



FERÐA
MÁLA
STOFA

ICELANDIC
TOURIST
BOARD 

FERÐAMÁLARANNSÓKNIR

TOURISM RESEARCH IN ICELAND

NÓVEMBER 2019

Hvernig má bæta upplifun erlendra ferðamanna á Íslandi?

Greining á niðurstöðum landamæarakönnunar

Margrét Wendt

© Ferðamálastofa 2019

Útgefandi: Ferðamálastofa - Geirsgötu 9, 101 Reykjavík / Hafnarstræti 91, 600 Akureyri
Netfang: upplýsingar@ferdamalastofa.is
Veffang: www.ferdamalastofa.is

Titill: Hvernig má bæta upplifun erlendra ferðamanna á Íslandi?
Greining á niðurstöðum landamærakönnunar
Höfundur: Margrét Wendt

Kápa: Porthönnun

Númer: FMS 2019-42
ISBN: 978-9935-9478-8-8
ISSN: 2547-8060

Öll réttindi áskilin. Skýrsluna 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.



Efnisyfirlit

Samantekt	2
1. Inngangur	3
2. Upplifun af náttúru, menningu og afþreyingu	6
3. Minnisstæð atriði úr Íslandsferðinni	11
3.1 Náttúrufyrirbæri og dýralíf	14
3.2 Menning	18
3.3 Afþreying	19
4. Hvernig má bæta upplifun ferðamanna?	20
4.1 Útgjöld ferðamanna og afstaða til verðlags	23
4.2 Gisting	26
4.2.1 Tjaldsvæði	27
4.3 Veitingastaðir og gæði matar	29
4.4 Ferðaskipuleggjendur	32
4.5 Afþreying	35
4.6 Bílaleigur	37
4.7 Keflavíkurflugvöllur og flugfélög	39
4.8 Vegakerfið	42
4.9 Skipulag: samgöngur og þjónusta	45
4.10 Ferðamannastaðir	48
4.11 Stefnumótun	51
4.12 Ásýnd og framkoma	53
4.13 Veðrið	54
4.14 Allt er fínt	54
5. Niðurstöður	56
6. Takmarkanir	60
7. Heimildir	61



Samantekt

- Í framtíðarsýn stjórnvalda fyrir sjálfbæra íslenska ferðaþjónustu er kveðið á um að íslensk ferðaþjónusta eigi að stuðla að sköpun einstakrar upplifunar fyrir ferðamenn sem byggir á íslenskri náttúru, menningu og afþreyingu.
- Kannanir Ferðamálastofu gefa vísbendingar um að meirihluti erlendra ferðamanna sem koma til Íslands er ánægður með dvöl sína og myndi mæla með Íslandi sem áfangastað fyrir vini, fjölskyldu og vinnufélaga.
- Það sem erlendum ferðamönnum er minnisstæðast úr Íslandsferðinni er náttúra Íslands, útsýni og landslag. Jákvæðar minningar af náttúru Íslands tengjast bæði sjónrænni upplifun af landslaginu og líkamlægri upplifun í gegnum göngur eða ýmsa afþreyingarmöguleika. Afþreying er leið til að komast í nánd við og upplifa náttúruna.
- En ekki aðeins náttúran heldur einnig ýmsir menningartengdir þættir þóttu svarendum minnisstæðir úr Íslandsferðinni. Íslenskur matur og veitingastaðir voru í sjöunda sæti yfir minnisstæðustu atriði Íslandsferða og voru þar með sá þáttur sem var erlendum ferðamönnum efst í huga af íslenskri menningu.
- Erlendir ferðamenn lýstu menningu Íslands almennt sem öðruvísi og framandi, sem undirstrikar landfræðilega fjarlægð Íslands. Ísland er staðsett á jaðri Evrópu og getur talist fjarlæggt og framandi.
- Í ljósi ánægju erlendra ferðamanna með Íslandsferðina má ætla að náttúra, menning og afþreying hafi standið undir væntingum þar sem ferðamönnum gafst tækifæri til að komast burt úr manngerðu umhverfi, til að dvelja í náttúrunni og kynnast menningu landsins í gegnum ýmsa afþreyingarmöguleika og til að læra um framandi menningarheim.
- Þó erlendir ferðamenn séu almennt ánægðir benda niðurstöður landamærakönnunar til ýmissa atriða sem íslensk ferðaþjónusta getur bætt (enn fremur) með það markmið að skapa einstaka upplifun fyrir ferðamenn á Íslandi.
- Verðlag á Íslandi er sá þáttur sem er hve oftast nefndur þegar erlendir ferðamenn eru spurðir af hverju þeir séu ekki líklegir til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað. Verðlagið er einnig sá þáttur sem er hve oftast nefndur þegar spurt er um hvað megi bæta í íslenskri ferðaþjónustu.
- Hátt verðlag hefur áhrif á það hvernig erlendir ferðamenn upplifa ferðina sína í heild sem og staka þjónustuþætti (t.d. gistingu, framboð og gæði matar, afþreyingu). Hátt verðlag skapar væntingar um gæðþjónustu og upplifun, en endurspeglast ekki alltaf í þeirri þjónustu og upplifun sem ferðamenn raunverulega fá. Hátt verðlag kemur oft einnig í veg fyrir að ferðamenn geti notið Íslandsferðarinnar áhyggjulaust.
- Ummæli bárust um að þjónusta og viðmót starfsmanna í íslenskri ferðaþjónustu (t.d. á gististöðum og veitingastöðum) væri ábótavant.
- Upplifun ferðamanna má einnig bæta með aukinni og heiðarlegri upplýsingagjöf. Þá telja ferðamenn að erfitt sé að nálgast ítarlegar upplýsingar um ýmis atriði og var einnig bent á að nokkuð sé um rangar upplýsingar. Nauðsynlegt er að tryggja áreiðanlegar upplýsingar til að skapa raunhæfar væntingar og jákvæða upplifun. Í því samhengi lögðu svarendur til að auka aðgang að upplýsingum frá hinu opinbera og auka eftirlit með framsetningu upplýsinga af hálfu einkaaðila. Auk þess ætti hið opinbera að veita vottanir til fyrirtækja sem væru heiðarleg.



1. Inngangur



1. Inngangur

Vöxtur í ferðapjónustu hérlendis hefur verið gríðarlegur undanfarin ár, en síðan 2010 hefur erlendum ferðamönnum fjölgað árlega að meðtali um meira en 20% (Ferðamálastofa, 2018). Árið 2018 komu um 2,3 milljónir ferðamanna til Íslands og hafa aldrei komið jafn margir erlendir ferðamenn til Íslands. Samhliða þessum öra vexti ferðapjónustunnar hafa vaknað spurningar um hvernig hægt sé að tryggja farsæld greinarinnar til komandi ára og stuðla að því að Ísland verði áfram áhugaverður og eftirsóttur áfangastaður.

Leiðarljós íslenskrar ferðapjónustu kynnir framtíðarsýn stjórnvalda fyrir íslenska ferðapjónustu til ársins 2030 (sjá mynd 1.1). Þar er kveðið á um að íslensk ferðapjónusta verði leiðandi í sjálfbærri þróun. Sjálfbær ferðapjónusta byggir á þremur stöðum sem verður að gæta, en þær eru efnahagur, umhverfi og samfélag. Í skýrslunni er tekið fram að íslensk ferðapjónusta eigi að stuðla að bættri hagsæld og kjörum á Íslandi með aukinni verðmætasköpun og samkeppnishæfni. Einnig á að gæta umhverfis með því að skapa jafnvægi milli hagnýtingar og verndun náttúru. Uppbygging innviða á að vera í

takt við nýtingu náttúrunnar og einnig er tekið fram að stýra þurfi álagi á áfangastöðum ferðamanna með tilliti til þolmarka hvers staðar. Þriðja stöðin er samfélagið, en hún snýr að því að skapa ávinning fyrir bæði ferðamenn sem og heimamenn. Þegar ferðapjónusta hefur jákvæð áhrif á nærsamfélagið þá skapast aukin lífsgæði fyrir heimamenn og til þess að allir landsmenn njóti góðs af ferðapjónustu þarf að tryggja dreifingu ferðamanna um landið allt árið um kring. Síðast en ekki síst er stefnt að því að skapa einstaka upplifun fyrir ferðamenn sem byggi á íslenskri náttúru, menningu og afþreyingu. Tekið er fram að upplifun ferðamanna sem hingað til lands koma á að vera betri eða í samræmi við væntingar. Einnig eiga fagmennska, gæði og öryggi að einkenna íslenska ferðapjónustu.

Í þessari skýrslu verður varpað frekara ljósi á eitt af fyrrnefndu atriðunum: sköpun einstakrar upplifunar. Ljóst er að margt hefur áhrif á upplifun ferðamanna. Hún er ávallt einstaklingsbundin og mótast við ákvörðun um ferðalag, á meðan á ferðalaginu stendur og eftir að snúið er heim. Nauðsynlegt er að þekkja hvaða atriði hafa áhrif á jákvæða sem og neikvæða upplifun ferðamanna, en slík þekking er verðmæt. Jákvæðir þættir benda á styrkleika íslenskrar ferðapjónustu, en með því að koma auga á neikvæða þætti er hægt að benda á það sem er ábótavant. Með slíka þekkingu í fararnesti er hægt að stuðla að einstakri upplifun ferðamanna hér á landi í samræmi við þá framtíðarsýn sem kynnt hefur verið sem leiðarljós íslenskrar ferðapjónustu.



Mynd 1.1 Leiðarljós íslenskrar ferðapjónustu. Heimild: stjornarradid.is



Frá því í júlí 2017 hefur Ferðamálastofa ásamt Hagstofu Íslands staðið fyrir könnun meðal erlendra ferðamanna, sem hefur það markmið að afla upplýsinga um atferli og viðhorf ferðamanna sem heimsækja Ísland. Könnunin er tvískipt þar sem annars vegar er framkvæmd könnun við brottför á Keflavíkurflugvelli og hins vegar netkönnun sem send er til þátttakenda flugvallarkönnunnar. Boðið er upp á að taka könnunina á tíu tungumálum (ensku, dönsku, þýsku, frönsku, spænsku, ítölsku, pólsku, rússnesku, kínversku og japönsku). Fyrstu niðurstöður úr landamærakönnuninni fyrir árið 2018 voru kynntar sumarið 2019 í skýrslunni *Erlendir ferðamenn á Íslandi 2018: Lýðfræði, ferðahegðun og viðhorf*. Skýrsluna má finna í heild [hér](#).

