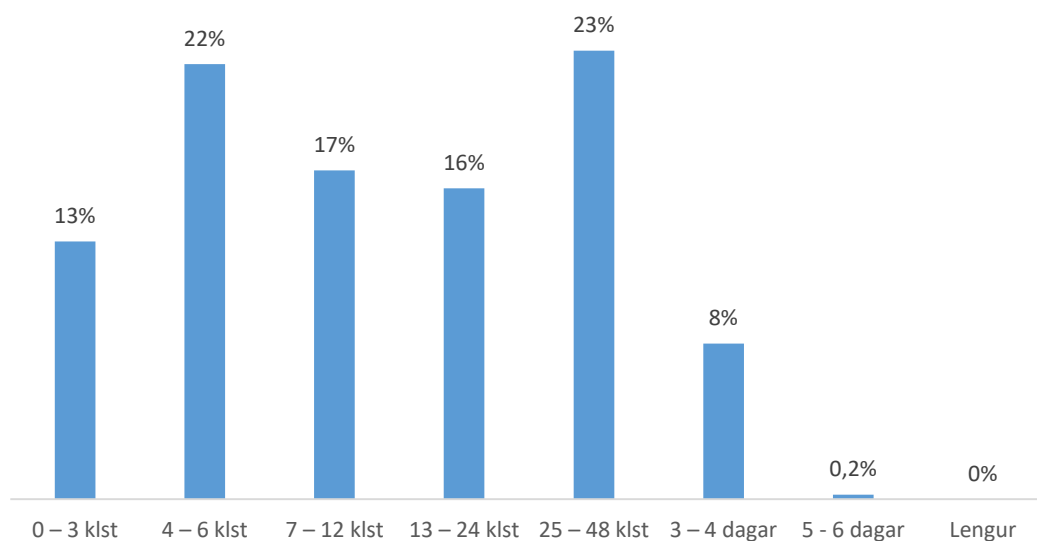


Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða

Þegar meðaltal svæðanna fjögurra er reiknað eftir gistimáta var hlutfall gesta á tjaldsvæðum 42%, á hótélum 21%, á gistiheimilum 19%, á farfuglaheimilum 6% og í einkagistingu 5% (mynd 10). Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$). Helstu frávikin frá meðaltalinu í Mývatnssveit voru í gistingu á farfuglaheimilum og í einkagistingu. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.7 Dvalarlengd

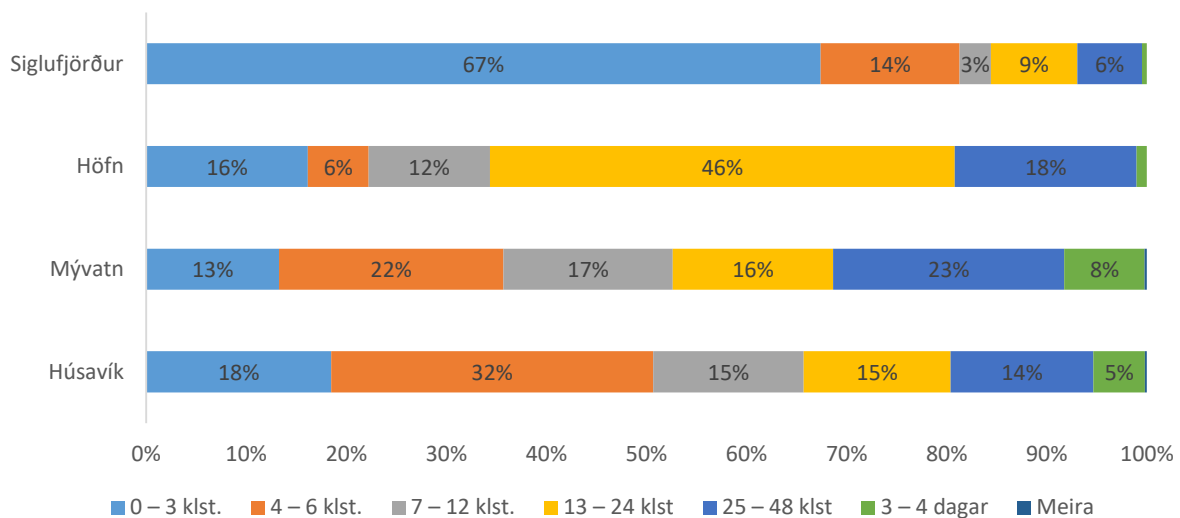
Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína í Mývatnssveit. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 21,4 klst. Þegar niðurstöðurnar voru flokkaðar eftir því hvort um var að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 6,2 klst. og næturgestir 39,2 klst. Á mynd 11 má sjá hvernig svörin skiptust hlutfallslega eftir dvalartíma, en flestir (23,1%) stoppuðu í 25-48 klst. á svæðinu.



Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín í Mývatnssveit muni vara?

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá aldurshópnum 35-44 ára (4%) en hæst hjá elsta aldurshópnum (65 ára og eldri) þar sem hlutfallið var 26%. Dvalartími gesta var lengstur hjá gestum frá Sviss (36 klst), Þýskalandi (22 klst) og Frakklandi (21 klst). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 13 í viðauka 1.

Á mynd 12 er dvalartími gesta borinn saman eftir svæðum. Meðaldvalartími allra svæða var um 15,4 klst. Hjá dagsgestunum var meðaldvalartíminn 4,5 klst. og hjá næturgestum 30,5 klst. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).



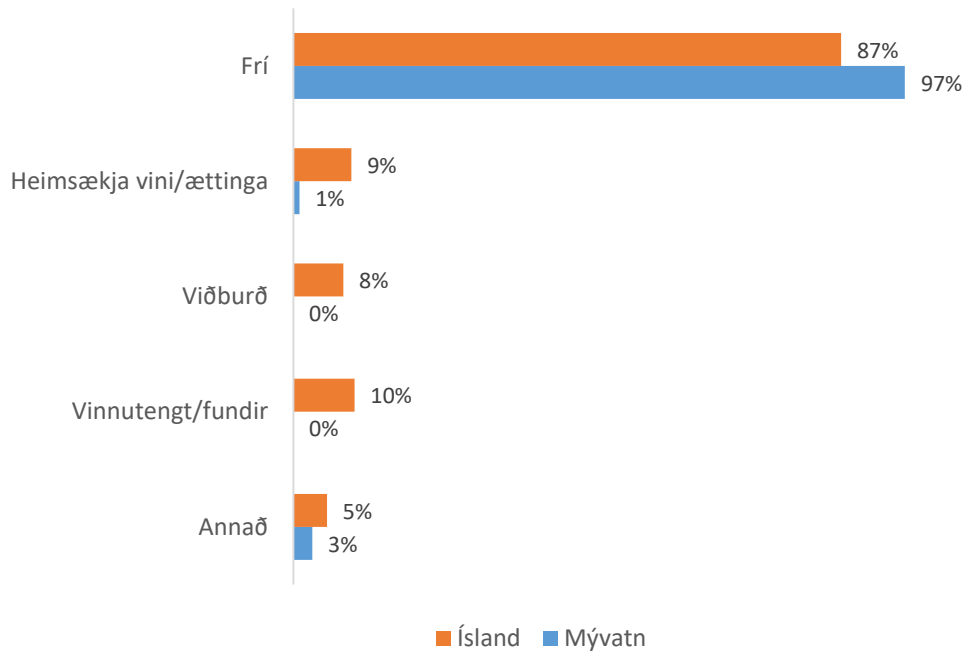
Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða

Dvalartíminn var lengstur í Mývatnssveit 21,4 klst., næst lengstur á Höfn 18,0 klst., á Húsavík var hann 15,8 klst. og stytur á Siglufirði 6,4 klst.

3.8 Tilgangur heimsóknar

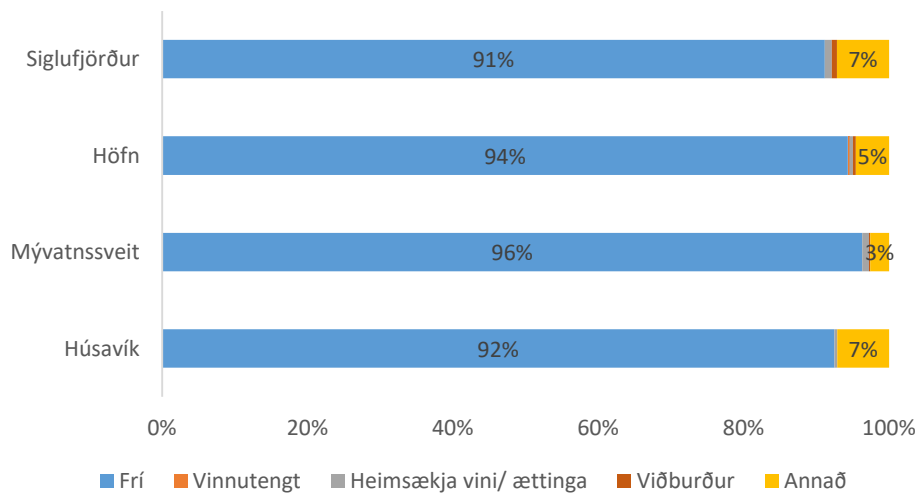
Þegar spurt var um megingilgang ferðar til Mývatnssveitar kom í ljós að langflestir voru þar í fríi, eða alls um 97% svarenda. Enginn var þar vegna viðburðar eða í vinnutengdum erindagjörðum og um 1% svarenda kom til að heimsækja vini og ættingja. Um 3% svarenda nefndu annað sem valmöguleika, s.s. náttúruna, ljósmyndun og útivist (mynd 13). Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara var fleiri en svarenda.

Þegar megingilgangur heimsóknar til Mývatnssveitar er borinn saman við niðurstöður ferðavenjuleikunnar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 kemur í ljós að þar nefna aðeins færri frí sem megingilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megingilgang, 8% viðburð og 5% ráðstefnu/stærri fund, 4% vinnu/minni fund og um 2% annað (Ferðamálastofa, 2014a). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.



Mynd 13. Hver er megingilgangur heimsóknar þinnar til Mývatnssveitar?

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna töldu megingilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ($p=0,01$)⁹ (mynd 14).



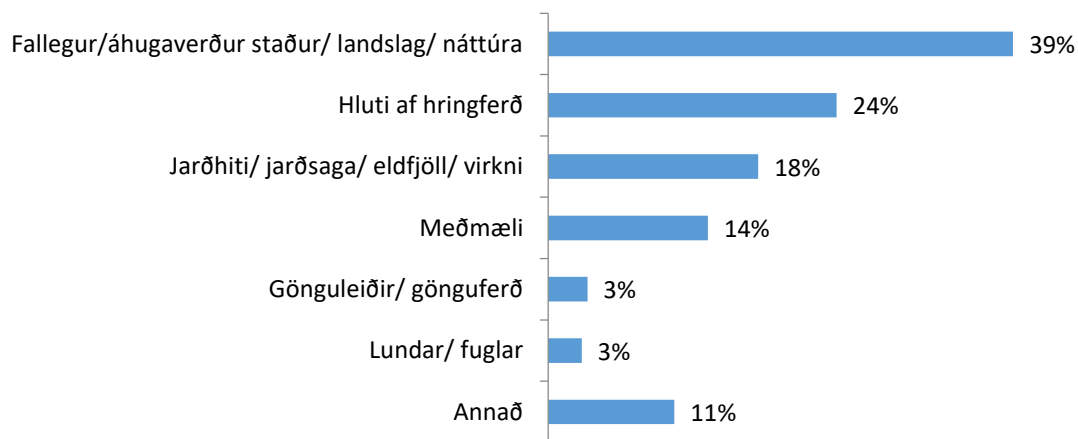
Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða¹⁰

⁹ Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

¹⁰ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

3.9 Ástæða heimsóknar

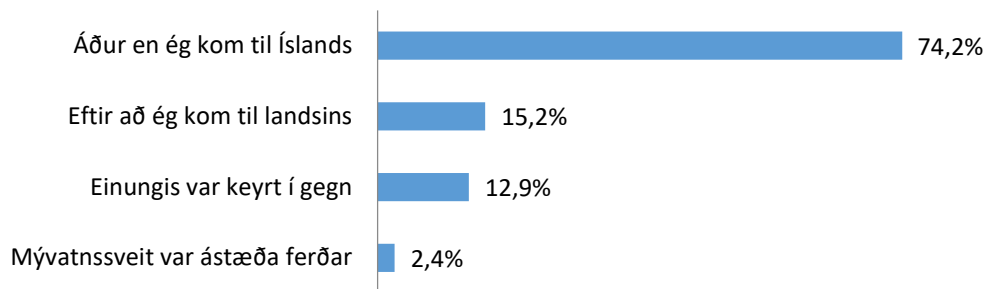
Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Mývatnssveit hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru greindar út frá. Í einhverjum tilvikum nefndu menn fleiri en eina ástæðu og því eru fleiri svör en svarendur, eða alls 472 svör hjá 422 svarendum. Í flestum tilvikum (39%) var fegurð staðarins, náttúra og landslag meginástæða heimsóknarinnar. Þar næst var ástæða heimsóknar sögð sú að um væri að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel væri hluti af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókninni (24%). Um 18% þátttakenda nefndu jarðhita, jarðsögu og eldfjöll sem meginástæðu og um 14% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum eða frá öðrum fjölskyldumeðlimum og vinum. Alls nefndu 3% aðspurðra gönguleiðir eða gönguferðir sem meginástæðu og önnur 3% nefndu fugla. Um 11% svarenda nefndu aðrar ástæður s.s. útivist, menningu svæðis, ljósmyndun, að þeir hefðu verið hér áður og einhverjir sögðust einungis vera á leið í gegnum svæðið.



Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Mývatnssveit varð fyrir valinu sem áfangastaður

3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

Þegar menn voru spurðir að því hvenær þeir tóku ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit kom í ljós að langflestir (74%) höfðu ákveðið heimsóknina áður en þeir komu til Íslands (mynd 16). Um 15% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 13% tilvika var ástæðan sú að Mývatnssveit var hluti af lengri ferð og keyra þurfti í gegnum hana. Í einungis 2% tilvika var Mývatnssveit meginástæða Íslandsheimsóknar. Í einhverjum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 488 hjá 466 svarendum.



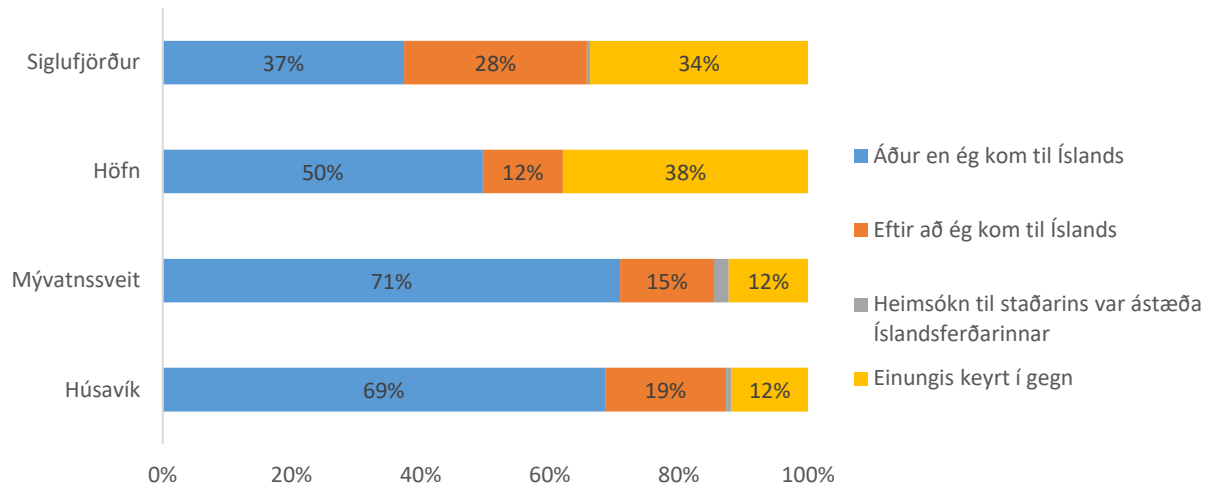
Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?

Fyrirfram ákveðin heimsókn í Mývatnssveit var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Frakklandi en 92% þeirra höfðu tekið ákvörðun um að fara í Mývatnssveit áður en lagt var af stað til Íslands. Svipað hlutfall var hjá gestum frá Ítalíu (91%). Hlutfallið var um 74% meðal gesta frá Bretlandi, 73% frá Spáni, 65% frá Þýskalandi og 61% frá Bandaríkjunum.

Um 28% gesta frá Þýskalandi ætlaði einungis að keyra í gegn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Mývatnssveit. Sama hlutfall gesta frá Bretlandi og Spáni var 17%. Lægst var hlutfallið 1% meðal gesta frá Frakklandi. Í töflu 15 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 17) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar auk þess sem færri gestir segja staðina einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá.¹¹

¹¹ Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.



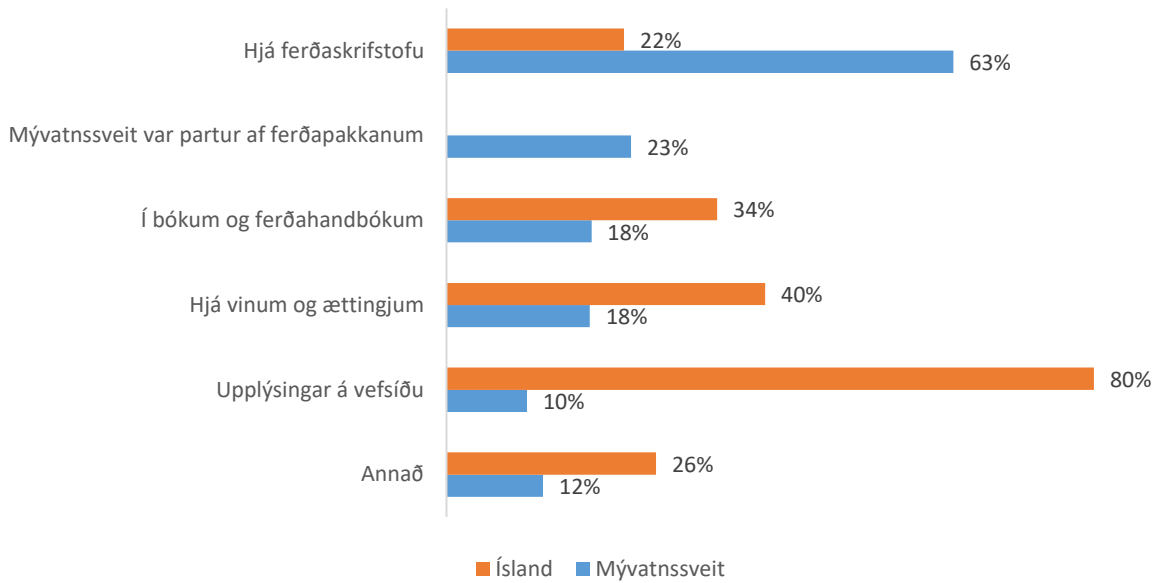
Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða¹²

3.11 Uppruni upplýsinga um Mývatnssveit

Ferðamenn voru spurðir hvaðan þeir höfðu aflað upplýsinga um Mývatnssveit. Fjöldi svara var 678 hjá 472 svarendum en langflestir (63%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu (mynd 18). Í 23% tilvika var heimsókn til Mývatnssveitar partur af heildarpakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Um 18% aðspurðra höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum og önnur 18% hjá vinum og ættingjum. Um 10% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor, Hostel.is, Islande24.fr og Lonely Planet og 7% nefndu fjölmiðla. Alls fengu 4% aðspurðra upplýsingar annars staðar frá s.s. frá öðrum ferðamönnum, gististöðum, ferðahópum og nokkrir höfðu verið hér áður. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 16 í viðauka 1.

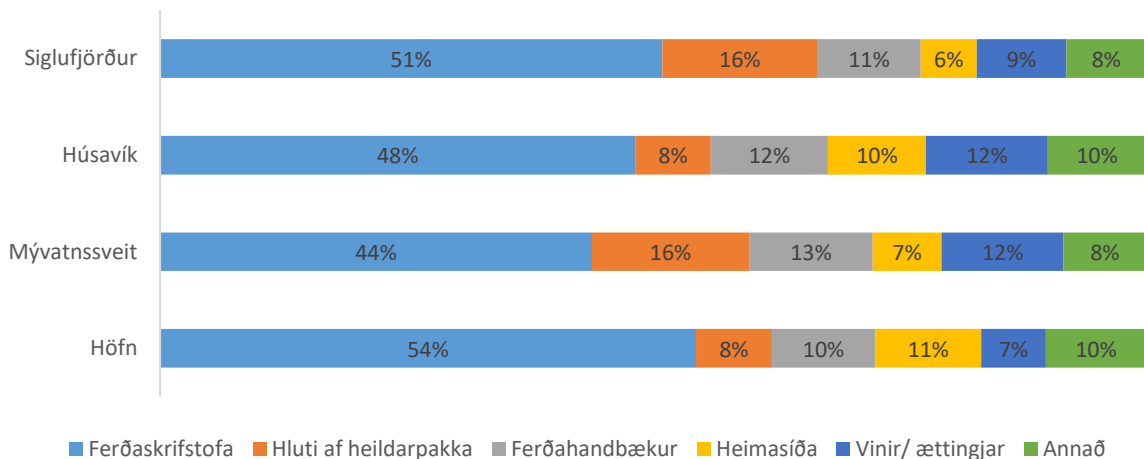
Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland. Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

¹² Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur



Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Mývatnssveit/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina?

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman (mynd 19) en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 18). Ferðamenn á stöðunum fjórum höfðu í flestum tilvikum fengið upplýsingar frá ferðaskrifstofum. Hlutfall þeirra sem sögðu að heimsókn staðarins væri partur af heildarpakka og því hefði upplýsinga ekki verið aflað sérstaklega um svæðið er herra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn sem er í nokkru samræmi við hlutfall þeirra sem sögðust vera í hópferð (mynd 4).

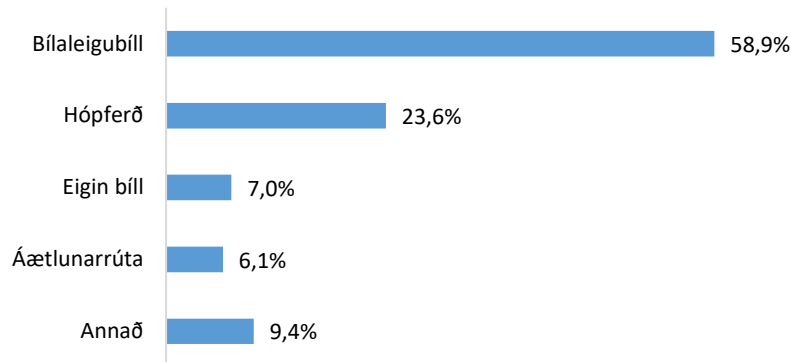


Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða¹³

¹³ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur. Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.

3.12 Ferðamátí

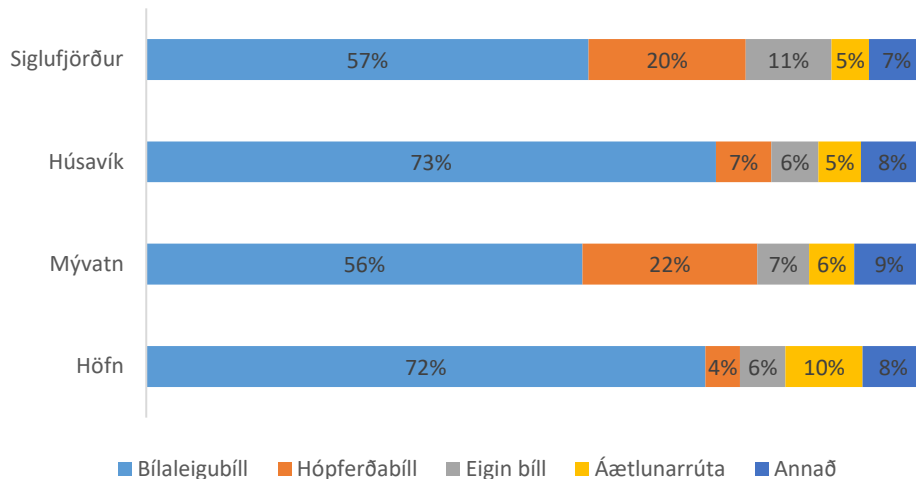
Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Mývatnssveitar (mynd 20). Langflestir komu með bílaleigubíl (59%). Þar næst var um að ræða hópferð í rútu (24%), eigin bíl (7%) og áætlunarrúta (6%). Um 9% svarenda nefndu annað s.s. bíl vinar (2%), puttaferðalag (3%), mótorhjól (1%) og húsbíl (0,5%). Fjöldi svara var 488 hjá 474 svarendum.



Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Mývatnssveitar?

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulandi þátttakenda má greina hátt hlutfall hópferða hjá gestum frá Þýskalandi (41%) og Bandaríkjunum (40%). Hlutfall hópferða var töluvert lægra meðal gesta frá Hollandi (8%) og Sviss (7%). Um 26% gesta frá Frakklandi ferðuðust með hópferðabíl. Hlutfall gesta sem komu með bílaleigubíl var yfir meðaltali meðal gesta frá Danmörku (87%), Sviss (77%), Hollandi (75%) og Frakklandi (60%) en undir meðaltali hjá gestum frá Bandaríkjunum (37%) og Þýskalandi (48%). Hæst var hlutfall bílaleigubíla meðal gesta í aldurshópnum 25-34 ára (80%) og lægst hjá 65 ára og eldri (26%). Að sama skapi var hlutfall hópferðabíla lægst meðal gesta á aldrinum 25-34 ára (5%) og hæst meðal 65 ára og eldri (57%). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Marktækur munur var á milli svæða varðandi ferðamáta ($p < 0,01$). Bílaleigubíl var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit í samanburði við önnur svæði (mynd 20). Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. með Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíl (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu var spurt um hvaða ferðamáti hafi verið nýttur á meðan á Íslandsdvöl stóð svo algengt var að svarendur veldu fleiri en einn svarmöguleika (80% fleiri svör en svarendur). Einungis var spurt um einn sólarhring í þessu verkefni og ber að hafa það í huga við samanburð.



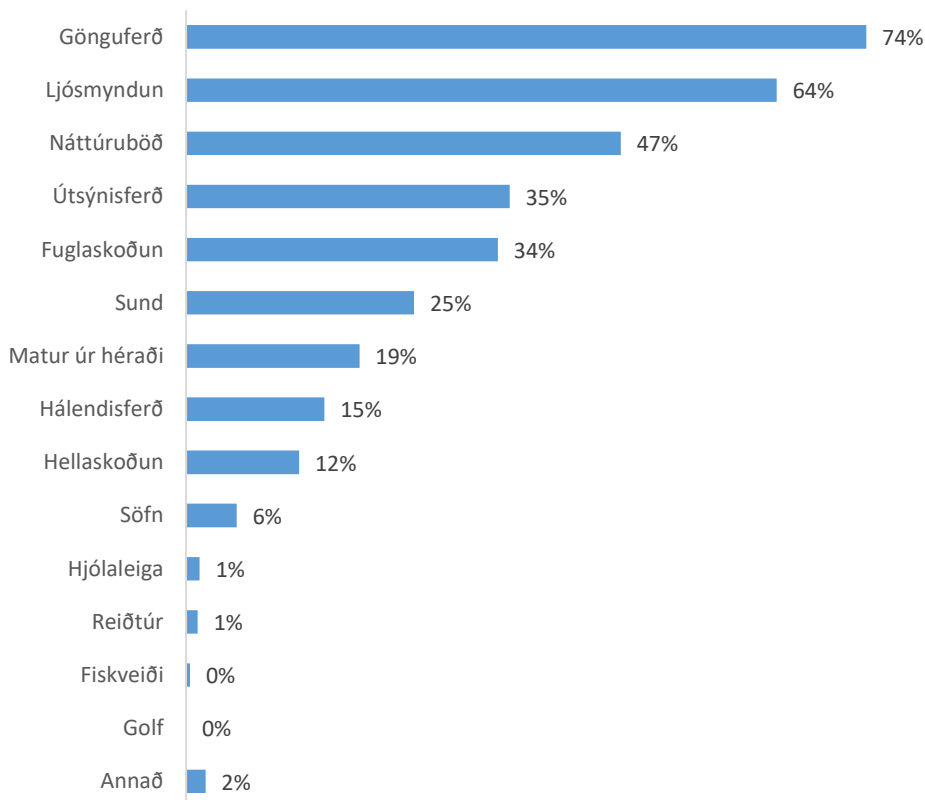
Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða¹⁴

3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra í Mývatnssveit stæði. Alls svöruðu 472 þátttakendur spurningunni en heildarfjöldi svara var 1587 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt (mynd 22). Flestir (74%) gestanna nefndu gönguferð og 64% ljósmyndun. Um 47% nefndu náttúruböð og 35% útsýnisferð. Alls ætluðu 25% svarenda að fara í sund og 19% að smakka mat úr héraði. Um 15% hugðust fara í hálendisferð og 12% í hellaskoðun. Alls ætluðu 6% að skoða söfn og 1% að fara í reiðtúr og veiði.

Gera má ráð fyrir að hlutföllin séu nokkuð hærri í könnuninni en í raunveruleikanum þar sem spurt er hvaða afþreyingu svarendur hygðust nýta sér óháð því hvort það gengi eftir. Til samanburðar má nefna að heildarfjöldi erlendra gesta í Jarðböðin var 124 þúsund árið 2015 (Jarðböðin, 2017) en ef reiknað er með að 47% af heildarfjölda erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 hafi farið í böðin verður útkoman heldur hærri, eða 144 þúsund. Ekki má þó útiloka að hluti svaranna eigi við um náttúruböð annars staðar en í Jarðböðunum, t.d. í Stórugjá.

¹⁴ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.



Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér í Mývatnssveit á meðan á dvöl þinni stendur

Nokkuð jöfn dreifing var meðal aldursflokka og markaðssvæða almennt en þó má greina lækkandi hlutfall gesta sem áformar að fara í gönguferðir með hækkandi aldri. Af þeim sem ætluðu að fara í náttúruböð var hæst hlutfall meðal yngsta aldurshópsins (63%) og lægst hlutfall meðal 65 ára og eldri (22%). Um 76% gesta frá Hollandi og 59% gesta frá Spáni hugðust fara í náttúruböð til samanburðar við 26% gesta frá Ítalíu og 32% gesta frá Bandaríkjunum. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 18 í viðauka 1.

3.14 Útgjöld

Í spurningakönnuninni voru þátttakendur beðnir um að áætla og sundurliða útgjöld sín í Mývatnssveit síðasta sólarhringinn. Ef dvölin var styttri en sólarhringur voru svarendur beðnir um að tilgreina útgjöld sín þann tíma sem dvölin varaði. Þeir sem voru nýkomnir á svæðið voru beðnir að áætla útgjöld sín á meðan á dvöl þeirra stæði og takmarka þau við 24 klst. að hámarki ef ætlunin var að dvelja lengur. Í kafla 2.1 er farið yfir skilgreiningu útgjaldaliða og hvað telst vera ferðakostnaður. Gild svör voru á bilinu 390 til 431 eftir útgjaldaliðum. Svarendur tilgreindu sérstaklega hve marga kostnaðurinn átti við og takmarkast gild svör við 1-6 neytendur hverju sinni. Til lækkunar á gildum svörum komu einnig útlagar, eða svör sem ekki geta talist eðlileg í gagnasafninu og í kostnaðarliðnum gisting var einungis notast við

svör þeirra þátttakenda sem höfðu sagst ætla að gista í Mývatnssveit og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

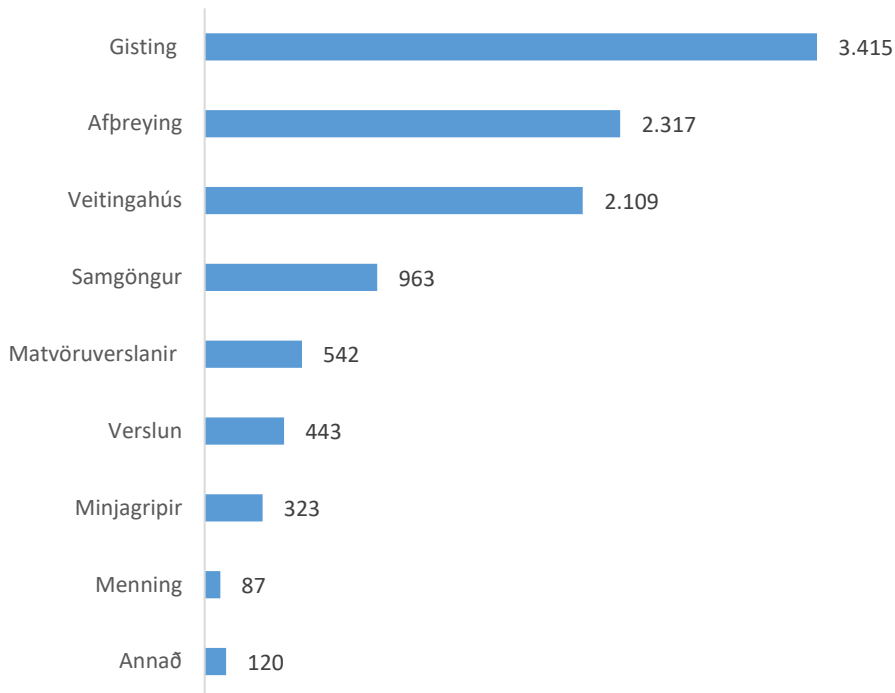
Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 10.333 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöldin í gistiþjónustu, eða 7.317 kr. á sólarhring. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla erlenda gesti staðarins, óháð því hvort þeir gistu eða ekki, er meðalupphæð á gest 3.415 kr. Hafa ber í huga að af öllum þeim sem gistu, dvöldu 45% á tjaldsvæðum en það lækkar meðalgistikostnað töluvert.

Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustuþáttum

Þjónustuþáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustuþáttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gilda svara
Gisting	7.317	3.415	47%	390
Veitingar	3.042	2.124	70%	431
Afþreying	4.624	2.317	50%	431
Menning	1.696	87	5%	431
Minjagripir	2.173	323	15%	431
Verslun	2.848	985	35%	431
Samgöngur	3.579	963	27%	431
Annað	2.344	120	5%	431
		10.333		

Af þeim sem keyptu veitingar meðan á dvöl þeirra stóð var meðalkostnaður 3.042 kr. Þegar sú upphæð er reiknuð á alla gesti svæðisins er upphæðin 2.124 kr. á sólarhring. Alls keyptu 70% allra gesta veitingar á veitingastöðum eða kaffihúsum í Mývatnssveit. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 17% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.

Um 50% svarenda greiddu sérstaklega fyrir afþreyingu í Mývatnssveit, eða 2.317 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. gönguferð með leiðsögn, náttúruböð, hestaferðir og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi s.s. reiðhjól.



Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta í Mývatnssveit eftir útgjaldaliðum

Um 5% þátttakenda greiddu fyrir menningu meðan á dvöl þeirra stóð. Inn í þann flokk falla heimsóknir á söfn, gallerí, sýningar og tónleika svo dæmi séu tekin. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn 1.696 kr. sem reiknast sem 87 kr. að meðaltali meðal allra svarenda.

Um 35% svarenda tilgreindu verslun sem útgjaldalið. Að meðaltali eyddu þeir 2.848 kr. í verslun eða 985 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 55% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Alls greiddu um 27% aðspurðra fyrir samgöngur. Í langflestum tilvikum var um að ræða bensínkostnað þar sem tekjur vegna áætlunarferða um svæðið renna til fyrirtækja sem eru staðsett utan Mývatnssveitar. Rútuferðir í Öskju sem og aðrar sérsniðnar ferðir með leiðsögn innan svæðisins flokkast með afbreytingu.

Í töflu 9 eru meðalútgjöld allra þátttakenda birt eftir útgjaldaflokkum og svæðum. Útgjöldin reiknast á alla svarendur óháð því hvort þeir hafi keypt vörur eða þjónustu í útgjaldaliðunum eða ekki.

Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða¹⁵

	Húsavík	Mývatnssveit	Höfn	Siglufjörður
Gisting	2.440	3.415	4.870	969
Veitingar	2.232	2.124	3.443	1.413
Afþreying	5.994	2.317	1.310	41
Menning	770	87	43	877
Minjagripir	255	323	113	21
Verslun	856	985	1.026	216
Samgöngur	714	963	1.056	216
Annað	48	120	58	114
	13.309	10.333	11.920	3.866

Útgjöld vegna gistingu voru í samræmi við gistihlutfall staðanna. Hæst var hlutfallið á Höfn 73%, þar næst í Mývatnssveit 46%, svo á Húsavík 37% og lægst á Siglufirði 17% (sjá kafla 3.5). Þegar tegundir gistimáta voru bornar saman, voru lægstu útgjöldin alla jafna hjá þeim sem dvöldu á tjaldsvæðum og hæstu meðal þeirra sem völdu hótलगistingu. Hlutfall þeirra sem gistu á tjaldsvæðum á stöðunum fjórum var á bilinu 35% til 46%, hótela á bilinu 16%-24% og gistiheimila 13%-21% (sjá kafla 3.6).

Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru hæst á Höfn (3.443 kr.) og lægst á Siglufirði (1.413 kr.). Hlutfall þeirra sem keypti veitingaþjónustu var nokkuð svipað á milli staða eða á bilinu 65% til 70%.

Útgjöld vegna afþreyingar voru afgerandi hæst á Húsavík (5.994 kr.) og lægst á Siglufirði (41 kr.) þegar þau höfðu verið reiknuð niður á alla þátttakendur könnunarinnar óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki. Um 65% allra þátttakenda á Húsavík greiddi fyrir afþreyingu þar sem hvalaskoðun var langalgengasta tegund afþreyingar. Næst hæst voru útgjöldin í þessum lið í Mývatnssveit (2.317 kr.) þar sem 50% aðspurðra greiddi fyrir afþreyingu. Aðgangseyrir í Jarðböðin var algengastur í þeim lið. Þar á eftir kom Höfn (1.310 kr.) þar sem 15% greiddu fyrir afþreyingu. Á Siglufirði var framboð afþreyingar takmarkað og einungis 2% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir þann lið, alls 41 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda.

Meðalútgjöld tengd menningu voru hæst á Siglufirði (877 kr.) þar sem 62% aðspurðra sagðist hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu á svæðinu. Á Húsavík greiddu 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

Útgjöld vegna minjagripa voru á bilinu 21 kr. á Siglufirði til 323 kr. í Mývatnssveit. Meðalútgjöld vegna verslunar voru hæst á Höfn (1.026 kr.), þar sem 40% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir vörur í

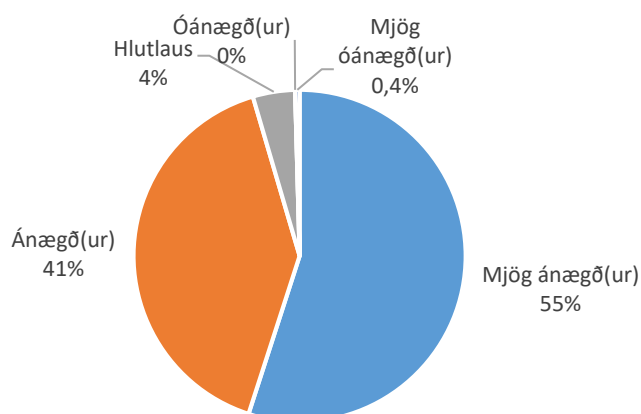
¹⁵ Um er að ræða meðalútgjöld allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki.

verslunum bæjarins. Þar af voru 80% útgjalda vegna matvöru. Í Mývatnssveit voru meðalútgjöldin 985 kr. þar sem 35% aðspurðra sögðust hafa verið með útgjöld í þessum lið. Þar af voru 55% vegna matvöru. Á Húsavík voru 33% aðspurðra með útgjöld tengd verslun (856 kr.), þar af voru 62% útgjaldanna vegna matvöru. Á Siglufirði voru meðalútgjöldin í þessum lið 216 kr. þar sem 17% aðspurðra sögðust hafa keypt vörur og þjónustu í þessum útgjaldaflokki. Þar af voru 98% vegna matvöru.