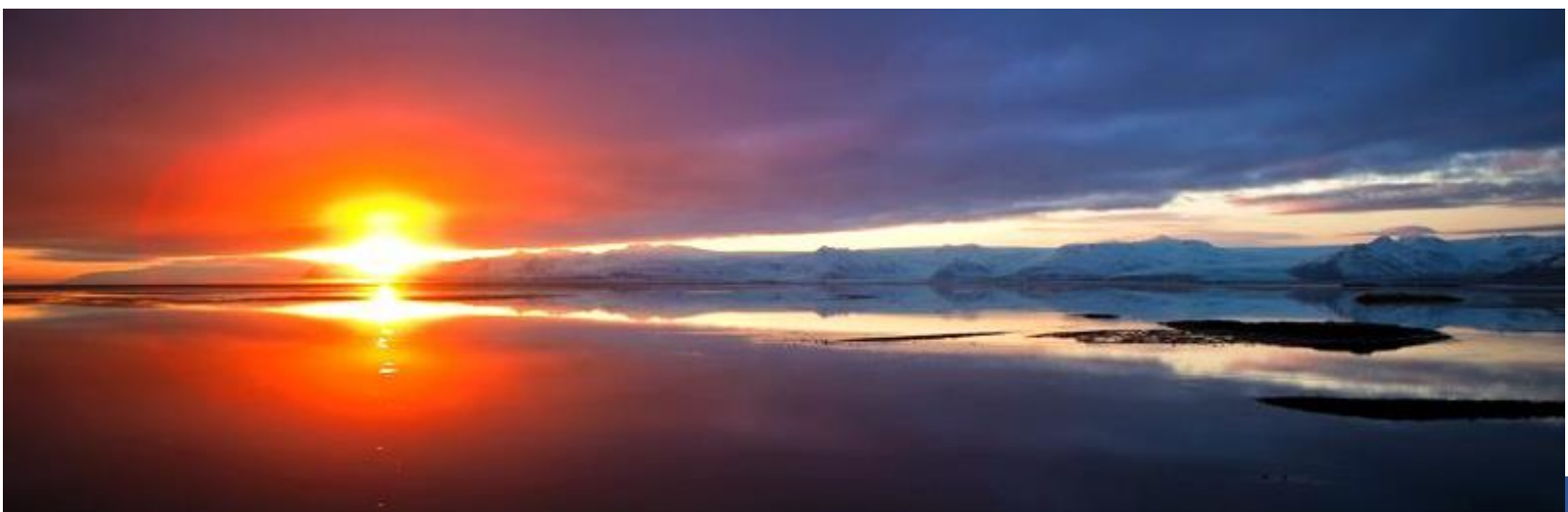
Markmið þessarar skýrslu er að setja fram hvað vitað er um upplifun ferðamanna sem komu til Íslands árið 2017 og 2018 byggt á svörum við landamærakönnuninni. Frá því um sumarið 2017 til desember 2018 tóku alls 49.385 svarendur þátt. Til þess að fá betri sýn á upplifun ferðamanna var farið í frekari úrvinnslu könnunar, sér í lagi á þremur opnum spurningum sem þátttakendum gafst kostur á að svara:

1. *Hvað var minnisstæðast úr Íslandsferðinni?*
2. *Af hverju ert þú ólíkleg(ur) til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað?*
3. *Hvað má bæta í íslenskri ferðaþjónustu?*

Svör við þessum spurningum ásamt öðrum niðurstöðum könnunar voru greind til þess að varpa ljósi á eftirfarandi spurningar:

- *Hvernig stuðla náttúra, menning og afþreying að upplifun ferðamanna?*
- *Hvernig getur íslensk ferðaþjónusta bætt upplifun ferðamanna með tilliti til fagmennsku, gæða og öryggis?*

Hér á eftir verður fyrst sagt frá nokkrum af helstu kenningum og rannsóknum sem varpa ljósi á upplifun ferðamanna, með sérstakri áherslu á upplifun af náttúru, menningu og afþreyingu. Þar á eftir er sagt frá greiningunni sem unnin var fyrir þessa skýrslu um hvað ferðamönnum fannst minnisstæðast úr Íslandsferðinni sinni. Þar næst er greint frá svörum við hvað megi bæta í íslenskri ferðaþjónustu. Eftir samantekt á helstu niðurstöðum skýrslunnar má einnig finna kafla um takmarkanir greiningarinnar.





2. Upplifun af náttúru menningu og afþreyingu



2. Upplifun af náttúru, menningu og afþreyingu

Upplifun ferðamanna er ávallt mótuð af staðbundnum þáttum hvers áfangastaðar sem eru einkennandi fyrir hann. Á þann hátt lýsa Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013, 11) því að „upplifun ferðamanna er staðbundið samspil aðdráttarafls, þjónustu, aðstöðu, samfélaga, aðgengis og leiða sem hægt er að fara“. Hún er mótuð af þeirri ímynd og þeim væntingum sem ferðamenn hafa áður en ferðast er til áfangastaðar sem og reynslunni sem ferðamenn verða fyrir þegar komið er á áfangastaðinn (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013; Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017).

Upplifun á íslenskri náttúru

Lengi hefur verið vitað að náttúran er helsta aðdráttarafl Íslands sem ferðamannastaður. Náttúra landsins hefur mótandi áhrif á ímynd Íslands og þeirra væntinga sem ferðamenn hafa (Auður H. Ingólfssdóttir o.fl., 2018; Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013; Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017; Þingskjal nr. 717/2018).

Niðurstöður landamærakannana Ferðamálastofu hafa ítrekað sýnt fram á að náttúra Íslands er sá þáttur sem hefur hve mest áhrif á ákvörðun ferðamanna um að ferðast hingað til lands (sjá t.d.: Ferðamálastofa, 2011, 2015, 2017, 2018). Hið sama kom fram í niðurstöðum fyrir árið 2018. Þegar svarendur voru beðnir um að tilgreina hvaðan hugmyndin að Íslandsferðinni hefði komið, sögðu rúmlega 90% svarenda náttúru Íslands og einstök náttúrufrýrbæði hafa mótað hugmyndina að Íslandsferð. Nærri þrjú af hverjum fjórum nefndu auk þess að náttúrutengd afþreying hefði vakið áhuga þeirra (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Svarendur landamærakönnunar sem nefndu að náttúran hefði haft áhrif á ákvarðanatöku þeirra að ferðast til Íslands voru einnig beðnir um að segja hvað varðandi íslenska náttúru heillaði þá mest. Þá voru ósnortin náttúra og hreinleiki landsins oftast nefnd (44,9%). Um þriðjungur svarenda nefndi norðurljósinn, en einnig var talað um fallega (27,7%) eða einstaka, sérstaka og frábrugðna náttúru (27%). Þá voru einnig margir sem heilluðust af goshverum, jarðhita og hverasvæðum (26,4%), landslagi (25,6%), fossum (16,2%) og jöklum (15,6%). Þegar spurt var um afþreyingu sem svarendur höfðu nýtt sér kom í ljós að vinsælasta afþreyingin voru náttúruböð, en meira en helmingur svarenda sagðist hafa farið í náttúrubað á ferðalagi sínu um Ísland (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

En hvaðan kemur þessi áhugi á að upplifa (íslenska) náttúru? Rannsóknir hafa bent á að einn helsti hvati ferðamanna til að komast í nánd við náttúruna og dvelja í henni er sú löngun að losna úr hinu manngerða hversdagsumhverfi og daglegu lífi (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013; Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008, 2011). Hið manngerða umhverfi og daglega líf eru suðupunktur menningar og einkennast af streitu. Dvöl í náttúrulegu umhverfi kallar fram von um að skipta um umhverfi, bæta líðan og segja skilið við slíka streitu. Hér er um að ræða ákveðna rómantíska trú á að ferðalög og upplifun á ósnortinni náttúru hafi þann mátt að bæta líðanina (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008, 2011; Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017). Náttúran er talin vera friðsælt og ekta svæði utan þéttbýlis og að dvelja í náttúru er þá eins og að komast í „‘annan og betri heim’ í burtu frá öllu manngerðu umhverfi sem tengist daglegu lífi og umhverfi og þar með stressi og vanlíðan“ (Gunnþóra



Ólafsdóttir o.fl., 2017, 11). Sýnt hefur verið fram á að dvöl í náttúrunni hafi góð áhrif á líðanina (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2013). Þá getur dvöl í náttúrunni einnig veitt þann möguleika að tengjast sjálfum sér betur en kostur gefst í stressi hversdagsins ásamt því að veita möguleikann á að kljást við ýmsar ógnanir og hindranir sem náttúruöflin skapa (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013; Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008).

Náttúruupplifun getur tekið á sig ýmis form. Lengi vel lögðu rannsóknir áherslu á það hvernig ferðamenn upplifa náttúruleg fyrirbæri á sjónrænan hátt. Samkvæmt kenningu Urrys (1990) sækjast ferðamenn eftir því að horfa á eitthvað sem er óvenjulegt og frábrugðið þeirra hversdagslega umhverfi. En líkamleg upplifun er einnig mikilvægur þáttur er kemur að náttúruupplifun. Að ganga í náttúrunni er talið vera sú athöfn sem kemur ferðamönnum í hvað beinasta snertingu við náttúruna og umhverfið (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2013; Katrín Anna Lund og Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2008). Gönguferð felur í sér hæga hreyfingu og þar með gefst nægur tími til þess að virða landslagið fyrir sér og taka það inn. Að hlaupa felur í sér sterkari líkamlega áskorun, en þá er aukinn hraði og meiri álag á líkamanum, sem aftur á móti veitir aðra upplifun en gönguferð (Katrín Anna Lund og Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2008).

Íslandi hefur lengi verið stillt upp sem ferðamannastaður sem bíður upp á ósnortna náttúru og víðerni (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008; Katrín A. Lund, 2013). Út frá orðræðunni rómantíkurinnar má því segja að Ísland bjóði upp á kjöraðstæður til þess að komast burt frá hversdagslegri rútínu og streitu til þess að upplifa friðsæld, ró og fegurð, sem aftur á móti gerir það að verkum að ferðamenn geti endurheimt orku, gleði og styrkleika (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008;

Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017; Þingskjal nr. 717/2018). En náttúra Íslands er einnig óútreiknanleg og máttug, eins og þegar um er að ræða eldgos. Að komast í nánd við eldgos er raunveruleg ógnun, sem kallar á öll skynfærin og sannar að maðurinn hefur ekki stjórn á náttúrunni (Karl Benediktsson o.fl., 2011). Slík ógnun getur orðið að einhverju fögru, spennandi og þar með jákvæðu fyrir ferðamenn á Íslandi (Þórhildur Heimisdóttir o.fl., 2019). Ferðamenn geta upplifað náttúru Íslands líkamlega í gegnum alls kyns ferðamáta (t.d. gönguferðir, hestaferðir, jeppaferðir) og er þá oft talað um ævintýraferðamennsku (Þingskjal nr. 717/2018). En sjónræn upplifun er einnig mikilvæg, ekki síst þegar kemur að norðurljósum (Katrín Anna Lund, 2016).