Hæst voru útgjöld vegna samgangna á Höfn (1.056 kr.) og lægst á Siglufirði (216 kr.). Um 37% aðspurðra á Höfn greiddu fyrir samgöngur, 21% á Húsavík (1.286 kr.), 27% í Mývatnssveit (963 kr.) og 7% á Siglufirði. Í langflestum tilfella var um að ræða bensín- og olúkaup.

3.15 Ánægja

Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína í Mývatnssveit. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 462. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (55%) eða ánægðir (41%). Um 4% svarenda voru hlutlausir og einungis tveir þátttakendur sögðust vera mjög óánægðir sem verður að teljast mjög jákvætt fyrir ferðabjónustuna á svæðinu (mynd 24).

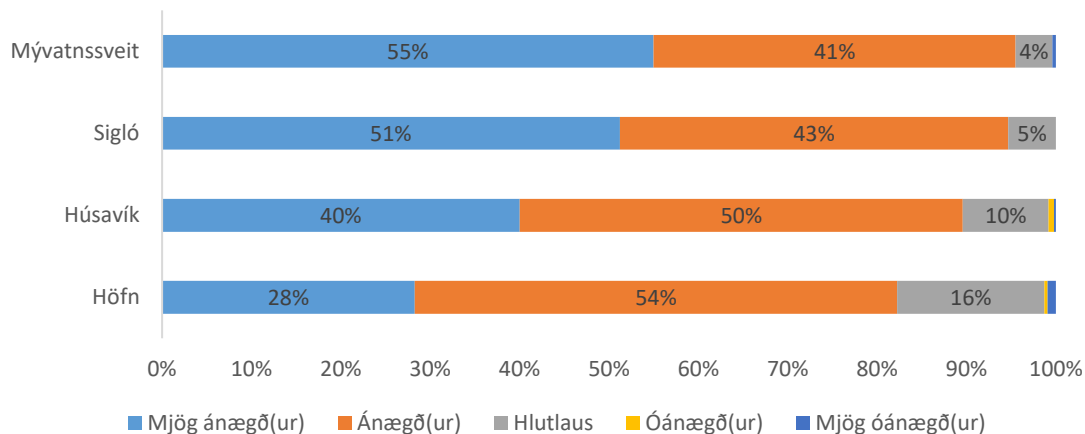


Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína í Mývatnssveit?

Um 58% gesta frá Frakklandi sögðust vera mjög ánægðir og 38% ánægðir sem var hæsta hlutfall ánægju greint eftir búsetulandi gesta. Þar á eftir sögðust 58% Bandaríkjamanna vera mjög ánægðir og 33% ánægðir. Niðurstöðurnar má sjá í töflu 19 í viðauka 1.

Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ($p < 0.01$)¹⁶. Fleiri erlendir gestir í Mývatnssveit og á Siglufirði sögðust vera mjög ánægðir á meðan fleiri sögðust vera ánægðir á Húsavík og Höfn.

¹⁶ Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir. $N=1904$, $p < 0,01$.



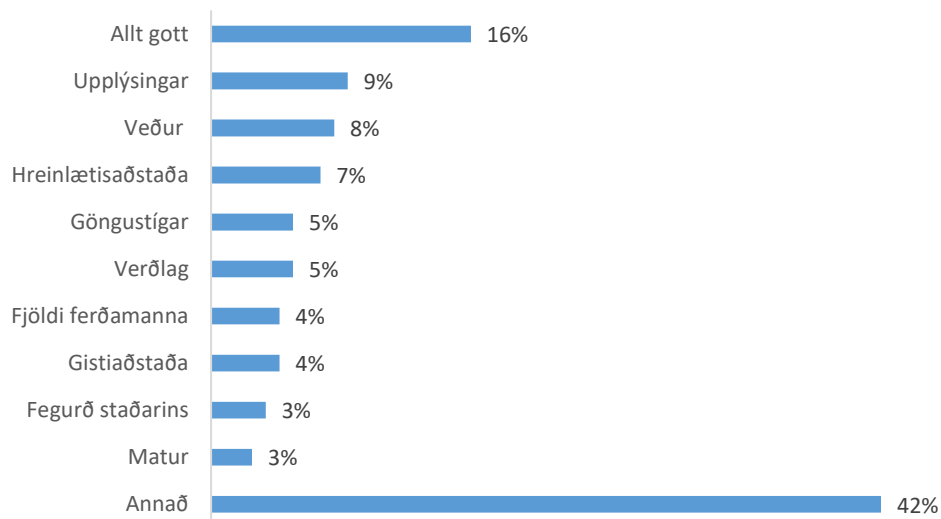
Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða

3.16 Athugasemdir

Í lok spurningalistans voru þátttakendur spurðir hvort þeir vildu koma einhverju á framfæri eða hvort þeir hefðu nýjar hugmyndir að afþreyingu eða þjónustu á svæðinu. Alls svöruðu 116 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 125 athugasemdir (mynd 26).

Um 16% svarenda lýstu yfir ánægju með dvölinu í Mývatnssveit og gerðu engar frekari athugasemdir. Af þeim nefndu 2% sérstaklega hve vingjarnlegir heimamenn væru. Alls kvörtuðu um 9% svarenda yfir því að upplýsingar vantaði á svæðinu og átti það í flestum tilfellum við um kort og merkingar á gönguleiðum. Um 8% svarenda hefðu viljað hafa betra veður og 7% gerðu athugasemdir um skort á hreinlætisaðstöðu á svæðinu og nefndu þá sérstaklega vöntun á salernum við vinsælar gönguleiðir sem og við eftirsóttta staði. Um 5% svarenda kom með athugasemdir vegna göngustíga sem snéru helst að því að gera þyrfti lagfæringar á stígunum. Í því tilliti voru sérstaklega nefndir stígar við Kröflu, Námaskarð og Dimmuborgir. Athugasemdir vegna betri merkinga og salernisaðstöðu við göngustíga tilheyra öðrum flokkum¹⁷. Um 5% svarenda fannst verðlagið á svæðinu of hátt og 4% kvartaði undan of miklum fjölda ferðamanna. Um 4% svarenda kom með athugasemdir í tengslum við gístiaðstöðu á svæðinu. Þær voru bæði jákvæðar og neikvæðar, einn hafði áhyggjur af hraðri uppbyggingu hótela á svæðinu og annar óskaði eftir ókeypis aðstöðu fyrir húsbíla. Um 3% nefndi sérstaklega fegurð svæðisins og önnur 3% komu með athugasemdir tengdar mat. Sem dæmi má nefna að einn svarenda kom með tillögu að matreiðsluferð um héraðið.

¹⁷ Þær tilheyra flokkunum upplýsingar og hreinlætisaðstaða



Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit

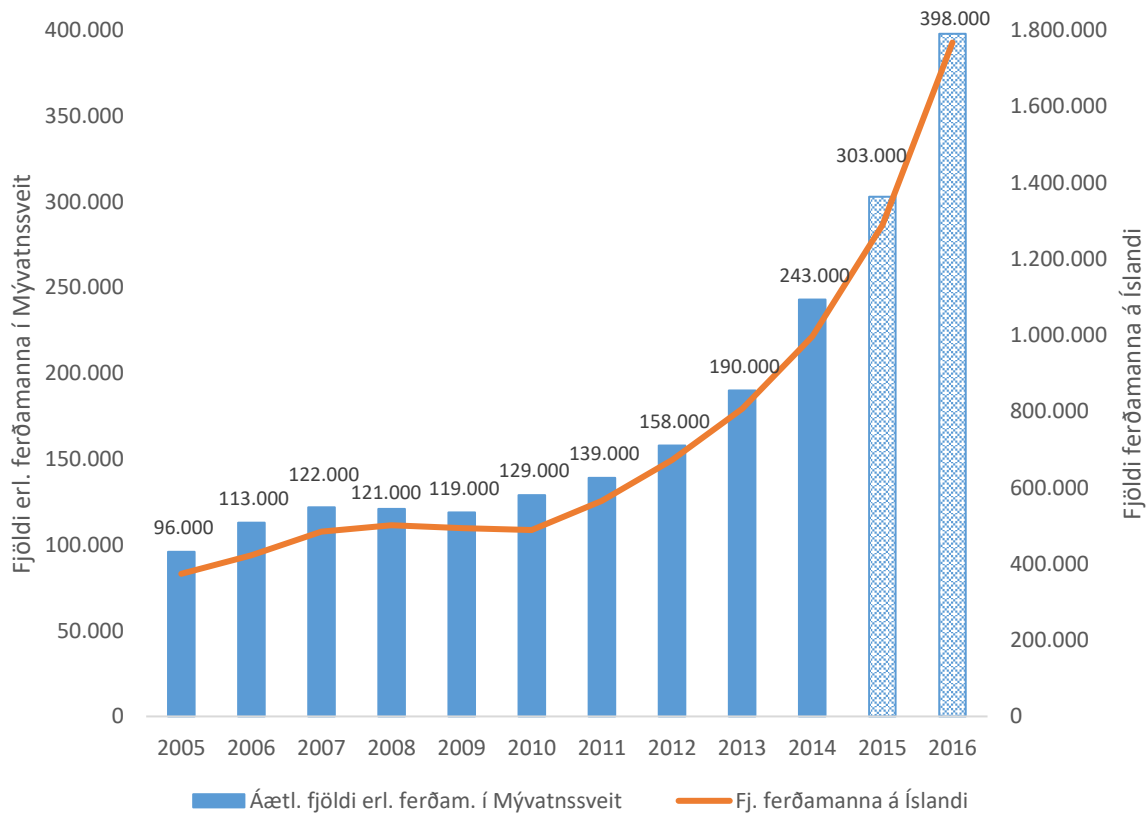
Um 42% svarenda komu með aðrar athugasemdir. Af þeim vildu 2% sjá stærri bílastæði og önnur 2% kvartaði yfir flugum. Um 2% svarenda vildi hafa bát á vatninu og sama hlutfall lagði til bættar samgöngur frá Reykjahlíð að eftirsóttum stöðum í nágrenninu (Dimmuborgir og Jarðböðin sérstaklega nefnd). Dæmi um aðrar athugasemdir voru tillögur að klifri á gosbergi, jarðfræðilegri leiðsögn um svæðið, að hafa tröll og jólasveina á svæðinu yfir sumartímann, fleiri hvíldarstaði utandyra, fleiri bari o.fl. Í viðauka 2 má sjá allar athugasemdir þátttakenda.

3.17 Umfang og áhrif

Umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra ferðamanna sem og áætluðum fjöldatölum erlendra gesta árið 2015.

Á mynd 27 er áætlaður fjöldi ferðamanna í Mývatnssveit. Rannsóknir og ráðgjöf ferðapjónustunnar (RRF) birti skýrslu með áætluðum fjöldatölum erlendra ferðamanna á svæðinu fyrir tímabilið 2005-2014 (Rögvaldur Guðmundsson, 2015) eins og þær koma fyrir á myndinni. Fjöldatölur annarra ára eru áætlaðar af höfundi. Í þessum fjöldatölum er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa¹⁸ né íslenskum gestum.

¹⁸ RRF áætlað að til viðbótar við þá 243 þúsund gesti, sem heimsóttu Mývatnssveit árið 2014 og ferðuðust til landsins með flugi eða ferju, megi reikna með að 25 þúsund hafi komið með skemmtiferðaskipum (Rögvaldur Guðmundsson, 2015).



Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit 2005-2016. (Ferðamálastofa e.d.b.; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015 (fylltu súlurnar)). Mynstraðar súlur eru áætlun höfundar

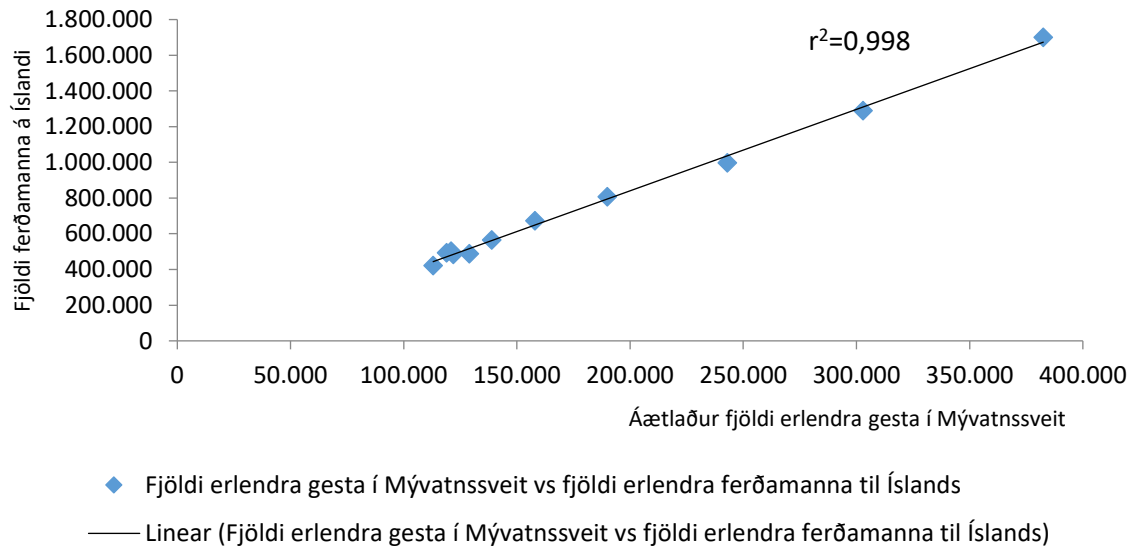
Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit árin 2015 og 2016 á mynd 27 byggir í grunninn á fjórum meginþáttum: Mælingum RRF árin 2005-2014 á fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit, þróun gestafjölda í Jarðböðunum, reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda gesta til landsins og þróun sama hlutfalls fyrir Norðurland árin 2010, 2013 og 2015. Einnig eru hafðar til hliðsjónar niðurstöður bílateljara í Dimmuborgum 2015-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b.; Jarðböðin, 2017; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015, 2016; Rögnvaldur Ólafsson, 2016). Áætlun ársins 2016 er heldur lægri en áætlun Ferðamálastofu sem gerir ráð fyrir að alls hafi 301 þúsund erlendir gestir heimsótt Mývatnssveit sumarið 2016 og 139 þúsund veturinn 2016, eða samtals 440 þúsund erlendir gestir. Ferðamálastofa áætlað jafnframt að fjöldi íslenskra gesta í Mývatnssveit hafi verið 38 þúsund árið áður. Miðað við óbreyttan fjölda íslenskra gesta í Mývatnssveit árið 2016 má áætla að hlutfall þeirra á svæðinu hafi verið um 8% það ár og hlutfall erlendra gesta því 92% samkvæmt gögnum Ferðamálastofu (Ferðamálastofa, 2017).

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem komu til landsins og heimsóttu Mývatnssveit hefur farið aðeins lækkandi á tímabilinu 2005-2014 (úr 26% árið 2005 í 24% árið 2014) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015). Gert er ráð fyrir lækkun úr 24% árið 2014 í 23% árið 2016 í samræmi við aðra staði á Norðurlandi¹⁹. Er

¹⁹ Skv. RRF var hlutfall þeirra sem komu til Íslands og heimsóttu Norðurland árið 2010 alls 32,5%. Árið 2013 var hlutfallið 29,0% og árið 2015 27,8% (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016).

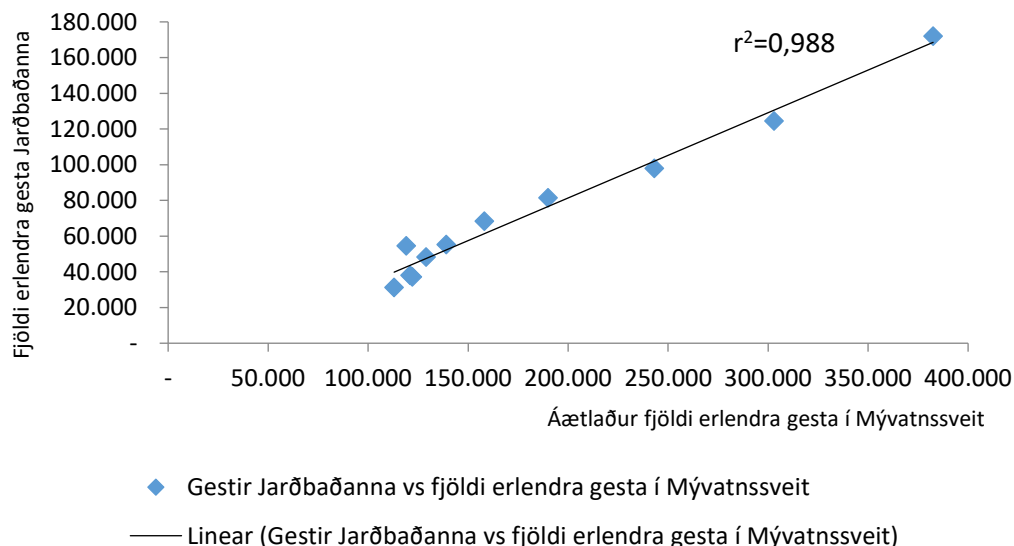
það að mestu leyti vegna aukningar í fjölda heimsókna til landsins utan sumartíma sem skilar sér síður á Norðurland²⁰.

Mynd 28 sýnir fylgni milli áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit og talningar ferðamanna í flugstöð Leifs Eiríkssonar á tíu ára tímabili 2007-2016.



Mynd 28. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og heildarfjölda erlendra ferðamanna á Íslandi 2007-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b., Rögnvaldur Guðmundsson, 2015)

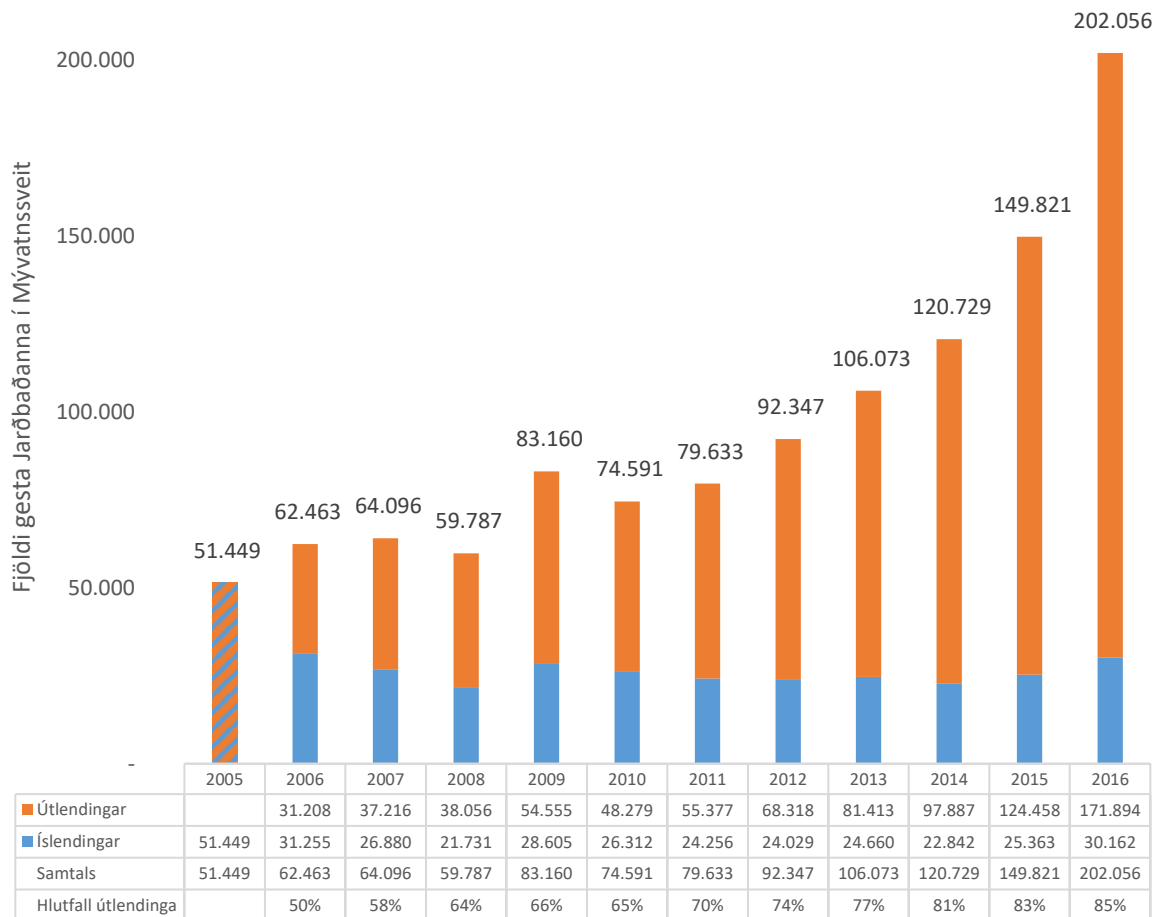
Á mynd 29 má sjá fylgni milli áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit og rauntala um fjölda erlendra gesta í Jarðbaðunum. Sterk jákvæð fylgni var í báðum tilvikum ($r^2 = 0,988$ og $r^2 = 0,998$).



Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og erlendra gesta Jarðbaðanna 2007-2016 (Jarðböðin, 2017, Rögnvaldur Guðmundsson, 2015)

²⁰ Skv. áætlun Ferðamálastofu var hlutfallið 24,9% árið 2016 (45,3% yfir sumarmánuðina þrjá og 12,6 yfir vetrarmánuðina).

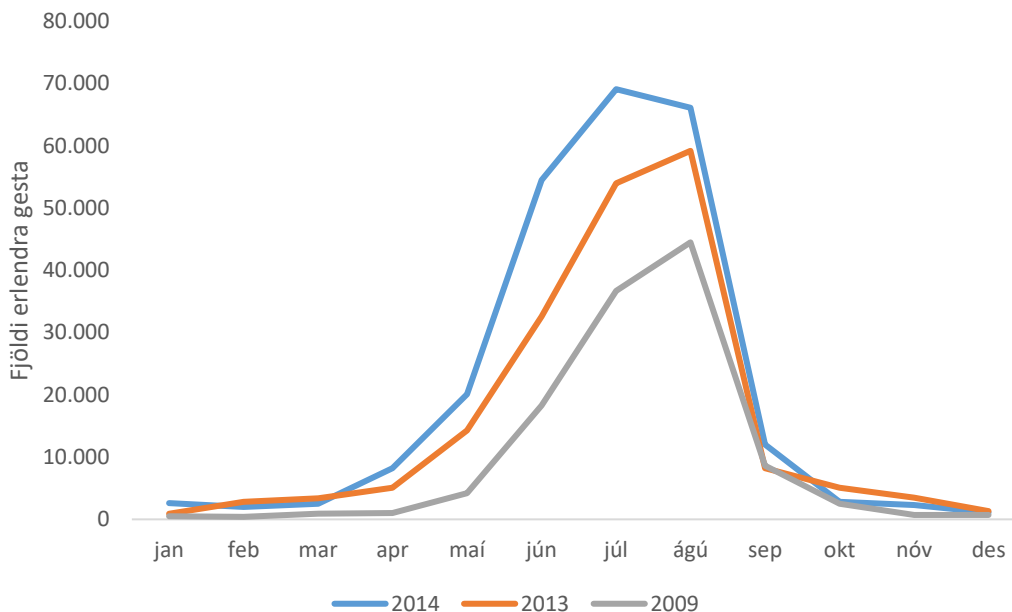
Á mynd 30 má sjá þróun í gestafjölda Jarðbaðanna í Mývatnssveit frá opnun þeirra árið 2005. Í upphafi var skipting meðal erlendra og íslenskra gesta nokkuð jöfn en hlutfall erlendra gesta árið 2016 hefur hækkað í 85%. Fjöldi íslenskra gesta hefur haldist tiltölulega jafn út tímabilið á meðan erlendum gestum hefur fjölgað um tæp 450%²¹ (Jarðböðin, 2017).



Mynd 30. Fjöldi gesta Jarðbaðanna í Mývatnssveit 2005-2016 (Jarðböðin, 2017)

Mikil árstíðasveifla er í ferðapjónustu í Mývatnssveit eins og mynd 31 sýnir en árið 2009 komu um 84% erlendra gesta í Mývatnssveit yfir sumartímenn en 16% yfir vetrartímenn. Sama hlutfall var 78% yfir sumartímenn árið 2014 og 22% yfir vetrartímenn (Rögvaldur Guðmundsson, 2015). Ferðamálastofa (2017) áætla að árið 2016 hafi 68% erlendra gesta heimsótt Mývatnssveit yfir sumartímenn og 32% yfir vetrartímenn.

²¹ Reiknast frá 2006 þar sem fjöldi gesta var ekki sundurliðaður eftir því hvort um var að ræða erlenda eða íslenska gesti árið 2005.



Mynd 31. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015, bls. 15)

Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 var nokkur breyting á hlutfalli mánaða á milli áranna 2014 og 2015. Árið 2014 voru gestakomur erlendra ferðamanna á gístistöðum í Mývatnssveit um 73% yfir sumarmánuðina þrjá og 27% utan sumartíma. Skiptingin árið 2015 var 65% yfir sumarmánuðina og 35% á öðrum tíma ársins. Munar þar mest um fjölgun gesta í september (úr 9% í 13%) og október úr (3% í 5%). Hlutfall erlendra ferðamanna af heildar gestakomum ársins 2015 var 91% og Íslendinga því 9% (Hagstofa Íslands, 2017).

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 hafi verið á bilinu 290-305 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 2,99-3,15 ma.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðaðþjónustutengd velta²² fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Áætlaður launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðaðþjónustu er áætlaður 734-772 m.kr. sem skapar á bilinu 165-174 ársverk. Þegar þessar niðurstöður eru bornar saman við niðurstöður verkefnisins um efnahagsleg áhrif ferðaðþjónustu í Þingeyjarsýslum frá árinu 2013 má greina nokkuð samræmi í fjölgun ársverka og fjölgun erlendra gesta. Árið 2013 var áætlaður fjöldi ársverka sem skapaðist vegna erlendra gesta í Mývatnssveit alls 105²³. Samkvæmt því hefur ársverkum fjölgað um 57-65% á sama tíma og fjölgun erlendra gesta er áætluð 53-61% m.v. ofangreindar forsendur um fjölda gesta.

²² Virðisaukaskattur meðtalinn.

²³ Árið 2013 var heildarfjöldi ársverka í ferðaðþjónustu áætlaður alls 117 af ferðaðþjónustufyrirtækjum í Mývatnssveit (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2016). Þegar reiknað er með að hlutfall ársverka vegna erlendra gesta hafi verið 90% af heildarfjölda ársverka í ferðaðþjónustu árið 2013 reiknast fjöldinn 105. Það hlutfall er byggt á hlutfalli erlendra ferðamanna í gestakomum Hagstofunnar (91%) árið 2015 og áætlun Ferðamálastofu um hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2016 (92%) (Ferðamálastofa, 2017; Hagstofa Íslands, 2017).

Forsendur þessara útreikninga byggja á skýrslu um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum (Lilja Rögnvaldsdóttir, 2016) og er lýst í kafla 2.3 um aðferðafræði verkefnisins. Um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldatölum og hlutföllum svo niðurstöðurnar ber að taka með fyrirvara líkt og fjallað er um í kafla 2.3. Engu að síður gefa þær vísbendingu um umfang atvinnugreinarinnar út frá gefnum forsendum.

Í þessum kafla hefur umfang og áhrif ferðaþjónustunnar verið áætlað út frá útgjöldum og áætluðum fjölda erlendra gesta á svæðinu árið 2015. Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu er þó mikilvægt að huga að fleiri þáttum en arðsköpun og gestafjölda. Gæta þarf að þolmörkum staðarins og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Í því samhengi er vert að nefna verkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn var megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðaþjónustunnar samhliða lengra ferðamannatímabili á minni bæjarfélög, íbúa þeirra, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016).

3.18 Samantekt

Þegar niðurstöður könnunarinnar eru bornar saman milli svæða sker Mývatnssveit sig nokkuð úr hvað varðar dvalarlengd gesta og tímasetningu ákvörðunar um heimsókn. Erlendir gestir svæðisins dvöldu lengur í Mývatnssveit en á hinum stöðunum eða í alls um 21 klst. og tæpur helmingur þeirra (46%) gisti yfir nótt. Algengast var að gestirnir gistu á tjaldsvæðum (45%) en þar næst voru nefnd hótél (21%) og gistiheimili (20%). Hlutfall þeirra sem höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands var hærra í Mývatnssveit en á samanburðarsvæðunum. Meðalaldur gesta var 47,2 ár og flestir komu frá Þýskalandi (22%) og Frakklandi (19%). Ánægjustig erlendra gesta í Mývatnssveit var mjög hátt en um 96% aðspurðra voru ýmist ánægðir eða mjög ánægðir með dvöl sína á staðnum.

Fegurð staðarins, náttúra og landslag voru mikilvægt aðráttarafl og voru gjarnan nefnd sem meginástæða heimsóknar (39%). Jarðsagan og eldvirknin laðaði einnig marga gesti til staðarins (18%). Um 24% aðspurðra sögðu ástæðu heimsóknar vera fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því var ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn.

Um 74% aðspurðra áformuðu að ganga um svæðið og um 47% hugðust fara í náttúruböð²⁴ á meðan á dvöl þeirra stóð. Flestir ferðuðust með fjölskyldu eða vinum (76%) og um 21% gestanna voru í hópferð, sem er nokkuð hærra hlutfall en á Húsavík og Höfn.

²⁴ Heimsókn í Jarðböðin er hluti af því.

Gestir svæðisins nýttu sér helst þjónustu veitingastaða á meðan á dvöl þeirra stóð en um 70% aðspurðra keypti sér veitingar í Mývatnssveit. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan ferðamann voru 10.333 kr. Þar af voru útgjöld vegna veitinga 2.124 kr. Útgjöld vegna gistingu voru 3.415 kr. Og vegna afþreyingar 2.317 kr. en þar gegndu Jarðböðin mikilvægu hlutverki.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (58%) og alls sögðu 97% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þeirra sem heimsóttu Mývatnssveit höfðu gist nóttina áður á Akureyri (37%) og flestir aðspurðra (34%) áformuðu að gista þar einnig næstu nótt (35%). Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um svæðið hjá ferðaskrifstofu (63%) en í 23% tilvika var heimsókn til Mývatnssveitar partur af heildarpakka og upplýsinga um staðinn ekki leitað sérstaklega.

Þátttakendur könnunarinnar voru beðnir að koma á framfæri athugasemdum varðandi dvöl sína á svæðinu en þar lýstu flestir (15%) yfir ánægju með dvölinu og gerðu engar frekari athugasemdir. Alls kvörtuðu um 9% svarenda yfir því að upplýsingar vantaði á svæðinu og átti það í flestum tilvikum við kort og merkingar á gönguleiðum. Um 8% svarenda hefðu viljað hafa betra veður og 7% gerðu athugasemdir um skort á hreinlætisaðstöðu á svæðinu og nefndu þá sérstaklega vöntun á salernum við vinsælar gönguleiðir sem og við eftirsóttu staði.

Fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit var áætlaður 303 þúsund árið 2015. Talsverð árstíðasveifla er ennþá í ferðaþjónustu á staðnum en samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 komu 73% erlendra gesta til Mývatnssveitar yfir sumarmánuðina þrjá og 27% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra gesta af heildargestakomum til Mývatnssveitar árið 2015 var 91% og hefur hækkað aðeins frá árinu 2006 þegar það var 85% (Hagstofa Íslands, 2017).

Þegar umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldatölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðaþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 2,99-3,15 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 290-305 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt Mývatnssveit. Út frá því má reikna að heildarfjöldi ársverka sama ár hafi verið á bilinu 165-174.

4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Mývatnssveit sumarið 2015. Ferðahegðun þeirra og neyslumynstur voru könnuð meðan á dvöl þeirra stóð og mat lagt á svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar út frá ofangreindum atriðum. Niðurstöðurnar voru að lokum bornar saman við niðurstöður sambærilegra verkefna sem framkvæmd voru á Höfn, Húsavík og á Siglufirði á sama tíma.

Meðal niðurstaðna verkefnisins er að ferðahegðun gesta var á margan hátt ólík eftir stöðum sem undirstrikar mikilvægi þess að ofangreindir þættir séu kannaðir á hverju svæði fyrir sig. Erfitt getur reynst að fanga upplifun ferðamanna og fá upplýsingar um útgjöld þeirra eftir að þeir hafa yfirgefið svæðið. Því er mikilvægt að upplýsinga sé aflað á áfangastað og á þeim tíma sem dvalið er á staðnum til að ná sem áreiðanlegustum gögnum.

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins reyndust ástæður heimsóknar, dvalartími og neyslumynstur erlendra ferðamanna talsvert ólík eftir rannsóknarsvæðunum fjórum. Aðdráttarafl hvers svæðis markaðist af sérkennum þess og var ýmist bundið menningu svæðisins, afþreyingu eða landslagi. Útgjöld tengdust þjónustuframboði á hverjum stað og því sem helst dró ferðamenn til svæðisins. Þegar útgjöldin reiknuðust á alla gesti svæðisins voru hæstu útgjöldin á Húsavík tengd hvalaskoðun, á Siglufirði voru þau vegna veitinga og á Höfn og í Mývatnssveit voru útgjöld vegna gistipjónustu hæst.

Þrátt fyrir að marktækur munur á niðurstöðum hafi í mörgum tilvikum mælst á milli staða þá voru yfirleitt meiri líkindi með svæðunum en þegar niðurstöður svæða voru bornar saman við kannanir á landsvísu²⁵. Má þar nefna sem dæmi að samsetning erlendra gesta með hliðsjón af búsetulandi var nokkuð svipuð á milli svæða en hins vegar nokkuð frábrugðin niðurstöðum talningar á Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Sama má segja um gistimáta, ferðamáta, tíma ákvarðanatöku um heimsókn, uppruna upplýsinga um áfangastað o.fl.

Hver áfangastaður hefur sitt sérkenni sem mikilvægt er að þekkja. Ekki síst vegna þess hraða vaxtar sem atvinnugreinin hefur gengið í gegnum að undanförunu og þeirri uppbyggingarþörf innviða sem hefur skapast í kjölfarið. Íslensk stjórnvöld hafa brugðist við með mörkun stefnu í þessum málum þar sem markmiðin hafa m.a. snúið að markvissri uppbyggingu áfangastaða, lengingu ferðamannatímabilsins og betri dreifingu ferðamanna um landið (Ferðamálastofa, 2011). Til að vinna að þessum markmiðum hefur farið af stað verkefni um gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustuna í hverjum landshluta (Ferðamálastofa, e.d.c.). Slík vinna krefst upplýsinga um hverjir það eru sem sækja áfangastaðina heim, hvað drifi þá þangað og hver upplifun þeirra sé. Þess er vænst að niðurstöður þessa verkefnis nýtist sem mikilvægt innlegg í þá vinnu.

²⁵ Könnun Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 og fjöldatalningar í Flugstöð Leifs Eiríkssonar

Aðstæður til að framkvæma spurningakannanir meðal ferðamanna eru á ýmsan hátt sérstæðar hér á landi. Má þar nefna mikla árstíðasveiflu í atvinnugreininni og ótryggt veðurfar sem gerir gagnaöflun oft á tíðum erfiða og kostnaðarsama í framkvæmd og þá sér í lagi yfir vetrartímann. Mikilvægt er að ná umræðu um aðferðafræði og framkvæmd verkefnis sem þessa áður en haldið er af stað í frekari gagnaöflun og greiningu. Lærdóm má draga af því sem betur hefði mátt fara sem og því sem vel tókst til með. Svæðisbundnar spurningakannanir meðal erlendra ferðamanna innihalda óhjákvæmilega takmarkanir og þá sérstaklega vegna þess hve erfitt getur reynst að ná úrtaki sem endurspeglar þýðið. Meðal þess sem ekki er hægt að útiloka að hafi haft takmarkandi áhrif á niðurstöður þessarar könnunar er afmörkun rannsóknarsvæðisins og tími framkvæmdar. Nánar er farið yfir takmarkanir verkefnisins í köflum 2.2 og 2.3. og því lýst hvernig unnið var með þær.

Mikilvægt er að yfirvöld leggi línur varðandi gagnaöflun á áfangastöðum til framtíðar og meti hvaða svæði þarfnist skoðunar hverju sinni og hvar þurfi að endurtaka fyrri rannsóknir. Með því skapast möguleiki á að meta breytingar á milli ára og spá fyrir um þróun atvinnugreinarinnar á hverju svæði. Misjafnt er eftir löndum hvernig staðið er að slíku. Á Nýja-Sjálandi er m.a. svæðisbundin kortavelta notuð sem vísir um þróun atvinnugreinarinnar eftir svæðum (Statistics New Zealand, e.d.) og í Ástralíu eru reglulega framkvæmdar svæðisbundnar ferðavenjukannanir (Tourism Research Australia, e.d.). Í Danmörku eru framkvæmdar útgjaldakannanir meðal ferðamanna á gististöðum og í Finnlandi hefur verið þróaður gagnabanki (ASTA) sem byggir á svæðisbundnum útgjaldakönnunum og talningum meðal erlendra ferðamanna á hverjum stað (OECD, 2016).

Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu á völdum áfangastöðum ber að huga að fleiri þáttum en greint er frá í þessu verkefni. Gæta þarf að þolmörkum staðanna og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Ýmsar rannsóknir hafa verið unnar sem vert er að skoða til samanburðar og má í því samhengi nefna þolmarkarannsóknir dr. Önnu Dóru Sæþórsdóttur (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2015), greiningu RMF á samfélagslegum áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016), mat á fjölda ferðamanna eftir svæðum (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) og ýmislegt fleira. Öll áreiðanleg gögn sem aflað er um ferðaþjónustu innan áfangastaða nýtast að endingu sem púsl í heildarmynd atvinnugreinarinnar á landsvísu. Út frá þeim gögnum sem og öðrum má að lokum vinna heildstæða stefnumótun um framtíð ferðaþjónustu á Íslandi.