En þó er mikilvægt að taka fram að það sem við skynjum sem (ósnotna) náttúru er einstaklingsbundið. Hvernig við skilgreinum náttúru og víðerni er mótað af okkar menningarlega bakgrunni, reynslu, þekkingu og ímynd náttúrunnar fyrir ferðamennsku (Auður H. Ingólfssdóttir o.fl., 2018; Gunnþóra Ólafsdóttir, 2013; Katrín A. Lund, 2013). Hver einstaklingur hefur ólíkar hugmyndir um náttúruna og hvernig við sjálf eigum að haga okkur á ferðalögum um hana. Ferðamenn á Íslandi hafa því ólíka sýn á það hversu 'náttúruleg' náttúran á að vera, þ.e. hvort að hún eigi að vera laus við öll mannvirki eða hvort að ákveðin þjónusta megi vera til staðar. Í því sambandi hefur ferðamönnum verið flokkað sem annars vegar 'þjónustusinna' og hins vegar 'náttúrusinna' (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2010; Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013). Rannsókn Önnur Dóru Sæþórsdóttur (2010) hefur meðal annars sýnt fram á að ferðapjónustan á hálendi Íslands þurfi að bjóða upp á færri innviði en ferðapjónustan um láglandið. Hennar rannsókn bendir til að aukið aðgengi að innviðum og þjónustu á hálendi



Íslands bæti ekki ánægju ferðamanna sem um svæðið fara, þar sem slíkir ferðamenn sækjast eftir því að upplifa ósnortið umhverfi.

Ljóst er að væntingar eru mismunandi er kemur að dvöl í náttúrunni, sem aftur á móti litar upplifunina þegar á áfangastaðinn er komið (Auður H. Ingólfssdóttir o.fl., 2018). Ímynd áfangastaðars vekur upp væntingar um kjör- aðstæður á vettvangi sem ferðamenn máta við raunverulegar aðstæður. Þá dæma þeir upplifunina sem jákvæða eða neikvæða út frá slíkum samanburði. Jákvæð upplifun virðist því vera skilyrt (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008, 2013), en „ímyndin verður að passa við aðstæður á vettvangi“ (Þingskjal nr. 717/2018, 27) til þess að ferðamenn geti upplifað aðstæður á jákvæðan hátt.

Þjónustan sem er í boði fyrir ferðamenn hefur mótandi áhrif á upplifun þeirra. Náttúruupplifun á sér ekki stað í tómarúmi og eins og Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013, 112) benda á þá er náttúran „kjarni þess sem áfangastaðir hafa að bjóða í sampli við mannauðinn sem byggir þjónustuna í kringum hana“. Því er ekki nóg að veita aðgengi að ósnortinni náttúru, heldur þarf að byggja upp ferðþjónustu og þjálfa starfsfólk greinarinnar þannig að fagþekking og færni styðji við þá upplifun sem unnt er að ferðamenn fái hérlendis (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013).

Upplifun á íslenskri menningu

Það er tilhneiging að tala um að ferðamenn komi hingað til lands til þess eins að dvelja í náttúrunni. Þó náttúran sé aðalaðráttarafi Íslands má ekki gleyma að náttúruupplifun er ekki það eina sem íslensk ferðþjónusta hefur upp á að bjóða. Náttúruferðamennsku og menningartengdri ferðamennsku er oft stillt upp sem ákveðnar

andstæður. Ef hugsað er um náttúru og menningu sem andstæður þá má ætla að fyrst ferðamenn komi til að upplifa íslenska náttúru þá hafi þeir ekki áhuga á menningartengdri ferðamennsku (Katrín A. Lund, 2013).

Með því að líta á niðurstöður landamæra- könnunar fyrir árið 2018 sjáum við þó að áhugi á íslenskri menningu er til staðar meðal erlendra ferðamanna. Rúmlega helmingur svarenda nefndi að íslensk menning og Íslendingar höfðu vakið áhuga þeirra á Íslandsferð. Tæplega 30% sögðust einnig hafa haft áhuga á íslenskri matar- menningu. Þegar spurt var um hverja afþreyingu svarendur hefðu nýtt sér nefndi tæplega helmingur söfn og voru söfn þar með í þriðja sæti yfir vinsælustu afþreyingu ferðamanna (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Hér er aftur vert að líta til þess að ferðalög gera ferðamönnum kleift að komast burt úr þeirra daglega umhverfi. Ísland er staðsett á jaðri Evrópu og er oft talið vera framandi land, ekki aðeins hvað varðar náttúru heldur einnig menningu landsins (Katrín Anna Lund og Kristín Loftsdóttir, 2016). Með því að ferðast til Íslands er hægt að upplifa menningu sem er ólík þeirri sem einkennir dagsdaglega umhverfi ferðamanna. Sóttst er eftir því að kynnst því sem einkennir líf fólksins á Íslandi og læra þar með um ný og framandi samfélög (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013).

Ánægja með Íslandsferð

Áfangastaðir eru í stöðugri mótun (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013), en rannsóknir hafa bent til þess að ef áfangastaðir þróast eingöngu í takt við markaðinn er hnignun þeirra óumflýjanleg (Butler, 1980). Því er nauðsynlegt að stjórnvöld og skipulagsyfirvöld fylgist vel með þróun Íslands sem áfangastaður til þess að grípa til nauðsynlegra aðgerða og tryggja



áframhaldandi tilurð og velferð Íslenskrar ferðapjónustu.

Niðurstöður landamæra­könnunar fyrir árið 2018 gefa vís­bendingar um hvernig Íslensk ferða­p­jónusta stendur í dag. Spurt var út í ánægju svarenda með Íslandsdvö­lina og var yfirgnæfandi meirihluti svarenda ánægður. Tæplega þrjú fjórðu voru mjög ánægðir með ferðina og rúmlega fimmtungur var frekar ánægður. Innan við 4% voru óánægðir eða hvorki ánægðir né óánægðir (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Svarendur voru einnig mjög líklegir til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað. Meira en 70% svarenda voru svokallaðir 'hvetjendur' og voru þar með líklegir til að mæla með Íslandi við vini, fjölskyldu og vinnufélaga. Tæplega 20% teljast hlutlausir en aðeins um 5% svarenda voru ólíklegir til að mæla með Íslandi (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Þá nefndi meira en helmingur svarenda að náttúra Íslands væri ástæða fyrir því að þeir myndu mæla með Íslandi sem áfangastað. Einn af hverjum fjórum sagðist jafnframt mæla með Íslandi vegna fegurðar landsins (Oddný Þóra Óladóttir, 2019). Hér kemur aftur sterkt fram að náttúran og landslagið spila stórt hlutverk er kemur að því að tryggja gott orðspor Íslands sem áfangastaðar ferðamanna. Náttúran er helsta aðdráttarafli landsins og skapar væntingar sem síðan móta upplifun ferðamanna.

Í ljósi þess að flestir svarendur voru ánægðir með Íslandsdvö­lina og eru líklegir til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað má ætla að upplifun

ferðamanna 2018 hafi heilt yfir verið jákvæð og Íslandsferðin hafi staðist væntingar. Þó ferðamenn hafi almennt séð verið ánægðir með ferðalag sitt til Íslands er vert að staldra við og sjá hvað íslensk ferðapjónusta getur gert til að bæta upplifun ferðamanna. Í landamæra­könnuninni voru ferðamenn spurðir eftirfarandi opinna spurninga:

1. *Hvað var minnisstæðast úr Íslandsferðinni?*
2. *Af hverju ert þú ólíkleg(ur) til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað?*
3. *Hvað má bæta í íslenskri ferðapjónustu?*

Í skýrslunni *Erlendir ferðamenn á Íslandi 2018: Lýðfræði, ferðahegðun og viðhorf* (Oddný Þóra Óladóttir, 2019) má finna fyrstu niðurstöður úr þessum spurningum. Þar var stuðst við ensk og dönsk svör, en fyrir þessa skýrslu var unnið úr öllum svörum á tíu tungumálum. Hér á eftir eru niðurstöður úr þeirri greiningu nýttar til þess að varpa frekara ljósi á hvar íslensk ferðapjónusta er að standa sig vel og hvernig hún getur bætt upplifun ferðamanna enn fremur.



3. Minnisstæð atriði úr Íslandsferðinni



3. Minnisstæð atriði úr Íslandsferðinni

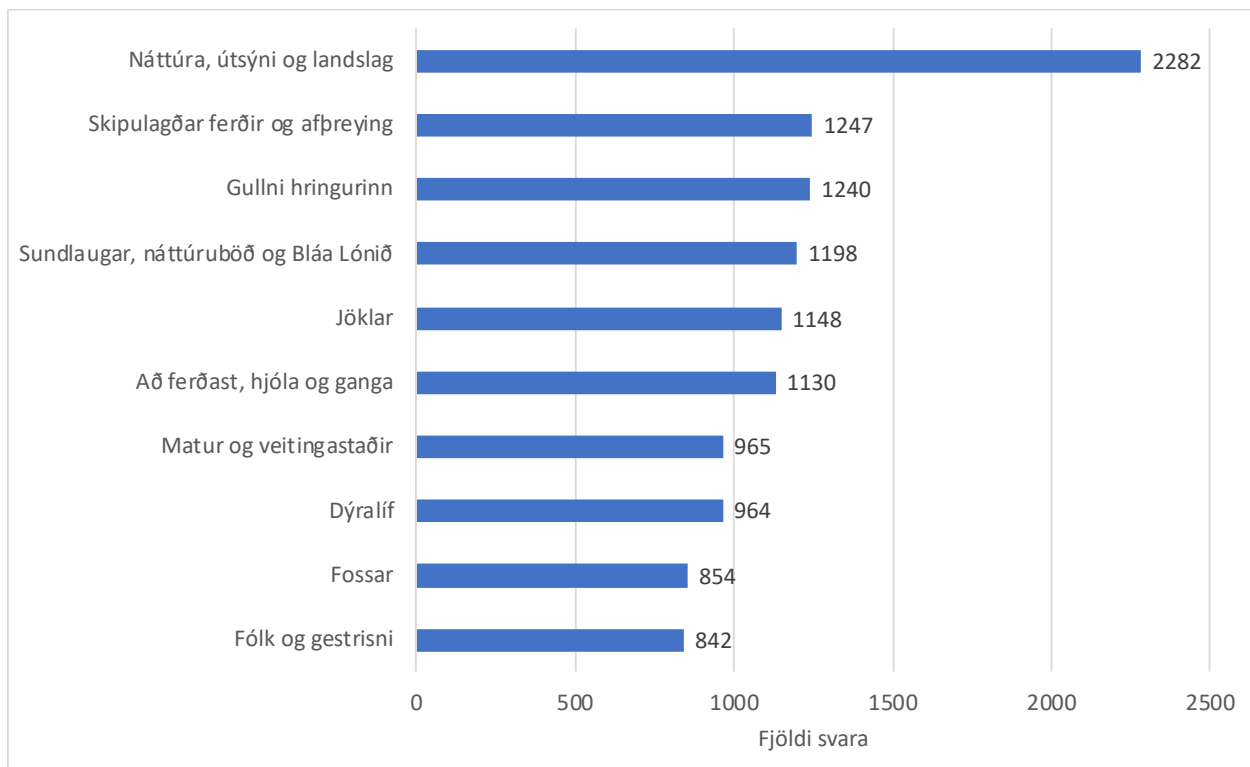
Í nethluta landamærakönnunar 2017 og 2018 voru svarendur spurðir:

Hvað var minnisstæðast úr Íslandsferðinni?

Um var að ræða opna spurningu þar sem svarendur voru beðnir um að nefna allt að þrjú atriði. Mismunandi var hversu mörg atriði svarendur nefndu. Sumir töldu upp þrjú atriði, aðrir nefndu annað hvort fleiri eða færri minnisstæð atriði. Alls var unnið úr 20.869 svörum frá 9.403 svarendum. Mikilvægt er að taka fram að svörin voru ýmist af jákvæðum eða neikvæðum toga. Svarendur nýttu tækifærið til

að segja frá ánægjulegum stundum en neikvæðar uppákomur voru svarendum einnig minnisstæðar. Jákvæð svör voru þó mun algengari en neikvæð svör.

Á mynd 3.1 má sjá þau tíu atriði sem voru svarendum minnisstæðust. Í tæplega 11% allra svara voru náttúra, útsýni og landslag Íslands nefnd sem eftirminnileg og því var náttúra, útsýni og landslag Íslands svarendum minnisstæðust. Tilkomin náttúruyfyrirbæri á borð við jökla, dýr og fossa voru einnig meðal minnisstæðustu atriða.



Mynd 3.1 Hvað var minnisstæðast úr Íslandsferðinni? - Tíu atriðin oftast nefnd.



<i>Minnisstæð atriði</i>	<i>Fjöldi svara</i>	<i>% svara</i>
Náttúra, útsýni og landslag	2282	10.93%
Skipulagðar ferðir og afþreying	1247	5.98%
Gullni hringurinn	1240	5.94%
Sundlaugar, náttúruböð og Bláa Lónið	1198	5.74%
Jöklar	1148	5.50%
Að ferðast, hjóla og ganga	1130	5.41%
Matur og veitingastaðir	965	4.62%
Dýralíf	964	4.62%
Fossar	854	4.09%
Fólk og gestrisni	842	4.03%
Andrúmsloft, öryggi, birta og umhverfi	777	3.72%
Norðurljós	774	3.71%
Reykjavík	762	3.65%
Hverir og jarðhiti	670	3.21%
Suðurland	584	2.80%
Veður	550	2.64%
Norðurland	361	1.73%
Gisting	273	1.31%
Hálendið	270	1.29%
Eldfjöll	267	1.28%
Hraun og jarðfræði	262	1.26%
Svartar strendur	262	1.26%
Snæfellsnes og Vesturland	222	1.06%
Menning og saga	216	1.04%
Viðburðir	201	0.96%
Annað	2322	11%

Tafla 3.1 Hvað var minnstæðast úr Íslandsferðinni? - Öll svör

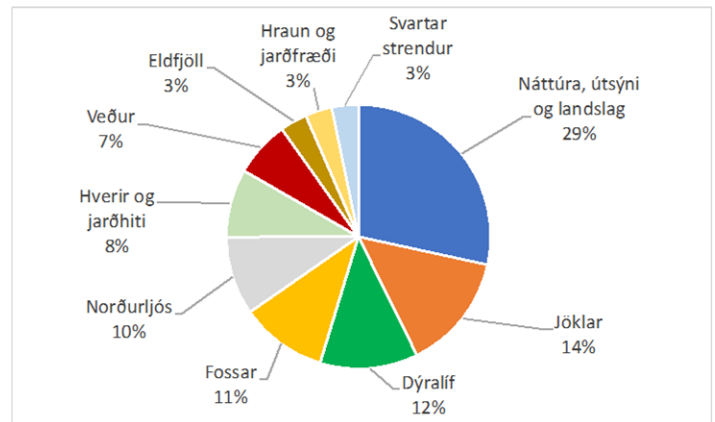
Tafla 3.1 sýnir yfirlit yfir öll atriði sem voru nefnd, hversu mörg svör féllu undir hvern flokk og hversu hátt hlutfall allra svara tilheyrðu tilteknum flokki. Nokkuð margir flokkar fengu færri en 200 svör og eru því skráðir undir 'Annað'. Meðal flokka sem falla undir 'Annað' eru vegir, verðlag, kirkjur og byggingarlist, þjónusta og flugvöllur, n

vinir og ættingjar, fjöll, Vestfirðir, skemmtanalíf, verslun, Austurland, jól og áramót, að tjalda, Vestmannaeyjar og Reykjanes.

Hér á eftir verður nánar litið á hvað ferðamönnum fannst minnstæðast með áherslu á náttúru, menningu og afþreyingu.

3.1 Náttúrufyrirbæri og dýralíf

Hér á undan kom fram að náttúra, útsýni og landslag voru ferðamönnum minnisstæðust úr Íslandsferðinni. Á töflu 3.1. má sjá níu önnur atriði sem tengjast náttúrufyrirbærum og dýralífi og voru talin minnisstæð: jöklar, dýralíf, fossar, norðurljós, hverir og jarðhiti, veður, eldfjöll, hraun og jarðfræði og svartar strendur. Ef öll svör tengd náttúrufyrirbærum og dýralífi¹ eru lögð saman fást samtals 8033 svör (38,5% af öllum svörum).



Mynd 3.1.1 Svör tengd náttúrufyrirbærum og dýralífi

Almenn atriði sem tengjast náttúru, útsýni og landslagi

Í flestum svörum sem tengdust náttúrunni, útsýni og landslagi var talað um náttúruna almennt en ekki um tiltekin náttúruatriði eða staði. Svarendur töldu Ísland búa yfir fallettri, einstakri, ósnortinni og villtri náttúru sem ætti eftir að lifa lengi í minningu þeirra. Þá tóku svarendur sérstaklega fram að náttúra Íslands væri fjölbreytt með ógrynni af fallegum stöðum sem hægt væri að heimsækja. Margir lýstu ákveðinni sjónrænni upplifun, oft á tíðum útsýni yfir landslag til allra átta, og hvernig birtan (sólurupprás, sólsetur eða dagsbirtan) hafði áhrif á sýnina. Svarendur tóku einnig fram að þeir kæmu til með að muna hversu nálægt þeir hefðu komist náttúrunni.

Jöklar

Jöklar, jökullón og ísjakar voru svarendum minnisstæð. Í flestum svörum var almennri fegurð jökla lýst og tóku svarendur fram að það hefði verið einstök upplifun að komast í nánd við jökul. Svarendur sögðu frá því að þeir hefðu séð, snert, gengið hjá eða staðið ofan á jökli. Þá voru

„All of the scenery was absolutely breathtaking.“

„Beauty and variety in landscape and nature.“

„Experiencing and seeing the natural beauty.“

¹ með fleiri en 200 svör í hverjum flokki



marginir sem tóku fram að þeir hefðu farið í skipulagða jöklagöngu. Svarendur nefndu einnig Jökulsárlón sem minnisstæðan stað og sögðu frá því að þeir hefðu farið í siglingu á lóninu. Með því að komast í nánd við jökla og ís lærðu svarendur um jökla og hlýnun jarðar, sem þótti minnisstætt. Þegar tilteknir jökla þóttu minnisstæðir voru Vatnajökull, Langjökull, Sólheimajökull og Svínafellsjökull oftast nefndir.

Dýralíf

Dýralíf Íslands var jákvætt í huga svarenda. Í flestum svörum í þessum flokki var minningum lýst af því að hafa séð hval eða hafa farið í hvalaskoðun. Þá voru einnig mörg svör sem tengdust íslenska hestinum og hestaferðum sem svarendur höfðu farið í. Aðrar dýrategundir sem þóttu eftirminnilegar voru lundar og aðrir fuglar sem og selir.

Fossar

Fossar voru annað náttúrufrábæri sem svarendur var ofarlega í huga eftir Íslandsferðina. Svarendur sögðu frá minningum tengdum fegurð og krafti íslenskra fossa og lýstu ákveðnu útsýni á foss sem hefði snert við þeim, svo sem að sjá regnboga myndast við foss eða að sjá frosinn foss. Þeir fossar sem svarendur nefndu hve oftast voru Aldeyjarfoss, Barnafoss og Hraunfossar, Gljúfrabúi, Gullfoss, Brúarfoss, Dynjandi, Glymur, Goðafoss, Háifoss, Seljalandsfoss, Skógafoss og Svartifoss.

Norðurljós

Þeir svarendur sem höfðu séð norðurljós á ferðum sínum um Ísland tóku fram að sú upplifun hefði verið einstaklega eftirminnileg. Þau neikvæðu svör sem bárust um norðurljósín voru einna helst vegna þess að svarendur höfðu ekki náð að sjá norðurljósín.