5 HEIMILDIR

- Andri Valur Ívarsson og Óli Halldórsson (2011). *Fjölgar kreppan krónum*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2015). *Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi sumarið 2014*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2014). *Aðferðir við að meta fjölda og taka úrtak meðal ferðamanna. Áfangaskýrsla um verkefnið: Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður og Vesturlandi*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). *Vegvísir í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Dwyer, L., Forsyth, P., og Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2012). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll – Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason. (2010). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum: Höfn, Mývatnssveit og Siglufjörður*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Ferðamálastofa. (2011). *Ferðamálaáætlun 2011-2020*. Reykjavík. Sótt frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefing-efni/stefnumotun-og-skipulag/ferdamalaaaetlun-2011-2020>
- Ferðamálastofa. (2014a). *Erlendir ferðamenn á Íslandi sumar 2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2014b). *Erlendir ferðamenn á Íslandi vetur 2013-2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2017). *Áætlaður fjöldi á svæðum og stöðum*. Sótt 16. febrúar 2017 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/aaetladur-fjoldi-a-svaedum-og-stodum>

- Ferðamálastofa. (e.d.a.). *Ferðavenjur Íslendinga*. Sótt 21. nóvember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/kannanir-og-rannsoknir/ferdavenjur-islendinga>
- Ferðamálastofa. (e.d.b.). *Fjöldi ferðamanna: Ferðamenn um Keflavíkurlflugvöll*. Sótt 26. ágúst 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>
- Ferðamálastofa (e.d.c.) *Stefnumarkandi stjórnunaráætlanir - (DMP)*. Sótt 15. desember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/stefnumarkandi-stjornunaraetlanir/dmp-er-aaetlun-um-skipulag-throun-og-markadssetningu-svaedis-auk-skilgreindra-leida>
- Frechtling, D. og Smeral, E. (2010). Measuring and Interpreting the Economic Impact of Tourism: 20/20 Hindsight and Foresight. (D. G. Pearce, og R. W. Butler, Ritstj.) *Tourism Research: A 20-20 Vision*, 67-79. Sótt frá <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/FrechtlingSmeral2020.pdf>
- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2015). *Fjöldi gesta í Vatnajökulsþjóðgarði*. Reykjavík: Vatnajökulsþjóðgarður.
- Hagstofa Íslands. (2013). Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012. *Hagtíðindi. Verðlag og neysla*, 40(98), bls. 1-40.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðaþjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Hagstofa Íslands. (e.d.b.). *Gistinætur og gestakomur á öllum tegundum gististaða 1998-2015*. Sótt frá Atvinnuvegir, Gisting: http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir__ferdathjonusta__Gisting__3_allartegundirgististada/SAM01601.px/
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Jarðböðin. (2017). Gestafjöldi Jarðbaðanna við Mývatn. Tölvupóstur frá Guðmundi Þór Birgissyni, 27. febrúar 2017.
- Kauppiila, P. og Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127-128, 88-97.
- Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðaþjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðaþjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslu*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014a). *Tourism Data Collection: Analysis at the sub-national level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014b). *Þróun og staða ferðaþjónustu á Húsavík: Niðurstöður ferðavenjukannana sumrin 2013 og 2014*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.

- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2016). *Economic Effects of Tourism in Þingeyjarsýslur: An analysis at the subnational level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Malhotra, N. K. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Manzanera, E. T., Melijosa, I. S., Estebanez, J. M., og Pelaez, L. V. (2002). A solution to problems and disadvantages of surveys of visitors at accommodation establishments and at popular visitor places. Í Á. Probáld (Ritstj.), *Proceedings of the sixth international forum on tourism statistics* (bls. 385-399). Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- OECD. (2016). An OECD Review of Statistical Initiatives Measuring Tourism at Subnational Level, *OECD Tourism Papers 2016/01*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2010). *OECD Tourism Trends and Policies 2010*. Paris: OECD publishing.
- Rannsóknamiðstöð ferðamála. (2016). Tölur um skipakomur. Tölvupóstur frá Þórnýju Barðadóttur, 20. desember, 2016.
- Rannveig Guðmundsdóttir, Andri Valur Ívarsson (2008). *Efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík: Tilkoma hvalaskoðunar*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2014). *Ferðamenn í Fjallabyggð 2004-2013*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2015). *Erlendir ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2005-2014*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2016). *Erlendir ferðamenn á Norðurlandi 2010-2015*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Ólafsson. (2016). Gögn úr Mývatnssveit. Tölvupóstur frá Rögnvaldi Ólafssyni 6. október 2016.
- Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern-Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), bls. 91-113.
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið. Sótt frá http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum_i_ferdatjonustu_1996.pdf
- Smith, S. L. (2010). *Practical Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Statistics New Zealand. (e.d.). *Regional tourism indicators and estimates*. Sótt 18. janúar 2017, frá Review of Ministry of Business, Innovation and Employment's tourism statistics: http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx
- Tourism Research Australia. (e.d.). *Destination Visitor Survey results*. Sótt 18. janúar 2017, frá Regional tourism: <https://www.tra.gov.au/research/regional.html>
- United Nations. (2010a). *The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf

United Nations. (2010b). *Tourism satellite account: Recommended methodological framework 2008*. Luxemburg: United Nations Publication. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf

UNWTO. (2014). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.

Vaske, J. J. (2008). *Survey Research and Analysis: Application in Parks, Recreation and Human Dimensions*. Pennsylvania: Venture Publishing.

Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., og Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.

6 VIÐAUKAR

6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjsk. / vinum	Með vinnu- / klúbbfélögum	Í skipulagðri hópferð	Annað
Allir	477	4,6%	76,3%	2,5%	21,4%	0,6%
Kyn						
Kona	260	3,4%	72,8%	3,4%	26,1%	0,8%
Karl	217	6,0%	81,1%	1,4%	15,2%	0,5%
Aldur						
18-24 ára	27	14,8%	70,4%	14,8%	14,8%	0,0%
25-34 ára	120	4,2%	90,0%	0,8%	5,0%	0,8%
35-44 ára	76	6,6%	84,2%	1,3%	7,9%	0,0%
45-54 ára	80	2,5%	83,8%	0,0%	13,8%	0,0%
55-64 ára	85	0,0%	64,7%	1,2%	41,2%	1,2%
65 ára og eldri	86	7,0%	55,8%	5,8%	46,5%	1,2%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	34	2,9%	88,2%	0,0%	11,8%	0,0%
Bretlandseyjar	28	7,1%	89,3%	0,0%	3,6%	0,0%
Vestur Evrópa	286	2,1%	76,2%	2,8%	23,8%	0,7%
Mið-Evrópa	13	15,4%	61,5%	15,4%	0,0%	7,7%
Suður-Evrópa	20	15,0%	85,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	83	8,4%	67,5%	0,0%	32,5%	0,0%
Asía	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	5	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	0,0%	60,0%	0,0%	40,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	107	2,8%	66,4%	0,0%	36,4%	0,0%
Frakkland	89	1,1%	77,5%	9,0%	21,3%	2,2%
Bandaríkin	69	8,7%	65,2%	0,0%	36,2%	0,0%
Holland	35	0,0%	86,5%	0,0%	13,5%	0,0%
Sviss	27	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	24	4,2%	91,7%	0,0%	8,3%	0,0%
Bretland	18	0,0%	94,4%	0,0%	5,6%	0,0%
Belgía	16	12,5%	75,0%	0,0%	12,5%	0,0%
Spánn	16	18,8%	81,3%	6,3%	0,0%	0,0%
Kanada	14	7,1%	78,6%	0,0%	14,3%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Tékkland	9	0,0%	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	8	12,5%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	5	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	0,0%	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%
Annað	22	13,6%	68,2%	4,5%	13,6%	4,5%

Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
Allir	449	45,9%	54,1%
Kyn			
Kona	240	43,3%	56,7%
Karl	206	48,5%	51,5%
Aldur			
18-24 ára	23	17,4%	82,6%
25-34 ára	113	58,4%	41,6%
35-44 ára	76	60,5%	39,5%
45-54 ára	73	49,3%	50,7%
55-64 ára	76	34,2%	65,8%
65 ára og eldri	81	28,4%	71,6%
Markaðssvæði			
Norðurlönd	30	16,7%	83,3%
Bretlandseyjar	25	40,0%	60,0%
Vestur-Evrópa	274	50,7%	49,3%
Mið-Evrópa	10	60,0%	40,0%
Suður-Evrópa	20	65,0%	35,0%
Norður-Ameríka	77	37,7%	62,3%
Asía	3	0,0%	100,0%
Ástralía og Kyrrahafseyjar	6	33,3%	66,7%
Annað	4	50,0%	50,0%
Búsetuland			
Þýskaland	99	46,5%	53,5%
Frakkland	85	47,1%	52,9%
Bandaríkin	63	34,9%	65,1%
Holland	36	38,9%	61,1%
Sviss	28	71,4%	28,6%
Danmörk	20	25,0%	75,0%
Bretland	18	50,0%	50,0%
Belgía	14	100,0%	0,0%
Spánn	16	75,0%	25,0%
Kanada	14	50,0%	50,0%
Austurríki	12	41,7%	58,3%
Tékkland	6	66,7%	33,3%
Svíþjóð	5	20,0%	80,0%
Ástralía	6	33,3%	66,7%
Noregur	6	0,0%	100,0%
Annað	21	23,8%	76,2%
Tilgangur ferðar			
Frí	419	47,0%	53,7%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	2	0,0%	100,0%
Viðburð	1	100,0%	0,0%
Annað	9	33,3%	66,7%
Ferðamáti			
Áætlunarrúta	19	42,1%	57,9%
Eigin bíll	28	71,4%	28,6%
Bílaleigubíll	261	54,8%	45,2%
Bíll vinar	7	14,3%	85,7%
Flug	6	66,7%	33,3%
Hópfurð	105	19,0%	81,0%
Skemmtiferðaskip	4	0,0%	100,0%
Hjól	2	100,0%	0,0%
Annað	11	81,8%	18,2%

Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Ættingjar og vinir	Annað
Allir	205	45,4%	3,4%	2,4%	1,5%	20,5%	21,5%	3,4%	0,0%	2,0%
Kyn										
Kona	104	42,3%	5,8%	2,9%	1,9%	23,1%	21,2%	1,9%	0,0%	1,0%
Karl	99	48,5%	1,0%	2,0%	1,0%	18,2%	21,2%	5,1%	0,0%	3,0%
Aldur										
18-24 ára	4	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%
25-34 ára	66	60,6%	1,5%	3,0%	1,5%	21,2%	10,6%	0,0%	0,0%	1,5%
35-44 ára	45	42,2%	2,2%	2,2%	4,4%	22,2%	11,1%	8,9%	0,0%	6,7%
45-54 ára	36	44,4%	8,3%	0,0%	0,0%	25,0%	19,4%	2,8%	0,0%	0,0%
55-64 ára	26	38,5%	3,8%	3,8%	0,0%	15,4%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	23	17,4%	4,3%	4,3%	0,0%	17,4%	52,2%	4,3%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	5	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	10	63,6%	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%	18,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	139	46,6%	4,1%	2,1%	2,1%	24,0%	17,1%	3,4%	0,0%	0,7%
Mið-Evrópa	6	83,3%	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	12	80,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	29	22,6%	3,2%	0,0%	0,0%	3,2%	64,5%	6,5%	0,0%	0,0%
Asía	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	2	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland										
Þýskaland	46	32,6%	4,3%	2,2%	0,0%	34,8%	26,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Frakkland	40	40,0%	7,5%	2,5%	5,0%	27,5%	10,0%	2,5%	0,0%	5,0%
Bandaríkin	22	22,7%	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%	59,1%	9,1%	0,0%	0,0%
Holland	14	57,1%	0,0%	7,1%	0,0%	7,1%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%
Sviss	21	71,4%	4,8%	0,0%	0,0%	14,3%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	5	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	9	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	14	57,1%	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	11	72,7%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%
Kanada	7	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	5	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	4	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	2	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	2	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tilgangur ferðar										
Frí	197	46,2%	3,6%	2,5%	1,5%	21,3%	19,3%	3,6%	0,5%	2,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsókn	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	3	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%

Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	0 – 3 klst.	4 – 6 klst.	7 – 12 klst.	13 – 24 klst.	25 – 48 klst.	3 – 4 dagar	5 – 6 dagar	Meira
Allir	437	13,3%	22,4%	16,9%	16,0%	23,1%	8,0%	0,2%	0,0%
Kyn									
Kona	234	13,7%	23,5%	17,9%	15,0%	20,9%	8,5%	0,4%	0,0%
Karl	203	12,8%	21,2%	15,8%	17,2%	25,6%	7,4%	0,0%	0,0%
Aldur									
18-24 ára	24	12,5%	37,5%	29,2%	8,3%	8,3%	0,0%	0,0%	4,2%
25-34 ára	111	7,2%	18,0%	11,7%	22,5%	30,6%	9,9%	0,0%	0,0%
35-44 ára	76	3,9%	21,1%	14,5%	18,4%	28,9%	13,2%	0,0%	0,0%
45-54 ára	72	12,5%	15,3%	22,2%	16,7%	25,0%	6,9%	1,4%	0,0%
55-64 ára	71	21,1%	29,6%	12,7%	11,3%	16,9%	8,5%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	81	25,9%	29,6%	18,5%	8,6%	13,6%	3,7%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði									
Norðurlönd	30	20,0%	46,7%	16,7%	3,3%	6,7%	6,7%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	24	0,0%	33,3%	25,0%	20,8%	16,7%	4,2%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	268	12,7%	17,9%	16,4%	17,2%	23,9%	11,9%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	10	10,0%	20,0%	10,0%	30,0%	30,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	10,0%	15,0%	10,0%	20,0%	45,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	76	17,1%	30,3%	17,1%	14,5%	19,7%	0,0%	1,3%	0,0%
Asía	3	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	6	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	4	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland									
Pýskaland	95	10,5%	20,0%	23,2%	20,0%	14,7%	11,6%	0,0%	0,0%
Frakkland	85	16,5%	18,8%	14,1%	17,6%	25,9%	7,1%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	62	21,0%	29,0%	17,7%	12,9%	17,7%	0,0%	1,6%	0,0%
Holland	35	25,7%	22,9%	11,4%	14,3%	17,1%	8,6%	0,0%	0,0%
Sviss	27	3,7%	11,1%	11,1%	11,1%	44,4%	18,5%	0,0%	0,0%
Danmörk	20	10,0%	50,0%	15,0%	5,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Bretland	17	0,0%	11,8%	35,3%	29,4%	17,6%	5,9%	0,0%	0,0%
Belgía	14	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	35,7%	50,0%	0,0%	0,0%
Spánn	16	6,3%	12,5%	6,3%	18,8%	56,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	14	0,0%	35,7%	14,3%	21,4%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	16,7%	25,0%	16,7%	41,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	0,0%	33,3%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	5	0,0%	80,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	6	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	21	19,0%	38,1%	14,3%	9,5%	19,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tegund gistingar									
Tjaldsvæði	88	0,0%	0,0%	3,4%	30,7%	55,7%	10,2%	0,0%	0,0%
Bændagisting	7	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%
Farfuglaheimili	5	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Einkagisting	3	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Gistiheimili	42	0,0%	0,0%	2,4%	19,0%	26,2%	52,4%	0,0%	0,0%
Hótel	43	0,0%	0,0%	7,0%	39,5%	53,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Sumarhús	7	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%	42,9%	28,6%	0,0%	0,0%
Ættingjar / vinir	0	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	4	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ættingja	Viðburður	Annað
Allir	469	97,2%	0,0%	0,9%	0,2%	2,6%
Kyn						
Kona	251	97,2%	0,0%	1,2%	0,4%	2,4%
Karl	215	97,2%	0,0%	0,5%	0,0%	2,8%
Aldur						
18-24 ára	27	96,3%	0,0%	3,7%	0,0%	7,4%
25-34 ára	120	98,3%	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%
35-44 ára	76	96,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%
45-54 ára	79	98,7%	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%
55-64 ára	81	96,3%	0,0%	1,2%	0,0%	2,5%
65 ára og eldri	79	97,5%	0,0%	1,3%	0,0%	2,5%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	32	96,9%	0,0%	3,1%	0,0%	3,1%
Bretlandseyjar	28	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Vestur-Evrópa	287	98,6%	0,0%	0,3%	0,0%	1,4%
Mið-Evrópa	13	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	76	90,8%	0,0%	2,6%	0,0%	7,9%
Asía	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	80,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	106	99,1%	0,0%	0,9%	0,0%	0,9%
Frakkland	88	98,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
Bandaríkin	62	88,7%	0,0%	3,2%	0,0%	9,7%
Holland	36	97,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
Sviss	30	96,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
Danmörk	22	95,5%	0,0%	4,5%	0,0%	4,5%
Bretland	18	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	16	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	16	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	14	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Ástralía	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	22	95,5%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%

Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis kevirt í gegn
Allir	466	74,2%	15,2%	2,4%	12,9%
Kyn					
Kona	250	74,4%	15,6%	2,4%	12,8%
Karl	213	73,7%	15,0%	2,3%	13,1%
Aldur					
18-24 ára	26	53,8%	42,3%	3,8%	0,0%
25-34 ára	120	73,3%	20,0%	1,7%	5,8%
35-44 ára	74	81,1%	10,8%	5,4%	10,8%
45-54 ára	79	74,7%	19,0%	1,3%	10,1%
55-64 ára	80	71,3%	7,5%	3,8%	27,5%
65 ára og eldri	80	76,3%	7,5%	0,0%	18,8%
Markaðssvæði					
Norðurlönd	33	87,9%	12,1%	0,0%	6,1%
Bretlandseyjar	28	82,1%	14,3%	0,0%	7,1%
Vestur-Evrópa	278	73,7%	14,4%	2,2%	15,8%
Mið-Evrópa	13	46,2%	46,2%	7,7%	0,0%
Suður-Evrópa	20	70,0%	15,0%	15,0%	0,0%
Norður-Ameríka	80	75,0%	12,5%	1,3%	13,8%
Asía	3	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%
Ástralía og Kyrrah.	6	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland					
Þýskaland	101	65,3%	12,9%	2,0%	27,7%
Frakkland	84	91,7%	9,5%	2,4%	1,2%
Bretland	66	74,2%	12,1%	0,0%	16,7%
Bandaríkin	36	61,1%	27,8%	2,8%	11,1%
Spánn	30	73,3%	13,3%	3,3%	16,7%
Ítalía	23	91,3%	8,7%	0,0%	8,7%
Holland	18	88,9%	11,1%	0,0%	5,6%
Sviss	15	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Kanada	16	68,8%	12,5%	18,8%	0,0%
Austurríki	14	78,6%	14,3%	7,1%	0,0%
Belgium	12	50,0%	16,7%	0,0%	50,0%
Ástralía	9	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%
Danmörk	8	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%
Polland	6	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Annað	22	68,2%	22,7%	0,0%	9,1%
Tilgangur ferðar					
Frí	441	74,8%	15,2%	2,5%	12,2%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	1	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	11	63,6%	18,2%	0,0%	27,3%

Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ættingjar	Sýning/ ráðstefna	Fjöl- miðlar	Ferða- skrifstofa	Ferða- handbækur	Hluti af heildar- pakka	Heima- síða	Annað
Allir	472	18%	1%	7%	63%	18%	23%	10%	4%
Kyn									
Kona	255	20%	1%	7%	59%	17%	26%	9%	4%
Karl	214	16%	1%	8%	68%	18%	19%	11%	5%
Aldur									
18-24 ára	27	44%	4%	11%	52%	7%	7%	4%	7%
25-34 ára	119	29%	2%	9%	84%	9%	8%	8%	6%
35-44 ára	75	16%	0%	11%	75%	17%	19%	9%	4%
45-54 ára	78	12%	0%	8%	76%	18%	21%	17%	4%
55-64 ára	84	14%	0%	6%	39%	24%	33%	10%	2%
65 ára og eldri	82	4%	0%	1%	35%	28%	46%	11%	2%
Markaðssvæði									
Norðurlönd	33	46%	0%	9%	82%	24%	3%	3%	0%
Bretlandseyjar	26	23%	0%	12%	69%	12%	8%	19%	0%
Vestur-Evrópa	285	14%	1%	6%	68%	19%	24%	10%	4%
Mið-Evrópa	13	69%	0%	23%	69%	8%	0%	0%	8%
Suður-Evrópa	20	35%	5%	40%	60%	10%	0%	15%	5%
Norður-Ameríka	82	6%	0%	2%	40%	15%	42%	10%	7%
Asía	3	0%	0%	0%	0%	67%	33%	33%	0%
Ástralía+Kyrrah.	5	40%	0%	0%	40%	0%	0%	20%	0%
Annað	5	20%	0%	0%	60%	40%	20%	20%	0%
Búsetuland									
Þýskaland	103	10%	2%	8%	60%	11%	42%	4%	3%
Frakkland	89	11%	0%	3%	63%	26%	18%	16%	6%
Bretland	68	4%	0%	3%	32%	16%	46%	6%	9%
Bandaríkin	37	11%	0%	3%	84%	24%	11%	16%	0%
Spánn	28	46%	0%	0%	86%	21%	7%	0%	7%
Ítalía	23	44%	0%	13%	87%	26%	0%	0%	0%
Holland	16	6%	0%	13%	75%	19%	13%	31%	0%
Sviss	16	13%	0%	13%	75%	6%	6%	19%	6%
Kanada	16	38%	0%	50%	63%	0%	0%	19%	6%
Austurríki	14	14%	0%	0%	79%	7%	21%	29%	0%
Belgium	12	0%	0%	17%	67%	42%	25%	0%	0%
Ástralía	9	78%	0%	11%	67%	0%	0%	0%	11%
Danmörk	8	50%	0%	13%	63%	0%	0%	0%	0%
Polland	5	40%	0%	0%	40%	0%	0%	20%	0%
Tékkland	6	33%	0%	0%	67%	17%	0%	17%	0%
Annað	22	36%	5%	9%	55%	36%	14%	9%	0%
Tilgangur ferðar									
Frí	445	18%	1%	7%	64%	18%	21%	10%	4%
Vinnutengt	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Heimsækja	4	50%	0%	0%	50%	0%	25%	0%	0%
Viðburður	1	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
Annað	12	8%	0%	25%	42%	42%	58%	17%	0%

Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.

	Fjöldi	Áætlunarrúta	Eigin bíll	Bílaleigubíll	Hópfærð	Annað
Allir	474	6,1%	7,0%	58,9%	23,6%	9,4%
Kyn						
Kona	255	5,5%	7,1%	54,5%	26,3%	12,2%
Karl	216	6,9%	6,5%	64,8%	19,9%	6,4%
Aldur						
18-24 ára	26	3,8%	7,7%	57,7%	15,4%	23,1%
25-34 ára	120	5,0%	5,8%	80,0%	5,0%	7,4%
35-44 ára	75	1,3%	5,3%	74,7%	14,7%	6,7%
45-54 ára	80	2,5%	8,8%	70,0%	12,5%	10,1%
55-64 ára	82	12,2%	7,3%	37,8%	39,0%	12,3%
65 ára og eldri	84	10,7%	4,8%	26,2%	57,1%	8,4%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	33	6,1%	3,0%	84,8%	6,1%	6,0%
Bretlandseyjar	28	3,6%	14,3%	60,7%	10,7%	14,3%
Vestur-Evrópa	287	3,8%	8,4%	59,2%	26,5%	7,6%
Mið-Evrópa	12	0,0%	8,3%	50,0%	8,3%	33,3%
Suður-Evrópa	19	5,3%	5,3%	89,5%	5,3%	0,0%
Norður-Ameríka	82	15,9%	1,2%	40,2%	34,1%	12,1%
Asía	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	6	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	33,4%
Annað	4	25,0%	0,0%	75,0%	0,0%	25,0%
Búsetuland						
Þýskaland	103	0,0%	8,7%	47,6%	40,8%	4,8%
Frakkland	90	5,6%	6,7%	60,0%	25,6%	7,7%
Bandaríkin	68	16,2%	1,5%	36,8%	39,7%	10,3%
Holland	36	5,6%	8,3%	75,0%	8,3%	13,9%
Sviss	30	3,3%	13,3%	76,7%	6,7%	13,4%
Danmörk	23	4,3%	4,3%	87,0%	4,3%	4,3%
Bretland	18	0,0%	11,1%	66,7%	16,7%	11,2%
Belgía	16	18,8%	6,3%	62,5%	12,5%	6,3%
Spánn	15	0,0%	6,7%	93,3%	6,7%	0,0%
Kanada	14	14,3%	0,0%	57,1%	7,1%	21,4%
Austurríki	12	0,0%	8,3%	58,3%	33,3%	0,0%
Tékkland	8	0,0%	12,5%	50,0%	0,0%	37,5%
Svíþjóð	8	12,5%	12,5%	50,0%	0,0%	25,0%
Ástralía	6	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	33,4%
Noregur	6	16,7%	0,0%	83,3%	0,0%	0,0%
Annað	21	9,5%	4,8%	71,4%	9,5%	14,4%
Tilgangur ferðar						
Frí	449	4,7%	7,1%	60,4%	22,7%	9,3%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	25,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%
Viðburður	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Annað	11	27,3%	0,0%	54,5%	18,2%	27,3%

Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Fuglaskoðun	Sund	Söfn	Útsýnisferð	Gönguferð	Ljósmyndun	Náttúruböð	Hellaskoðun	Hálendisferð	Matur úr héraði	Annað
Allir	472	34%	25%	6%	35%	74%	64%	47%	12%	15%	19%	5%
Kyn												
Kona	255	36%	25%	6%	36%	73%	61%	50%	11%	12%	24%	4%
Karl	214	31%	24%	5%	34%	76%	68%	44%	14%	19%	13%	7%
Aldur												
18-24 ára	27	37%	26%	11%	22%	85%	70%	63%	22%	7%	30%	7%
25-34 ára	119	24%	38%	2%	20%	88%	80%	57%	16%	14%	19%	10%
35-44 ára	76	30%	25%	5%	32%	76%	65%	58%	13%	13%	25%	9%
45-54 ára	78	39%	30%	8%	33%	73%	60%	54%	12%	18%	18%	4%
55-64 ára	84	38%	19%	6%	44%	73%	64%	35%	6%	18%	20%	1%
65 ára og eldri	81	41%	6%	6%	57%	51%	43%	22%	9%	15%	10%	0%
Markaðssvæði												
Norðurlönd	33	49%	39%	12%	39%	55%	76%	70%	24%	9%	18%	9%
Bretlandseyjar	28	21%	18%	11%	32%	68%	57%	54%	18%	4%	14%	11%
Vestur-Evrópa	282	36%	30%	4%	30%	79%	66%	46%	8%	17%	19%	5%
Mið-Evrópa	13	39%	31%	0%	23%	85%	62%	62%	8%	31%	23%	0%
Suður-Evrópa	20	15%	35%	0%	30%	65%	70%	65%	20%	15%	0%	5%
Norður-Ameríka	83	29%	4%	6%	53%	70%	55%	35%	21%	13%	23%	4%
Asía	3	0%	0%	0%	33%	100%	33%	100%	33%	0%	67%	0%
Ástralía og Kyrrah.	5	40%	0%	40%	60%	60%	40%	20%	0%	0%	20%	0%
Annað	5	40%	0%	0%	60%	40%	100%	40%	0%	20%	0%	20%
Búsetuland												
Þýskaland	104	38%	39%	5%	46%	79%	69%	43%	4%	11%	15%	1%
Frakkland	87	36%	18%	3%	26%	74%	63%	39%	9%	21%	20%	2%
Bandaríkin	69	29%	4%	7%	59%	68%	51%	32%	20%	12%	25%	4%
Ítalía	35	43%	11%	9%	23%	66%	57%	26%	11%	14%	20%	6%
Spánn	29	14%	41%	3%	7%	97%	69%	59%	0%	31%	17%	10%
Holland	23	52%	39%	13%	39%	57%	74%	74%	30%	9%	13%	13%
Sviss	18	28%	17%	17%	39%	72%	44%	61%	22%	0%	17%	0%
Bretland	15	47%	27%	0%	13%	93%	73%	87%	40%	27%	47%	27%
Kanada	16	19%	31%	0%	25%	69%	69%	75%	25%	13%	0%	6%
Danmörk	14	29%	0%	0%	21%	79%	79%	50%	21%	21%	14%	0%
Belgía	12	50%	75%	0%	8%	92%	67%	92%	0%	8%	17%	17%
Austurríki	9	33%	33%	0%	22%	89%	67%	67%	11%	22%	33%	0%
Ástralía	8	13%	25%	0%	25%	63%	100%	50%	13%	13%	13%	13%
Svíþjóð	5	40%	0%	40%	60%	60%	40%	20%	0%	0%	20%	0%
Tékkland	6	17%	33%	17%	50%	33%	67%	50%	17%	17%	33%	0%
Annað	22	32%	23%	0%	36%	64%	68%	50%	5%	18%	14%	14%

Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
Allir	462	55,0%	40,5%	4,1%	0,0%	0,4%
Kyn						
Kona	249	59,4%	37,3%	2,8%	0,0%	0,4%
Karl	211	49,8%	44,1%	5,7%	0,0%	0,5%
Aldur						
18-24 ára	25	48,0%	44,0%	8,0%	0,0%	0,0%
25-34 ára	116	48,3%	47,4%	4,3%	0,0%	0,0%
35-44 ára	73	50,7%	46,6%	2,7%	0,0%	0,0%
45-54 ára	78	66,7%	30,8%	1,3%	0,0%	1,3%
55-64 ára	86	59,3%	34,9%	5,8%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	77	53,2%	40,3%	5,2%	0,0%	1,3%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	33	57,6%	39,4%	0,0%	0,0%	3,0%
Bretlandseyjar	27	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	277	53,1%	41,9%	5,1%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	12	41,7%	58,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	55,0%	45,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	80	58,8%	33,8%	6,3%	0,0%	1,3%
Asía	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	104	50,0%	42,3%	7,7%	0,0%	0,0%
Frakkland	81	58,0%	38,3%	3,7%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	67	58,2%	32,8%	7,5%	0,0%	1,5%
Ítalía	37	37,8%	56,8%	5,4%	0,0%	0,0%
Spánn	29	48,3%	48,3%	3,4%	0,0%	0,0%
Holland	23	52,2%	43,5%	0,0%	0,0%	4,3%
Sviss	18	72,2%	27,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	78,6%	21,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	16	56,3%	43,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	13	61,5%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	12	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	8	37,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	71,4%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	22	40,9%	59,1%	0,0%	0,0%	0,0%

6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölin á Höfn eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 116 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Að okkar mati er allt fullkomið. Vinsamlegast fylgið ekki þeirri Vestur-Evrópsku fyrirmynd að fella allt undir reglugerðir og stafræna tækni.

Allir á Íslandi eru mjög vingjarnlegir og hjálpsamir. Auðvitað, því þeir eru íslenskir!

Allt frábært (x2).

Allt gott.

Almenningssamgöngur vantar á milli Reykjahlíðar og Jarðbaðanna. Við gátum ekki heimsótt böðin.

Auðeldari gönguleiðir fyrir fatlaða.

Bar.

Báta á vatnið.

Betra kort af svæðinu! Með ítarlegum upplýsingum.

Betra veður.

Betra veður, annars fullkomið.

Betra viðhald á göngustígum við Námafjall.

Betri merkingar.

Betri merkingar fyrir gönguleiðir.

Betri merkingar fyrir göngustíga og gönguleiðir. Fleiri ruslafötur.

Dvölin hér hefur verið dásamleg, náttúran og Askja eru stórkostleg. Að mínu mati þarf engu að breyta hér!! Kærar þakkir!!

Ef við hefðum fundið gistingu þyrftum við ekki að tjalda.

Ekkert.

Ekki nokkuð...Þetta er frábært.

Ég mun þurfa að koma aftur og eyða meiri tíma hér! Þvílíkt land!

Ég myndi mæla með Mývatnssveit við hvern þann sem heimsækir Ísland.

Ég myndi óska mér að liggja í náttúrulegum.

Ég mæli með verslun á tjaldsvæðinu með fatnað, mat og útilegugræjur.

Ég sá allt.

Fallegt land.

Fallegur staður. Flugnavandamál.

Fleiri ferðamöguleika.

Fleiri salerni á eftirsóttum stöðum.

Fleiri salerni og sturtur á tjaldsvæðinu.

Frábær upplifun.

Frábærar myndir.

Færra fólk.

Færra fólk (ferðamenn eins og við).

Gistiheimili og veitingahús eru mjög dýr hér fyrir norðan!

Gistingin er of dýr.

Gott veður.

Góð þjónusta. En það þarf að vernda endurnar betur. Með ágangi ferðamanna geta andafjölskyldur sundrast. Við tókum eftir einu atviki þar sem andarungi týndi móður sinni og varð einn eftir.

Göngustígarnir eru ekki vel merktir (frá Reykjahlíð í Dimmuborgir).

Hef bara verið hér í nokkrar klukkustundir.

Hlýrra, betra veður.

Hótelin eru of dýr.

Í Dimmuborgum þarf að hafa góða tónlist í eyrunum (helst þungarokk). Drepið flugurnar!!

Í gær vorum við í Kröflu og þar vantar að mínu mati fleiri ruslafötur. Það er frábær staður sem laðar að marga gesti en þar var orðið sóðalegt þar sem salernin voru lokuð.

Í raun ekki.

Í raun ekki, kannski ókeypis salernisaðstaða.

Ítarlegri göngukort.

Jarðfræðilega leiðsögn.

Klifur á gosbergi, klifurgarður.

Kort til að taka með um Dimmuborgir.

Landið er mjög dýrt.

Matreiðsluferð um héraðið.

Matur í gönguferðum.

Meiri sól, tröll.

Meiri tíma.

Mjög áhugavert - takk fyrir.

Mjög fín gistiaðstaða.

Mýflug er frábært.

Mývatn er mjög vel þróað svæði.

Nákvæmt kort með öllum gönguleiðum á netinu sem hægt er að skoða áður en svæðið er heimsótt.

Nei (x9).

Nei takk, Ég naut þess að vera hér.

Nei, allt mjög gott að svo stöddu.

Nei, en ég myndi vilja vera einn í burtu frá öðru fólki.

Nei, við erum ánægð með þetta.

Nei, vinsamlegast haldið áfram á sömu braut. Við erum hæstánægð með dvöl okkar hér.

Nei, þvert á móti hefur ferðapjónustan þróast vel hérna.

Nei, því meira afslappað (low-key), því betra.

Of dýrt fyrir okkur.

Of fáir hvíldarstaðir.

Of mörg hótél hafa áhrif á náttúruna.

Ódýr matur úr héraði.

Ókeypis gistingualeikar fyrir húsbíla.

Panta betra veður.

Rúta (skutla) úr Dimmuborgum í Reykjavíki.

Rúturnar verða að drepa á vélinni.

Salernisaðstaða á gönguleiðum.

Sól (x2).

Stærri bílastæði fyrir rútur.

Takk fyrir (x2).

Traustari göngustígar. Salernisaðstaða á gönguleiðum.

Útsýnisflug með flugvél eða þyrlu.

Vel gerðir göngustígar.

Við erum undrandi yfir fjölda ferðamanna hér.

Við söknum sólarinnar.

Vingjarnlegt fólk.

Vinsamlegast ekki byggja meira, við erum hér vegna náttúrunnar.

Það er frábært!

Það hefði verið gaman að hitta jólasveinana.

Það tekur lengri tíma en þú heldur.

Það vantar bari til að fara á á kvöldin.

Það vantar t.d. fleiri kaffihús, salerni, ódýrari ferðamannaverslanir, bílastæði.

Það vantar upp á hreinlætisaðstöðuna á tjaldsvæðinu (wc, sturtur ofl.).

Það væri fínt að fá kort af gönguleiðunum við Höfða.

Það væri fínt að hafa bát á vatninu.

Það væri ráðleggra að rukka fyrir aðgang að þjóðgarðinum en ekki salernunum.

Það þarf að laga göngustígana fyrir eldra fólk.

Það þyrfti að hanna stærri bílastæði.

Það þyrfti að laga göngustígana við Kröflu.

Þýðið upplýsingaskiltin við gönguleiðirnar á ensku.

6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



Visitor survey in Mývatn, summer 2015

Húsavík
Academic Center

This survey is conducted by Húsavík Academic Center. The aim of this study is to gather tourist information in order to improve tourist services in Mývatn and surroundings. We would be grateful if you could spare few minutes to respond to this survey. Answers will be treated anonymously.

1. Gender Female Male

2. Year of birth _____

3. Country of residence? _____

4. Your travel companion(s)?

- None Co-workers
 Family/friends/partner Organized tour group
 Others, who? _____

5. Where did you spend the night before arriving in Mývatn?

6. Where will you spend the first night after leaving Mývatn?

7. Did you stay in Mývatn last night or will you stay tonight?

- Yes No (If no, please go to question 9)



8. What sort of accommodation did you/will you use in Mývatn?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping site | <input type="checkbox"/> Hotel |
| <input type="checkbox"/> Farm Holidays | <input type="checkbox"/> Summer house/Cottages |
| <input type="checkbox"/> Hostel | <input type="checkbox"/> Family/friends |
| <input type="checkbox"/> Private rental (e.g. Airbnb) | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse | |

9. What is the main purpose of your visit to Mývatn?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Holiday | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/friends |
| <input type="checkbox"/> Business trip/Conference | <input type="checkbox"/> Event/festival |
| <input type="checkbox"/> Other, what? _____ | |

10. Please specify why you chose to travel to Mývatn:

11. When did you decide to visit Mývatn? (multiple choices)

- Before the journey to Iceland began
- After the journey to Iceland began
- It was the reason for coming to Iceland
- Mývatn was only a drive through

12. Where did you get information about Mývatn? (multiple choices)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Friends and relatives | <input type="checkbox"/> Books and guides |
| <input type="checkbox"/> Fairs and/or exhibitions | <input type="checkbox"/> It was part of the travel package |
| <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Information website: specify _____ |
| <input type="checkbox"/> Travel agency | <input type="checkbox"/> Other, what: _____ |



14. How did you travel to Mývatn?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bus (Scheduled service) | <input type="checkbox"/> Tour bus |
| <input type="checkbox"/> Your own car | <input type="checkbox"/> Cruise/sail |
| <input type="checkbox"/> Rental car | <input type="checkbox"/> Bicycle |
| <input type="checkbox"/> Friend's car | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Flight | |

15. How long do you expect your total stay in Mývatn to be?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 – 3 hours | <input type="checkbox"/> 25 – 48 hours |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 hours | <input type="checkbox"/> 3 – 4 days |
| <input type="checkbox"/> 7 – 12 hours | <input type="checkbox"/> 5 – 6 days |
| <input type="checkbox"/> 13 – 24 hours | <input type="checkbox"/> More _____ days |

16. Please mark all aspects/activities you plan to experience during your stay in Mývatn?

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Horse trips | <input type="checkbox"/> Highland tour |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall | <input type="checkbox"/> Fishing | <input type="checkbox"/> Local food tasting |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Photography | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Museum | <input type="checkbox"/> Nature Bath | |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Cave exploration | |
| <input type="checkbox"/> Hiking | <input type="checkbox"/> Bicycle rental | |

In questions 17 and 18 we seek information on the total tourist expenditure in Mývatn for the last 24 hours (one day) and what it was spent on.

- Please specify all your spending (or that of your group) in Mývatn last 24 hours. Please specify as well if you have prepaid any services or will pay later for services or goods consumed within a period of 24 hours (or total expenditure during your stay if it has been shorter than 24 hours).
- If you are in a group (e.g. family) where one person pays all expenditure for the group, please specify the total spending of the group and mark the number of persons in question 17.
- If you pay your own share of joint spending, please specify only your own spending and mark , "1" in question 17.



17. How many people does this expenditure cover?

_____ people

18. How much money did you spend in total on the following things for the last 24 hours in Mývatn? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right, estimates are appreciated).

Accommodation _____

Restaurants/cafés (outside your accommodation) _____

Restaurant/food service within your accommodation _____

Groceries (e.g. food, beverages in supermarkets) _____

Recreation (e.g. tours) _____

Culture (e.g. museum, craftshouse) _____

Souvenirs _____

Gas/oil _____

Shopping (e.g. clothing, goods) _____

Other (please specify what and the amount) _____

Currency

ISK

EUR

GBP

DKK

USD

Other

19. Overall, how satisfied are you with your visit to Mývatn?

Very satisfied Satisfied Neutral Dissatisfied Very dissatisfied

20. Is there anything at last you would like to add? Some activity, service, attraction, entertainment etc. you would like to see in Mývatn?