„Touching a glacier.“

„Standing on top of a glacier gave me the feeling of being on another planet.“

„Seeing a glacier was memorable.“

„The glacier on a beautiful warm day.“

„Watching exceptional animals: whales, puffins, birds, polarfox.“

„Seeing orcas and humpback whales in their natural habitat.“

„Riding an Icelandic horse through the lava fields in a snowstorm.“

„All the different waterfalls were incredible.“

„The great waterfalls, so many and beautiful.“

„Discovering the amazing and awesome variety of waterfalls! I loved walking behind Seljalandsfoss.“

„I saw northern lights! It was fantastic!!!“

„Seeing the Northern Lights is unforgettable.“

„We came for the Northern Lights tour, but it was too cloudy so we didn't see any. Disappointing.“



Heitir hverir og jarðhiti

Svarendur tóku fram að jarðhiti hefði verið minnisstætt náttúrufrýrbæri. Þeir hefðu séð sjóðandi heita jörð og lærðu hvernig hægt er að nota jarðhita til orkuframleiðslu. Það sem var sérstaklega minnisstætt voru hverir og staðir á borð við Geysi, Grettislaug, Gunnuhver og Hverarönd. Algengasta jákvæða minningin um jarðhita var tengd náttúruböðum og margir nefndu sérstaklega minningar af því að baða sig í Reykjadal. Sumir nefndu einnig neikvæð atriði tengd hverum og jarðhita en var það helst tengt lyktinni af heita kranavatninu.

Veður

Svarendur höfðu margir hverjir ekki áður upplifað veður eins og hið íslenska og urðu hissa yfir því hversu mikið það hefði rignt, snjóað og/eða hvesst á meðan þeir voru á Íslandi. Ummæli bárust um að veðrið á Íslandi væri mjög breytilegt og oft var sagt frá slæmu veðri. Ýmsar minningar voru neikvæðar, líkt og þegar svarendur voru óánægðir yfir því að ferðum þeirra hefði verið aflýst vegna veðurs, þeim hefði orðið mjög kalt eða þeir hefðu lent í hættulegum aðstæðum vegna veðurs. Hins vegar voru ekki öll svörin skýr með tillit til þess hvort að slæmt og óútreiknanlegt veður var talið vera neikvætt eða spennandi.

Eldfjöll

Svarendur sögðu frá því að þeir hefðu komist í nánd við eldfjöll, annað hvort með því að standa ofan á, labba í nánd við eða fara inn í eldfjall. Annar staður sem oft var nefndur sem minnisstæður í tengslum við eldfjallalandslag var Kerið.

„Geothermal features and hike to Reykjadalur valley/warm river was incredible.“

„Going to a hot spring outside was so cool and different from anything I had done before.“

„Geysers, the closeness to the inner world that lies below!“

„Being out in the snow - had not experienced snow before in Australia.“

„1 hour gruelling walk to the Sólheimasandur Plane Wreck under cold weather and strong winds.“

„Exciting Icelandic weather.“

„The weather. It really changes every 5 minutes.“

„Feeling the heat of the volcano.“

„Looking at the volcano that brought Europe to a standstill.“

„Standing on the edge of a volcanic crater.“



Hraun og jarðfræði

Svarendur nefndu einnig að hraunið og jarðfræði Íslands hefðu verið sérstaklega minnisstæð. Svarendur töldu íslenskt landslag líkjast tunglinu.

„Exploring the unique geology.“

„Lava fields - they are so vast.“

„I stood on the midatlantic ridge.“

Svartar strendur

Svarendum þótti minnisstætt að hafa séð svartan sand. Í minningum um svartar strendur Íslands spiluðu öldur einnig stórt hlutverk. Svarendur tóku fram að samspil svarts sands og íss hefði verið einstaklega fallegt og eftirminnilegt.

„Black sand beach was the most beautiful place I've seen.“

„The black sand beach was so alien and the ocean waves crashing against the beach was so powerful.“

„Watching my toddler play on the black sand beach.“





3.2 Menning

Matur og veitingastaðir

Matur og veitingastaðir voru svarendum ofarlega í huga þegar spurt var um minnisstæð atriði. Svörin voru almennt séð jákvæð og hrósuðu svarendur íslenskum mat, þá sérstaklega fiski, lambakjöti og séríslenskum matarvenjum eins og að borða hákarl, hvala- og hestakjöt. Að hafa borðað mat með Íslendingum var einnig minnisstætt fyrir marga svarendur. Einhver svör voru neikvæð, en þau tengdust oftast verðlagi matar.

Fólk og gestrisni

Svarendur lýstu Íslendingum sem rólegum, vingjarnlegum og hjálpsömum einstaklingum. Sérstaklega jákvætt þótti svarendum að spjalla við Íslendinga, því að það veitti tækifæri til að læra betur um Ísland. Minnisstætt þótti einnig að kynnast öðrum ferðalöngum.

Menning og saga

Minningar af menningu og sögu Íslands tengdust list, bókmenntum, tungumáli, tónlist, hefðum (sérstaklega jólahefðum) og því að hafa komist á tal við Íslendinga. Tekið var fram að íslensk menning væri öðruvísi, jafnvel skritin, og höfðu svarendur gaman af því að læra um hana.

Viðburðir

Það voru margvíslegir viðburðir sem voru svarendum minnisstæðir, þar á meðal tónlistarhátíðir og tónleikar, maraþon, uppistand, menningarnótt og íþróttaviðburðir, sér í lagi fótboldaleikir landsliðanna.

„Delicious fish (the most delicious fish I have ever eaten).“

„Eating puffin and whale. Very strange, but good.“

„Dinner with an Icelandic family.“

„Everyone was very friendly and helpful. It is great that everyone speaks English.“

„Friendly people. What a refreshing change to talk to such nice people. The world has a lot to learn.“

„Meeting the wonderful people of Iceland, and enjoying their hospitality.“

„Meeting people from many parts of Europe.“

„Learning about the country and its people.“

„The Yule Lad items and displays were fun and totally new to us.“

„I loved learning about Iceland's history.“

„Culture Night. Had so much fun, so many people. Had a wonderful day. Beautiful fireworks!“

„Watching Iceland play in World Cup matches from the city center in Reykjavík.“

„Music at a local venue, very welcoming local folks.“



3.3 Afþreying

Skipulagðar ferðir og afþreying

Margar skipulagðar ferðir voru svarendum ofarlega í minningu og var heilt yfir séð um jákvæð svör að ræða. Svarendur lýstu ánægjulegum minningum frá ferðum sínum og sögðu einnig að þeir hefðu verið ánægðir með þá fjölbreyttu afþreyingarmöguleika sem í boði eru. Þegar svarendur tilgreindu um hvers konar ferð hafi verið um að ræða voru jökla- eða sjósleðaferðir oftast nefndar.

Sundlaugar, náttúruböð og Bláa Lónið

Eins og fram hefur komið voru náttúruböð vinsælasta afþreying ferðamanna 2018 og í samræmi við það voru sundlaugar, náttúruböð og Bláa Lónið einnig atriði sem svarendur nefndu sem minnisstæð. Í tæplega helming svara sem tengdust sundlaugum, náttúruböðum og Bláa Lóninu var jákvæðum minningum um Bláa Lónið lýst.

Að ferðast, hjóla og ganga

Undir þennan flokk svara falla öll svör þar sem svarendur tóku fram að minnisstætt hafi verið að ferðast um landið almennt séð, hvort sem um var að ræða keyrandi, hjólandi eða gönguferðir um landið.

„The guided South beach tour was incredible.“

„The variety of activities one can enjoy.“

„Ice cave tour was amazing - once in a life time kind of tour.“

„Bathing in the warm spring during the snow fall.“

„'Swimming' at Krossneslaug with the ocean waves crashing and the Northern Lights.“

„Blue lagoon was a fantastic experience. Very relaxing.“

„Roadtrips and hiking in the beautiful nature.“

„Driving and walking through the most incredible landscape.“

„Hiking in wide open, beautiful spaces.“





4. Hvernig má bæta upplifun ferðamanna



4. Hvernig má bæta upplifun ferðamanna?

Í nethluta landamæra­könnunar 2017 og 2018 voru svarendur spurðir:

Af hverju ert þú ólíkleg(ur) til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað?

Hvað má bæta í íslenskri ferðaþjónustu?

Um var að ræða opnar spurningar þar sem svarendur voru beðnir um að nefna allt að þrjú atriði fyrir hverja spurningu. Mismunandi var hversu mörg atriði svarendur nefndu. Sumir töldu upp þrjú atriði, aðrir nefndu annað hvort fleiri eða færri atriði.

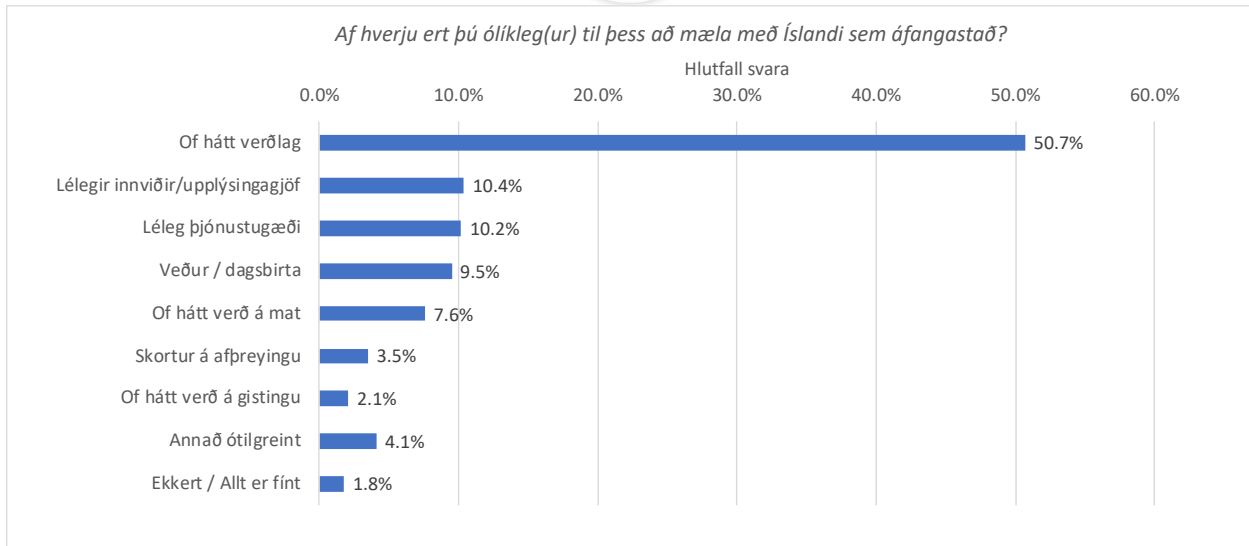
Alls bárust 566 svör frá 438 svarendum við fyrri spurningunni. Aðeins þeir sem höfðu gefið einkunn á bilinu 7-8 (hlutlausir) þegar spurt var hvort ferðamenn væru líklegir til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað, fengu þessa spurningu í nethluta landamæra­könnunar. Á

mynd 4.1 má sjá hversu stórt hlutfall svara féll undir hvern flokk. Niðurstöður sýna að hátt verðlag er sá þáttur sem hefur helst áhrif á að ferðamenn mæli ekki með Íslandi sem áfangastað.

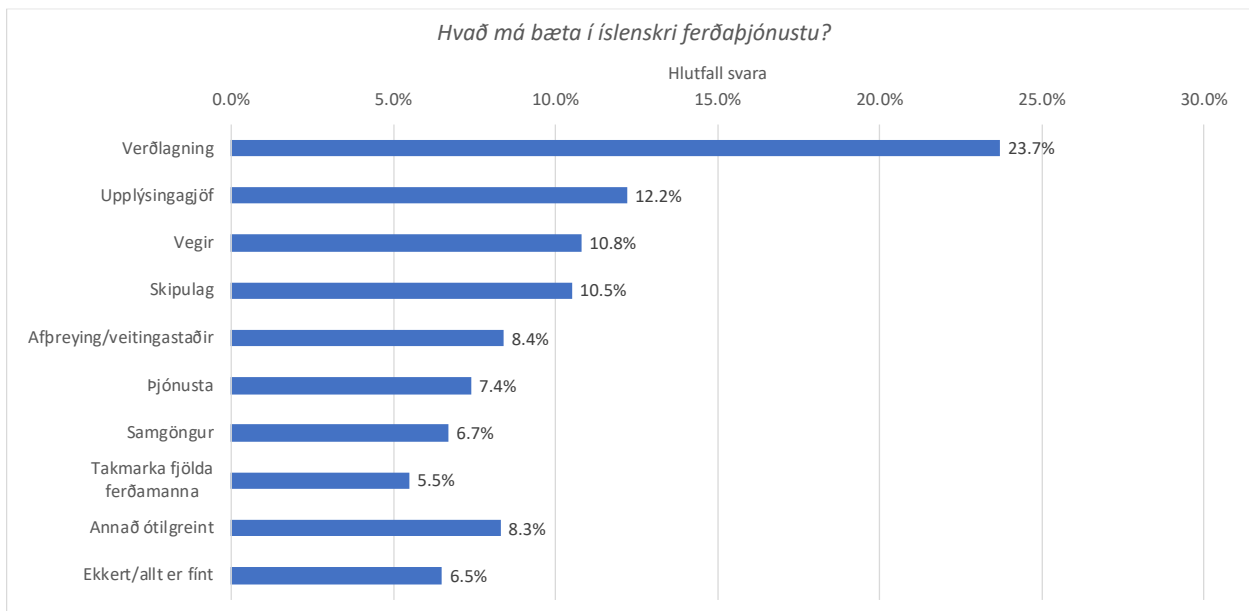
Allir þeir sem svöruðu nethluta landamæra­könnunar fengu síðari spurninguna um hvað megi bæta í íslenskri ferðaþjónustu. Þar bárust alls 16.570 svör frá 9361 svarendum. Á mynd 4.2 má sjá hversu stórt hlutfall svara féll undir hvern flokk. Hér má einnig sjá að verðlagning er sá þáttur sem ferðamenn eru hve óánægðastir með, en tæplega fjórðungur sagði að íslensk ferðaþjónusta mætti bæta verðlagið.

Í kaflanum hér á eftir er gert grein fyrir þeim svörum sem bárust með tilliti til þess hvernig hægt sé að bæta upplifun að mati ferðamanna sem svöruðu spurningunum.





Mynd 4.1 Af hverju ert þú ólíkleg(ur) til þess að mæla með Íslandi sem áfangastað?



Mynd 4.2 Hvað má bæta í íslenski ferðaþjónustu?



4.1 Útgjöld ferðamanna og afstaða til verðlags

Niðurstöður landamærakönnunar sýna að margir svarendur voru óánægðir með verðlagið í íslenski ferðapjónustu. Þegar spurt var um hvað þyrfti að bæta í íslenski ferðapjónustu og hvað þyrfti til að ferðamenn væru líklegri til að mæla með Íslandi sem áfangastað, kom í ljós að verðlag er áhrifamesti þátturinn. Flestir nefndu að lækka þyrfti verðlag almennt, en sumir tóku fram að það þyrfti sérstaklega að lækka verð á mat og gistingu. Svarendur voru almennt óánægðari með verð á mat samanborið við verð á gistingu. Helsta ástæða þess var að þeir töldu mat vera nauðsynjavöru sem ekki er hægt að komast af án (sjá einnig 4.3 Veitingastaðir og gæði matar).

Verðlag er of hátt og hefur neikvæð áhrif á upplifun

- Verðlag á Íslandi var talið vera hátt í samanburði við Norðurlöndin eða önnur lönd í Evrópu. Þrátt fyrir að Ísland væri þekkt fyrir að vera dýrt land, kom verðlagið á óvart.
- Í ljósi þess að verðlag á Íslandi er hærra en í öðrum löndum bárust ummæli um að svarendur myndu ekki ferðast aftur til Íslands. Þeir töldu að peningum þeirra væri betur varið í að ferðast til annarra landa sem myndu einnig bjóða upp á (sambærilega) upplifun en á lægra verði. Frekar en að fara í eitt ferðalag til Íslands myndu þeir kjósa að fara í 2-3 ferðalög til annarra áfangastaða.
- Ummæli bárust um að upplifunin og sú þjónusta sem fengist á Íslandi hefðu ekki verið peninganna virði, sérstaklega þegar kom að mat og gistingu. Þá leið svarendum eins og íslensk ferðapjónusta hefði rænt þau og svindlað á þeim.
- Svarendur sögðu að hátt verðlag hefði haft áhrif á upplifun þeirra, en verðlagið gerði þeim erfitt að njóta Íslands áhyggjulaust.

- Verðlag kom einnig í veg fyrir að svarendur keyptu sér ýmsa þjónustu og slepptu þeir til að mynda að bóka ákveðna afþreyingu, borða á veitingastöðum eða fara á söfn, sem þeir annars hefðu gjarnan gert. Verðlagið takmarkaði þar með upplifun svarenda.
- Þeir sem þó mæltu með Íslandi sem áfangastað vöruðu vini og ættingja við verðlagi og lögðu til styttri dvöl á Íslandi í ljósi kostnaðar.
- Svarendur tóku einnig fram að verðlag á Íslandi hefði hækkað óhóflega, en fyrir nokkrum árum hefði verið raunhæfari kostur að ferðast til Íslands. Svarendur sýndu oft á tíðum lítinn skilning á háu verðlagi á Íslandi og óskuðu eftir skýringum á því.
- Svarendum fannst verðlagið á Íslandi vera óréttlátt í ljósi þess að aðeins efnameiri ferðamenn hefðu efni á því að ferðast til Íslands. Þá óskuðu svarendur eftir því að Ísland myndi vera áfangastaður fyrir alla, óháð efnahagi. Bjóða ætti upp á fjölbreytta þjónustu, frá „budget“ yfir í „high-end“.
- Að skilja íslenska gjaldmiðilinn skapaði erfiðleika og þótti erfitt að breyta úr íslenskum krónum í eigin gjaldmiðil. Óskað var eftir að verð væru oftar sett fram í öðrum gjaldmiðlum.
- Óskað var eftir því að ekki yrðu tekin gjöld fyrir hvert og eitt þjónustuatriði (t.d. bæði fyrir bílastæði og salerni) heldur að það yrði gefin kostur á að borga frekar eitt heildargjald.

Svarendur lögðu til fjölga tilboðum og pakkatilboðum með öllu inniföldu („all-inclusive“) fyrir ferðamenn til þess að auðvelda þeim að ferðast til og um Ísland. Sérstaklega var óskað eftir tilboðum fyrir:

- fjölskyldur

- nemendur
- eldri borgara
- þá, sem bóka ferðina sína með miklum fyrirvara
- þá, sem ferðast til Íslands yfir vetrartímann
- þá, sem bóka fleiri en eina ferð hjá ferðaskipuleggjanda

Einnig var lagt til að fjölga afsláttarmiðum („coupons“).





„Many activities are beautiful but you're constantly comparing it to the obscene prices which is sad.“

„Everything is too expensive. Do you only want rich guests?“

„Although Iceland is a beautiful country and we got to see a lot of it , I found that the expensive nature of everything dampened the holiday experience. I was always conscious of how much everything cost, we were budgeting for every little thing we purchased , even a packet of Lays crisps cost 450kr. [...] I would recommend Iceland to my friends but I would be warning them that it's just too expensive to fully enjoy yourself.“

„Price is the biggest factor, that would prevent me from making holiday in Iceland again, as it is quite expensive.“

„Very expensive place. I always warn people to expect to pay a lot. I think the tours are very expensive and in that respect you limit who can come here. Exclusivity is not Equality.“



4.2 Gisting

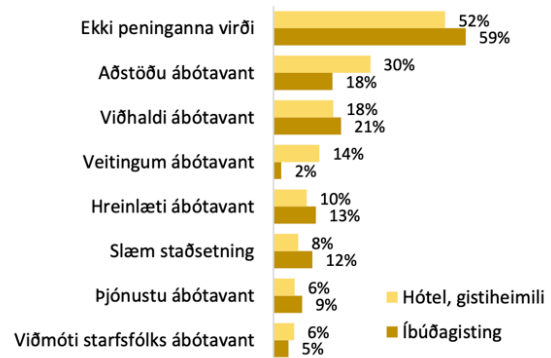
Hótel og gistiheimili var sú tegund gistingar sem var hve vinsælust meðal erlendra ferðamanna árið 2018, en rúmlega fjórir af hverjum tíu gistu á hótélum og gistiheimilum. Aðrar tegundir af gistingu voru ekki nýttar í jafn miklum mæli (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Svarendur landamærakönnunar voru beðnir um að gefa þeirri gistingu sem dvalið var lengst í einkunn á bilinu 0-10. Íbúðagisting fékk hæstu meðaleinkunnina (8,5), en hostel lægstu meðaleinkunnina (7,8). Tæplega helmingur svarenda gaf hótélum og gistiheimilum hæstu einkunn (9-10) (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Þeir sem ekki gáfu hæstu einkunn voru síðan spurðir hvað varð til þess að gististaðir fengu ekki hærri einkunn en sjö (sjá mynd 4.2.1). Helsti áhrifavaldurinn var verðlagið, en rúmlega helmingur taldi að bæði íbúðagisting og hótélgisting væri ekki peningana virði.