Thank you for your participation and have a pleasant stay in Iceland





RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA

Desember 2016



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Erlendir gestir á Höfn í Hornafirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurslóð, IS-600 Akureyri
Sími: (+354) 460-8930
Fax: (+354) 460-8919
Rafpóstur: rmf@unak.is
Veffang: www.rmf.is

Titill: Erlendir gestir á Höfn í Hornafirði sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja B. Rögnvaldsdóttir
Skönnun spurningalista og forvinna gagna: Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála
Prentun: Stell (www.stell.is)

Númer: RMF-S-09-2016
ISBN: 978-9935-437-55-6
ISSN: 978-9935

Forsíðumynd: Á Höfn © Gláma/Kím ehf. (www.glamakim.is)

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

Erlendir gestir á Höfn í Hornafirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta á Höfn í Hornafirði árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Húsavík, Siglufirði og í Mývatnssveit á sama tíma. Verkefnið var eitt af fjórum verkefnum sem hlaut fjárframlag frá Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu í gegnum Háskólann á Akureyri til rannsókna í ferðaþjónustu árið 2015.

Verkefnið er unnið samhliða öðru verkefni á vegum Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu á Höfn, Siglufirði og í Mývatnssveit. Þar eru könnuð áhrif hins hraða vaxtar atvinnugreinarinnar á íbúa staðanna, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2016).

Grundvöllur þessa verkefnis er rannsókn sem unnin var í Þingeyjarsýslum á tímabilinu 2012-2015 og sneri að aðlögun alþjóðlegra aðferða við gerð ferðaþjónustureikninga á afmörkuðum svæðum landsins í þeim tilgangi að greina efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á svæðinu (Lilja B. Rögnvaldsdóttir 2013, 2014a, 2014b, 2016). Í þessu verkefni er áhersla lögð á greiningu erlendra gesta til svæðisins. Hverjir eru það sem koma og hvað dregur þá til svæðisins? Eftir hverju sækjast þeir og hvað skilja þeir eftir? Svör við slíkum spurningum eru mikilvægar í þeim uppbyggingarfasa sem atvinnugreinin er í víða um land auk þess sem þau gagnast við gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðaþjónustu í hverjum landshluta. Rannsóknin var samstarfsverkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Húsavík og Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðaþjónustu á hverjum stað. Þeim, spyrjum og öðrum sem komu að verkefninu eru færðar sérstakar þakkir fyrir framlag sitt. Rannsóknasetri HÍ á Höfn er einnig þakkað fyrir veitta aðstoð við úttegjun spyrna sem og við gerð spurningalistans á Höfn.

Helstu niðurstöður verkefnisins eru að ferðahegðun, dvalarlengd og útgjaldamynstur erlendra gesta var misjafnt eftir rannsóknarsvæðunum. Ástæða heimsóknar var einnig ólík sem og ákvörðunartími hennar. Á Höfn voru það jöklar, lón og þjóðgarðurinn sem helst dró erlenda gesti til staðarins (16%) en flestir (47%) sögðu þó að um væri að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð og því var ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn. Um 82% aðspurðra voru ýmist mjög ánægðir eða ánægðir með dvöl sína á staðnum og meðaldvalarlengd erlendra gesta á Höfn var um 18 klst. Um 73% gestanna dvaldi yfir nótt sem er hærra hlutfall en á samaburðarsvæðunum og meðalútgjöld þeirra á sólarhring reiknuðust 11.920 kr. Stærsti útgjaldaliðurinn var vegna gistingu. Flestir ferðuðust með bílaleigubíl til Hafnar (74%) og voru á ferðalagi með fjölskyldu eða vinum (89%).

Í skýrslunni er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað út frá útgjaldakönnuninni og fjölda gesta á svæðinu. Fjöldi erlendra gesta árið 2015 á Höfn er áætlaður um 273 þúsund og heildarútgjöld

þeirra á svæðinu rúmir 3 ma.kr. Hafa þer í huga að um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldatölum og hlutföllum svo túlka þer niðurstöðurnar sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá þeim.

EFNISYFIRLIT

1	Inngangur	1
1.1	Bakgrunnur könnunar.....	1
1.2	Markmið	2
2	Aðferðafræði	3
2.1	Spurningakönnun	4
2.1.1	Spurningar tengdar ferðamanninum.....	5
2.1.2	Ferðatengdar spurningar.....	6
2.1.3	Útgjöld	6
2.2	Úrtak.....	8
2.3	Úrvinnsla og mat á gögnum.....	11
3	Niðurstöður	15
3.1	Búsetuland.....	16
3.2	Ferðafélagar.....	18
3.3	Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Hafnar?	19
3.4	Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Höfn?.....	20
3.5	Gisting.....	21
3.6	Gistimáti	22
3.7	Dvalarlengd.....	23
3.8	Tilgangur heimsóknar	24
3.9	Ástæða heimsóknar	26
3.10	Tímasetning ákvörðunar um heimsókn.....	27
3.11	Uppruni upplýsinga um Höfn	28
3.12	Ferðamáti	30
3.13	Afþreying	31
3.14	Útgjöld	32
3.15	Ánægja.....	36
3.16	Athugasemdir	37
3.17	Umfang og áhrif.....	39
3.18	Samantekt.....	43
4	Umræður og ályktanir	45
5	Heimildir	47
6	Viðaukar.....	51
6.1	Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur	51
6.2	Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Höfn sumarið 2015	61
6.3	Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)	67

Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Höfn eftir búsetulandi sumarið 2015	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Höfn í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í KEF	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða	19
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Hafnar?	19
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Höfn?.....	20
Mynd 7. Dvaldir þú á Höfn síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?	21
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015	22
Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Höfn?.....	22
Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða	23
Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Höfn muni vara?.....	23
Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða	24
Mynd 13. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Hafnar?	25
Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða	25
Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Höfn varð fyrir valinu sem áfangastaður	26
Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Höfn tekin?	27
Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða	27
Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Höfn/Ísland.....	29
Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða.....	29
Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Hafnar?.....	30
Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða	30
Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Höfn.....	31
Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta á Höfn eftir útgjaldaliðum	33
Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Höfn?.....	36
Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða.....	37
Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Höfn.	38
Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Höfn 2007-2016	39
Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra gesta að Höfn 2007-2015 sumar og vetur	40
Mynd 29. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Höfn eftir mánuðum 2010, 2013, 2014 og 2015.....	40
Mynd 30. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Austur-Skaftafellssýlu	41
Mynd 31. Fjöldi skemmtiferðaskipa og farþega þeirra á Höfn 2008-2015	42

Töfluskra

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferða.....	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðabjónustu	7
Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni	8
Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk	9
Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum	10
Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu.....	13
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda	15
Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum	33
Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða.....	34
Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur.....	51
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	52
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	53
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur	54
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur	55
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Höfn tekin?.....	56
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	57
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	58
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	59
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur	60

1 INNGANGUR

Ísland hefur markað sér sess sem áfangastaður ferðamanna og tekur á móti vaxandi fjölda gesta ár hvert. Efnahagslegt mikilvægi atvinnugreinarinnar er ótvírætt en þó misjafnt eftir svæðum. Sumstaðar hefur vöxtur ferðþjónustunnar verið slíkur að hún telst ein af grunnstoðum atvinnulífsins á meðan hún hefur minniháttar áhrif annars staðar. Ólíkar ástæður eru fyrir vali ferðamanna á áfangastöðum innanlands og þarfir þeirra geta verið misjafnar eftir svæðum. Því er mikilvægt að hvert svæði þekki sérkenni og þarfir gesta sinna sem og heimamanna til að atvinnugreinin geti vaxið og þróast á sem farsælastan hátt.

Alþjóðaferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á að lönd greini ólíka þætti ferðþjónustu eftir afmörkuðum svæðum. Rök ráðsins fyrir því eru meðal annars að leggja þurfi áherslu á sérkenni hvers svæðis í allri markaðssetningu. Einnig geti gestir svæðanna haft ólíkar þarfir, ferðavenjur og útgjaldamynstur eftir stöðum sem mikilvægt sé að þekkja. Ráðið nefnir auk þess að sérstaka stefnu þurfi að marka í ferðþjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðþjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðþjónustutengdar vörur og þjónustu eftir alþjóðlegum stöðlum og bera saman á milli svæða sem og við landið í heild. Meðal þess sem þurfi að skoða sérstaklega sé fjöldi gesta á hverjum stað, einkenni þeirra og útgjöld. Ráðið mælir með notkun handbókar Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðþjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðþjónustu voru viðfangsefni rannsóknarverkefnis Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sem unnið var í samstarfi við Rannsóknasetur Háskóla Íslands á Húsavík og Þekkingarnet Þingeyinga á tímabilinu 2012-2015. Ferðahegðun og útgjaldamynstur erlendra gesta voru þar metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðþjónustuaðila þar sem lykiltölur úr rekstri voru skoðaðar. Niðurstöður hafa verið birtar í fjórum skýrslum sem gefnar voru út á tímabilinu 2013-2016 (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2013, 2014a, 2014b, 2016). Þetta verkefni byggir á þeirri rannsókn.

1.1 Bakgrunnur könnunar

Skortur á áreiðanlegum og alþjóðlega samanburðarhæfum gögnum í ferðþjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðþjónustunnar, 2015; Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir, 2013). Þegar litið er til afmarkaðra svæða á landinu er gagnaskortur sérstaklega áberandi. Þó ber að nefna að Hagstofa Íslands hefur reglulega tekið saman og birt upplýsingar um fjölda gistinátta og gestakoma eftir átta svæðum

landsins (Hagstofa Íslands, e.d.b.) og Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur safnað saman gögnum um fjölda skemmtiferðaskipa og farþega þeirra eftir höfnum og tímabilum (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016). Upplýsingar um fjölda ferðamanna hafa ekki verið birtar með skipulögðum hætti eftir svæðum en Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar hefur gefið út skýrslur þess efnis fyrir nokkur svæði landsins eftir völdum tímabilum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016). Einnig hafa verið settir upp bílateljarar á ferðamannastöðum víða um land sem gefa vísendingar um fjölda ferðamanna og þróun hans (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015). Við gerð þessarar rannsóknar var litið til ofanefndra gagna en að auki voru kannanir meðal erlendra brottfararfarþega í millilandaflugi á Akureyri sem framkvæmdar voru á árunum 2009-2012 af Rannsóknamiðstöð ferðamála hafðar til hliðsjónar. Þar var könnuð upplifun ferðamanna af heimsókn þeirra til Norðurlands auk þess sem ferða- og neysluhegðun var metin (Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2011, 2012; Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Einnig var horft til útgjalda- og ferðavenjukannana Þekkingarnets Þingeyinga sem framkvæmdar voru sumrin 2008 og 2010 á Húsavík (Andri V. Ívarsson og Óli Halldórsson, 2011; Rannveig Guðmundsdóttir og Andri V. Ívarsson, 2008). Þar að auki voru ferðavenjukannanir Ferðamálastofu í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Ferðamálastofa, 2014a, 2014b) hafðar til hliðsjónar þar sem mikilvægt er að ná samanburði milli niðurstaðna svæðisbundinna kannana sem og kannana á landsvísu. Megin grunnur þessa verkefnis er þó fyrrgreint verkefni um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum.

1.2 Markmið

Markmið verkefnisins var eftirfarandi:

1. Að greina hvað helst einkennir erlenda gesti hvers svæðis.
2. Að kanna ferðavenjur erlendra gesta á hverjum stað.
3. Að kanna meginástæðu gestanna fyrir vali á áfangastað.
4. Að kanna almenna ánægju gesta eftir svæðum.
5. Að kanna útgjöld erlendra gesta á hverjum stað og áætla umfang atvinnugreinarinnar út frá þeim.
6. Að kanna tölfræðilegan mun á ofantöldu milli svæða þar sem þess gefst kostur.

2 AÐFERÐAFRÆÐI

Með ferðapjónustureikningum gefst kostur á að mæla beint framlag ferðapjónustunnar til þjóðarbúsins. Reikningarnir byggja á grunnkerfi þjóðhagsreikninga (e. *System of National Accounts*) (Dwyer, Forsyth og Spurr, 2004; Frechtling og Smeral, 2010; Zhou, Yanagida, Chakravorty og Leung, 1997) og eru unnir eftir alþjóðlegri forskrift ferðapjónustureikninga þar sem tveimur meginritum er fylgt:

1. 2008 Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)
2. 2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) (United Nations, 2010a; 2010b).

Þessi rit eru gefin sameiginlega út af Efnahags og framfarastofnuninni (OECD), Hagstofu Sameinuðu þjóðanna (UNSD), Hagstofu Evrópusambandsins (Eurostat) og Alþjóðaferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNWTO).

Á Íslandi hafa verið gefnir út ferðapjónustureikningar fyrir tímabilið 2000-2013. Hluti þeirra hefur verið uppfærður til ársins 2015 (Hagstofa Íslands, e.d.a.). Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands einskorðast við niðurstöður á landsvísu. Þá er engu að síður hægt að vinna fyrir afmörkuð svæði (e. *regional TSA*), en sú framkvæmd inniheldur óhjákvæmilega hnökra þegar smærri svæði með takmörkuðu gagnaframboði eru til skoðunar (United Nations, 2010b). Er það m.a. vegna þess að ekki liggur alltaf ljóst fyrir hvar uppruni tekna í ferðapjónustu er og starfsemi lögaðila getur jafnvel dreifst á marga staði. Skilgreining áfangastaðar getur einnig verið vandasöm. Almennt má segja að áfangastaður sé svæði þar sem áhrifa ferðapjónustu gætir. Hann snýst í raun um þrjú megin skilyrði; aðgengi, aðstöðu og aðdráttarafi (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013) og getur miðast við bæjarmörk, náttúruperlu eða annað afmarkað landsvæði. Afmörkun áfangastaða fer ekki endilega saman við afmörkun hagskýrslusvæða á hverjum stað (OECD, 2016) og því geta tölfræðileg gögn um áfangastaði verið af skornum skammti líkt og raunin er á Íslandi.

Í ferðapjónustureikningum er umfang atvinnugreinarinnar annars vegar metið út frá framboðshliðinni þar sem tölfræðin er unnin út frá grunnkerfi þjóðhagsreikninga. Hins vegar er það metið út frá eftirspurnarhliðinni á grundvelli neyslu ferðamanna (United Nations, 2010b). Leitast var við að fylgja aðferðafræði við gerð ferðapjónustureikninga eins og kostur var í þessu verkefni en óhjákvæmilega fylgdu því takmarkanir sökum þess sem tilgreint er hér að framan. Ekki voru fánægjandi gögn um atvinnugreinina eftir rannsóknarsvæðum í þjóðhagsreikningum svo verkefnið einskorðast við mat á áhrifum erlendra gesta út frá eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar. Engu að síður var stuðst við alþjóðlega forskrift ferðapjónustureikninga við þá framkvæmd eins og kostur var. Flokkun útgjaldaliða byggir á sömu flokkun og mælt er til í forskrift ferðapjónustureikninga auk þess sem leiðarvísir

Alþjóðaferðamálaráðs SP um meðferð ferðþjónustutölfræði (United Nations, 2010a; UNWTO, 2014) var hafður til hliðsjónar við gerð spurninga. Þar að auki var stuðst við þær innlendu rannsóknir sem nefndar voru í kafla 1.1 við gerð spurningalistans.

Við framkvæmd ferðþjónustukannana á dreifbýlum svæðum á Norðurlöndunum hefur hið svokallaða Norræna módel (e. *Nordic model*) stundum verið notað við mat á áhrifum ferðþjónustu. Það hefur hentað vel á svæðum þar sem fyrirliggjandi gögn eru takmörkuð, s.s. í norðurhluta Finnlands. Líkt og í tilviki ferðþjónustureikninga byggir módelið á tveimur megináferðum, tekjumódeli (e. *income model*) sem metur framboðshlið ferðþjónustunnar og útgjaldamódeli (e. *expenditure model*) þar sem eftirspurnarhlið ferðþjónustunnar er viðfangsefnið og gagna er aflað með spurningakönnunum meðal ferðamanna (Kauppila og Karjalainen, 2012; Saarinen, 2003). Áferðirnar eiga það sameiginlegt að hafa það að meginmarkmiði að skilgreina og meta umfang og virði ferðþjónustunnar eftir fyrirfram skilgreindum flokkum og var Norræna módelið því einnig haft til hliðsjónar við framkvæmd spurningakönnunarinnar meðal erlendra ferðamanna í þessu verkefni.

Þegar ferðþjónusta á afmörkuðum svæðum landsins er skoðuð sérstaklega, líkt og gert er í þessu verkefni, er mælt til þess að neytendur þjónustunnar séu greindir í þrjá hópa: Erlenda gesti, innlenda gesti sem búsettir eru á öðrum svæðum landsins og íbúa svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðavenjur og neyslumynstur innlendra gesta þarf að meta með öðrum áferðum en erlendra gesta. Mælt er til að framkvæmdar séu sérstakar kannanir meðal heimila landsins (e. *household surveys*) þar sem kannaðar eru sérstaklega ferðavenjur innlendra gesta og útgjöld. Fjöldi gistinátta er einnig mikilvæg mælieining í þessu tilliti (United Nations, 2010a). Frá árinu 2009 hefur Ferðamálastofa framkvæmt árlega netkönnun meðal Íslendinga um ferðalög þeirra innanlands og erlendis (Ferðamálastofa, e.d.a.) og Hagstofa Íslands heldur úti samfelldri rannsókn á útgjöldum heimilanna (Hagstofa Íslands, 2013). Ekki var unnt að greina umfang ferðþjónustu vegna innlendra gesta á afmörkuðum svæðum landsins út frá þeim könnunum svo einungis var til skoðunar fjöldi gistinátta íslenskra gesta á hverjum stað og aðrar fjöldatölur þar sem þær voru fáanlegar.

2.1 Spurningakönnun

Spurningakönnunin¹ sem er grundvöllur þessarar rannsóknar einskorðast við erlenda gesti á Íslandi (e. *inbound visitors*). Flestar spurningarnar sem lagðar voru fyrir viðmælendur voru lokaðar (e. *structured questions*) þar sem svarendur merktu við þann svarmöguleika sem átti best við í þeirra tilfalli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

¹ Sjá viðauka 3

nákvæmar upplýsingar eftir því sem við átti hverju sinni. Þar að auki gafst svarendum kostur á að koma athugasemdum á framfæri í opinni spurningu.

Í töflu 1 eru tilgreindir þeir þættir sem mælst er til af Alþjóðaferðamálaráðinu að gagna sé aflað um til að greina helstu einkenni gesta og ferðar. Ekki reyndist unnt að spyrja um alla þá þætti sem ráðlagðir eru þar sem könnunin takmarkaðist við 20 spurningar. Þær bakgrunnsbreytur sem valdar voru í þessari könnun varðandi einkenni gesta voru aldur, kyn og búsetuland. Ekki var spurt um menntun, stöðu eða tekjur. Í tengslum við einkenni ferðarinnar var spurt um tilgang og tegund ferðarinnar, dvalarlengd, uppruna og áfangastað, ferða- og gistimáta (sjá skáletrað í töflu 1).

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).

Helstu einkenni gesta	Helstu einkenni ferðar
Aldur	Tilgangur ferðar
Kyn	Tegund ferðar
Efnahagsleg staða	Dvalarlengd
Starf	Uppruni og áfangastaður
Tekjur	Ferðamáti
Menntun	Gistimáti

2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum

Samkvæmt forskrift Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðapjónustutölfræði er mikilvægt að ferðamenn séu greindir eftir búsetulandi en ekki þjóðerni. Einstaklingar eru skráðir eftir þjóðerni eða ríkisborgararétti í vegabréfum en geta haft fasta búsetu annars staðar. Búsetuland í þessu tilviki er skilgreint á sama hátt og gert er í þjóðhagsreikningum og notað er við útreikning á greiðslujöfnuði Seðlabankans. Greining á búsetulandi gerir flokkun gesta eftir uppruna ferðar og áfangastað mögulegan (United Nations, 2010a). Upplýsingar um búsetuland þarf að nálgast með sérstakri spurningu til gestanna og getur þetta því valdið misræmi þegar niðurstöður eru bornar saman við þjóðerni gesta sem er skráð við brottför í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Í könnun Ferðamálastofu um ferðavenjur erlendra ferðamanna er bæði spurt um búsetuland og þjóðerni hverju sinni (Ferðamálastofa, 2014a).

Sú tegund ferðamanna sem rannsóknin nær yfir er skilgreind sem *gestur* (e. *visitor*) eða „einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en 12 mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til“ (Samgönguráðuneytið, 1996, bls. 17; United Nations, 2010a, bls. 101). Gestir geta bæði verið dagsgestir (e. *excursionists*) og ferðamenn (e. *tourists*) eftir því hvort þeir dvelja yfir nótt á áfangastað eður ei (United Nations, 2010a).

2.1.2 Ferðatengdar spurningar

Þátttakendur voru sérstaklega spurðir út í heimsókn sína til staðarins og ferðahegðun sína á meðan á dvöl þeirra á staðnum stóð. Með heimsókn þeirra er átt við skilgreiningu Alþjóðaferðamálaráðsins á heimsókn gesta til staðar meðan á ferðalagi stendur (e. *tourism visit*). Heimsóknin þarf ekki að fela í sér gistingu á staðnum en viðkomandi verður engu að síður að stoppa um stund. Engin lágmarks dvalartími hefur verið skilgreindur í þessu samhengi. Þeir gestir sem keyra í gegnum svæðið án þess að gera hlé á ferð sinni teljast ekki til gesta svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðamenn sem stofna til tímabundins starfssamnings meðan á dvöl þeirra á svæðinu stendur eru einnig undanskildir skilgreiningunni gestir (United Nations, 2010a).

2.1.3 Útgjöld

Með útgjöldum gesta (e. *visitor expenditure*) er átt við þá upphæð sem greidd er fyrir kaup á neysluvörum og þjónustu sem og fyrir önnur verðmæti til eigin nota eða gjafa á meðan á ferðalagi stendur. Það felur í sér útgjöld gesta sem greidd eru af þeim sjálfum eða af öðrum fyrir þeirra hönd (OECD, 2010; United Nations, 2010a, 2010b).

Í þessu tilliti skiptir tímasetning útgjalda máli, sér í lagi þar sem ferðalög geta verið greidd fyrirfram eða jafnvel eftir á með greiðslukortareikningi. Í verkefninu er stuðst við reglur þjóðhagsreikninga um einkaneyslu þar sem miðað er við að neyslan eigi sér stað við afhendingu þjónustu eða við eigendaskipti vöru hvort sem peningaleg greiðsla á sér stað um leið eða ekki (United Nations, 2010a). Útgjöld vegna gistiþjónustu eru því talin þann sólarhring sem dvalið er á gististaðnum, vegna ferða þann sólarhring sem ferðin á sér stað o.s.frv.

Kaup á öllu því sem flokkast sem neysluvörur eða þjónusta í þjóðhagsreikningum getur flokkast sem útgjöld ferðamanna. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgrip, tæknivörur o.s.frv. (United Nations, 2010a).

Mælst er til að gestir flokki útgjöld sín eftir tilgangi í eftirfarandi liði (United Nations, 2010b):

1. Pakkaferð
2. Gistiþjónusta
3. Veitingaþjónusta
4. Samgöngur á áfangastað
5. Samgöngur milli landa
6. Afþreying og tómstundastarfsemi
7. Ýmis verslun
8. Annað

Í þessu verkefni var ekki spurt um heildarkostnað pakkaferðar (1) og ekki samgöngur á milli landa (5) þar sem það átti ekki við um útgjöld innan áfangastaðar. Í tilvikum þeirra gesta sem voru í pakkaferð voru útgjöld á áfangastað áætluð út frá sérstaklega tilgreindum vöru- og þjónustukaupum svarenda á svarsæðli. Við flokkun útgjalda var einnig höfð til hliðsjónar flokkun Hagstofunnar við gerð ferðþjónustureikninga (tafla 2) (Hagstofa Íslands, e.d.a.).

Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustu (Hagstofa Íslands, e.d.a.)

Einkennandi atvinnugreinar í ferðþjónustu	Aðrar atvinnugreinar
1. Gistþjónusta	10. Ýmis verslun
2. Veitingþjónusta	11. Önnur þjónusta
3. Farþegaflutningar á landi	
4. Farþegaflutningar á sjó	
5. Farþegaflutningar með flugi	
6. Leiga flutningatækja, bílaleiga ofl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómstundastarfsemi	

Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustureikninga eru fleiri en grunnflokkar útgjalda hér að framan. Útgjöldum vegna menningarstarfsemi var bætt við útgjaldalistann (tafla 3) auk þess sem veitingþjónusta var sundurliðuð eftir því hvort hún var innan gististaðar eða utan líkt og gert er í ferðþjónustureikningum. Ekki var spurt sérstaklega um útgjöld vegna ferðaskrifstofa innan áfangastaðar þar sem kaupanda afþreyingar eða annarrar þjónustu getur ekki alltaf verið ljóst hvort söluaðili sé skráður ferðaskipuleggjandi eða ferðaskrifstofa.

Ýmis verslun var sundurliðuð í þrjá undirflokkar: Matvöru, minjagrip og aðra verslun til að ná gleggri mynd af útgjaldamynstri gesta á hverju svæði í verslunum. Endanleg flokkun útgjaldaliða var eins og hún kemur fyrir í töflu 3. Allar upphæðir eru á verðlagi ársins 2015.

Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni

Gistiþjónusta
Veitingaþjónusta innan gististaðar
Veitingaþjónusta utan gististaðar
Samgöngur
Afþreying og tómstundastarfsemi
Menningarstarfsemi
Verslun - matvara
Verslun - minjagripir
Verslun – aðrar vörur
Annað

2.2 Úrtak

Val á úrtaksaðferðum í ferðavenjurannsóknum getur verið vandasamt þar sem upplýsingar um þýðið eru jafnan takmarkaðar og því erfitt að endurspegla það með úrtaki. Sjaldan liggja fyrir upplýsingar um ferðir og dvalarstaði gesta enda geta þessir þættir verið ákveðnir án fyrirvara. Skortur á upplýsingum um meðlimi þýðis útilokar notkun líkindaúrtaks (e. *probability sampling*) og því þarf að beita aðferðum ólíkindaúrtaks (e. *non-probability sampling*) við val á svarendum (Finn, Elliott-White og Walton, 2000). Meðal aðferða ólíkindaúrtaks eru svokölluð hentugleikaúrtök (e. *convenience samples*) sem lýsa sér þannig að svarendur verða fyrir valinu vegna þess að þeir eru staddir á ákveðnum stað á ákveðnum tíma (Finn, Elliott-White og Walton, 2000; Smith, 2010). Algengasta framkvæmd þessara spurningakannanna er á vettvangi (e. *on-site surveys*) þar sem ferðamenn eru ýmist spurðir spurninga af spyrli eða þeim er afhentur spurningalisti sem þeir svara sjálfir (Vaske, 2008). Þegar þessari úrtaksaðferð er beitt ber að túlka niðurstöður sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá niðurstöðunum (Malhotra, 1999; Vaske, 2008). Aðferð hentugleikaúrtaks var beitt í þessu verkefni. Leitast var við að velja sem hlutlausast svæði á hverjum stað sem þó uppfyllti lágmarksskilyrði um umferð erlendra gesta og voru spyrjar staðsettir innan þeirra svæða. Vandasamt getur verið að skilgreina svæði sem endurspeglar þýðið sem best og uppfyllir á sama tíma skilyrði um lágmarksfjölda gesta, áreiðanleika og kostnað (Manzanera, Melijosa, Estebanez og Pelaez, 2002). Mælt er með markvissri og öflugri framkvæmd könnunar þá daga sem umferð gesta er mikil og að velja aðra daga af handahófi þegar umferð er minni. Hafa verður í huga hvert hlutfall þeirra daga er sem umferð er meiri en aðra daga þegar framkvæmd könnunar er skipulögð (Manzanera ofl., 2002).

Tímabil framkvæmdar könnunarinnar var dreift yfir sumarmánuðina eins og kostur gafst, en var engu að síður háð möguleika spyrllanna á því að framkvæma könnunina. Jafnvægi var í tíðni framkvæmdar innan dagsins. Þá daga sem veðurskilyrði voru slæm var svarhlutfall lægra þar sem könnunin var framkvæmd utanhúss og erfiðara reyndist að fá gesti til að taka þátt við þær aðstæður. Í verkefninu gafst ekki kostur á öflun gagna yfir vetrartímamann og því byggja niðurstöður þess á niðurstöðum spurningakannanna sem framkvæmdar voru yfir sumartímamann eingöngu. Engar tölfræðilegar upplýsingar lágu fyrir um ferðahegðun eða útgjöld erlendra gesta yfir vetrartímamann á rannsóknarsvæðunum fjórum. Áætlað hlutfall þeirra erlendu gesta sem heimsótti staðina utan sumartíma (á tímabilinu september til maí) var á bilinu 21%-23% á stöðunum þremur á Norðurlandi og 36% á Höfn í Hornafirði (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016).²

Úrtaksskekkja (e. *sampling error*) er óhjákvæmileg þegar úrtak er tekið í rannsóknum, en hún lýsir sér í takmörkunum úrtaks til að endurspeglar þýðið. Líkt og með tegund úrtaksaðferðar hefur stærð úrtaks áhrif á úrtaksskekkjuna en hún eykst í öfugu hlutfalli við stærð úrtaksins. Í upphafi rannsóknar þarf að meta hversu háa úrtaksskekkju rannsóknin þolir. Einnig þarf að mæla stærð þýðis sem og breytileika innan þess (Vaske, 2008).

Í töflu 4 má sjá hver lágmarksstærð úrtaks reiknast m.t.t. stærð þýðis, 95% öryggismörk og $\pm 3\%$, $\pm 5\%$ og $\pm 10\%$ úrtaksskekkju.

Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk (Vaske, 2008, bls. 180)

Úrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk			
Stærð þýðis	$\pm 3\%$ úrtaksskekkja	$\pm 5\%$ úrtaksskekkja	$\pm 10\%$ úrtaksskekkja
1.000.000.000	1.067	384	96
1.000.000	1.066	384	96
100.000	1.056	383	96
40.000	1.040	381	96
20.000	1.013	377	96
10.000	965	370	95
8.000	942	367	95
6.000	906	361	95
4.000	843	351	94
2.000	696	322	92
1.000	517	278	88
800	458	260	86
600	384	234	83
400	291	196	78
200	169	132	65
100	92	80	49

² Byggt á gögnum um Siglufjörð frá 2013, Mývatnssveit og Húsavík frá 2014 og Höfn frá 2015

Í töflu 4 sést hvernig áhrif úrtaksstærðar minnkar þegar stærð þýðis er komin yfir 40.000. Í verkefninu var reiknuð lágmarksstærð úrtaks m.v. $\pm 5\%$ úrtaksskekkju og 95% öryggismörk á hverjum stað samkvæmt jöfnu Dillman (2007) (í Vaske, 2008, bls. 180) sem tafla 3 byggir á:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p-1)(B/C)^2+(p)(1-p)}$$

N_s = Lágmarksstærð úrtaks.

N_p = Stærð þýðis (í þessu tilfalli áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit).

p = líkur á að spurningu sé svarað á ákveðinn hátt (0,5).

B = ásættanleg skekkjumörk (0,05).

C = Z gildi (1,96).

Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum

	Áætlaður fjöldi erl. ³ ferðamanna	Lágmarksstærð úrtaks	Endanlegur fjöldi svara
Húsavík	193.500	383	523
Mývatnssveit	303.000	384	477
Siglufjörður	47.700	381	428
Höfn	273.000	384	550

Endanlegur fjöldi svara var yfir lágmarksstærð úrtaks miðað við 95% öryggismörk og $\pm 5\%$ úrtaksskekkju á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Á Höfn tók framkvæmd könnunarinnar 11 daga. Spyrjar á vegum Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Höfn gengu um svæðið í grennd við upplýsingamiðstöð ferðamanna á hafnarsvæðinu til að nálgast erlenda gesti staðarins. Einnig á göngustígum með ströndinni og á gönguleið að sundlauginni. Þeir óskuðu eftir þátttöku allra gesta sem urðu á vegi þeirra. Í flestum tilfellum gátu þeir svarað könnuninni án aðstoðar. Í þeim tilvikum þar sem ferðamenn voru í hópferð og gátu ekki gefið sér tíma til að svara könnuninni meðan á dvöl þeirra á Höfn stóð, var haft samband við leiðsögumenn hópsins og óskað eftir því að spurningalistum væri dreift um borð í hópferðabifreiðunum og þeir síðan sendir í pósti til framkvæmdaraðila. Tímabil framkvæmdar var 6. til 21. ágúst. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 8-22. Alls voru 647 erlendir gestir beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 562 þátttöku, eða 87%. Gild svör voru 550.

Framkvæmd könnunarinnar var háð því að gestir staðarins færu fótgangandi um rannsóknarsvæðið á þeim tíma sem könnunin var framkvæmd. Með því var útilokuð þátttaka þeirra gesta sem komu til staðarins eftir kl. 22 á kvöldin og fóru þaðan fyrir kl. 8 um morguninn, sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

³ Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

Sömu aðferð var beitt á öllum rannsóknarsvæðunum en framkvæmdin á Höfn var frábrugðin að því leyti að gagnaöflun fór fram yfir lengra tímabil dagsins (frá kl. 8 til 22) á meðan gagna var einungis aflað til kl. 19 á hinum stöðunum. Þar voru niðurstöður greindar sérstaklega eftir því hvort gagnaöflun ætti sér stað eftir kl. 19 ($n=133$) eða fram til kl. 19 ($n=426$). Kannað var hvort marktækur munur væri á niðurstöðum eftir gagnaöflunartíma á Höfn. Í einu tilviki mældist munur ($p=0,041$). Munurinn mældist meðal dagsgesta þegar spurt var um dvalarlengd, en heildar dvalarlengd styttist úr 18,4 klst. í 18,0 klst. þegar einungis var tekið tillit til gagna sem aflað var fyrir kl. 19 á kvöldin. Ekki reyndist marktækur munur á gistihlutfalli ($p=0,302$) né öðrum spurningum sem buðu upp á slíka mælingu. Þegar bornar voru saman niðurstöður spurninga á milli rannsóknarsvæða var í öllum tilfellum notast við niðurstöður út frá gögnum sem spannaði allt gagnaöflunartímabil staðanna að dvalartíma undanskildum þar sem notast var við gagnaöflunartíma fram til kl. 19 á Höfn.

2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum

Þegar söfnun svara lauk voru þau færð inn í tölfraeðiforritið SPSS. Svarblöðin voru skönnuð og niðurstöður forunnar hjá Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri. Við úrvinnslu gagnanna var notast jafnt við SPSS og Excel. Við útreikninga á útgjöldum erlendra gesta í erlendum gjaldmiðlum var notast við miðgengi Seðlabanka Íslands þann 15. júlí 2015.

Krosstöflur (e. *crosstabs*) voru notaðar til að skoða dreifingu niðurstaðna eftir bakgrunnsbreytum og eru þær birtar í viðauka 1. Til að meta hvort marktækur munur væri á milli svæða var kí-kvaðrat (e. *chi-square*) marktektarpróf notað þar sem tölfraeðileg marktækni miðaðist við 95% marktektarmörk ($p<0,05$). Í texta um niðurstöður spurninga innan hvers svæðis var einungis vísað í bakgrunnsbreytur sem innihéldu að lágmarki 20 svör.

Í verkefninu eru niðurstöður útgjaldakönnunarinnar margfaldaðar með áætluðum fjölda erlendra gesta á hverjum stað til að meta heildarútgjöld þeirra. Útgjöldin eru túlkuð sem ferðþjónustutengd velta⁴ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Út frá þeim upplýsingum er launakostnaður áætlaður sem og ársverk í ferðþjónustu á hverjum stað.

Forsendur ofangreindra útreikninga byggja á skýrslu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um efnahagsleg áhrif ferðþjónustu í Þingeyjarsýslum árið 2013 (Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir, 2016). Í því verkefni voru áhrifin mæld út frá eftirspurnarhlið atvinnugreinarinnar með framkvæmd útgjaldakannana meðal erlendra gesta svæðisins. Einnig voru þau metin út frá framboðshlið atvinnugreinarinnar þar sem lykiltalna í ársreikningum ferðþjónustuaðila var aflað. Viðtöl voru tekin við 102 aðila í ferðþjónustu þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðþjónustuhlutfall,

⁴ Virðisaukaskattur meðtalinn

launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að meðaltali 28,9%⁵ af ferðapjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðapjónustu í Þingeyjarsýslum voru 324.085 kr. árið 2013 og eru uppreiknuð í þessu verkefni m.v. launavísitölu til júlí 2015, alls 370.484 kr.

Í þessu verkefni einskorðast mat á umfangi atvinnugreinarinnar við eftirspurnarlið hennar þar sem niðurstöðurnar byggja á upplýsingum um útgjöld erlendra gesta á svæðinu en ekki lykiltölum úr rekstri ferðapjónustuaðila líkt og í fyrrgreindu verkefni um Þingeyjarsýslur. Hlutfall launakostnaðar og ársverka er fengið úr þeirri skýrslu og reiknast út frá áætluðum heildarútgjöldum erlendra gesta sem túlkuð eru sem ferðapjónustutengd velta fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta.

Í kafla 2.2 er rætt um val á úrtaki og mögulegar úrtaksskekkjur. Þar kemur m.a. fram að val á rannsóknarsvæði geti verið meðal þess sem hefur áhrif á niðurstöður svæðisbundinna ferðavenjukannana. Þegar vísbendingar eru um að úrtak endurspegli ekki fullkomlega þýðið er mælt til að aðferðum gagnavigtunar sé beitt þar sem það er mögulegt (Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2014; Vaske, 2008). Í slíkum tilfellum þarf að þekkja bæði hlutföll þýðis og úrtaks. Í þessu verkefni lágu ekki fyrir fullnægjandi upplýsingar um þýðið til að hægt væri að lagskipta úrtakinu og vigta gögnin. Því eru niðurstöður könnunarinnar birtar án slíkra aðgerða.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum. Samkvæmt OECD ber almennt að taka þeim með fyrirvara og þá sér í lagi þegar um er að ræða samanburð á milli svæða sem og samanburð svæða við niðurstöður á landsvísu. Ástæðan er m.a. sú að þróun rannsóknaraðferða og framboð gagna til að meta áhrif ferðapjónustu á afmörkuðum svæðum eru almennt takmörkuð. Athugasemdir eru einnig gerðar við ófullkomna gagnagrunna, greiningu gagna og dreifingu niðurstaðna auk þess sem fjármagn til þróunar og uppbyggingar slíkra grunna hefur í gegnum tíðina talist vera of lítið (OECD, 2016). Slíkar viðvaranir eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfræðigagna í ferðapjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfræðilega annmarka slíkra verkefna gefa niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísbendingar um þróun og stöðu ferðapjónustu á hverjum stað og eru nauðsynlegar fyrir svæðisbundna stefnumótun atvinnugreinarinnar.

Í opinberum gögnum um erlenda ferðamenn á Íslandi hefur ekki legið fyrir fastmótuð skipting eftir markaðssvæðum. Í þessari könnun eru búsetulönd gesta byggð á flokkun Alþjóðaferðamálastofnunar

⁵ Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðapjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

Sameinuðu þjóðanna (UNWTO, 2015). Í töflu 6 má sjá hvernig Evrópa skiptist samkvæmt þeirri flokkun. Í verkefninu er Norður-Evrópu skipt í tvo undirflokkka; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið).

Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðferðamálaráðinu (UNWTO, 2015)

Norður Evrópa	Vestur Evrópa	Mið/ Austur Evrópa	S-Evrópa / Miðjarðarhaf
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaría	Bosnía og Hersigóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirgystan	Kýpur
	Þýskaland	Lettland	Makedónía
		Litháen	Malta
		Moldóva	Portúgal
		Pólland	San Marínó
		Rúmenía	Serbía
		Rússland	Slóvenía
		Slóvakía	Spánn
		Tajikistan	Svartfjallaland
		Tékkland	Tyrkland
		Túrkmenistan	
		Ungverjaland	
		Úkraína	
		Úsbekistan	

3 NIÐURSTÖÐUR

Í þessum kafla eru kynntar niðurstöður spurningakönnunarinnar sem framkvæmd var meðal erlendra gesta á Höfn í Hornafirði sumarið 2015. Heildarfjöldi gildra svara í könnuninni var 550. Meðalaldur þátttakenda var 37,7 ár og meirihluti svarenda (57%) voru konur. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (48%), en næst flestir komu frá Suður-Evrópu (22%). Um 14% svarenda voru frá Norður-Ameríku. Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3.

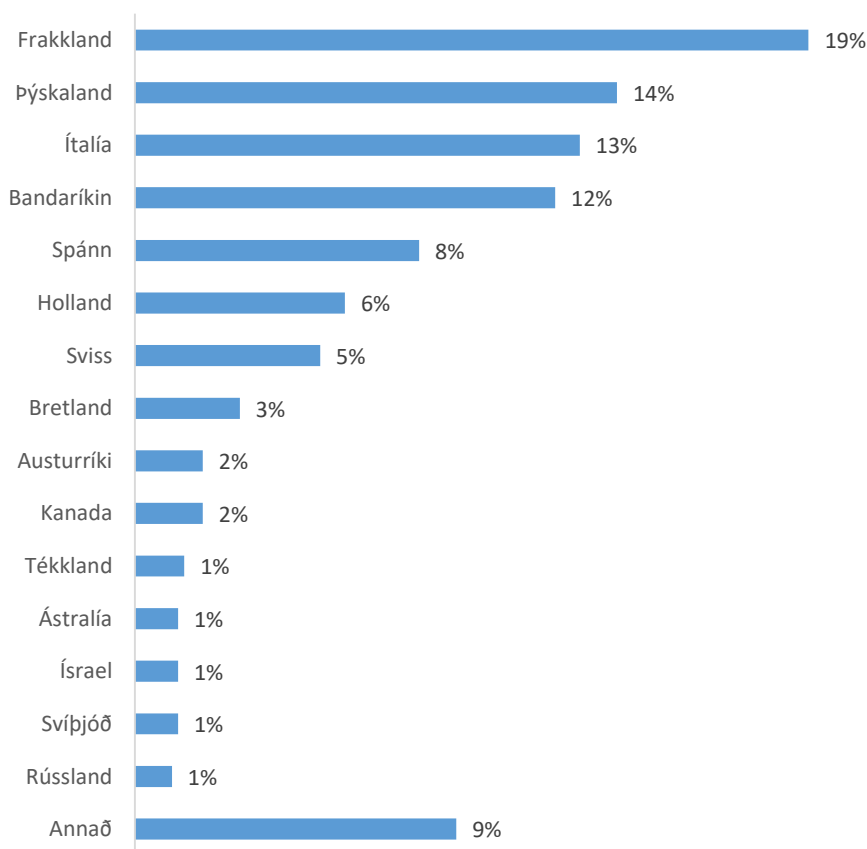
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 og eldri
Allir	550	18,0%	32,0%	18,9%	16,7%	10,7%	3,6%
Kyn							
Kona	309	20,7%	35,0%	14,6%	16,8%	9,1%	3,9%
Karl	235	14,9%	27,2%	24,7%	17,0%	13,2%	3,0%
Markaðssvæði							
Norðurlönd	8	37,5%	0,0%	25,0%	25,0%	12,5%	0,0%
Bretlandseyjar	25	24,0%	8,0%	16,0%	20,0%	20,0%	12,0%
Vestur-Evrópa	264	25,4%	31,4%	14,8%	14,0%	11,4%	3,0%
Mið-Evrópa	25	24,0%	36,0%	16,0%	16,0%	4,0%	4,0%
Suður-Evrópa	123	4,1%	41,5%	25,2%	22,8%	6,5%	0,0%
Norður-Ameríka	77	10,4%	28,6%	23,4%	14,3%	14,3%	9,1%
Asía	18	16,7%	27,8%	22,2%	27,8%	0,0%	5,6%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	7	14,3%	28,6%	14,3%	0,0%	42,9%	0,0%
Annað	3	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland							
Frakkland	106	20,8%	34,0%	18,9%	14,2%	10,4%	1,9%
Þýskaland	78	28,2%	23,1%	12,8%	19,2%	12,8%	3,8%
Ítalía	69	5,8%	39,1%	21,7%	29,0%	4,3%	0,0%
Bandaríkin	64	7,8%	28,1%	25,0%	15,6%	14,1%	9,4%
Spánn	44	0,0%	47,7%	34,1%	11,4%	6,8%	0,0%
Holland	34	32,4%	41,2%	5,9%	2,9%	14,7%	2,9%
Sviss	29	24,1%	34,5%	17,2%	13,8%	10,3%	0,0%
Bretland	17	23,5%	11,8%	17,6%	23,5%	23,5%	0,0%
Kanada	11	27,3%	36,4%	0,0%	9,1%	18,2%	9,1%
Austurríki	10	40,0%	20,0%	10,0%	20,0%	0,0%	10,0%
Tékkland	8	12,5%	12,5%	25,0%	37,5%	12,5%	0,0%
Svíþjóð	7	28,6%	0,0%	14,3%	0,0%	14,3%	42,9%
Ísrael	7	14,3%	14,3%	0,0%	42,9%	28,6%	0,0%
Ástralía	7	14,3%	28,6%	14,3%	0,0%	42,9%	0,0%
Rússland	6	16,7%	50,0%	0,0%	16,7%	0,0%	16,7%
Annað	53	20,8%	32,1%	24,5%	15,1%	3,8%	3,8%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra ferðamanna á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem gerir meðalaldur gestanna á Höfn 2015 heldur lægri en á landsvísu sumarið áður. Meðalaldur erlendra gesta á Húsavík var 42,8 ár, á Siglufirði 47,1 ár og í Mývatnssveit 47,2 ár.

3.1 Búsetuland

Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá Frakklandi (19%) og Þýskalandi (14%). Um 13% svarenda komu frá Ítalíu og 12% frá Bandaríkjunum (mynd 1).

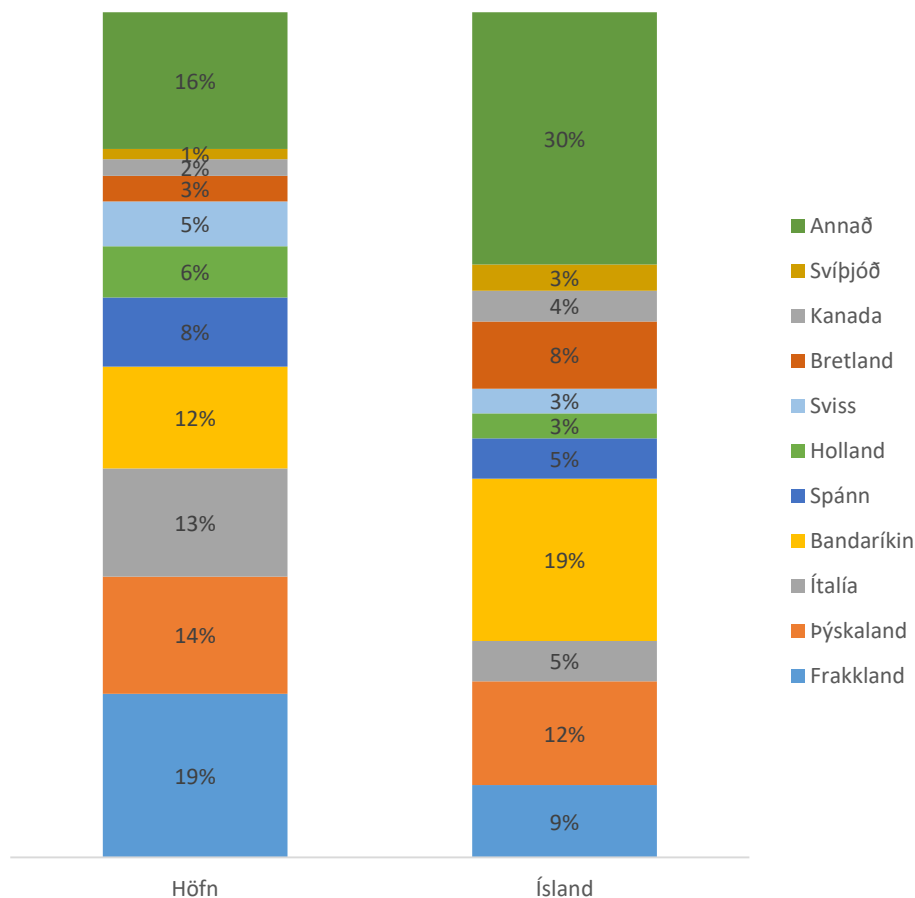


Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Höfn eftir búsetulandi sumarið 2015

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma⁶ eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 9% brottfararfarþega voru frá Frakklandi og 12% frá Þýskalandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar frá Höfn (mynd 2). Hlutfall gesta frá Ítalíu var 5% og Bandaríkjunum 19% (Ferðamálastofa e.d.b.). Niðurstöður könnunar RRF um fjölda ferðamanna á Höfn árið 2015 eru ekki ósvipaðar niðurstöðum þessu verkefni. Þar mælist hlutfall gesta á Höfn frá Norður-Ameríku 13%

⁶ Í ágúst 2015

yfir sumartímann og hlutfall gesta frá Bretlandi 4% sem eru nokkurn veginn sömu tölur og sjá má á mynd 1. Í könnun RRF kemur einnig fram að hlutfall gesta frá Mið-Evrópu, Suður- Evrópu og Benelux löndunum sé hærra á Höfn en á landsvísu á sama tíma og hlutfall gesta frá Norðurlöndunum, Norður-Ameríku og Bretlandi sé lægra (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016). Ferðamenn frá Mið-Evrópu, Suður-Evrópu og Benelux löndunum dvelja að meðaltali lengur á Íslandi (11-13 nætur) yfir sumartímann en t.d. ferðamenn frá Bretlandi og Norður-Ameríku (6-8 nætur), sem er ein af ástæðum þess að ferðamenn frá þessum markaðssvæðum dreifast betur um landsbyggðina (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015).

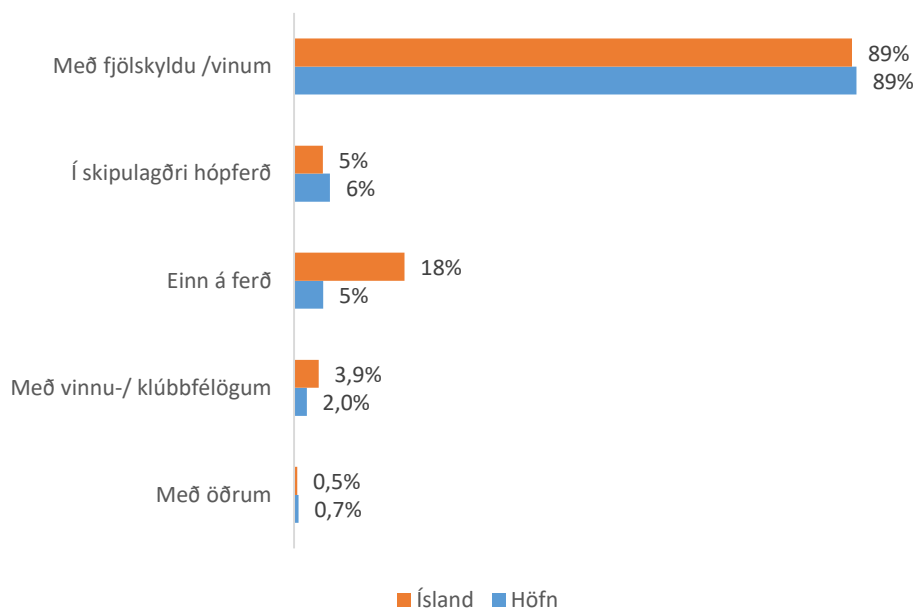


Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Höfn í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Austurlandi sumarið 2015 hæst meðal Þjóðverja (23%). Þar á eftir komu Frakkar (13%), Bandaríkjamenn (12%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Austurlandi var því hærra meðal Frakka (18%) og Þjóðverja (17%) en meðal Bandaríkjamanna og Breta (12%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.).

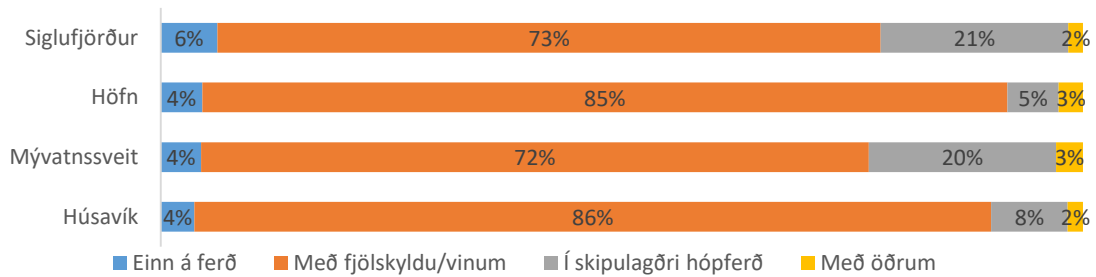
3.2 Ferðafélagar

Af þeim sem ferðuðust til Hafnar voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (89,3%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (5,7%) og 4,6% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 eru talsverð líkindi milli niðurstaðna (mynd 3). Helst má greina mun hjá þeim sem ferðast einir en hlutfall þeirra er almennt lægra á Höfn, líkt og á hinum rannsóknarsvæðunum þremur, í samanburði við hlutfallið á landsvísu. Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu sumarið 2014 sögðust 5% aðspurðra vera með ferðahópi, 89% í ferð með fjölskyldu eða vinum, 18% ferðuðust einir og 4% með vinnufélögum (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 3. Með hverjum ferðaáíst þú?

Hægt var að nefna fleiri en einn svarmöguleika í þessari spurningu svo svör voru fleiri en svarendur. Í töflu 10 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Þegar ferðamáti er skoðaður eftir búsetulandi gesta má sjá að hlutfall þeirra sem ferðast með skipulögðum ferðahópi er hæst meðal gesta frá Hollandi (29,4%) og Þýskalandi (10,3%). Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór einnig hækkandi eftir aldri og í hópi 65 ára og eldri sögðust 26,3% aðspurðra vera í hópferð. Hlutfall þeirra sem ferðuðust með fjölskyldu og vinum var hæst meðal gesta frá Frakklandi (98,2%), Bandaríkjunum (97,1%) og Spáni (93,3%).

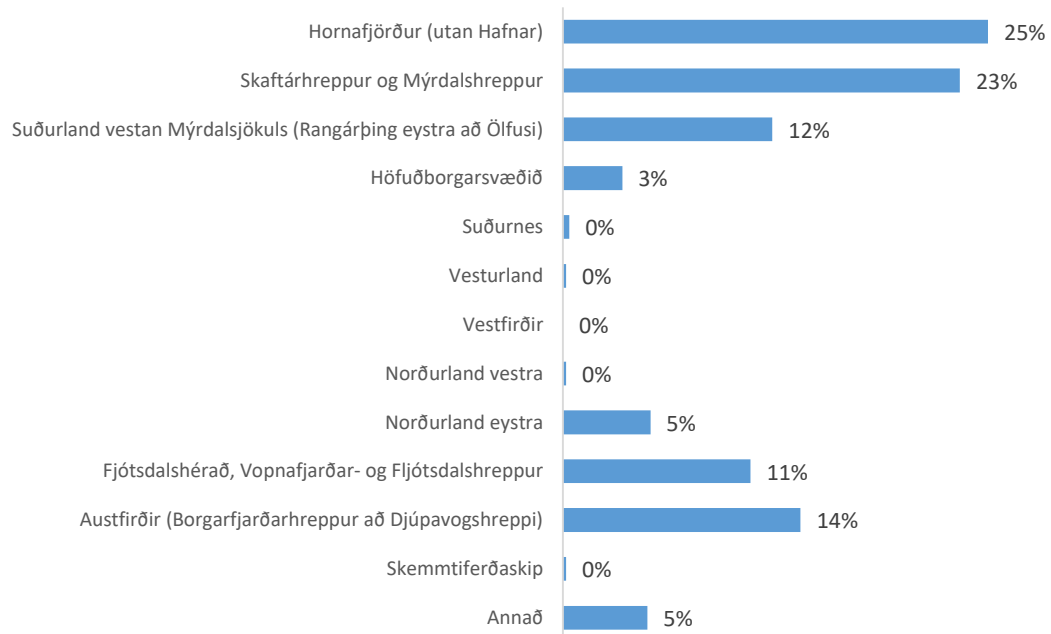


Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða⁷

Þegar svörin eru borin saman á milli svæða má greina hærra hlutfall þeirra sem eru í hópferð í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn (mynd 4). Hlutfall þeirra sem ferðast með fjölskyldu og vinum er að sama skapi lægra í Mývatnssveit og á Siglufirði. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Hafnar?

Ferðamenn voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu til Hafnar. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á síðustu nótt. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti (mynd 5). Fjöldi gildra svara var 545.



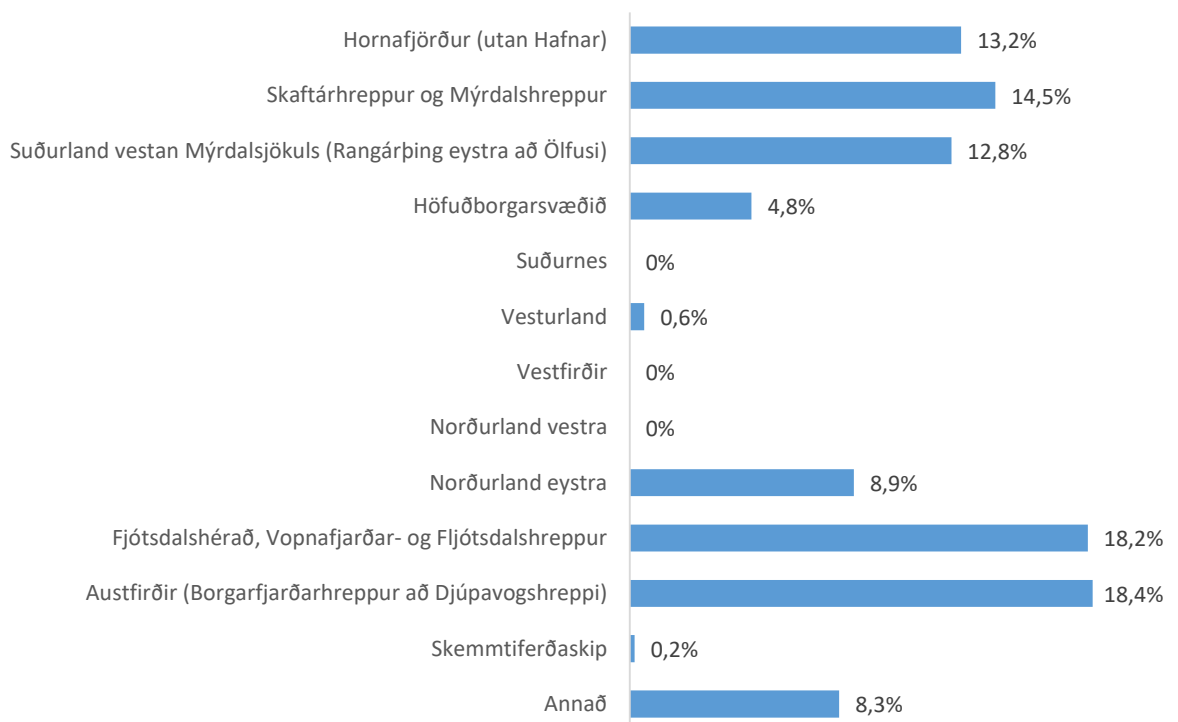
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Hafnar?

⁷ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

Flestir gistu í sveitarfélaginu Hornafirði, utan Hafnar, eða 136 manns (25%). Af þeim gistu flestir (79) í Örfæfasveit, þar af 68 í Skaftafelli. Alls sögðust 19 manns hafa gist á sérstaklega tilgreindum gististöðum í Suðursveit og þar að auki sögðust 22 hafa gist við Jökulsárlón án þess að tilgreina gististað. Alls höfðu um 23% aðspurðra (126) gist í Skaftár- og Mýrdalshreppi. Þar af gistu flestir í Vík (83) og Kirkjubæjarklaustri (25). Af þeim 67 (12%) sem gistu síðustu nótt á Suðurlandi vestan Mýrdalsjökuls gistu flestir (26) á Skógum, tíu á Selfossi og átta á Hellu. Af þeim 76 (14%) sem gistu á Austfjörðum gistu flestir (29) á Seyðisfirði, 18 á Djúpavogi og sjö á Breiðdalsvík. Á Fljótsdalshéraði, Vopnafjarðar- og Fljótsdalshreppi gistu alls 60 manns (11%), þar af flestir (51) á Egilsstöðum. Á Norðurlandi eystra gistu alls 28 manns (5%), þar af flestir (10) við Mývatn og fimm á Akureyri. Alls gistu 19 manns (3%) síðustu nótt á höfuðborgarsvæðinu.

3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Höfn?

Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir hygðust dvelja næstu nótt eftir að þeir færu frá Höfn (mynd 6). Gild svör voru 516.



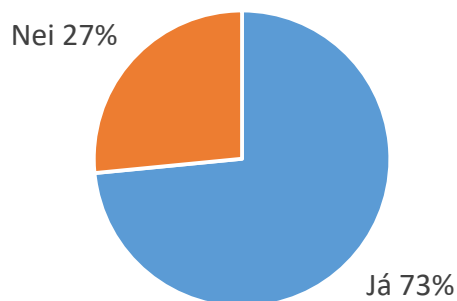
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Höfn?

Flestir ætluðu sér að gista á Austurlandi, eða alls 190 (37%) og þar af flestir á Egilsstöðum (83). Alls hugðust 25 manns gista á Seyðisfirði, sautján á Djúpavogi, tólf á Borgarfirði eystra, ellefu á Eskifirði og átta á Reyðarfirði. Af þeim 46 (9%) sem áformuðu að gista á Norðurlandi eystra, ætluðu flestir (20) að gista í Mývatnssveit, tólf á Akureyri og sjö á Húsavík. Á Suðurlandi ætluðu 74 (15%) að gista í Skaftár-

og Mýrdalshreppi þar af 49 í Vík og 25 á Kirkjubæjarklaustri. Alls ætluðu 66 manns (13%) að gista á Suðurlandi vestan Mýrdalsjökuls, þar af flestir á Skógum (17), Hellu (15) og Selfossi (8). Um 13% aðspurðra (68) hugðust gista næstu nótt í sveitarfélaginu Hornafirði (utan Hafnar), þar af flestir í Örfæsvæði (46) og af þeim ætluðu 43 að gista í Skaftafelli. Alls áformuðu átta manns gista í Suðursveit. Alls ætluðu 25 manns (5%) að gista næstu nótt á höfuðborgarsvæðinu.

3.5 Gisting

Spurt var hvort gestir hefðu dvalið á Höfn síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 535 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 393 (73%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



Mynd 7. Dvaldir þú á Höfn síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?

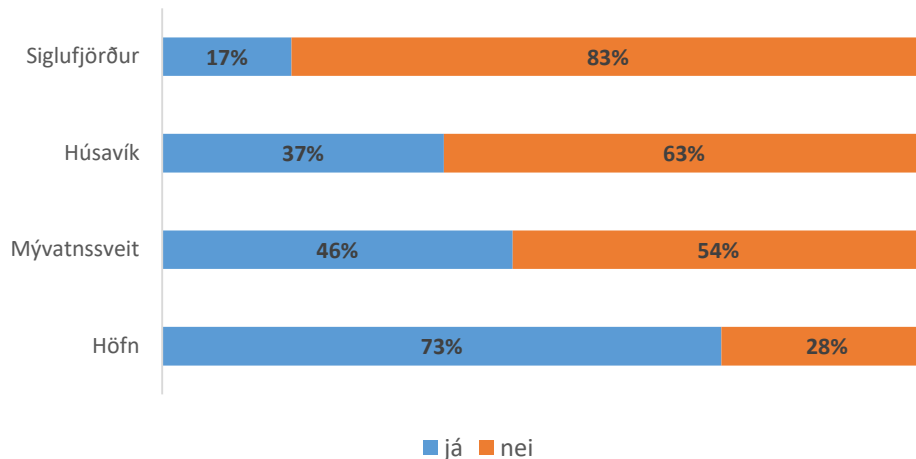
Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki⁸ var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Sviss (87%) og Bandaríkjunum (80%). Heldur lægra hlutfall var meðal gesta frá Hollandi (63%) og Spáni (69%). Hlutfall gesta frá Þýskalandi var 72% og Frakklandi 70% sem er nokkuð nærri meðaltalinu.

Um 87% gesta sem ferðuðust með áætlanarrútu áformuðu að gista á staðnum. Hlutfall þeirra sem ferðuðust með hópferðabíl var 68% og með bílaleigubíl 72%.

Samkvæmt Rannsóknnum og ráðgjöf ferðapjónustunnar (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) var hlutfall þeirra erlendu gesta sem gistu í Austur-Skaftafellssýslu árið 2015 alls 63% sem er heldur lægra hlutfall en í niðurstöðum þessa verkefnis. Hafa ber í huga að rannsóknarsvæði þessa verkefnis einskorðast við Höfn og nær því ekki til áfangastaða eins og Skaftafells og Jökulsárlóns sem könnun RRF nær til. Samkvæmt RRF hefur hlutfallið lækkað um tíu prósentustig frá árinu 2005 þegar það var 73%.

Fjallað er um fjölda erlendra gesta á Höfn í Hornafirði í kafla 3.17. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 11 í viðauka 1.

⁸ Einungis er tekið tillitið til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

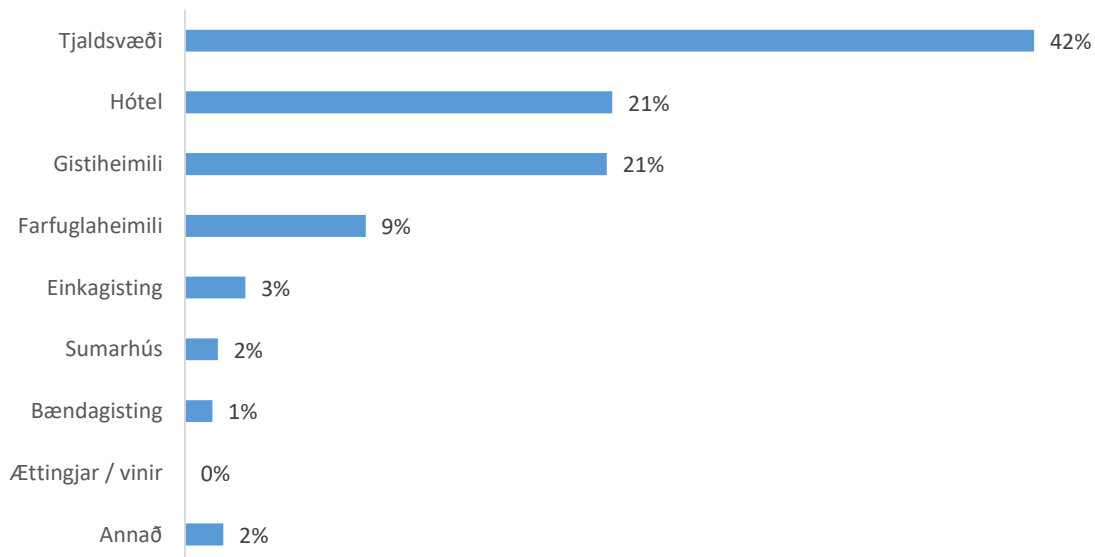


Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015

Á mynd 8 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015. Marktækur munur var milli svæða ($p < 0,01$) en hlutfallið á Siglufirði var áberandi lægst og dvalartíminn stystur. Hæst var gistihlutfallið á Höfn í Hornafirði.

3.6 Gistimáti

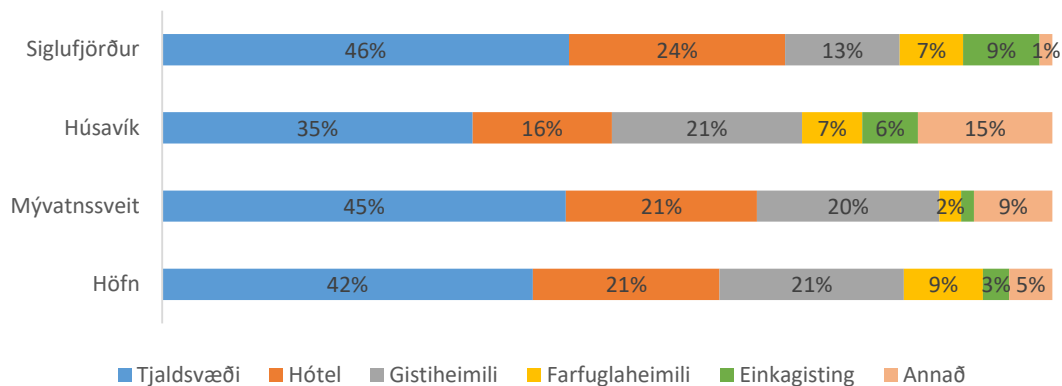
Gestir voru spurðir um hvaða tegund gistingu þeir nýttu sér á Höfn. Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu. Alls tilgreindu 372 svarendur hvers konar gistingu þeir nýttu sér.



Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Höfn?

Langflestir (42%) gistu á tjaldsvæði, þar næst gistu 21% svarenda á hóteli og sama hlutfall á gistiheimili. Um 9% gesta gistu á farfuglaheimili og 3% í einkagistingu. Þegar niðurstöðurnar eru greindar eftir búsetulöndum má sjá að val á gistingu getur verið ólíkt eftir því hvaðan gestirnir koma. Þannig gistu

37% gesta frá Bandaríkjunum á hóteli til samanburðar við 12% gesta frá Þýskalandi. Hlutfall hótलगesta fór hækkandi eftir aldri og var hæst meðal gesta á aldrinum 65 ára og eldri (50%). Um 64% gesta á aldrinum 18-24 ára gistu á tjaldsvæði á Höfn í samanburði við 13% gesta á aldrinum 65 ára og eldri.

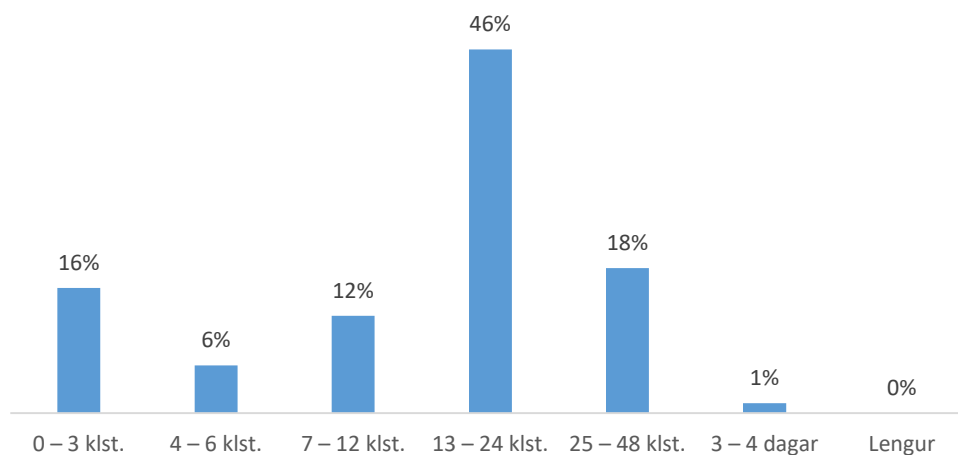


Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða

Þegar meðaltal svæðanna fjögurra er reiknað eftir gístimáta var hlutfall gesta á tjaldsvæðum 42%, á hótelum 21%, á gistiheimilum 19%, á farfuglaheimilum, 6% og í einkagístingu 5%. Niðurstöðurnar á Höfn voru því mjög nálægt meðaltalinu í flestum þáttum (mynd 10). Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.7 Dvalarlengd

Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína á Höfn. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 18,0 klst. Þegar niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir því hvort um er að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 5,6 klst. og næturgestir 23,0 klst. Á mynd 11 má sjá hvernig svörin skiptast hlutfallslega eftir dvalartíma, en flestir (46%) stoppuðu í 13-24 klst. á svæðinu.

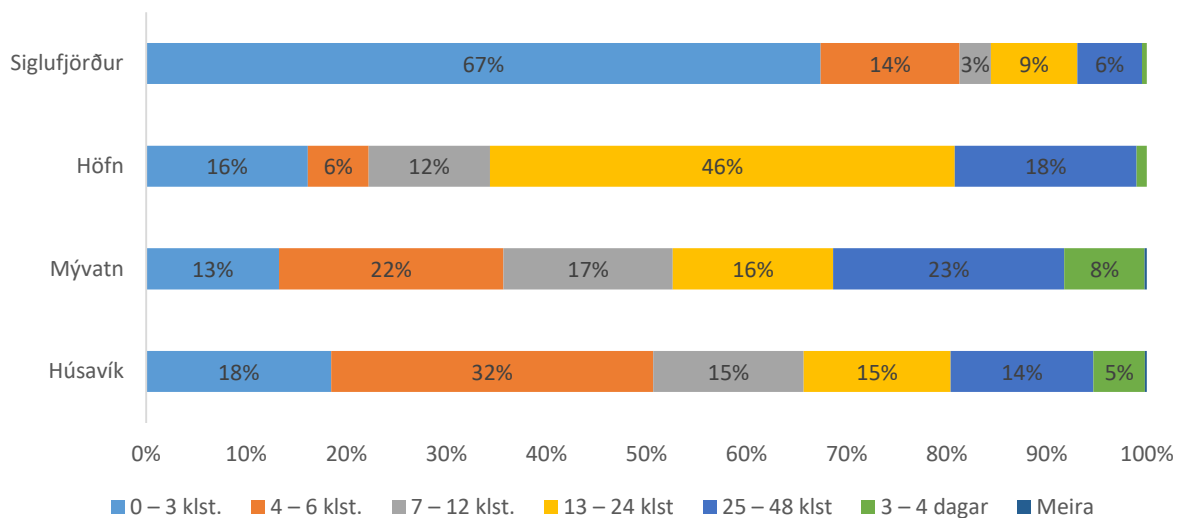


Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Höfn muni vara?⁹

⁹ Á mynd 11 eru birtar niðurstöður út frá samræmdum söfnunartíma gagna sem hefur áhrif á dvalartímann á Höfn (hann lækkar úr 18,4 klst. í 18,0 klst. þegar ekki er tekið tillit til gagna sem söfnuðust eftir kl. 19 á kvöldin) Sjá kafla 2.2.

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá aldurshópnum 35-44 ára (7%) en hæst hjá elsta aldurshópnum (55 ára og eldri¹⁰) þar sem hlutfallið var 33%. Meðaldvalarlengd gesta frá Þýskalandi var 22,0 klst., frá Spáni 19,2 klst., Frakklandi 18,5 klst., Bandaríkjunum 18,2 klst., og Ítalíu 14,4 klst. Lengst dvöldu þeir sem voru á aldrinum 18-24 ára (19,6 klst.) og styst þeir sem voru 55 ára og eldri (13,8 klst.). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 13 í viðauka 1.

Áhugavert er að bera saman niðurstöður milli svæða þar sem í ljós kemur hve ólíkur dvalartími gesta var eftir stöðunum fjórum. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$) og meðaldvalarlengd gesta á öllum svæðunum var um 15,4 klst. (mynd 12).



Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða

Hjá dagsgestunum var meðaldvalartími allra svæða 4,5 klst. og næturgestum 30,5 klst. Dvalartíminn var lengstur í Mývatnssveit 21,4 klst. og næst lengstur á Höfn 18,0 klst. Á Húsavík var hann 15,8 klst. og stystur á Siglufirði 6,4 klst.

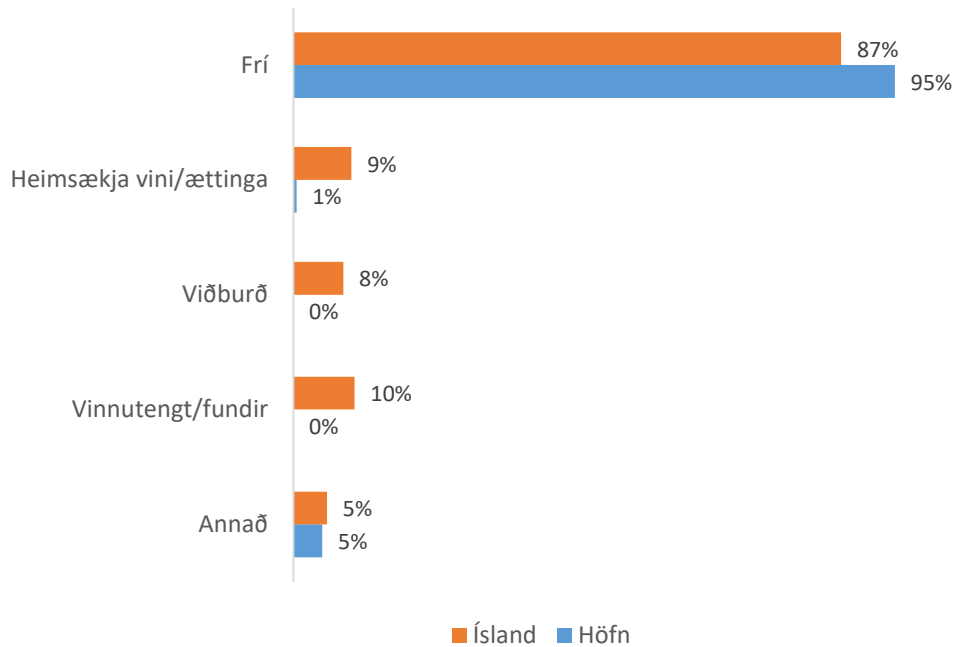
3.8 Tilgangur heimsóknar

Þegar spurt var um megintilgang ferðar til Hafnar kom í ljós að langflestir voru þar í fríi, eða alls um 95% svarenda. Enginn var þar vegna viðburðar eða í vinnutengdum erindagjörðum og um 1% svarenda kom til að heimsækja vini og ættingja. Um 5% svarenda nefndu annað sem valmöguleika, s.s. verslun, veitingastaði, rútustopp, sjávarfang og listir. Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara er fleiri en svarenda.

Þegar megintilgangur heimsóknar til Hafnar er borinn saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 kemur í ljós að þar nefna aðeins

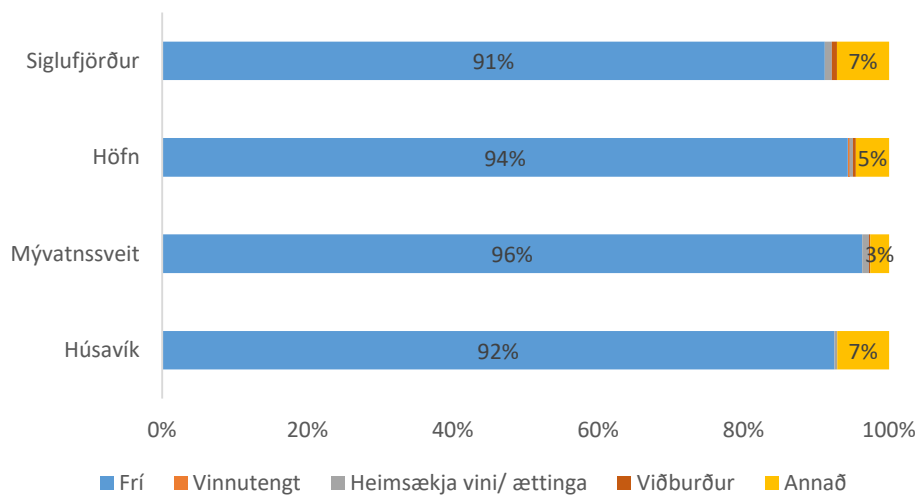
¹⁰ Teknir eru saman flokkarnir 55-64 ára og 65 ára og eldri til að ná lágmarks svarafjölda

færri frí sem megintilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megintilgang, 8% viðburð og 5% ráðstefnu/stærri fund, 4% vinnu/minni fund og um 2% annað (Ferðamálastofa, 2014a). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.