Gisting er ekki peninganna virði

- Verðlag er áhrifamikill þáttur í upplifun ferðamanna af gististöðum á Íslandi. Þá bárust ummæli um að verðlag gististaða væri ekki í samræmi við aðstöðuna og þjónustuna sem fengjust.
- Svarendur báru íslenska gististaði saman við gistingu í öðrum löndum í Evrópu, sér í lagi á Norðurlöndum, og niðurstaðan var að íslenskir gististaðir væru óhóflega verðlagðir.
- Þá var sérstaklega talað um of hátt verðlag fyrir gistingu utan höfuðborgarsvæðisins og fyrir eins-manns herbergi.



Mynd 4.2.1 Hvað varð til þess að gististaðir fengu ekki hærri einkunn en sjö? Hlutföll vísa til hlutfalls svarenda sem nefndu tiltekna ástæðu. Heimild: Oddný Þóra Óladóttir, 2019.

Þjónusta og viðmót starfsfólks er ábótavant

- Þrátt fyrir að nokkuð margir svarendur töldu aðstöðu, viðhaldi, veitingum, hreinlæti og staðsetningu gististaða ábótavant (sjá mynd 4.2.1), voru ekki margir sem nefndu slíkt þegar þeir voru spurðir út í hvað mætti bæta í íslenski ferðþjónustu. Þess í stað bárust ummæli um að bæta þyrfti þjónustu og viðmót starfsfólks.
- Svarendur nefndu ýmis þjónustuatriði sem skorti á gististöðum. Til að mynda var lagt til að bjóða upp á töskuburð, hraðsuðukatla, frítt internet og lyftur.
- Margir vildu gjarnan eiga kost á að geta innritað sig um morguninn og þurfa ekki að bíða fram eftir hádegi. Biðin við innritun var sögð vera löng.
- Í tengslum við viðmót starfsfólks var tekið fram að starfsmenn mættu brosa oftar og vera vingjarnlegri.
- Ummæli bárust um að þjálfa þyrfti starfsfólk betur í framkomu við gesti og til að tryggja nægilega almenna starfsþekkingu. Svarendur lýstu því að erfitt væri að nálgast upplýsingar frá starfsfólki og fengust upplýsingar einungis ef spurt var, en ekki af fyrra bragði.



- Svarendur sögðu einnig frá því að íslenskir gististaðir yfirbóka sig gjarnan og lýstu svarendur yfir mikilli óánægju vegna þessa.

Auka má framboð á gistingu

- Erfitt reyndist að finna gistingu yfir sumartímamann þegar margir staðir eru fullbókaðir, en yfir vetrartímamann reyndist erfitt að finna gistingu þar sem gististaðir væru margir lokaðir.
- Svarendur tóku fram að aukið framboð á gistingu myndi ekki aðeins auðvelda að finna gistingu, en myndi einnig auka samkeppni og þar með lækka verðið.
- Óskað var eftir fjölbreyttari gististöðum. Vöntun væri á ódýrri gistingu („budget-friendly“), lúxus gistingu, gistingu fyrir fjölskyldur, sumarhúsum, hálendisskálum og íbúðum. Einnig var tekið fram að það þyrfti að fjölga gististöðum sem byðu upp á herbergi með sér baðherbergjum.
- Ummæli bárust einnig um skort á séríslenskum hótélum, en mörg hótél tilheyrðu (alþjóðlegum) hótélkeðjum.

Bæta má væntingastjórnun og samræmi

- Ljóst er að há verðlagning skapar ýmsar væntingar um aðstöðu og þjónustu gististaða, sem valda vonbrigðum þegar verðlagning endurspeglast ekki í gæðaþjónustu.
- Svarendur sögðu að framsetning gististaða á Internetinu hefði skapað ýmsar væntingar sem síðan voru ekki uppfylltar. Myndir af herbergjum væru oft villandi og fegrandi.
- Auk þess var stjernugjöf á Íslandi talin vera byggð á öðrum stöðlum en gerist erlendis og þriggja stjörnu hótél bauð því ekki upp á þá þjónustu sem svarendur væntuðu. Í ljósi þess var óskað eftir því að stjórnvöld myndu samræma stjernugjöf og fylgja því eftir að gististaðir uppfylli þær kröfur sem settar eru.

- Einnig var óskað eftir því að gististaðir myndu setja skýrt fram hvað er innifalið og hvað ekki.

4.2.1 Tjaldsvæði

- Svarendur óskuðu eftir auknum fjölda tjaldsvæða og heilsársopnun þeirra.
- Þó óskað var eftir fleiri tjaldsvæðum snéru önnur ummæli fyrst og fremst að því að auka gæði núverandi tjaldsvæða. Brýnt væri að bæta hreinlæti og aðstöðu á tjaldsvæðum, en tjaldsvæðin anna ekki þeim fjölda sem nýta þau í dag.
- Svarendur töldu að það væri mikill munur á milli tjaldsvæða, þó verðlagning væri oft hin sama. Nauðsynlegt væri að tryggja gæðastaðla og hafa verðlagningu í samræmi við þá þjónustu sem fæst.
- Vöntun er á yfirliti yfir öll tjaldsvæði landsins með upplýsingum um staðsetningu þeirra, verð og aðstöðu. Lagt var til að gefa tjaldsvæðum einkunn sem myndi auðvelda að finna gæða tjaldsvæði.
- Tjaldsvæði voru almennt talin vera of dýr og óskuðu svarendur eftir því að geta tjaldað sér að kostnaðarlausu.
- Kostnaður við nýtingu á tjaldsvæðum ætti að ná yfir alla þjónustu sem í boði er, svo ekki þurfi að greiða aukalega fyrir notkun á t.d. sturtum.
- Einnig bárust kvartanir um skort á heitu vatni á tjaldsvæðum, sér í lagi í sturtunum.
- Lagt var til að byggja kofa á tjaldsvæðum þar sem hægt væri að elda, sitja saman og vera í skjóli, jafnvel gista, í kulda og rigningu.



„Hotel prices far too high, again for what is provided. Compared to other, also very rich countries as Switzerland, for example, nobody would pay these prices if they knew what they get for it.“

„The hotel rating seemed ‘off’ compared to other places I’ve been (all over the world); stayed in a four star hotel, it was more like two-three star quality. Visited other hotels, seemed the same.“

„They could be little more helpful in hotels- help visitors with they're suitcases up stairs etc.“

„Some hotels outside of Reykjavik are not service-oriented.“

„Hotel staff and some shop staff should be more friendly. I had a feeling that the British were not too welcome.“

„More guesthouses provided so the price can be lower.“

„Supporting smaller hotels - there does not seem to be a huge amount of choice about accommodation.“

„Accommodations should be held to a better standard. Photos are not reflective of actual accommodation.“

„Camp site overcrowding - there was one site we went to that charged us \$30 for camping, but there was basically no more room for us to park our van.“

„Cleaner camping areas (for example at [place], just ridiculous what you pay for a crappy camping).“

„Paying seperately for the shower at campsites: Why is it not included in camp price?“

„Hotels' value for money: They were clean and respectable, but 2 to 3-star quality for a 5-star price.“

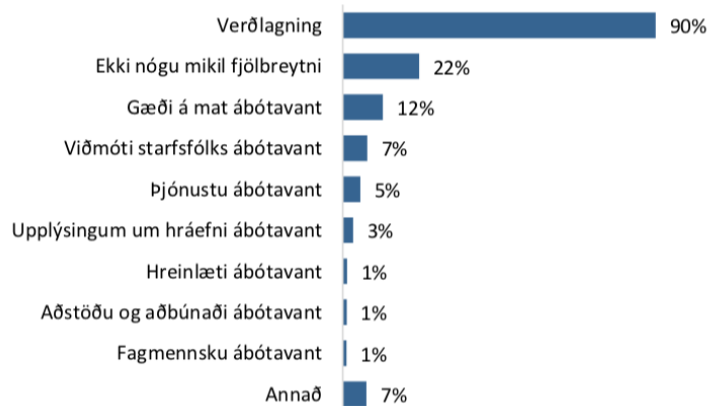


4.3 Veitingastaðir og gæði matar

Svarendur landamærakönnunar voru beðnir um að gefa álit sitt á ánægju með veitingahús og gæði matar. Hægt var að veita einkunn frá 0-10. Um þriðjungur svarenda gaf veitingahúsum háa einkunn, tveir af hverjum fimm gáfu miðlungseinkunn og rúmlega fjórðungur gaf lága einkunn. Svarendur voru ánægðari með gæði matar, en tæplega helmingur svarenda gaf gæði matar háa einkunn. Þegar spurt var um hvað varð til þess að veitingahús fengu ekki hærra einkunn en sjö nefndu 90% svarenda verðlagið (sjá mynd 4.3.1). Rúmlega tveir af hverjum fimm nefndu skort á fjölbreytni (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Verðlagning matar er of há og hefur neikvæð áhrif á upplifun

- Verðlagning veitingastaða og matar var harðlega gagnrýnd, sér í lagi vegna þess að matur er nauðsynjavara sem ekki er hægt að komast af án.
- Svarendur lýstu því að hár matarkostnaður hefði sett strik í reikninginn og margir hefðu því þurft að spara á öðrum sviðum. Auðveldast reyndist að spara með því að kaupa afþreyingu. Margir lýstu því að þeir hefðu staðið frammi fyrir vali, þar sem svarið var oftast augljóst: matur eða afþreying?
- Einhverjir veittu verðlagningunni skilning, vitandi að stór hluti matar á Íslandi er innfluttur. Hins vegar undruðu svarendur sig á því að íslenskar afurðir, svo sem fiskur og lambakjöt, væru líka dýrar.
- Mikill áhugi á íslenskum mat var meðal svarenda, en tæplega 30% svarenda sögðu íslenskan mat og matarmenningu hafa haft áhrif á ákvörðun þeirra að ferðast til Íslands (Oddný Þóra Óladóttir, 2019). Því urðu margir



Mynd 4.3.1 Hvað varð til þess að veitingahús fengu ekki hærra einkunn en sjö? Hlutföll vísa til hlutfalls svarenda sem nefndu tiltekna ástæðu. Heimild: Oddný Þóra Óladóttir.

fyrir vonbrigðum að eiga ekki kost á því að borða mat úr héraði vegna verðlagningar.