Mynd 13. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Hafnar?

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna töldu megintilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ($p=0,01$)¹¹ (mynd 14).



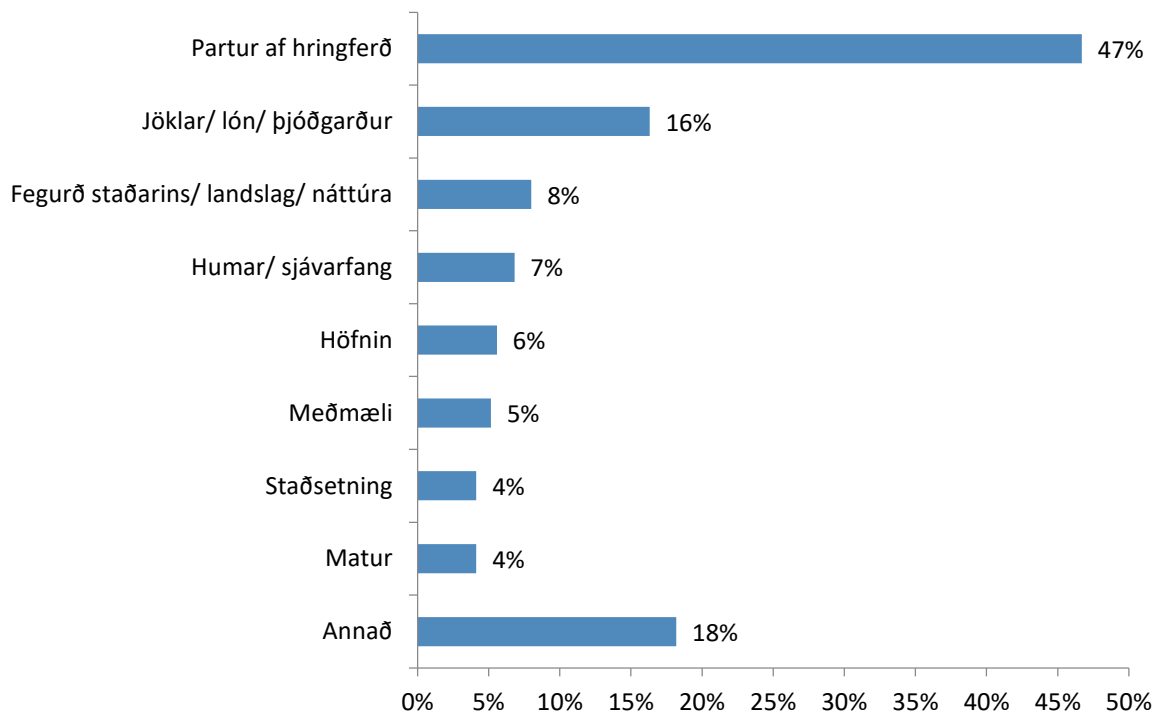
Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða¹²

¹¹ Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

¹² Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

3.9 Ástæða heimsóknar

Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Höfn hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru greindar út frá. Í einhverjum tilvikum nefndu menn fleiri en eina ástæðu og því eru svörin fleiri en svarendurnir, eða alls 565 svör hjá 484 svarendum. Í flestum tilvikum (47) var ástæða heimsóknar sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókninni. Þar næst nefndu svarendur jökla, lón og þjóðgarðinn (16%).

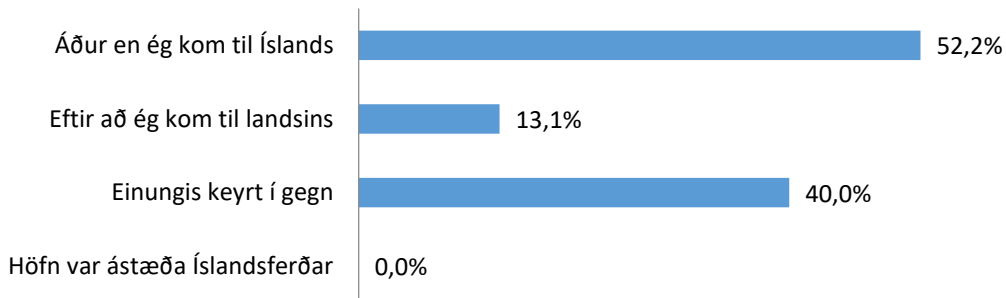


Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Höfn varð fyrir valinu sem áfangastaður

Um 8% aðspurðra nefndu fegurð staðarins, landslagið og náttúruna. Um 7% aðspurðra nefndu humar og sjávarfang og því til viðbótar nefndu 4% mat og veitingar. Um 5% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum eða frá öðrum fjölskyldumeðlimum og vinum. Alls nefndu 4% aðspurðra staðsetningu sem meginástæðu heimsóknar og 18% nefndu annað s.s. veður, verslun, sundlaug, útivist, hesta, söfn ofl.

3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

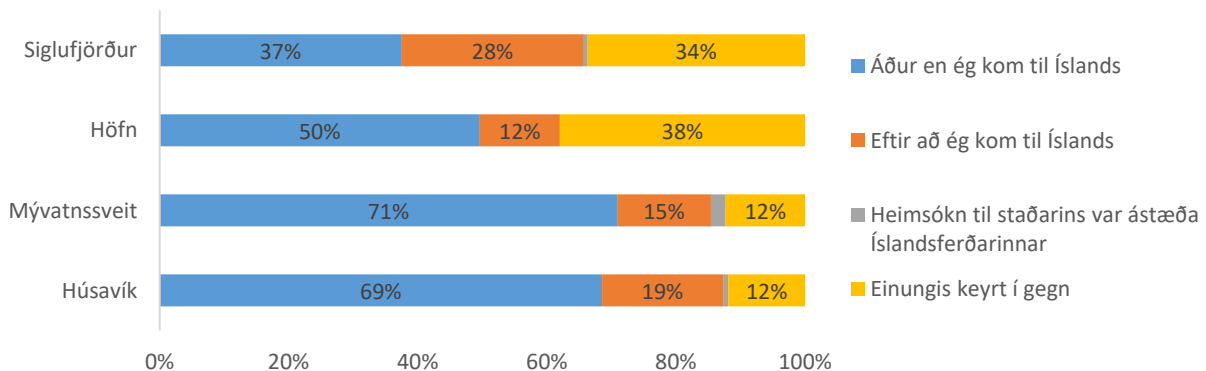
Þegar menn voru spurðir um það hvenær þeir tóku ákvörðun um að heimsækja Höfn kom í ljós að flestir (52%) höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands. Um 13% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 40% tilvika var ástæðan sú að staðurinn var hluti af lengri ferð og keyra þurfti í gegnum hann. Enginn þátttakenda sagði að heimsókn til Hafnar væri meginástæða Íslandsheimsóknar. Í einhverjum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 587 hjá 558 svarendum.



Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Höfn tekin?

Fyrirfram ákveðin heimsókn til Hafnar var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Bandaríkjunum en 70% gesta höfðu tekið ákvörðun um heimsækja staðinn áður en lagt var af stað til Íslands. Hlutfallið var einnig hátt meðal gesta frá Ítalíu (61%). Hlutfallið var um 51% meðal gesta frá Spáni, 50% meðal gesta frá Hollandi og 47% meðal gesta frá Sviss.

Um 59% gesta frá Frakklandi ætlaði einungis að keyra í gegnum staðinn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Höfn. Sama hlutfall gesta frá Þýskalandi var 56%. Lægst var hlutfallið 19% meðal gesta frá Bandaríkjunum. Í töflu 15 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.



Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða¹³

¹³ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 17) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar. Auk þess eru færri sem segja Húsavík og Mývatnssveit einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá.¹⁴

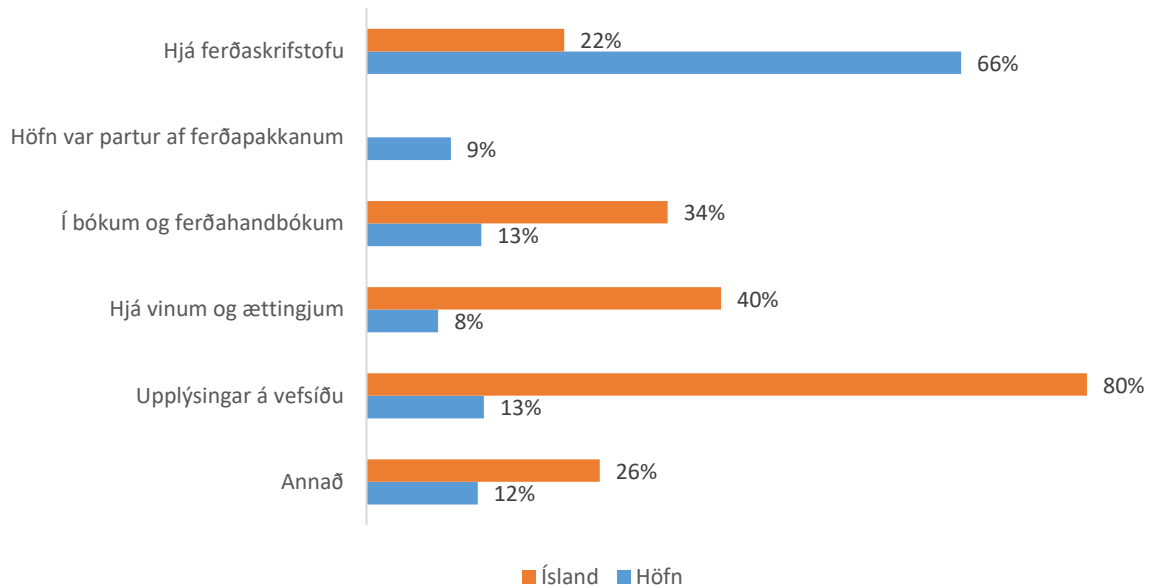
3.11 Uppruni upplýsinga um Höfn

Ferðamenn voru spurðir hvaðan þeir höfðu aflað upplýsinga um Mývatnssveit. Fjöldi svara var 659 hjá 540 svarendum en langflestir (66%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu. Um 13% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor, Hostel.is, Visiticeland.com, Booking.com og Lonely Planet og önnur 13% höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum. Í 9% tilvika var heimsókn til Hafnar partur af heildarpakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Hjá 8% aðspurðra fengust upplýsingar hjá vinum og ættingjum og 5% nefndu fjölmiðla. Alls fengu 7% aðspurðra upplýsingar annars staðar frá s.s. frá öðrum ferðamönnum, leiðsögumönnum, bílstjórum, gististöðum, upplýsingamiðstöðvum og nokkrir höfðu verið hér áður. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 16 í viðauka 1.

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulöndum þátttakenda má greina hátt hlutfall ferðaskrifstofa hjá þátttakendum frá Frakklandi (82%) og Þýskalandi (72%) í samanburði við gesti frá Bandaríkjunum (57%) og Hollandi (56%). Hlutfall ferðahandbóka var hæst hjá aldurshópnum 35-44 ára og minnst hjá 25-34 ára (5%).

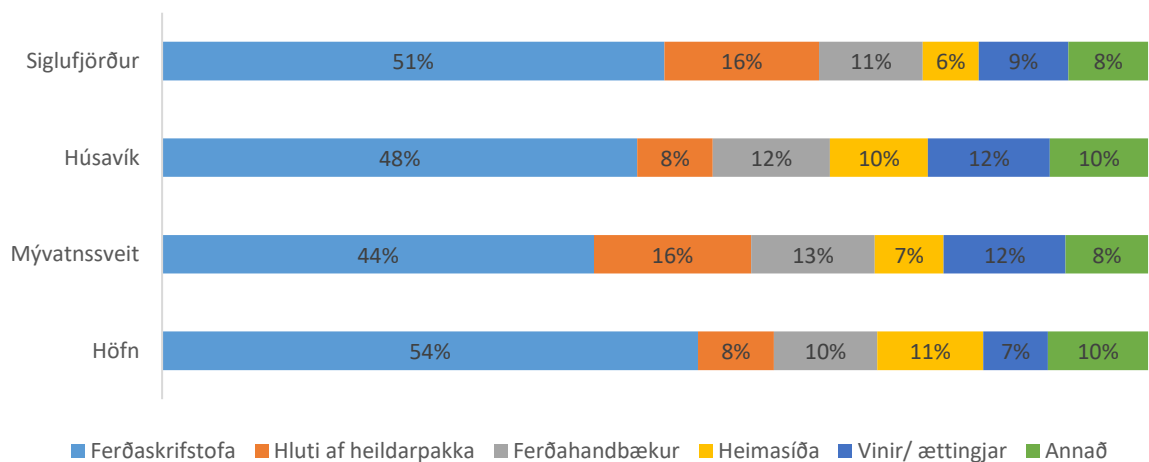
Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland (mynd 18). Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

¹⁴ Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs



Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Höfn/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina (Ferðamálastofa, 2014a)?

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjukungunnar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 19).



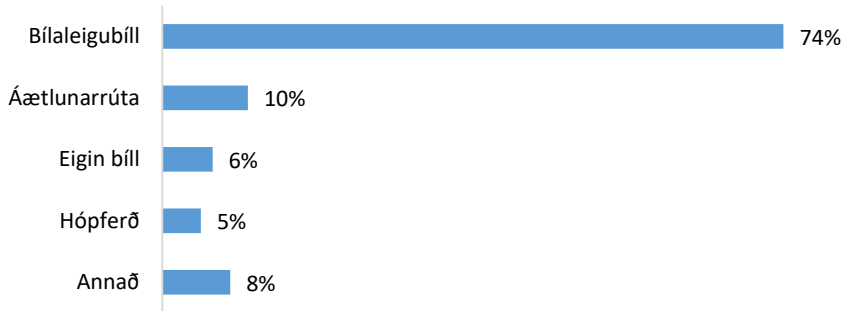
Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða¹⁵

Ferðamenn á stöðunum fjórum höfðu í flestum tilvikum fengið upplýsingar frá ferðaskrifstofum. Hlutfall þeirra sem sögðu að heimsókn staðarins væri partur af heildarpakka og því hefði upplýsinga ekki verið aflað sérstaklega um svæðið er hærra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn sem er í nokkru samræmi við hlutfall þeirra sem sögðust vera í hópferð (mynd 4).

¹⁵ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur. Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.

3.12 Ferðamáti

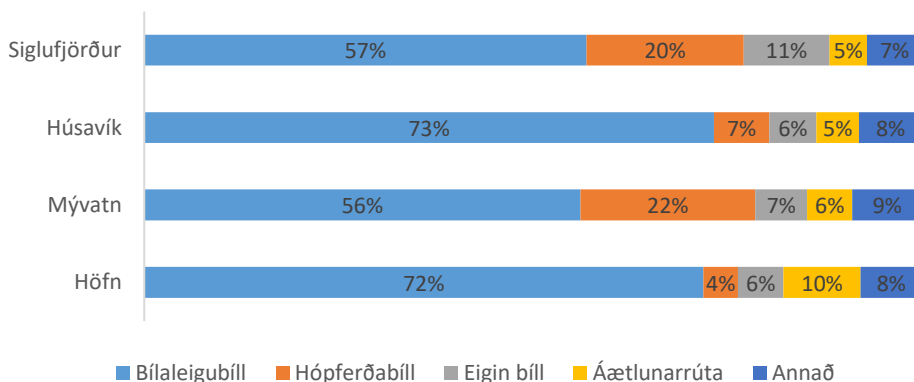
Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Hafnar. Langflestir ferðuðust með bílaleigubíl (74%). Þar næst var um að ræða áætlunarrúta (10%), eigin bíl (6%) og hópferðabíl (5%). Um 9% svarenda nefndu annað s.s. bíl vinar (2%), puttaferðalag (3%), mótörhjól (1%) og húsbíl (0,5%). Fjöldi svara var 562 hjá 547 svarendum.



Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Hafnar?

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulandi þátttakenda má greina hátt hlutfall bílaleigubíla meðal gesta frá Ítalíu (91%) og Bandaríkjunum (88%) og lægra hlutfall meðal gesta frá Þýskalandi (51%). Að sama skapi var hlutfall gesta frá Þýskalandi sem ferðuðust með hópferðabíl yfir meðaltali (14%). Hæst var hlutfall bílaleigubíla meðal gesta í aldurshópnum 45-54 ára (83%) og lægst meðal 65 ára og eldri (45%). Hlutfall hópferðabíla var lægst meðal gesta á aldrinum 18-24 ára (2%) og hæst meðal 65 ára og eldri (25%). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Marktækur munur var á milli svæða varðandi ferðamáta ($p < 0,01$). Bílaleigubíll var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit en á Höfn og Húsavík (mynd 21).



Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða¹⁶

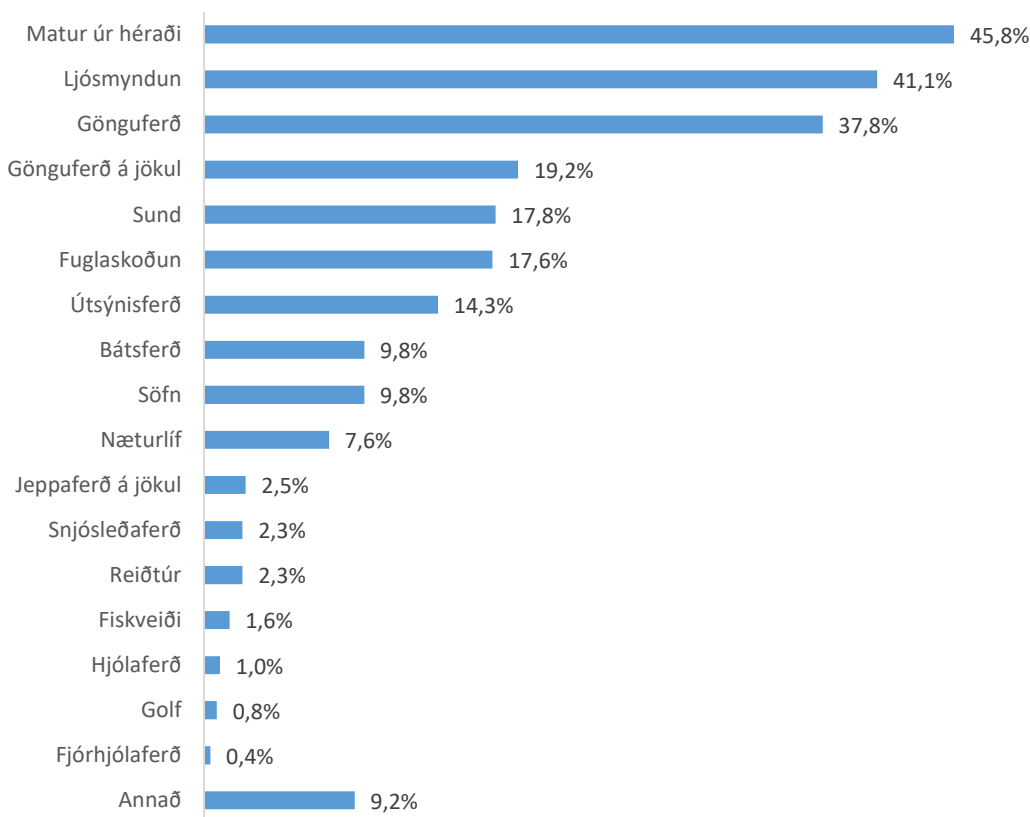
¹⁶ Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur

Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíl (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu var spurt um hvaða ferðamáti hafi verið nýttur á meðan á Íslandsdvöl stóð svo algengt var að svarendur veldu fleiri en einn svarmöguleika (80% fleiri svör en svarendur). Einungis var spurt um einn sólarhring í þessu verkefni og ber að hafa það í huga við samanburð.

3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra á Höfn stæði. Alls svöruðu 511 ferðamenn spurningunni en heildarfjöldi svara var 1231 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt. Flestir (46%) gestanna nefndu að þeir hygðust smakka mat úr héraði og 41% nefndi ljósmyndun. Um 38% aðspurðra ætluðu í gönguferð og 19% ætluðu að ganga á jökul. Tæp 18% aðspurðra ætluðu í sund og sama hlutfall að skoða fugla. Um 14% hugðist fara í útsýnisferð og 10% í bátsferð. Niðurstöðurnar má sjá á mynd 22.

Gera má ráð fyrir að hlutföllin séu nokkuð hærri í könnuninni en í raunveruleikanum þar sem spurt er hvaða afþreyingu svarendur hygðust nýta sér óháð því hvort það gengi eftir.



Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Höfn á meðan á dvöl þinni stendur

Nokkuð jöfn dreifing var meðal aldursflokka og markaðssvæða almennt en þó mátti greina lágt hlutfall gesta í elsta aldursflokknum sem áformaði að fara í gönguferðir eða sund. Hlutfall gesta sem ætlaði í gönguferð var hæst meðal gesta frá Frakklandi (65%). Það var einnig yfir meðaltali meðal gesta frá Bandaríkjunum (44%) og Þýskalandi (38%). Hlutfall þeirra sem ætluðu í gönguferð á jökul var hæst meðal gesta frá Spáni (36%), Bandaríkjunum (28%) og Ítalíu (25%).

Af þeim sem áformuðu að snæða mat úr héraði var hlutfallið hæst meðal gesta frá Ítalíu (66%) og Bandaríkjunum (64%). Hlutfall gesta frá öðrum löndum var undir meðaltali. Hlutfallið var einnig hæst meðal gesta í aldurshópnum 45-54 ára (51%) en lægst meðal gesta sem voru 65 ára og eldri (33%). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 18 í viðauka 1.

3.14 Útgjöld

Í spurningakönnuninni voru þátttakendur beðnir um að áætla og sundurliða útgjöld sín á Höfn síðasta sólarhringinn. Í þeim tilvikum sem dvöl gesta á Höfn var styttri en sólarhringur voru þeir beðnir um að tilgreina útgjöld sín þann tíma sem dvölin varaði. Þeir sem voru nýkomnir á svæðið voru beðnir að áætla útgjöld sín á meðan á dvöl þeirra stæði og takmarka þau við 24 klst. að hámarki ef ætlunin var að dvelja lengur. Í kafla 2.1 er farið yfir skilgreiningu útgjaldaliða og hvað telst vera ferðakostnaður. Gild svör voru á bilinu 434 til 473 eftir útgjaldaliðum. Svarendur tilgreindu sérstaklega hve marga kostnaðurinn átti við og takmörkuðust gild svör við 1-6 neytendur hverju sinni. Til lækkunar á gildum svörum komu einnig útlagar, eða svör sem ekki geta talist eðlileg í gagnasafninu. Í kostnaðarliðnum gisting var einungis notast við svör þeirra þátttakenda sem höfðu sagst ætla að gista á Höfn og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

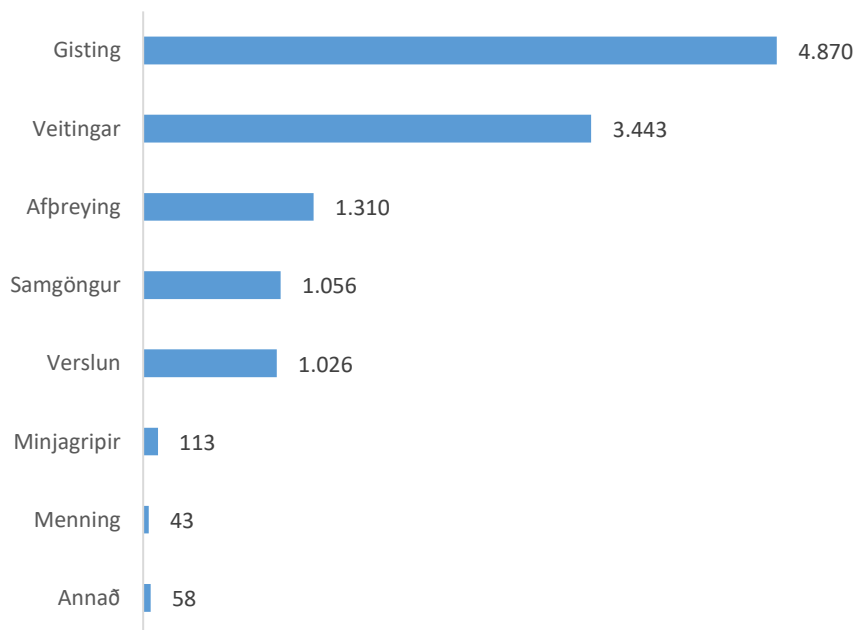
Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 11.920 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöldin í gistiþjónustu. Þau 73% þátttakenda sem greiddu fyrir gistiþjónustu á meðan á dvöl þeirra stóð greiddu að meðaltali 6.646 kr. á sólarhring. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla erlenda gesti staðarins, óháð því hvort þeir gistu eða ekki, er meðalupphæð á gest 4.870 kr. Hafa ber í huga að af öllum þeim sem gistu, dvöldu 42% á tjaldsvæðum en það lækkar meðalgistikostnað töluvert.

Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum

Þjónustubáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gildra svara
Gisting	6.646	4.870	73%	434
Veitingar	4.996	3.443	69%	473
Afþreying	8.490	1.310	15%	473
Menning	1.193	43	4%	473
Minjagripir	1.487	113	8%	473
Verslun	2.541	1.026	40%	473
Samgöngur	2.887	1.056	37%	470
Annað	2.765	58	2%	473
		11.920		

Meðal þeirra sem keyptu veitingar meðan á dvöl þeirra stóð var meðalkostnaður 4.996 kr. Þegar sú upphæð er reiknuð á alla þátttakendur er hún 3.443 kr. á sólarhring. Alls keyptu 69% allra gesta veitingar á veitingastöðum eða kaffihúsum á Höfn. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 17% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.

Um 15% svarenda greiddu sérstaklega fyrir afþreyingu á Höfn. Meðalútgjöld vegna afþreyingar voru 8.490 kr. meðal þeirra sem nýttu sér þjónustubáttinn og 1.310 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. gönguferð með leiðsögn, bátsferðir, jeppaferðir og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi s.s. fjórhjól eða snjósleðar.



Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta á Höfn eftir útgjaldaliðum

Um 4% þátttakenda greiddu fyrir menningu meðan á dvöl þeirra stóð. Inn í þann flokk falla heimsóknir á söfn, gallerí, sýningar og tónleika svo dæmi séu tekin. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn 1.193 kr. sem reiknast sem 43 kr. að meðaltali meðal allra gilda svara.

Um 40% svarenda tilgreindu útgjöld úr verslunum bæjarins. Að meðaltali eyddu þeir sem nýttu sér þjónustu verslana 2.541 kr. sem gerir 1.026 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 80% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Alls greiddu um 37% aðspurðra fyrir samgöngur. Meðalupphæð meðal allra þátttakenda var 1.056 kr. Í langflestum tilvikum var um að ræða bensínkostnað. Sérniðnar ferðir með leiðsögn innan svæðisins flokkast með afþreyingu.

Í töflu 9 eru meðalútgjöld allra þátttakenda birt eftir útgjaldaflokkum og svæðum. Útgjöldin reiknast á alla svarendur óháð því hvort þeir hafi keypt vörur eða þjónustu í útgjaldaliðunum eða ekki.

Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða¹⁷

	Húsavík	Mývatnssveit	Höfn	Siglufjörður
Gisting	2.440	3.415	4.870	969
Veitingar	2.232	2.124	3.443	1.413
Afþreying	5.994	2.317	1.310	41
Menning	770	87	43	877
Minjagripir	255	323	113	21
Verslun	856	985	1.026	216
Samgöngur	714	963	1.056	216
Annað	48	120	58	114
	13.309	10.333	11.920	3.866

Útgjöld vegna gistiþjónustu voru í samræmi við gistihlutfall staðanna. Hæst var hlutfallið á Höfn 73%, þar næst í Mývatnssveit 46%, svo á Húsavík 37% og lægst á Siglufirði 17% (sjá kafla 3.5). Þegar tegundir gistimáta voru bornar saman, voru lægstu útgjöldin alla jafna hjá þeim sem dvöldu á tjaldsvæðum og hæstu meðal þeirra sem völdu hótलगistingu. Hlutfall þeirra sem gistu á tjaldsvæðum á stöðunum fjórum var á bilinu 35% til 46%, hótela á bilinu 16%-24% og gistiheimila 13%-21% (sjá kafla 3.6).

Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru hæst á Höfn (3.443 kr.) og lægst á Siglufirði (1.413 kr.). Hlutfall þeirra sem keypti veitingaþjónustu var nokkuð svipað á milli staða eða á bilinu 65% til 70%.

¹⁷ Um er að ræða meðalútgjöld allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustubáttinn eða ekki.

Útgjöld vegna afþreyingar voru afgerandi hæst á Húsavík (5.994 kr.) og lægst á Siglufirði (41 kr.) þegar þau höfðu verið reiknuð niður á alla þátttakendur könnunarinnar óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki. Um 65% allra þátttakenda á Húsavík greiddi fyrir afþreyingu þar sem hvalaskoðun var langalgengasta tegund afþreyingar. Næst hæst voru útgjöldin í þessum lið í Mývatnssveit (2.317 kr.) þar sem 50% aðspurðra greiddi fyrir afþreyingu. Aðgangseyrir í Jarðböðin var algengastur í þeim lið. Þar á eftir kom Höfn (1.310 kr.) þar sem 15% greiddu fyrir afþreyingu. Á Siglufirði er framboð afþreyingar takmarkað og einungis voru um 2% aðspurðra sem sögðust hafa greitt fyrir þann lið, alls 41 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda.

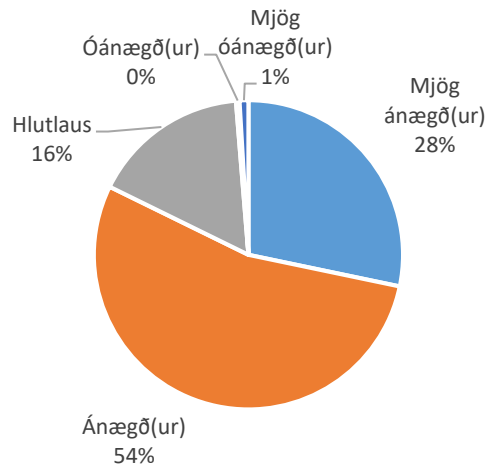
Meðalútgjöld tengd menningu voru hæst á Siglufirði (877 kr.) þar sem 62% aðspurðra sagðist hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu á svæðinu. Á Húsavík greiddu 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

Útgjöld vegna minjagripa voru á bilinu 21 kr. á Siglufirði til 323 kr. í Mývatnssveit. Meðalútgjöld vegna verslunar voru hæst á Höfn (1.026 kr.), þar sem 40% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir vörur í verslunum bæjarins. Þar af voru 80% útgjalda vegna matvöru. Í Mývatnssveit voru meðalútgjöldin 985 kr. þar sem 35% aðspurðra sögðust hafa verið með útgjöld í þessum lið. Þar af voru 55% vegna matvöru. Á Húsavík voru 33% aðspurðra með útgjöld tengd verslun (856 kr.), þar af voru 62% útgjaldanna vegna matvöru. Á Siglufirði voru meðalútgjöldin í þessum lið 216 kr. þar sem 17% aðspurðra sögðust hafa keypt vörur og þjónustu í þessum útgjaldaflokki. Þar af voru 98% vegna matvöru.

Hæst voru útgjöld vegna samgangna á Höfn (1.056 kr.) og lægst á Siglufirði (216 kr.). Um 37% aðspurðra á Höfn greiddu fyrir samgöngur, 21% á Húsavík (1.286 kr.), 27% í Mývatnssveit (963 kr.) og 7% á Siglufirði (216 kr.). Í langflestum tilfella var um að ræða bensín- og olíukaup.

3.15 Ánægja

Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína á Höfn. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 541. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (28%) eða ánægðir (54%). Um 16% svarenda voru hlutlausir og 1% þátttakenda sögðust vera mjög óánægðir.

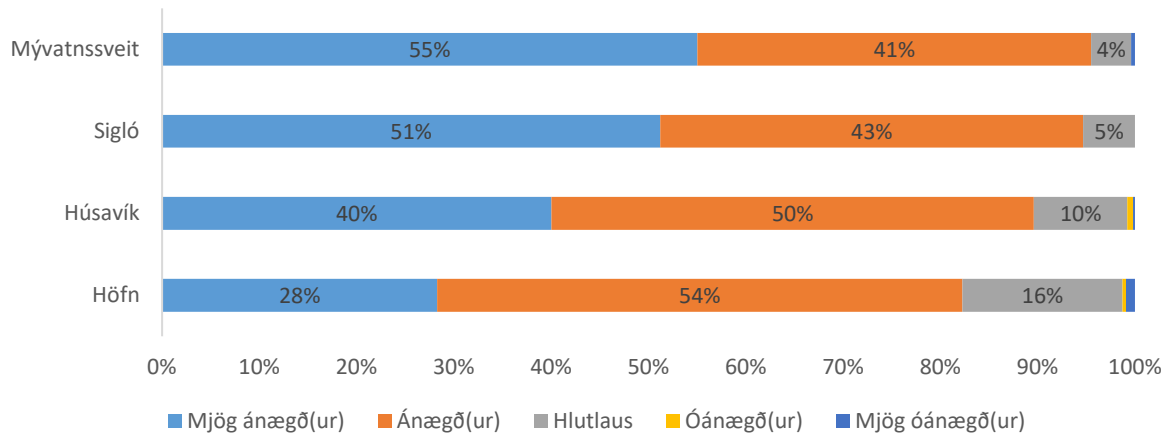


Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Höfn?

Þegar svör gesta eru skoðuð eftir aldri virðist meiri ánægja ríkja meðal eldri gesta en þeirra yngri. Um 40% gesta á aldrinum 65 ára og eldri voru mjög ánægðir en einungis 24% gesta á aldrinum 18-24 ára. Þegar sá hluti gesta sem var hvorki ánægður né mjög ánægður er skoðaður eftir búsetulandi má greina hlutfall yfir meðaltali hjá gestum frá Frakklandi (25%), Ítalíu (22%) og Þýskalandi (21%). Til samanburðar voru 9% gesta frá Bandaríkjunum hvorki ánægðir né mjög ánægðir.

Svarendum gafst kostur á að koma með athugasemdir í könnuninni og þegar þær eru skoðaðar eftir ánægjustigi virðist það sem helst hefur lækkandi áhrif á ánægjustig gesta á Höfn tengjast aðstöðu á tjaldsvæði s.s. sturtum, netsambandi og fjölda gesta. Einnig var kvartað yfir of stuttum opnunartíma verslana, háu verðlagi, skorti á upplýsingaskiltum og slæmu veðri.

Þeir sem sögðust vera ánægðir með dvölinu nefndu helst fegurð staðarins í athugasemdum. Þrátt fyrir að vera ánægðir minntust þeir þó einnig á stuttan opnunartíma, skort á upplýsingum og lítið framboð af afþreyingu. Niðurstöðurnar má sjá í töflu 19 í viðauka 1.



Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða.

Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ($p < 0.01$)¹⁸. Hlutfall þeirra sem sögðust vera mjög ánægðir með dvöl sína var hærra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Höfn og Húsavík. Að sama skapi var hlutfall þeirra sem sögðust vera ánægðir með dvölinna hærra á Húsavík og Höfn. Hlutfall þeirra sem voru hlutlausir var hæst á Höfn (mynd 25).

3.16 Athugasemdir

Í lok spurningalistans voru þátttakendur spurðir hvort þeir vildu koma einhverju á framfæri eða hvort þeir hefðu nýjar hugmyndir að afþreyingu eða þjónustu á svæðinu. Alls svöruðu 172 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 197 athugasemdir (mynd 26).

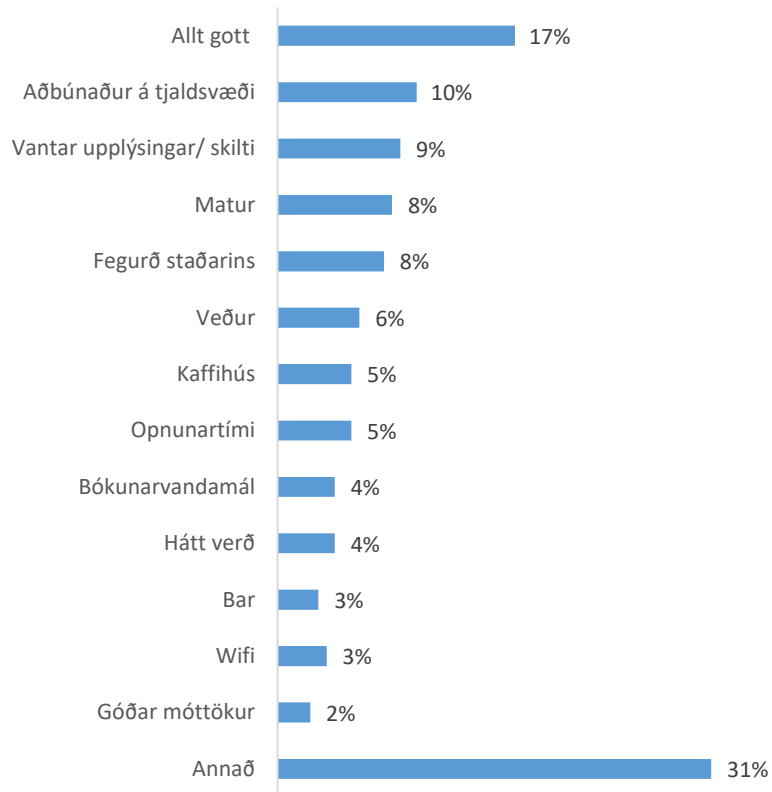
Um 17% svarenda hafði ekkert nema gott um dvölinna að segja. Alls höfðu um 10% svarenda athugasemdir við aðstöðuna á tjaldsvæðinu. Þar af nefndu rúm 3% plássleysi, tæp 3% kvörtuðu undan hreinlætisaðstöðunni þar sem hún var ýmist of dýr eða of lítið af sturtum og salernum. Tæp 2% kvörtuðu undan vondri lykt á tjaldsvæðinu (minnti á úldinn fisk að sögn sumra).

Alls minntust 9% svarenda á skort á upplýsingum. Þar af nefndu rúm 4% að það vantaði betri upplýsingar almennt um staðinn, gönguleiðir, almenningsamgöngur ofl. Rúm 3% nefndu sérstaklega að það vantaði götuskillti sem vísuðu á áhugaverða staði í bænum.

Alls komu um 8% svarenda með athugasemdir í tengslum við mat. Þar af vildu 6% geta keypt ferskan fisk í fiskbúð eða á markaði. Aðrir hefðu viljað hafa fjölbreyttara framboð matvöru í verslunum og á veitingahúsum.

¹⁸ Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir. $N=1904$, $p < 0,01$.

Um 8% svarenda lýstu yfir ánægju með fegurð staðarins og sama hlutfall kvartaði undan veðrinu. Um 5% svarenda hefði viljað finna kaffihús og önnur 5% kvartaði undan of stuttum opnunartíma verslana og veitingahúsa.



Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Höfn

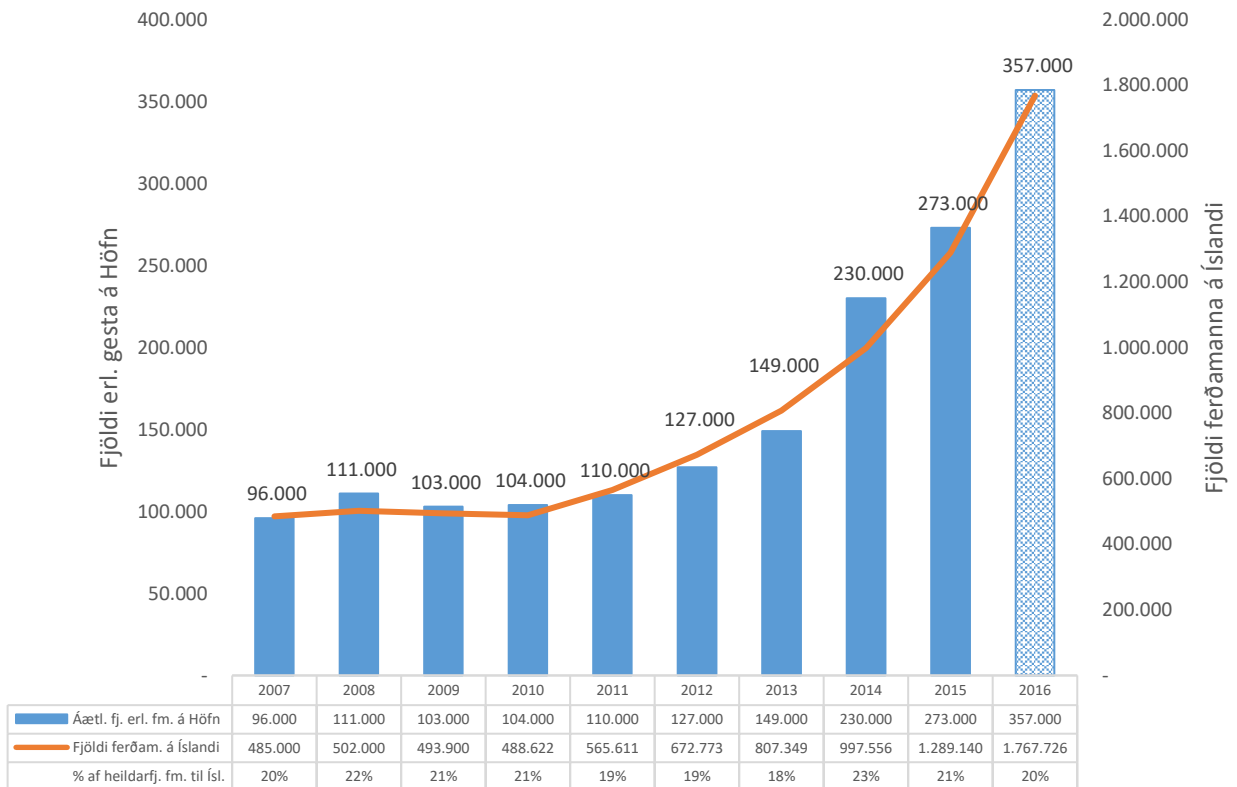
Um 4% svarenda kvartaði yfir erfiðleikum við að panta þjónustu á staðnum, þar af vildu um 3% geta pantað borð á veitingastöðum í stað þess að þurfa að bíða eftir afgreiðslu. Um 4% kvartaði yfir of háu verðlagi á gistingu. Um 3% vildu komast á bar og fannst aðeins vanta upp á næturlífið á staðnum. Á tjaldsvæðinu kvörtuðu um 3% yfir wifi tengingunni á svæðinu, fannst hún ýmist of dýr eða ekki nógu góð. Alls minnstust 2% svarenda sérstaklega á það hvað heimamenn voru vinsamlegir og hvað þeir fengu góðar móttökur við komuna.

Um 31% svarenda nefndu annað. Þar má helst nefna tillögur að afþreyingu s.s. klifur, teygjustökk, svifflug, sjóferðir og kajak. Einhverjir nefndu bættar samgöngur innan svæðisins t.d. fyrir þá sem ferðast með áætlanarrútu og komast ekki að jöklinum, lagfæringar á göngustígum, heimsóknir á sveitabæi og ýmislegt fleira. Í viðauka 2 má sjá allar athugasemdir þátttakenda.

3.17 Umfang og áhrif

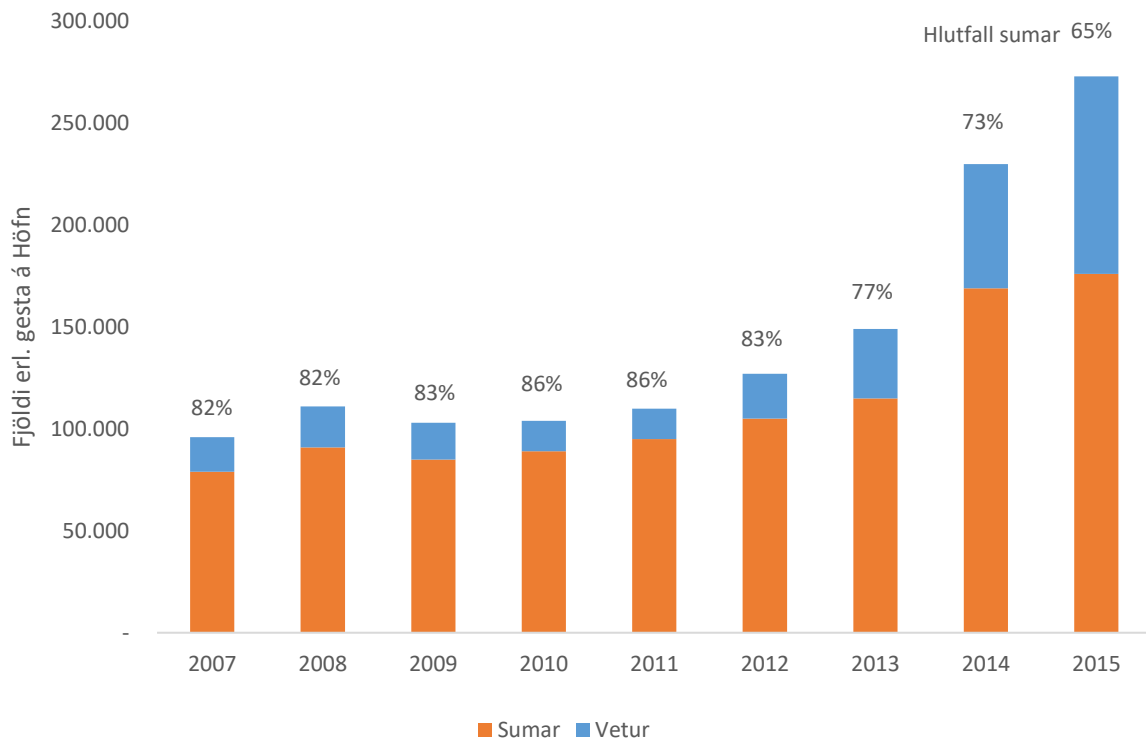
Umfang atvinnugreinarinnar á Höfn er áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra ferðamanna sem og áætluðum fjöldatölum erlendra gesta árið 2015.

Á mynd 27 er áætlaður fjöldi erlendra gesta á Höfn. Fjöldi árana 2007-2015 er fenginn úr skýrslu Rannsóknna og ráðgjafar ferðapjónustunnar (RRF) um erlenda ferðamenn í Austur-Skaftafellssýslu (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) en tölur ársins 2016 eru áætlaðar af höfundi. Í þessum fjöldatölum er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa né íslenskum gestum.



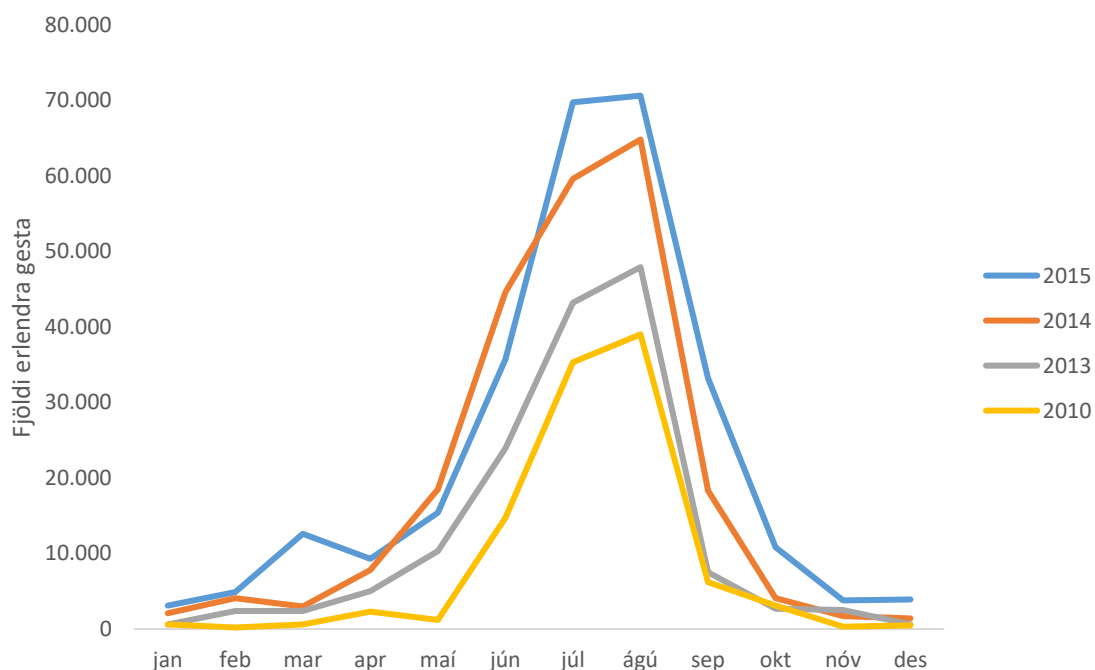
Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Höfn 2007-2016 (Ferðamálastofa e.d.b; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016 (fylltu súlurnar)). Mynstraðar súlur eru áætlun höfundar

Áætlaður fjöldi erlendra gesta árið 2016 byggir á reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda erlendra ferðamanna á Íslandi sama ár. Hlutfallið hefur verið á bilinu 18-23% á tímabilinu 2007-2015 (sjá mynd 27) og hlutfall ársins 2016 reiknast út frá meðaltali síðustu fimm ára



Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra gesta að Höfn 2007-2015 sumar og vetur (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016, bls. 11)

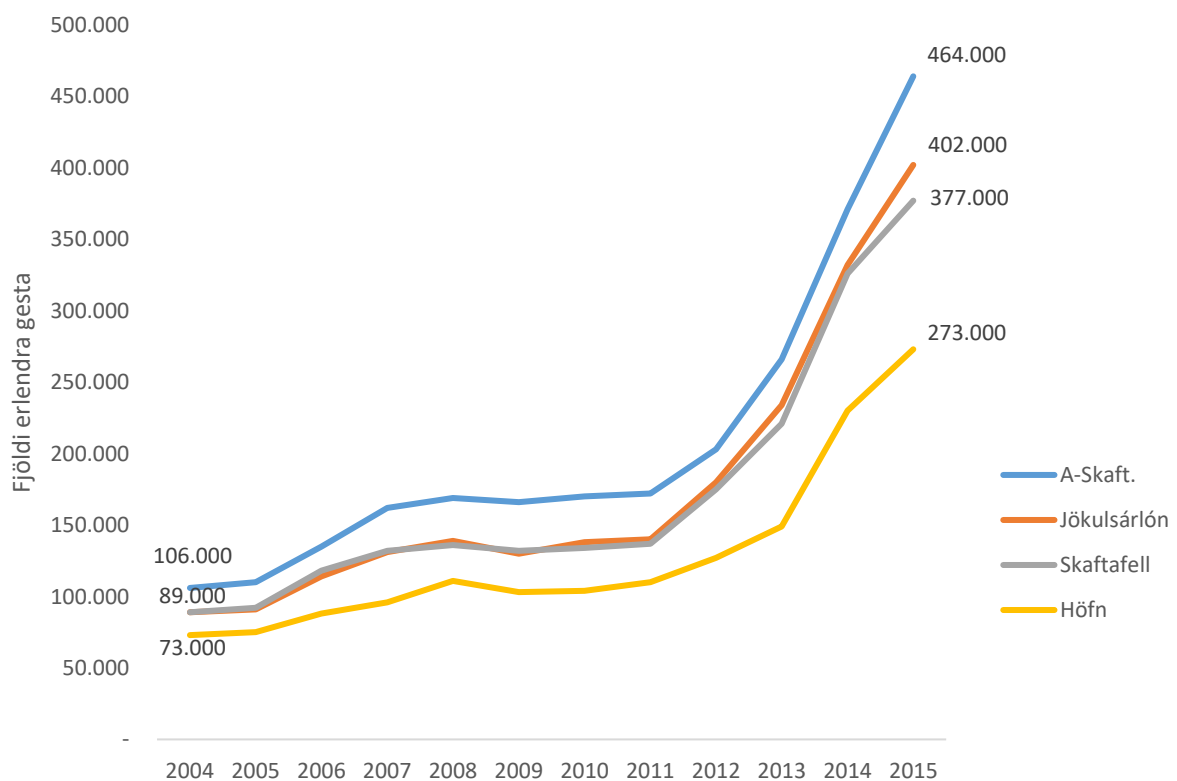
Talsverð árstíðasveifla er í ferðapjónustu á Höfn eins og myndir 28 og 29 sýna, þó greinileg merki séu um að hún sé að minnka. Árið 2010 komu um 86% erlendra ferðamanna til Hafnar yfir sumartímann (júní til ágúst) en 14% yfir vetrartímann. Sama hlutfall árið 2013 var 77% yfir sumartímann og 65% árið 2015 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016).



Mynd 29. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Höfn eftir mánuðum 2010, 2013, 2014 og 2015 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016, bls. 12)

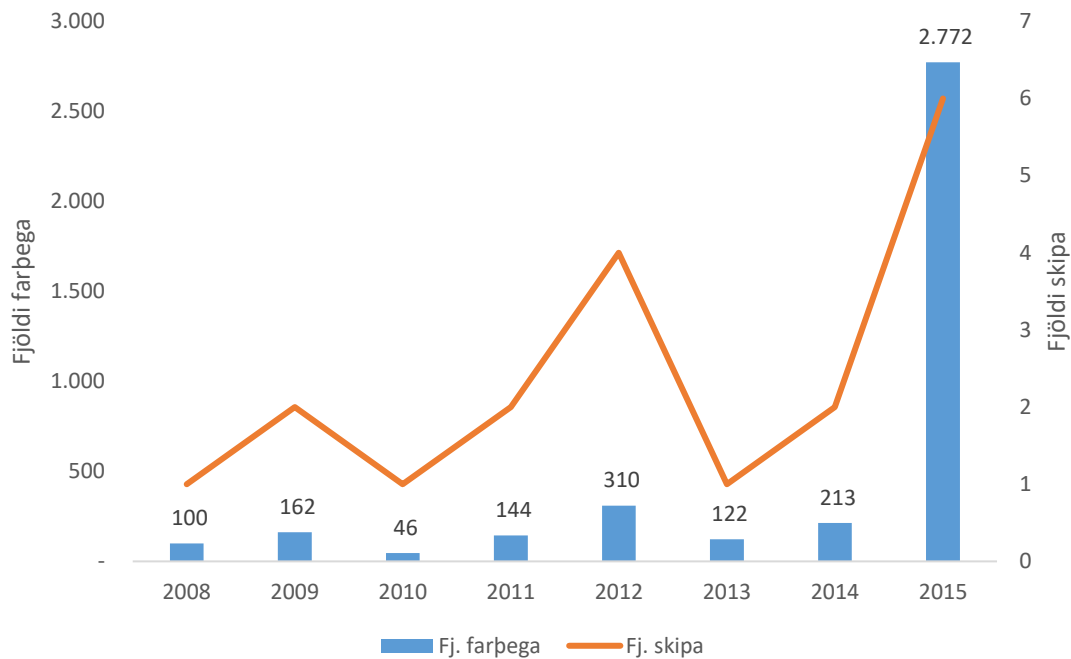
Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra ferðamanna til Hafnar á tímabilinu 2006-2015 hefur hlutfall erlendra ferðamanna aukist úr því að vera 76% af heildargestakomum ársins 2006 yfir í 89% árið 2015. Hlutfall Íslendinga var því 11% sama ár. Af þeim erlendu ferðamönnum sem dvöldu yfir nótt á Höfn árið 2015 komu 69% yfir sumarmánuðina þrjá og 31% utan sumartíma. Sama hlutfall árið 2006 var 89% yfir sumartímann og 11% yfir vetrartímann. Mesta breytingin átti sér stað á milli árána 2013 og 2015 þar sem hlutfallið var 82% árið 2013, 73% árið 2014 og 69% árið 2015 (Hagstofa Íslands, 2017).

Í skýrslu RRF um fjölda gesta í Austur-Skaftafellssýslu er fjöldaþróunin borin saman eftir völdum stöðum innan sýslunnar á tímabilinu 2004-2015. Á mynd 30 má sjá þróunina eins og hún kemur fyrir í skýrslunni (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016, bls. 20). Þar má sjá að fjölgun erlendra gesta í Austur-Skaftafellssýslu er hlutfallslega meiri en meðal erlendra ferðamanna til Íslands á sama tíma. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í sýslunni jókst 4,4 falt til samanburðar við 3,5 falda aukningu meðal erlendra ferðamanna til landsins. Fjölgunin við Jökulsárlón var 4,5 föld, í Skaftafelli 4,2 föld og 3,7 föld á Höfn.



Mynd 30. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Austur-Skaftafellssýslu, að Höfn, Jökulsárlóni og Skaftafelli 2004-2015 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016, bls. 20)

Á mynd 31 má sjá þróun í fjölda skemmtiferðaskipa til Hafnar og farþegafjölda þeirra. Sumarið 2015 komu alls sex skip til Hafnar með 2.772 farþega sem er mikil aukning frá fyrri árum. Árið 2014 voru skipin tvö og farþegafjöldinn 213.



Mynd 31. Fjöldi skemmtiferðaskipa og farþega þeirra á Höfn 2008-2015 (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016)

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta á Höfn árið 2015 hafi verið á bilinu 260-275 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 3,1-3,3 ma.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðaþjónustutengd velta¹⁹ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðaþjónustu er áætlaður 759 til 803 m.kr. sem skapar á bilinu 172 til 181 ársverk. Forsendur þessara útreikninga byggja á skýrslu um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum (Lilja Rögnvaldsdóttir, 2016) og er lýst í kafla 2.3 um aðferðafræði verkefnisins. Um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldatölum og hlutföllum svo niðurstöðurnar ber að taka með fyrirvara líkt og fjallað er um í kafla 2.3. Engu að síður gefa þær vísbindingu um umfang atvinnugreinarinnar út frá gefnum forsendum.

Í þessum kafla hefur umfang og áhrif ferðaþjónustunnar á Höfn í Hornafirði verið til umfjöllunar. Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu er þó mikilvægt að huga að fleiri þáttum en arðsköpun og gestafjölda. Gæta þarf að þölmörkum staðarins og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Í því samhengi er vert að nefna verkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn var megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðaþjónustunnar samhliða lengra ferðamannatímabili á minni bæjarfélög, íbúa þeirra, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016).

¹⁹ Virðisaukaskattur meðtalinn

3.18 Samantekt

Þegar niðurstöður könnunarinnar voru bornar saman milli svæða var helst einkennandi fyrir Höfn hversu hátt hlutfall gesta hugðist dvelja yfir nótt á staðnum (73%) og hve hátt hlutfall útgjalda þeirra var vegna gistingar. Hlutfall búsetulanda gesta var einnig aðeins frábrugðið samanburðarsvæðunum að því leyti að hlutfall gesta frá Frakklandi var hæst á Höfn (19%) á meðan hlutfall gesta frá Þýskalandi var hæst á hinum stöðunum þremur. Á Höfn komu næstflestir frá Þýskalandi (14%).

Höfn skar sig einnig nokkuð úr hvað varðar dvalartíma gesta. Tæpur helmingur (46%) svarenda áformaði að dvelja í 13-24 klst. og meðaldvalarlengd gesta var 18,0 klst. Dvalartíminn á Höfn var næstlengstur af samanburðarsvæðunum á eftir Mývatnssveit þar sem erlendir gestir dvöldu að meðaltali í 21,4 klst.

Algengast var að erlendir ferðamenn gistu á tjaldsvæðum (42%) en þar næst voru nefnd hótél (21%) og gistiheimili (21%). Hlutfall þeirra sem höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands var 52% á Höfn sem er talsvert lægra en í Mývatnssveit og á Húsavík þar sem það var 74% og 70% en hærra en á Siglufirði (40%). Meðalaldur gesta var 37,7 ár sem er heldur lægra en á samanburðarsvæðunum. Ánægjustig erlendra gesta á Höfn var lægra en á samanburðarsvæðunum. Engu að síður var almenn ánægja meðal gesta svæðisins þar sem 28% svarenda voru mjög ánægðir með dvölinni á staðnum og 54% ánægðir. Um 16% aðspurðra sögðust hvorki vera ánægðir né óánægðir.

Jöklar, lón og þjóðgarðurinn voru mikilvægt aðdráttarafli og voru gjarnan nefnd sem meginástæða heimsóknar (16%). Fegurð staðarins, náttúra og landslag laðaði einnig marga gesti til staðarins (8%) og um 7% aðspurðra nefndu humar og sjávarfang. Langflestir (47%) sögðu ástæðu heimsóknar þó vera fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því var ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn.

Um 46% aðspurðra áformuðu að smakka mat úr héraði og 41% ætlaði að taka ljósmyndir. Um 38% ætluðu að ganga um svæðið og um 19% nefndu sérstaklega gönguferðir á jökul. Um 18% svarenda ætluðu í sund og sama hlutfall nefndi fuglaskoðun á meðan á dvöl þeirra stóð. Flestir ferðuðust með fjölskyldu eða vinum (89%) og um 6% gestanna voru í hópferð, sem er nokkuð lægra hlutfall en á Siglufirði og í Mývatnssveit.

Gestir svæðisins nýttu sér helst gistiþjónustu á meðan á dvöl þeirra stóð en um 73% aðspurðra keypti sér gistingu á Höfn og 69% keypti veitingar. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan ferðamann voru 11.920 kr. Þar af voru útgjöld vegna gistiþjónustu 4.870 kr. Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru 3.443 kr. og vegna afþreyingar 1.310 kr.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (74%) og alls sögðu 95% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þátttakenda höfðu gist nóttina áður í Hornafirði (utan Hafnar) eða alls 25% aðspurðra.

Um (37%) áformuðu að gista næstu nótt á Austfjörðum eða Austurlandi. Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um staðinn hjá ferðaskrifstofu (66%), á heimasíðu (13%) eða í ferðahandbókum (13%). Þegar þátttakendur voru spurðir hvort þeir hefðu athugasemdir lýstu flestir (17%) yfir ánægju með dvölinu og gerðu engar frekari athugasemdir. Til viðbótar töluðu 8% svarenda sérstaklega um fegurð staðarins. Alls höfðu um 10% aðspurðra athugasemdir við aðstöðuna á tjaldsvæðinu og um 9% svarenda kvartaði yfir því að upplýsingar vantaði. Átti það í flestum tilfellum við um skort á almennum upplýsingum um staðinn, um gönguleiðir og almenningsamgöngur.

Fjöldi erlendra gesta á Höfn var áætlaður 273 þúsund árið 2015. Talsverð árstíðasveifla er ennþá í ferðapjónustu á staðnum og samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta til Hafnar árið 2015 komu 69% erlendra gesta þangað yfir sumarmánuðina þrjá og 31% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra gesta af heildargestakomum til Hafnar árið 2015 var 89% og hefur hækkað talsvert frá árinu 2006 þegar það var 76% (Hagstofa Íslands, 2017).

Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Höfn er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjölda þeirra árið 2015 má áætla að ferðapjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 3,1 til 3,3 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 260-275 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt staðinn. Út frá þeim tölum reiknast heildarfjöldi ársverka alls 172-181.

4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Höfn í Hornafirði sumarið 2015. Ferðahegðun þeirra og neyslumynstur voru könnuð meðan á dvöl þeirra stóð og mat lagt á svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar út frá ofangreindum atriðum. Niðurstöðurnar voru að lokum bornar saman við niðurstöður sambærilegra verkefna sem framkvæmd voru á Siglufirði, Húsavík og í Mývatnssveit á sama tíma.

Meðal niðurstaðna verkefnisins er að ferðahegðun gesta var á margan hátt ólík eftir stöðum sem undirstrikar mikilvægi þess að ofangreindir þættir séu kannaðir á hverju svæði fyrir sig. Erfitt getur reynt að fanga upplifun ferðamanna og fá upplýsingar um útgjöld þeirra eftir að þeir hafa yfirgefið svæðið. Því er mikilvægt að upplýsinga sé aflað á áfangastað og á þeim tíma sem dvalið er á staðnum til að ná sem áreiðanlegustum gögnum.

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins reyndust ástæður heimsóknar, dvalartími og neyslumynstur erlendra ferðamanna talsvert ólík eftir rannsóknarsvæðunum fjórum. Aðdráttarafl hvers svæðis markaðist af sérkennum þess og var ýmist bundið menningu svæðisins, afþreyingu eða landslagi. Útgjöld tengdust þjónustuframboði á hverjum stað og því sem helst dró ferðamenn til svæðisins. Þegar útgjöldin reiknuðust á alla gesti svæðisins voru hæstu útgjöldin á Húsavík tengd hvalaskoðun, á Siglufirði voru þau vegna veitinga og á Höfn og í Mývatnssveit voru útgjöld vegna gistipjónustu hæst.

Þrátt fyrir að marktækur munur á niðurstöðum hafi í mörgum tilvikum mælst á milli staða þá voru yfirleitt meiri líkindi með svæðunum en þegar niðurstöður svæða voru bornar saman við kannanir á landsvísu²⁰. Má þar nefna sem dæmi að samsetning erlendra gesta með hliðsjón af búsetulandi var nokkuð svipuð á milli svæða en hins vegar nokkuð frábrugðin niðurstöðum talningar á Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Sama má segja um gistimáta, ferðamáta, tíma ákvarðanatöku um heimsókn, uppruna upplýsinga um áfangastað o.fl.

Hver áfangastaður hefur sitt sérkenni sem mikilvægt er að þekkja. Ekki síst vegna þess hraða vaxtar sem atvinnugreinin hefur gengið í gegnum að undanförunu og þeirri uppbyggingarþörf innviða sem hefur skapast í kjölfarið. Íslensk stjórnvöld hafa brugðist við með mörkun stefnu í þessum málum þar sem markmiðin hafa m.a. snúið að markvissri uppbyggingu áfangastaða, lengingu ferðamannatímabilsins og betri dreifingu ferðamanna um landið (Ferðamálastofa, 2011). Til að vinna að þessum markmiðum hefur farið af stað verkefni um gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustuna í hverjum landshluta (Ferðamálastofa, e.d.c.). Slík vinna krefst upplýsinga um hverjir það eru sem sækja áfangastaðina heim, hvað drifi þá þangað og hver upplifun þeirra sé. Þess er vænst að niðurstöður þessa verkefnis nýtist sem mikilvægt innlegg í þá vinnu.

²⁰ Könnun Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 og fjöldatalningar í Flugstöð Leifs Eiríkssonar

Aðstæður til að framkvæma spurningakannanir meðal ferðamanna eru á ýmsan hátt sérstæðar hér á landi. Má þar nefna mikla árstíðasveiflu í atvinnugreininni og ótryggt veðurfar sem gerir gagnaöflun oft á tíðum erfiða og kostnaðarsama í framkvæmd og þá sér í lagi yfir vetrartímann. Mikilvægt er að ná umræðu um aðferðafræði og framkvæmd verkefnis sem þessa áður en haldið er af stað í frekari gagnaöflun og greiningu. Lærdóm má draga af því sem betur hefur mátt fara sem og því sem vel tókst til með. Svæðisbundnar spurningakannanir meðal erlendra ferðamanna innihalda óhjákvæmilega takmarkanir og þá sérstaklega vegna þess hve erfitt getur reynst að ná úrtaki sem endurspeglar þýðið. Meðal þess sem ekki er hægt að útiloka að hafi haft takmarkandi áhrif á niðurstöður þessarar könnunar er afmörkun rannsóknarsvæðisins og tími framkvæmdar. Nánar er farið yfir takmarkanir verkefnisins í köflum 2.2 og 2.3. og því lýst hvernig unnið var með þær.

Mikilvægt er að yfirvöld leggi línur varðandi gagnaöflun á áfangastöðum til framtíðar og meti hvaða svæði þarfnist skoðunar hverju sinni og hvar þurfi að endurtaka fyrri rannsóknir. Með því skapast möguleiki á að meta breytingar á milli ára og spá fyrir um þróun atvinnugreinarinnar á hverju svæði. Misjafnt er eftir löndum hvernig staðið er að slíku. Á Nýja-Sjálandi er m.a. svæðisbundin kortavelta notuð sem vísir um þróun atvinnugreinarinnar eftir svæðum (Statistics New Zealand, e.d.) og í Ástralíu eru reglulega framkvæmdar svæðisbundnar ferðavenjukannanir (Tourism Research Australia, e.d.). Í Danmörku eru framkvæmdar útgjaldakannanir meðal ferðamanna á gististöðum og í Finnlandi hefur verið þróaður gagnabanki (ASTA) sem byggir á svæðisbundnum útgjaldakönnunum og talningum meðal erlendra ferðamanna á hverjum stað (OECD, 2016).

Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu á völdum áfangastöðum ber að huga að fleiri þáttum en greint er frá í þessu verkefni. Gæta þarf að þolmörkum staðanna og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Ýmsar rannsóknir hafa verið unnar sem vert er að skoða til samanburðar og má í því samhengi nefna þolmarkarannsóknir dr. Önnu Dóru Sæþórsdóttur (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2015), greiningu RMF á samfélagslegum áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016), mat á fjölda ferðamanna eftir svæðum (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) og ýmislegt fleira. Öll áreiðanleg gögn sem aflað er um ferðaþjónustu innan áfangastaða nýtast að endingu sem púsl í heildarmynd atvinnugreinarinnar á landsvísu. Út frá þeim gögnum sem og öðrum má að lokum vinna heildstæða stefnumótun um framtíð ferðaþjónustu á Íslandi.

5 HEIMILDIR

- Andri Valur Ívarsson og Óli Halldórsson (2011). *Fjölgar kreppan krónum*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2015). *Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi sumarið 2014*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2014). *Aðferðir við að meta fjölda og taka úrtak meðal ferðamanna. Áfangaskýrsla um verkefnið: Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður og Vesturlandi*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). *Vegvísir í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Dwyer, L., Forsyth, P., og Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2012). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll – Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason. (2010). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum: Höfn, Mývatnssveit og Siglufjörður*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Ferðamálastofa. (2011). *Ferðamálaáætlun 2011-2020*. Reykjavík. Sótt frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefing-efni/stefnumotun-og-skipulag/ferdamalaaaetlun-2011-2020>
- Ferðamálastofa. (2014a). *Erlendir ferðamenn á Íslandi sumar 2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2014b). *Erlendir ferðamenn á Íslandi vetur 2013-2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (e.d.a.). *Ferðavenjur Íslendinga*. Sótt 21. nóvember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/kannanir-og-rannsoknir/ferdavenjur-islendinga>

- Ferðamálastofa. (e.d.b.). *Fjöldi ferðamanna: Ferðamenn um Keflavíkurflugvöll*. Sótt 26. ágúst 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>
- Ferðamálastofa (e.d.c.) *Stefnumarkandi stjórnunaráætlanir - (DMP)*. Sótt 15. desember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/stefnumarkandi-stjornunaraetlanir/dmp-er-aaetlun-um-skipulag-throun-og-markadssetningu-svaedis-auk-skilgreindra-leida>
- Frechtling, D. og Smeral, E. (2010). Measuring and Interpreting the Economic Impact of Tourism: 20/20 Hindsight and Foresight. (D. G. Pearce, og R. W. Butler, Ritstj.) *Tourism Research: A 20-20 Vision*, 67-79. Sótt frá <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/FrechtlingSmeral2020.pdf>
- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2015). *Fjöldi gesta í Vatnajökulsþjóðgarði*. Reykjavík: Vatnajökulsþjóðgarður.
- Hagstofa Íslands. (2013). Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012. *Hagtíðindi. Verðlag og neysla*, 40(98), bls. 1-40.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðapjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Hagstofa Íslands. (e.d.b.). *Gistinætur og gestakomur á öllum tegundum gististaða 1998-2015*. Sótt frá Atvinnuvegir, Gisting: http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir__ferdathjonusta__Gisting__3_allartegundirgististada/SAM01601.px/
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Kauppila, P. og Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127-128, 88-97.
- Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðapjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðapjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðapjónustu í Þingeyjarsýslu*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014a). *Tourism Data Collection: Analysis at the sub-national level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014b). *Þróun og staða ferðapjónustu á Húsavík: Niðurstöður ferðavenjukannana sumrin 2013 og 2014*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2016). *Economic Effects of Tourism in Þingeyjarsýslur: An analysis at the subnational level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Malhotra, N. K. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.

- Manzanera, E. T., Melijosa, I. S., Estebanez, J. M., og Pelaez, L. V. (2002). A solution to problems and disadvantages of surveys of visitors at accommodation establishments and at popular visitor places. Í Á. Probáld (Ritstj.), *Proceedings of the sixth international forum on tourism statistics* (bls. 385-399). Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- OECD. (2016). An OECD Review of Statistical Initiatives Measuring Tourism at Subnational Level, *OECD Tourism Papers 2016/01*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2010). *OECD Tourism Trends and Policies 2010*. Paris: OECD publishing.
- Rannsóknamiðstöð ferðamála. (2016). Tölur um skipakomur. Tölvupóstur frá Þórnýju Barðadóttur, 20 desember, 2016.
- Rannveig Guðmundsdóttir, Andri Valur Ívarsson (2008). *Efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík: Tilkoma hvalaskoðunar*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2014). *Ferðamenn í Fjallabyggð 2004-2013*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2015). *Erlendir ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2005-2014*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2016). *Erlendir ferðamenn á Norðurlandi 2010-2015*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern-Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), bls. 91-113.
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið. Sótt frá http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum_i_ferdatjonustu_1996.pdf
- Smith, S. L. (2010). *Practical Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Statistics New Zealand. (e.d.). *Regional tourism indicators and estimates*. Sótt 18. janúar 2017, frá Review of Ministry of Business, Innovation and Employment's tourism statistics: http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx
- Tourism Research Australia. (e.d.). *Destination Visitor Survey results*. Sótt 18. janúar 2017, frá Regional tourism: <https://www.tra.gov.au/research/regional.html>
- United Nations. (2010a). *The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1e.pdf
- United Nations. (2010b). *Tourism satellite account: Recommended methodological framework 2008*. Luxemburg: United Nations Publication. Sótt 12. nóvember 2012 frá http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80rev1e.pdf
- UNWTO. (2014). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.

Vaske, J. J. (2008). *Survey Research and Analysis: Application in Parks, Recreation and Human Dimensions*. Pennsylvania: Venture Publishing.

Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., og Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.

6 VIÐAUKAR

6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjsk. / vinum	Með vinnu- / klúbb-félögum	Í skipulagðri hópferð	Með öðrum
Allir	550	4,6%	89,3%	2,0%	5,7%	0,7%
Kyn						
Kona	314	4,7%	89,6%	0,9%	6,3%	0,6%
Karl	236	4,6%	89,1%	3,4%	4,6%	0,8%
Aldur						
18-24 ára	99	7,1%	88,9%	4,0%	3,0%	1,0%
25-34 ára	176	4,5%	89,2%	0,6%	5,7%	0,0%
35-44 ára	104	6,7%	88,5%	1,0%	3,8%	1,9%
45-54 ára	92	1,1%	93,5%	2,2%	4,3%	1,1%
55-64 ára	59	5,1%	88,1%	5,1%	8,5%	0,0%
65 ára og eldri	19	0,0%	78,9%	0,0%	26,3%	0,0%
Markaðsvæði						
Norðurlönd	8	0,0%	87,5%	37,5%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	24	8,0%	92,0%	4,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	263	4,1%	88,1%	1,5%	8,2%	0,4%
Mið-Evrópa	23	16,7%	79,2%	8,3%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	125	4,7%	90,6%	0,8%	4,7%	0,8%
Norður-Ameríka	79	0,0%	97,5%	0,0%	2,5%	1,2%
Asía	18	10,5%	73,7%	0,0%	10,5%	5,3%
Ástralía + Kyrrah.	7	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Frakkland	106	1,8%	98,2%	0,0%	1,8%	0,0%
Þýskaland	76	6,4%	82,1%	5,1%	10,3%	1,3%
Ítalía	72	5,6%	87,5%	1,4%	5,6%	1,4%
Bandaríkin	66	0,0%	97,1%	0,0%	2,9%	1,5%
Spánn	43	4,4%	93,3%	0,0%	4,4%	0,0%
Holland	34	2,9%	67,6%	0,0%	29,4%	0,0%
Sviss	29	6,7%	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	16	5,9%	88,2%	5,9%	0,0%	0,0%
Kanada	11	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	9,1%	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	8	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	7	14,3%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	7	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Rússland	4	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	53	11,1%	75,9%	9,3%	7,4%	1,9%

Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
Allir	535	73,5%	26,5%
Kyn			
Kona	305	73,1%	26,9%
Karl	222	74,3%	25,7%
Aldur			
18-24 ára	96	72,9%	27,1%
25-34 ára	171	76,0%	24,0%
35-44 ára	100	77,0%	23,0%
45-54 ára	83	77,1%	22,9%
55-64 ára	53	62,3%	37,7%
65 ára og eldri	19	47,4%	52,6%
Markaðsvæði			
Norðurlönd	7	71,4%	28,6%
Bretlandseyjar	24	75,0%	25,0%
Vestur-Evrópa	258	71,7%	28,3%
Mið-Evrópa	23	87,0%	13,0%
Suður-Evrópa	118	70,3%	29,7%
Norður-Ameríka	78	75,6%	24,4%
Asía	17	94,1%	5,9%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	7	71,4%	28,6%
Annað	3	66,7%	33,3%
Búsetuland			
Frakkland	106	69,8%	30,2%
Þýskaland	74	71,6%	28,4%
Ítalía	66	72,7%	27,3%
Bandaríkin	65	80,0%	20,0%
Spánn	42	69,0%	31,0%
Holland	32	62,5%	37,5%
Sviss	30	86,7%	13,3%
Bretland	16	81,3%	18,8%
Kanada	11	45,5%	54,5%
Austurríki	10	60,0%	40,0%
Tékkland	7	71,4%	28,6%
Svíþjóð	7	57,1%	42,9%
Ísrael	7	42,9%	57,1%
Ástralía	7	71,4%	28,6%
Rússland	6	100,0%	0,0%
Annað	49	89,8%	10,2%
Ferðamáti			
Áætlunarrúta	55	87,3%	12,7%
Eigin bíll	24	45,8%	54,2%
Bílaleigubíll	380	72,1%	27,9%
Bíll vinar	6	66,7%	33,3%
Flug	1	100,0%	0,0%
Hóþferð	22	68,2%	31,8%
Hjól	9	88,9%	11,1%
Annað	21	76,2%	23,8%

Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Fjöskylda / vinir	Annað
Allir	372	41,7%	1,3%	8,9%	3,0%	20,7%	21,0%	1,6%	0,0%	1,9%
Kyn										
Kona	211	40,3%	0,9%	10,9%	2,4%	20,4%	21,8%	0,9%	0,0%	2,4%
Karl	161	43,5%	1,9%	6,2%	3,7%	21,1%	19,9%	2,5%	0,0%	1,2%
Aldur										
18-24 ára	67	64%	0%	10%	1%	9%	9%	0%	0%	6%
25-34 ára	124	60%	1%	7%	2%	19%	8%	2%	0%	0%
35-44 ára	74	23%	3%	8%	4%	31%	30%	0%	0%	1%
45-54 ára	62	23%	0%	8%	5%	27%	31%	5%	0%	2%
55-64 ára	32	19%	3%	13%	3%	16%	44%	0%	0%	3%
65 ára og eldri	8	13%	0%	13%	0%	25%	50%	0%	0%	0%
Markaðsvæði										
Norðurlönd	5	40%	0%	0%	20%	40%	0%	0%	0%	0%
Bretlandseyjar	17	47%	0%	6%	6%	24%	18%	0%	0%	0%
Vestur-Evrópa	175	53%	3%	9%	0%	16%	15%	1%	0%	3%
Mið-Evrópa	19	53%	0%	5%	11%	16%	11%	5%	0%	0%
Suður-Evrópa	81	30%	0%	15%	4%	26%	23%	1%	0%	1%
Norður-Ameríka	58	22%	0%	0%	7%	29%	40%	2%	0%	0%
Asía	15	13%	0%	33%	0%	27%	27%	0%	0%	0%
Ástralía + Kyrrah.	5	60%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%
Annað	2	50%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
Búsetuland										
Frakkland	72	53%	0%	6%	0%	15%	22%	3%	0%	1%
Þýskaland	49	53%	2%	6%	0%	22%	12%	0%	0%	4%
Ítalía	48	19%	0%	15%	6%	31%	25%	2%	0%	2%
Bandaríkin	51	20%	0%	0%	8%	33%	37%	2%	0%	0%
Spánn	28	46%	0%	18%	0%	18%	18%	0%	0%	0%
Holland	18	83%	0%	11%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
Sviss	25	44%	16%	12%	0%	8%	12%	0%	0%	8%
Bretland	13	54%	0%	8%	0%	23%	15%	0%	0%	0%
Kanada	5	60%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%
Austurríki	6	33%	0%	17%	0%	50%	0%	0%	0%	0%
Tékkland	5	60%	0%	0%	20%	0%	20%	0%	0%	0%
Svíþjóð	3	33%	0%	0%	0%	33%	33%	0%	0%	0%
Ísrael	2	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Ástralía	5	60%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%
Rússland	5	40%	0%	0%	0%	40%	20%	0%	0%	0%
Annað	42	31%	0%	19%	7%	21%	17%	5%	0%	0%
Dvalarlengd										
7 – 12 Klst.	60	42%	0%	5%	2%	22%	22%	2%	0%	7%
13 – 24 Klst.	214	41%	2%	9%	2%	20%	23%	2%	0%	1%
25 – 48 Klst.	95	44%	1%	12%	3%	22%	17%	1%	0%	0%
3 – 4 dagar	8	25%	0%	13%	25%	38%	0%	0%	0%	0%
5 – 6 dagar	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Meira	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur²¹

	Fjöldi	0 – 3 Klst.	4 – 6 Klst.	7 – 12 Klst.	13 – 24 Klst.	25 – 48 Klst.	3 – 4 dagar	Lengur
Allir	397	15,9%	6,0%	12,3%	46,1%	18,4%	1,3%	0,0%
Kyn								
Kona	227	17,2%	6,2%	12,8%	47,1%	15,9%	0,9%	0,0%
Karl	164	13,4%	6,1%	11,0%	45,7%	22,0%	1,8%	0,0%
Aldur								
18-24 ára	70	17,1%	7,1%	15,7%	35,7%	20,0%	4,3%	0,0%
25-34 ára	125	16,8%	3,2%	11,2%	48,0%	20,0%	0,8%	0,0%
35-44 ára	74	6,8%	5,4%	16,2%	54,1%	16,2%	1,4%	0,0%
45-54 ára	64	9,4%	7,8%	9,4%	54,7%	18,8%	0,0%	0,0%
55-64 ára	40	25,0%	12,5%	5,0%	37,5%	20,0%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	14	57,1%	0,0%	21,4%	14,3%	7,1%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði								
Norðurlönd	4	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%
Bretlandseyjar	21	28,6%	0,0%	0,0%	47,6%	19,0%	4,8%	0,0%
Vestur-Evrópa	175	18,3%	4,0%	12,0%	41,7%	22,3%	1,7%	0,0%
Mið-Evrópa	17	11,8%	5,9%	29,4%	35,3%	17,6%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	91	15,4%	7,7%	13,2%	52,7%	11,0%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	71	11,3%	11,3%	9,9%	52,1%	14,1%	1,4%	0,0%
Annað	18	5,6%	5,6%	22,2%	44,4%	22,2%	0,0%	0,0%
Búsetuland								
Frakkland	77	18,2%	1,3%	11,7%	48,1%	19,5%	1,3%	0,0%
Þýskaland	48	8,3%	4,2%	10,4%	41,7%	35,4%	0,0%	0,0%
Ítalía	57	19,3%	5,3%	15,8%	52,6%	7,0%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	58	10,3%	6,9%	10,3%	58,6%	12,1%	1,7%	0,0%
Spánn	29	6,9%	6,9%	10,3%	55,2%	20,7%	0,0%	0,0%
Holland	20	45,0%	15,0%	5,0%	35,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sviss	19	5,3%	5,3%	21,1%	31,6%	31,6%	5,3%	0,0%
Bretland	13	23,1%	0,0%	0,0%	46,2%	23,1%	7,7%	0,0%
Kanada	11	18,2%	36,4%	9,1%	9,1%	27,3%	0,0%	0,0%
Annað	65	16,9%	6,2%	16,9%	40,0%	18,5%	1,5%	0,0%

²¹ Í þessari töflu er einungis tekið tillit til svara sem aflað var á tímabilinu kl. 8-19 (sjá kafla 2.2). Þau eru því færri en í öðrum töflum.

Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ættingja	Viðburður	Annað
Allir	549	95,4%	0,2%	0,5%	0,4%	4,6%
Kyn						
Kona	309	95,8%	0,0%	1,0%	0,3%	4,5%
Karl	232	95,3%	0,4%	0,0%	0,4%	4,3%
Aldur						
18-24 ára	95	93,7%	0,0%	2,1%	0,0%	8,4%
25-34 ára	172	93,6%	0,0%	0,6%	1,2%	5,2%
35-44 ára	101	98,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
45-54 ára	92	98,9%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%
55-64 ára	55	92,7%	1,8%	0,0%	0,0%	5,5%
65 ára og eldri	19	94,7%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	8	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Bretlandseyjar	25	92,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,0%
Vestur-Evrópa	254	94,5%	0,0%	0,8%	0,0%	6,7%
Mið-Evrópa	25	96,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%
Suður-Evrópa	127	96,1%	0,8%	0,8%	0,8%	2,4%
Norður-Ameríka	81	98,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Asía	19	94,7%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%
Ástralía + Kyrrah.	7	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Frakkland	104	90,4%	0,0%	0,0%	0,0%	10,6%
Þýskaland	73	97,3%	0,0%	2,7%	0,0%	4,1%
Ítalía	72	94,4%	1,4%	1,4%	1,4%	2,8%
Bandaríkin	68	98,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Spánn	45	97,8%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%
Holland	30	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%
Sviss	29	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	17	94,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
Kanada	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	7	85,7%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%
Ísrael	7	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Rússland	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	54	94,4%	0,0%	0,0%	1,9%	3,7%

Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Höfn tekin?

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis keyrt í gegn
Allir	550	52,2%	13,1%	0,0%	40,0%
Kyn					
Kona	312	53,5%	12,2%	0,0%	40,4%
Karl	238	50,4%	14,3%	0,0%	39,5%
Aldur					
18-24 ára	97	36,1%	23,7%	0,0%	49,5%
25-34 ára	174	48,9%	17,2%	0,0%	38,5%
35-44 ára	102	59,8%	7,8%	0,0%	38,2%
45-54 ára	92	62,0%	6,5%	0,0%	33,7%
55-64 ára	58	55,2%	6,9%	0,0%	41,4%
65 ára og eldri	20	50,0%	5,0%	0,0%	50,0%
Markaðssvæði					
Norðurlönd	8	37,5%	25,0%	0,0%	37,5%
Bretlandseyjar	24	56,0%	36,0%	0,0%	20,0%
Vestur-Evrópa	263	42,6%	9,4%	0,0%	53,6%
Mið-Evrópa	23	52,0%	16,0%	0,0%	36,0%
Suður-Evrópa	125	58,3%	11,0%	0,0%	35,4%
Norður-Ameríka	79	66,3%	18,8%	0,0%	18,8%
Asía	18	83,3%	5,6%	0,0%	16,7%
Ástralía og Kyrrah.	7	71,4%	14,3%	0,0%	14,3%
Annað	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
Búsetuland					
Frakkland	106	39,8%	7,4%	0,0%	59,3%
Þýskaland	76	37,3%	12,0%	0,0%	56,0%
Ítalía	72	61,1%	4,2%	0,0%	37,5%
Bandaríkin	66	70,1%	13,4%	0,0%	19,4%
Spánn	43	51,1%	22,2%	0,0%	33,3%
Holland	34	50,0%	5,9%	0,0%	47,1%
Sviss	29	46,7%	16,7%	0,0%	43,3%
Bretland	16	47,1%	47,1%	0,0%	11,8%
Kanada	11	45,5%	54,5%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	63,6%	9,1%	0,0%	36,4%
Tékkland	8	25,0%	12,5%	0,0%	62,5%
Svíþjóð	7	71,4%	14,3%	0,0%	42,9%
Ísrael	7	71,4%	14,3%	0,0%	28,6%
Ástralía	7	71,4%	14,3%	0,0%	14,3%
Rússland	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	53	60,4%	15,1%	0,0%	30,2%
Tilgangur ferðar					
Frí	519	53,3%	13,5%	0,0%	38,7%
Vinnutengt	1	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Heimsækja vini/ættingja	3	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%
Viðburður	2	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Annað	25	40,0%	8,0%	0,0%	56,0%

Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ættingjar	Sýning/ ráðstefna	Fjöl- miðlar	Ferða- skrifst.	Ferða- handbækur	Hluti af heildarp.	Heima- síða	Annað
Allir	540	8%	0%	5%	66%	13%	9%	13%	7%
Kyn									
Kona	305	8%	0%	5%	69%	12%	11%	13%	5%
Karl	228	9%	0%	6%	63%	14%	8%	13%	10%
Aldur									
18-24 ára	96	6%	0%	5%	64%	9%	8%	16%	12%
25-34 ára	166	11%	0%	5%	74%	5%	7%	12%	6%
35-44 ára	101	10%	0%	5%	66%	20%	8%	18%	6%
45-54 ára	88	2%	0%	7%	65%	15%	8%	13%	7%
55-64 ára	55	9%	2%	2%	55%	13%	15%	11%	9%
65 ára og eldri	20	0%	0%	0%	60%	35%	30%	5%	5%
Markaðssvæði									
Norðurlönd	8	0%	0%	0%	75%	0%	0%	25%	13%
Bretlandseyjar	25	8%	0%	8%	60%	16%	8%	20%	16%
Vestur-Evrópa	258	5%	0%	2%	73%	11%	12%	7%	8%
Mið-Evrópa	24	17%	0%	21%	33%	8%	4%	29%	8%
Suður-Evrópa	123	9%	0%	10%	65%	19%	6%	12%	4%
Norður-Ameríka	74	11%	0%	3%	60%	12%	12%	19%	7%
Asía	18	17%	0%	11%	44%	11%	6%	44%	6%
Ástralía + Kyrrah.	7	0%	0%	0%	100%	0%	0%	14%	0%
Annað	3	67%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%
Búsetuland									
Frakkland	108	2%	0%	1%	82%	16%	8%	12%	2%
Þýskaland	71	7%	0%	4%	72%	4%	17%	3%	10%
Ítalía	68	10%	0%	7%	69%	19%	7%	10%	4%
Bandaríkin	63	8%	0%	3%	57%	14%	11%	21%	6%
Spánn	45	9%	0%	13%	62%	13%	4%	16%	4%
Holland	32	0%	3%	0%	56%	16%	13%	6%	19%
Sviss	30	10%	0%	0%	63%	10%	0%	7%	20%
Bretland	17	6%	0%	6%	71%	0%	0%	12%	18%
Kanada	10	30%	0%	0%	80%	0%	20%	10%	0%
Austurríki	11	27%	0%	0%	91%	9%	18%	0%	0%
Tékkland	8	13%	0%	13%	50%	25%	0%	13%	0%
Svíþjóð	7	14%	0%	14%	43%	57%	29%	29%	14%
Ísrael	7	0%	0%	14%	29%	57%	0%	0%	0%
Ástralía	7	0%	0%	0%	100%	0%	0%	14%	0%
Rússland	6	0%	0%	33%	33%	0%	17%	50%	17%
Annað	50	16%	0%	8%	46%	4%	10%	30%	8%
Tilgangur ferðar									
Frí	505	8%	0%	5%	66%	13%	10%	14%	7%
Vinnutengt Heimsækja vini/ættingja	1	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Viðburður	3	0%	0%	0%	100%	0%	33%	0%	0%
Annað	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	50%	50%
Annað	25	0%	0%	4%	68%	8%	0%	4%	20%

Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.

	Fjöldi	Áætlunar- rúta	Eigin bíll	Bílaleigu- bíll	Hópfærð	Annað
Allir	547	10,2%	6,0%	73,9%	4,6%	8,1%
Kyn						
Kona	305	10,5%	5,6%	76,4%	4,6%	6,6%
Karl	234	10,3%	6,4%	70,5%	4,3%	10,2%
Aldur						
18-24 ára	96	21,9%	3,1%	62,5%	2,1%	15,6%
25-34 ára	169	7,7%	3,0%	78,7%	3,6%	8,9%
35-44 ára	101	10,9%	5,0%	75,2%	5,0%	7,0%
45-54 ára	88	2,3%	6,8%	83,0%	4,5%	4,5%
55-64 ára	58	5,2%	20,7%	69,0%	3,4%	3,4%
65 ára og eldri	20	25,0%	10,0%	45,0%	25,0%	5,0%
Markaðsvæði						
Norðurlönd	8	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	25	16,0%	0,0%	84,0%	0,0%	12,0%
Vestur Evrópa	258	14,3%	9,3%	64,3%	6,2%	8,9%
Mið-Evrópa	24	8,3%	4,2%	66,7%	4,2%	16,7%
Suður-Evrópa	123	5,7%	2,4%	83,7%	2,4%	6,5%
Norður Ameríka	80	3,8%	5,0%	86,3%	3,8%	5,1%
Asía	19	15,8%	0,0%	73,7%	10,5%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	7	0,0%	14,3%	71,4%	0,0%	14,3%
Annað	3	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%
Búsetuland						
Frakkland	106	16,0%	9,4%	70,8%	0,9%	6,6%
Þýskaland	73	13,7%	12,3%	50,7%	13,7%	13,7%
Ítalía	70	1,4%	1,4%	91,4%	2,9%	4,3%
Bandaríkin	67	4,5%	6,0%	88,1%	4,5%	1,5%
Spánn	44	13,6%	4,5%	70,5%	2,3%	9,0%
Holland	34	8,8%	8,8%	64,7%	11,8%	5,8%
Sviss	27	11,1%	7,4%	70,4%	0,0%	11,1%
Bretland	17	17,6%	0,0%	76,5%	0,0%	5,9%
Kanada	11	0,0%	0,0%	72,7%	0,0%	27,3%
Austurríki	11	9,1%	0,0%	81,8%	0,0%	9,1%
Tékkland	8	0,0%	12,5%	75,0%	0,0%	12,5%
Svíþjóð	7	14,3%	0,0%	100,0%	0,0%	28,6%
Ísrael	6	0,0%	0,0%	83,3%	0,0%	16,7%
Ástralía	7	0,0%	14,3%	71,4%	0,0%	14,3%
Rússland	6	16,7%	0,0%	50,0%	16,7%	16,7%
Annað	53	13,2%	0,0%	77,4%	5,7%	5,7%
Tilgangur ferðar						
Frí	509	10,4%	4,7%	74,5%	4,9%	7,7%
Vinnutengt	1	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	3	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Viðburður	2	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%
Annað	25	16,0%	12,0%	68,0%	0,0%	16,0%

Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Matur úr héraði	Ljós- myndun	Göngu- ferð	Göngu- ferð á jökul	Sund	Fugla- skoðun	Útsýnis- ferð	Söfn	Báts- ferð	Nætur- líf	Annað
Allir	511	46%	41%	38%	19%	18%	18%	14%	10%	10%	8%	20%
Kyn												
Kona	285	50%	43%	37%	19%	19%	17%	15%	11%	11%	6%	18%
Karl	220	41%	40%	39%	19%	17%	19%	13%	9%	8%	11%	23%
Aldur												
18-24 ára	92	41%	37%	41%	13%	23%	13%	10%	10%	5%	7%	24%
25-34 ára	159	49%	40%	37%	19%	23%	11%	10%	6%	8%	9%	19%
35-44 ára	97	45%	50%	39%	26%	16%	27%	13%	8%	14%	12%	27%
45-54 ára	82	51%	44%	35%	21%	10%	20%	24%	7%	13%	5%	12%
55-64 ára	52	39%	40%	44%	14%	15%	19%	17%	23%	10%	4%	15%
65 ára og eldri	15	33%	40%	20%	13%	0%	40%	33%	27%	7%	0%	20%
Markaðsvæði												
Norðurlönd	7	29%	71%	29%	14%	0%	0%	29%	14%	0%	0%	14%
Bretlandseyjar	24	50%	38%	38%	29%	21%	17%	25%	8%	17%	4%	42%
Vestur-Evrópa	241	33%	37%	47%	11%	22%	19%	12%	11%	5%	7%	20%
Mið-Evrópa	21	52%	48%	43%	14%	19%	24%	10%	10%	5%	14%	0%
Suður-Evrópa	120	58%	47%	19%	28%	15%	16%	11%	8%	12%	8%	18%
Norður-Amer.	72	65%	39%	43%	24%	15%	18%	19%	11%	21%	10%	24%
Asía	17	35%	53%	6%	41%	0%	12%	47%	6%	12%	0%	29%
Ástral. + Kyrrah.	7	71%	71%	71%	14%	0%	14%	0%	0%	29%	14%	0%
Annað	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	50%	50%
Búsetuland												
Frakkland	97	34%	32%	65%	10%	20%	28%	3%	7%	4%	7%	18%
Þýskaland	66	30%	44%	38%	14%	14%	12%	23%	12%	9%	8%	14%
Ítalía	67	66%	51%	12%	25%	9%	16%	13%	10%	12%	9%	21%
Bandaríkin	61	64%	43%	44%	28%	8%	18%	20%	10%	23%	10%	28%
Spánn	44	43%	41%	34%	36%	27%	14%	7%	5%	14%	9%	14%
Holland	33	36%	21%	27%	6%	30%	18%	15%	18%	3%	0%	39%
Sviss	27	22%	52%	37%	15%	48%	11%	7%	11%	0%	15%	22%
Bretland	17	47%	47%	47%	29%	24%	24%	29%	6%	24%	6%	35%
Kanada	9	67%	22%	22%	0%	56%	11%	0%	22%	0%	0%	0%
Austurríki	11	46%	46%	46%	18%	9%	18%	18%	18%	9%	0%	9%
Tékkland	7	43%	43%	57%	14%	29%	29%	14%	0%	0%	14%	0%
Svíþjóð	6	50%	17%	17%	33%	17%	0%	17%	17%	0%	0%	67%
Ísrael	6	67%	33%	0%	17%	0%	33%	17%	0%	0%	0%	17%
Ástralía	7	71%	71%	71%	14%	0%	14%	0%	0%	29%	14%	0%
Rússland	5	100%	60%	40%	20%	0%	40%	20%	40%	0%	0%	0%
Annað	48	46%	46%	19%	21%	8%	8%	27%	6%	8%	8%	19%

Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
Allir	541	28,3%	54,0%	16,4%	0,4%	0,9%
Kyn						
Kona	304	28,3%	55,9%	14,8%	0,3%	0,7%
Karl	229	27,9%	52,0%	18,3%	0,4%	1,3%
Aldur						
18-24 ára	95	24,2%	51,6%	23,2%	0,0%	1,1%
25-34 ára	168	28,0%	52,4%	18,5%	0,6%	0,6%
35-44 ára	100	22,0%	59,0%	17,0%	1,0%	1,0%
45-54 ára	86	34,9%	52,3%	10,5%	0,0%	2,3%
55-64 ára	58	31,0%	62,1%	6,9%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	20	40,0%	45,0%	15,0%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	8	25,0%	62,5%	12,5%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	25	44,0%	52,0%	4,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	259	22,4%	55,6%	20,5%	0,8%	0,8%
Mið-Evrópa	25	48,0%	44,0%	8,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	118	23,7%	58,5%	15,3%	0,0%	2,5%
Norður-Ameríka	79	45,6%	45,6%	8,9%	0,0%	0,0%
Asía	17	17,6%	41,2%	41,2%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	7	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	3	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Frakkland	107	22,4%	52,3%	23,4%	0,9%	0,9%
Þýskaland	75	20,0%	58,7%	21,3%	0,0%	0,0%
Ítalía	65	18,5%	60,0%	18,5%	0,0%	3,1%
Bandaríkin	67	44,8%	46,3%	9,0%	0,0%	0,0%
Spánn	44	25,0%	61,4%	11,4%	0,0%	2,3%
Holland	30	13,3%	70,0%	13,3%	0,0%	3,3%
Sviss	29	37,9%	51,7%	6,9%	3,4%	0,0%
Bretland	17	52,9%	47,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	10	60,0%	30,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	36,4%	36,4%	27,3%	0,0%	0,0%
Tékkland	8	37,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	7	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	6	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Rússland	6	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	52	26,9%	44,2%	28,8%	0,0%	0,0%
Gistimáti						
Tjaldsvæði	154	22,1%	59,1%	17,5%	0,6%	0,6%
Farfuglaheimili	34	29,4%	55,9%	14,7%	0,0%	0,0%
Gistiheimili	77	32,5%	54,5%	11,7%	1,3%	0,0%
Hótel	75	36,0%	57,3%	5,3%	0,0%	1,3%
Annað	28	39,3%	46,4%	14,3%	0,0%	0,0%

6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Höfn sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölinu á Höfn eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 172 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Að geta keypt ferskan fisk í bænum.

Aðstoð fyrir þá sem vantar gistingu.

Allt er gott hér og við erum ánægð með að hér sé upplýsingamiðstöð fyrir ferðamenn.

Allt er gott og mjög fallett.

Allt frábært (x2).

Allt gott - takk fyrir.

Almenningssamgöngur eða leigubíla til að komast að gönguleiðum. Hjólaleiga.

Andrúmsloft bæjarins er mjög gott og við fengum hlýjar móttökur. Jöklarnir eru töfrandi.

Barir? List?

Bátsferð til að skoða fjörðinn og veiða. Gönguferð á jökulinn með leiðsögn. Humarveiði.

Betra veður (x2).

Betra veður, en við erum ánægð með hvað heimamenn eru vinsamlegir.

Betri merkingar fyrir veitingastaði.

Bókakaffi (hipstera).

Bærinn ykkar er fallegur.

Dásamlegur bær, mjög aðlaðandi og allt til staðar. Takk fyrir.

Eins og á Vík er gistinguþjónustan hér ein sú dýrasta á Íslandi.

Ekkert (x2).

Ekkert wifi (virkar ekki).

Engin þjónusta fyrir aðstæður sem skapast í regnveðri.

Engir veitingastaðir opnir á morgnana til að fá sér kaffi.

Ég er mjög ánægð með íslenska ævintýrið mitt og myndi ekki vilja breyta neinu.

Ég er mjög spennt að koma til Hafnar eftir að hafa verið í Reykjavík. Þetta er fyrsti bærinn sem við stoppum í. Hlakka til að smakka matinn hér og versla.

Ég mun mæla með Höfn við hvern þann sem vill fara til Íslands.

Ég myndi bæta líkamsræktarstöð við þjónustu hótelsins.

Ég myndi mæla með því að verðið yrði lækkað.

Ég myndi vilja vera hér lengur ef það væri mögulegt.

Ég nota Höfn bara sem bækistöð fyrir afþreyingu í nágrenninu. Við gistum bara og borðum á Höfn.

Ég var bara að koma og veit ekki enn hvað er í boði á Höfn. (Tjaldsvæðið lyktaði eins og úldinn fiskur).

Ég vildi að við hefðum meiri tíma hérna.

Ég vona að ég komist á sjó. Mögulega til að veiða. Það ætti að bjóða upp á sjóstöng.

Fallegt.

Fallegt útsýni.

Fallegur bær.

Fallegur staður, falleg strönd, vinsamlegt fólk.

Fara með í veiðiferð, upplifa líf sjómannsins á Höfn.

Ferskur fiskur. Notalegt kaffihús.

Fiskur.

Fjölbreyttara framboð verslunar takk.

Fleiri "báta" (subs), annar mat.

Fleiri góða veitingastaði, fleiri gististaði.

Fleiri hraðbanka.

Fleiri innstungur á tjaldsvæðinu til að hlaða raftæki.

Fleiri ókeypis innstungur á tjaldsvæðinu, fleiri sæti inni í hlýjunni.

Fleiri rútuferðir til að heimsækja nágrenni staðarins þegar maður er bíllaus eins og við.

Fleiri skilti á hafnarsvæðinu sem tilgreina áhugaverða staði.

Fleiri utanvegaslóða á svæðinu.

Fleiri veitingahús, bar með tónlist, betri þjónustu á tjaldsvæðinu.

Fleiri veitingastaði og kaffihús.

Fleiri veitingastaði og meira næturlíf.

Frítt Wifi.

Gistaðstaðan er góð og útsýnið frábært. Það er engu að síður pirrandi þegar við stoppum bara í einn sólarhring að veitingastaðirnir bjóði ekki upp á borðapantanir.

Gott hótél - hár gæðastaðall.

Góður ferskur fiskur.

Gönguferð á jökul.

Gönguferðir.

Götuskilti.

Hef bara stoppað stutt, en mun koma aftur einhvern daginn.

Heimsóknir til fólks sem stundar landbúnað og getur boðið gestum á hestbak.

Heitar laugar.

Hér mættu veitingastaðir bjóða upp á aðra rétti með humarréttunum.

Hér vantar fleiri verslanir, betra kort af svæðinu sem er auðveldara að lesa. Það er líka hræðileg lykt hérna eftir rigninguna.

Hótelið sem við vorum á er ekki gott fyrir fólk með sérþarfir, sérstaklega ekki baðherbergin.

Höfn er dásamlegur bær með góðum veitingastöðum og vingjarnlegu fólki. Menningarleg vin mitt í hrikalegri en fallegri náttúru Íslands.

Höfn er fallegur bær, það hefði verið gott að finna kaffihús hér.

Höfn er frábær.

Höfn virðist vera fallegur bær. Ég vildi að ég hefði meiri tíma til að skoða hann.

Jökulís í umbúðum.

Jökull, fossar, ísilagður fjörður með ísjökum.

Kaffibar.

Kajak.

Kajak í firðinum.

Klifur.

Langur biðtími eftir veitingastöðum á kvöldin þegar ég er mjög svangur.

Lengri opnunartími veitingastaða.

Lengri opnunartími verslana.

Lengri opnunartími verslana sem eru bara opnar á daginn.

Lengri opnunartími verslana/bensínstöðva.

Lista af íslenskum kokteílum.

Maðurinn sem vinnur á bensínstöðinni er mjög vingjarnlegur.

Meira framboð matvöru.

Meira miðbæjarlíf.

Meira næturlíf/fleiri bari.

Meiri afþreyingu.

Meiri afþreyingu fyrir börn.

Meiri tíma til að skoða mig um og kanna svæðið.

Meiri upplýsingar um gönguleiðir á svæðinu.

Meiri upplýsingar um hvaða staði er hægt að heimsækja og hvað hægt er að gera. Betra wifi samband.

Mér finnst allt gott hér.

Mér finnst Höfn vera dásamlegur bær. Vínbúðin mætti kannski vera opin aðeins lengur.

Miðbær (gamall).

Mig langar að spila golf. Völlurinn virðist vera fallegur.

Minni rigningu, lengri opnunartíma Nettó.

Mjög huggulegir spylrar.

Mjög slæmt og illa viðhaldið tjaldsvæði.

Motocross brautin virtist áhugaverð en við vissum ekki af henni fyrr en eftir að við komum á staðinn og höfðum þá ekki tíma fyrir hana.

Möguleiki að kaupa ferskan fisk og humar á svæðinu.

Möguleiki að panta borð á veitingahúsi.

Nei (x2).

Nei - allt fullkomið (x7).

Nei, ég veit ekki.

Nei, það er auðvelt að finna leiðina að farfuglaheimilinu frá bensínsstöðinni og vatnið er ótrúlegt.

Ódýrari ferðir með leiðsögn (strandlengjan, jökullinn). Bæklingur með leiðarkerfi strætó.

Pakkhúsið er mjög skemmtilegt.

Pakkhúsið er notalegt.

Sólskin (x2).

Sólskin! Takk. En það er líka gott að fá rigningu. Takk. Bless.

Starbucks. Fiskbúð.

Stórkostlegt svæði.

Sviffflug (deltaplane).

Takk fyrir (x2).

Takk fyrir að gefa ykkur í tíma í að gera dvöl ferðamanna þægilegri. Ísland er frábært.

Teygjustökk, næturklúbb.

Tjaldsvæði sem lyktar ekki eins og úldinn fiskur. Annars var ég bara að koma og þarf að skoða mig um fyrst.

Tjaldsvæðið er of dýrt. Þar er rukkað fyrir allt (wifi, sturtu) of lítið pláss, of margt fólk.

Tjaldsvæðið er of nálægt götunni sem veldur hávaða á kvöldin.

Tóman veitingastað! Þar sem maður þarf ekki að bíða.

Upphitað svefnrými á tjaldsvæðinu.

Upphitað útisvæði svo við getum drukkið bjór utandyra.

Upplifun okkar af Höfn var ekki eins góð og hún hefði getað orðið sökum veðurs.

Upplýsingabæklingarnir mættu veita meiri upplýsingar um Höfn. Það er erfitt að finna upplýsingar um bæinn. T.d. eru engir bæklingar á tjaldsvæðinu.

Upplýsingamiðstöð fyrir ferðamenn nær tjaldsvæðinu.

Upplýsingar á ensku.

Vantar kaffihús. Góð upplýsingamiðstöð.

Veitingastaðir fyrir kvöldverð: Fleiri veitingastaðir og lengri opnunartími.

Veitingastaðir sem bjóða upp á annað en fisk.

Veitingastaðirnir loka of snemma, við þurftum að flýta okkur að finna stað til að borða kvöldmat.

Veitingastaðurinn þyrfti að bjóða upp á borðapantanir í síma.

Veitingastað sem býður upp á grænmetisrétti. Rútuferðir að jöklinum (4x4).

Verslunarsvæði í miðbænum, listasafn.

Við sáum á öðrum stöðum, t.d. Dalvík og Akureyri, mikið af kaffihúsum. Það væri fínt að hafa kaffihús á Höfn.

Við viljum ekki borga fyrir sturtu sem verður köld eftir smá stund. Almennt er þetta tjaldsvæði dýrara en annars staðar.

Við vitum ekki hvar er hægt að kaupa ferskan fisk.

Við vorum því miður bara að koma og höfum því ekki verið nógu lengi til að koma með athugasemdir.

Við þurftum að bíða í rigningunni eftir strætó til Hafnar í heila klukkustund. Þegar við komum á tjaldsvæðið á Höfn var allt hér yfirfullt og hvorki hægt að hlýja sér né þurrka. Tjaldsvæðið rúmar ekki alla gestina sem koma. Þetta skaðar ímynd bæjarins og hefur neikvæð áhrif á dvölina okkar hér.

Viðunandi gisting á tjaldsvæðinu miðað við verð.

Vinsamlegast bætið við fleiri salernum og upplýsingaskiltum.

Vinsamlegast seljið ferskan fisk til að auka ánægju ferðamanna.

Vinsamlegast stoppið rigninguna.

Það er að verða þröngt á tjaldsvæðinu.

Það er dásamlegt hér en verðmerkingar mættu vera greinilegri og meiri upplýsingar á Internetinu, annars frábært.

Það er ekki hægt að rukka fyrir Internetið!!!

Það er erfitt fyrir okkur að greina á milli gististaða/veitingastaða.

Það má bæta aðstöðu á tjaldsvæðinu, stækka sameiginlega rýmið, setja fleiri sturtur og klósett.

Það má stækka og betrubæta tjaldsvæðið. Fleiri borð inni og fleiri sturtur.

Það mætti auka framboð almennrar gistingar á sanngjörnu verði.

Það mættu vera fleiri litlar búðir hér eins og fiskbúð og kjötbúð þar sem hægt væri að kaupa matvörur úr héraði.

Það vantar betri merkingar að Gömlubúð.

Það vantar ljósmyndavöruverslun.

Það var (skiljanlega) erfitt að bóka gistingu á Höfn, sem er hentugasti staðurinn að stoppa á í ferð okkar. Við enduðum á því að bóka gistingu á Eskifirði.

Það væri frábært að geta borðað humar á bryggjunni líkt og á fiskmarkaði.

Það þarf að gera miklar lagfæringar á þjóðgarðinum, göngustígarnir eru mjög illa farnir (bannið göngustafi), það þurfa að vera fleiri salerni á hringveginum.

Það þarf að greiða sérstaklega fyrir allt á tjaldsvæðinu og það er mjög dýrt. Of dýrt.

Það þarf að staðsetja betur vegaskilti, áhugaverða staði, tjaldsvæði, hámarkshraða, wifi ofl.

Það þarf að stækka tjaldsvæðið! Sturturnar eru of dýrar og svo kostar wifi aukalega!!!

Það þyrfti að vera auðveldara að bóka jöklaferðir frá Höfn (margar ferðir á netinu fara beint frá Reykjavík).

Það ætti að vera frítt netsamband alls staðar á Íslandi, jafnvel á Höfn.

Þetta er fallegur staður.

Því miður lokar matvöruverslunin og vínúðin mjög snemma og þeir sem koma seint geta því ekkert verslað.

6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



ICELANDIC TOURISM
RESEARCH CENTRE

Visitor survey in Höfn, summer 2015

This survey is conducted by the Icelandic Tourism Research Centre. The aim of this study is to gather information about those visiting Höfn in order to improve tourist services. We would be grateful if you could spare few minutes to respond to this survey. Answers will be treated anonymously.

1. Gender Female Male

2. Year of birth _____

3. Country of residence? _____

4. Your travel companion(s)?

<input type="checkbox"/> None	<input type="checkbox"/> Co-workers
<input type="checkbox"/> Family/friends/partner	<input type="checkbox"/> Organized tour group
	<input type="checkbox"/> Others, who? _____

5. Where did you spend the night before arriving in Höfn?

6. Where will you spend the first night after leaving Höfn?

7. Did you stay in Höfn last night or will you stay tonight?

Yes No (If no, please go to question 9)



8. What sort of accommodation did you/will you use in Höfn?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping site | <input type="checkbox"/> Hotel |
| <input type="checkbox"/> Farm Holidays | <input type="checkbox"/> Summer house/Cottages |
| <input type="checkbox"/> Hostel | <input type="checkbox"/> Family/friends |
| <input type="checkbox"/> Private rental (e.g. Airbnb) | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse | |

9. What is the main purpose of your visit to Höfn?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Holiday | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/friends |
| <input type="checkbox"/> Business trip/Conference | <input type="checkbox"/> Event/festival |
| <input type="checkbox"/> Other, what? _____ | |

10. Please specify why you chose to travel to Höfn:

11. When did you decide to visit Höfn? (multiple choices)

- Before the journey to Iceland began
- After the journey to Iceland began
- It was the reason for coming to Iceland
- Höfn was only a drive through

12. Where did you get information about Höfn? (multiple choices)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Friends and relatives | <input type="checkbox"/> Books and guides |
| <input type="checkbox"/> Fairs and/or exhibitions | <input type="checkbox"/> It was part of the travel package |
| <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Information website: specify _____ |
| <input type="checkbox"/> Travel agency | <input type="checkbox"/> Other, what: _____ |



14. How did you travel to Höfn?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bus (Scheduled service) | <input type="checkbox"/> Tour bus |
| <input type="checkbox"/> Your own car | <input type="checkbox"/> Cruise/sail |
| <input type="checkbox"/> Rental car | <input type="checkbox"/> Bicycle |
| <input type="checkbox"/> Friend's car | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Flight | |

15. How long do you expect your total stay in Höfn to be?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 – 3 hours | <input type="checkbox"/> 25 – 48 hours |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 hours | <input type="checkbox"/> 3 – 4 days |
| <input type="checkbox"/> 7 – 12 hours | <input type="checkbox"/> 5 – 6 days |
| <input type="checkbox"/> 13 – 24 hours | <input type="checkbox"/> More _____ days |

16. Please mark all aspects/activities you plan to experience during your stay in Höfn:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Horse trips | <input type="checkbox"/> Snow mobile tour |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall | <input type="checkbox"/> Fishing | <input type="checkbox"/> ATV tour |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Photography | <input type="checkbox"/> Biking Tour |
| <input type="checkbox"/> Museum | <input type="checkbox"/> Local food tasting | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Glacier walk | |
| <input type="checkbox"/> Hiking | <input type="checkbox"/> Boat trip | |
| <input type="checkbox"/> Night life | <input type="checkbox"/> Super Jeep tour on glacier | |

In questions 17 and 18 we seek information on the total tourist expenditure in Höfn for the last 24 hours (one day) and what it was spent on.

- Please specify all your spending (or that of your group) in Höfn last 24 hours. Please specify as well if you have prepaid any services or will pay later for services or goods consumed within a period of 24 hours (or total expenditure during your stay if it has been shorter than 24 hours).
- If you are in a group (e.g. family) where one person pays all expenditure for the group, please specify the total spending of the group and mark the number of persons in question 17.
- If you pay your own share of joint spending, please specify only your own spending and mark, "1" in question 17.



17. How many people does this expenditure cover?

_____ people

18. How much money did you spend in total on the following things for the last 24 hours **in Höfn**? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right, estimates are appreciated).

Accommodation _____	<table border="1"><tr><td colspan="2">Currency</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>ISK</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>EUR</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>GBP</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>DKK</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>USD</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td>Other</td></tr><tr><td>_____</td><td></td></tr></table>	Currency		<input type="checkbox"/>	ISK	<input type="checkbox"/>	EUR	<input type="checkbox"/>	GBP	<input type="checkbox"/>	DKK	<input type="checkbox"/>	USD	<input type="checkbox"/>	Other	_____	
Currency																	
<input type="checkbox"/>		ISK															
<input type="checkbox"/>		EUR															
<input type="checkbox"/>		GBP															
<input type="checkbox"/>		DKK															
<input type="checkbox"/>		USD															
<input type="checkbox"/>		Other															

Restaurants/cafés (outside your accommodation) _____																	
Restaurant/food service within your accommodation. _____																	
Groceries (e.g. food, beverages in supermarkets) _____																	
Recreation (e.g. tours) _____																	
Culture (e.g. museum, craftshouse) _____																	
Souvenirs _____																	
Gas/oil _____																	
Shopping (e.g. clothing, goods) _____																	
Other (please specify what and the amount) _____																	

19. Overall, how satisfied are you with your visit to Höfn?

Very satisfied Satisfied Neutral Dissatisfied Very dissatisfied

20. Is there anything at last you would like to add? Some activity, service, attraction, entertainment etc. you would like to see in Höfn?

Thank you for your participation and have a pleasant stay in Iceland





**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

Desember 2016