- Matur og drykkir, sér í lagi áfengir drykkir, voru almennt taldir dýrir, en verðlag veitingastaða og kaffihúsa var talið sérstaklega hátt. Óskað var eftir því að gefinn yrði út bæklingur, „a guide to less expensive food“, til þess að aðstoða fólk við að halda matarkostnaði í lágmarki. Einnig var óskað eftir fleiri tilboðum fyrir ferðamenn, þá sérstaklega fyrir fjölskyldur.

Bæta má gæði matar og þjónustu

- Svarendur lýstu yfir óánægju með gæði matar sem hægt var að kaupa í matvöruverslunum.
- Þeir svarendur sem voru óánægðir með mat á veitingastöðum voru oftast að bera matargæðin saman við háa verðlagið.
- Svarendur nefndu einnig dæmi um að matarskammtar á veitingastöðum væru of litlir og að matur hefði verið kaldur.
- Lýst var yfir óánægju með að flestir veitingastaðir loki eldhúsinu sínu eftir klukkan 21:00 og var óskað eftir því að geta borðað kvöldmáltíð seinna.
- Þjónustu og viðmót starfsmanna á veitingastöðum mætti bæta þannig að



starfsfólk vinni hraðar, sé eftirtektarsamt og vingjarnlegt.

- Einnig bárust ummæli um að borð og gólf á veitingastöðum væru ekki þriffin nægilega vel.

Bæta má upplýsingagjöf um veitingastaði og mat

- Að mati svarenda er vöntun á upplýsingum um veitingastaði; Hvar er hægt að finna veitingastaði og hvað bjóða þeir upp á? Hvar er hægt að finna ódýra og hvar er hægt að finna hágæða veitingastaði? Hvar er hægt að finna íslenskan mat? Lagt var til að búa til bækling og kort sem myndu veita yfirsýn og auðvelda ferðamönnum að finna veitingastaði sem veita þá upplifun og þjónustu sem þeir sækjast eftir.
- Óskað var eftir því að allir veitingastaðir myndu sýna matseðil sinn utan dyra til að auðvelda ákvörðun um hvar væri best að borða.
- Skortur væri á upplýsingum um innihaldsefni matar (t.d. með tilliti til ofnæmisvalda) á veitingastöðum og í matvöruverslunum eru þessar upplýsingar aðeins settar fram á íslensku.

gefa möguleika á að umbreyta verðinu úr íslenskum krónum yfir í annan gjaldmiðil.

Fjölga má veitingastöðum og auka fjölbreytni matar

Svarendur voru sammála um að fjölga mætti veitingastöðum, sérstaklega utan höfuðborgarsvæðisins, úrval veitinga á viðkomustöðum og að fjölbreytni matar væri ekki nægileg. Svarendur nefndu að auka mætti framboð á:

- íslenskum (heimils)mat, sér í lagi fiski.
- hollum og ódýrum skyndibitum
- mat úr öðrum heimshornum en Bandaríkjunum, en oft væru aðeins hamborgarar og samlokur í boði
- mat fyrir þá sem eru með sérþarfir (t.d. með sykursýki, glutenóþol eða borða kosher, halál eða vegan mat)
- mat/matarskömmtum sem henta börnum
- gæðamat frekar en skyndibitum.
- nesti

- Einnig nefndu svarendur að það myndi hjálpa ef veitingastaðir og matsölustaðir myndu





„The costs of necessities like food is overwhelmingly disappointing. In ten days we ate out only twice and though the food was delicious it affected the enjoyment of having a simple hot meal, e.g. a tomato soup and bread. Our budget did not allow us to sample any Icelandic cuisine.“

„Most tourists cannot afford this [food] and how can you enjoy the sights on an empty stomach? Or should you choose between the sights and food? If food, then why come to Iceland for the sights?“

„Prices of food are really high and prevents from tasting local dishes.“

„We are vegetarian and the food offerings for us were dismal, except in Reykjavik.“

„A little more diversity in food options - a lot of burger and sandwich places were what I saw.“

„More traditional Icelandic restaurants rather than Thai and Italian food.“

„Some way to make meals more affordable - we picked up on the "family meal" options at some fast food restaurants and these were great.“

„More reasonably priced restaurants with more than just burgers.“

„Service in restaurants could be more friendly and attentive.“

„You need more affordable restaurants. I spent a lot of money on very fancy meals, but couldn't get a simple, affordable meal.“

„Food is not tasty and expensive.“



4.4 Ferðaskipuleggjendur

Framboð

- Ummæli bárust um að það væri offramboð af sambærilegum skipulögðum ferðum. Mörg fyrirtæki byðu upp á svipaðar ferðir eða upplifun, sem gerir ferðamönnum erfitt að fá yfirsýn.
- Óskað var eftir aðgengi að staðfestum umsögnum um ferðaskipuleggjendur, sem birtar yrðu af hinu opinbera. Slíkt myndi auðvelda val og tryggja að starfsemi fyrirtækja, sem veita gæðaupplifun, yrði verðlaunuð.
- Aftur á móti telja svarendur að skortur sé á fjölbreytileika er kemur að framboði á ferðum. Í því samhengi var sérstaklega óskað eftir fleiri ferðum á öðrum tungumálum en ensku, svo sem spænsku, frönsku, þýsku og kínversku. Svarendur sögðu einnig að flestar ferðir frá Reykjavík væru dagsferðir, en áhugi væri fyrir bæði styttri ferðum sem og lengri ferðum („multi-day tours“).

Ferðalýsingar

- Nefnt var að bæta mætti lýsingar á ferðum. Skortur væri á upplýsingum um ferðir og til að mynda væri oft á tíðum óljóst fyrir hvern ákveðin ferð hentar, hvaða búnað sé þörf á eða hvernig hádegismat væri hægt að kaupa á meðan á ferðinni stendur.
- Sérstaklega var óskað eftir heiðarleika þegar kemur að ferðalýsingum. Þörf er á að stýra betur væntingum í garð norðurljósaferða og hvalaskoðunar, þ.e. að upplýsa betur um það á hverju menn eigi von á og hverjar líkurnar séu á að upplifa tiltekin náttúruundur.

Leiðsögn/Leiðsögumenn

- Leiðsögn er mikilvægur partur er kemur að upplifun ferðamannsins af skipulögðum ferðum. Þeir sem urðu fyrir vonbrigðum vegna þessa lýstu leiðsögumönnum sem óvingjarnlegum og jafnvel dónalegum.
- Leiðsögumenn voru sagðir tala í símann á meðan á akstri stendur og keyra oft hratt. Þar af leiðandi leið svarendum eins og öryggi þeirra væri ógnað.
- Auk þess urðu svarendur fyrir vonbrigðum með að leiðsögumenn eru oft á tíðum aðeins „bílstjórar“ en ekki „leiðsögumenn“. Svarendur óskuðu eftir fróðum leiðsögumönnum sem þekkja staðhætti. Einnig nefndu svarendur að leiðsögumenn ættu að bjóða upp á að fylgja farþegum um ferðamannastaði, frekar en að láta farþega fara eina um svæðið. Þó ætti einnig að vera í boði að geta farið einn.
- Þá furðuðu svarendur sig á því að flestir leiðsögumenn/bílstjórar væru erlendir, en margir vildu sjá „local“ leiðsögumenn.
- Svarendur óskuðu einnig eftir því að bílstjórar og leiðsögðumenn kynnu betri ensku.

Ferðaskipulag

- Svarendur lýstu yfir ónægju með að matur væri ekki innifalinn í ferðum og ferðamenn þyrftu þ.a.l. að kaupa sér mat og drykki á meðan á ferðinni stóð. Þá var óskað eftir því að ferðaskipuleggjendur myndu bjóða upp á nestisþakka.
- Kvartað var yfir því að of margir farþegar væru í hverri ferð og vildu svarendur gjarnan sjá aukið framboð á ferðum fyrir smærri hópa.
- Einnig var oft óskað eftir því að eyða meiri tíma á viðkomustöðum ferðarinnar.



- Þegar farið er í norðurljósaferðir vildu svarendur fara á staði þar sem hægt er að komast í hlýju og skoða annað, ef norðurljósin birtast ekki.

Rútuferðir (pick-up og drop off)

- Athugasemdir bárust varðandi skipulag á stoppistöðum í miðbæ Reykjavíkur, þar sem ferðamenn bíða eftir að vera sóttir í skipulagðar ferðir (sjá einnig 4.9 Skipulag: samgöngur og þjónusta)
- Oft er óljóst í hvaða rútu farþegar eigi að fara, þegar margar rútur eru að sækja á sama stað á sama tíma. Starfsfólk þyrfti því að vera viðbúið að veita aðstoð.
- Óskað var eftir því að farþegar væru látnir vita ef rútu seinkar.

Aflýstar ferðir

- Sagt var frá reynslusögum af því að hafa bókað ferð, sem síðan þurfti að hætta við. Sérstaklega óánægðir voru svarendur með þann skamma fyrirvara sem þeir fengu. Oft létu ferðaskipuleggjendur ekki vita af því að ferð væri aflýst fyrr en leggja átti af stað. Það gerði það að verkum að svarendur gátu ekki fundið aðra ferð í staðinn og gátu þ.a.l. ekki nýtt daginn vel.
- Óskað var eftir því að ferðaskipuleggjendur myndu veita ráð og mæla með öðrum ferðum, ef þeir aflýsa sínum ferðum. Sérstaklega var óskað eftir annars konar norðurljósaupplifun, ef norðurljósaferðum væri aflýst.
- Aðrir óskuðu einnig eftir því að geta afbókað ferð með skömmum fyrirvara, ef veðrið væri ekki hagstætt eða um veikindi væri að ræða.





„More control of the coach tours, the quality between them varied quite a lot. Some seemed to offer more value for money than others. One specific example was a new year trip to see a bonfire party, this was very poor value and don't think it should have been a tour as it felt like an intrusion to a private party.“

„Our tour guide was an excellent driver but not such a good tour guide.“

„Reviews of the various tour companies should be more readily available as there are a great number to choose from.“

„Guides in Iceland don't tend to tell much about the country, often 'don't know' and are not talkative. Getting wikipedia on your cell was often much more informative than the guides.“

„It was a bit like being on a factory line going to see all the sights as quickly as possible. More time/care should be taken.“

„Better descriptions of some of the tours [...] It should be clear regarding agility and what equipment is required.“

„Tours cancelled without warning - I understand weather conditions mean tours cannot always go ahead but we were not told until after the tour was due to depart meaning we could not arrange other activities.“



4.5 Afþreying

Sú afþreying sem flestir ferðamenn nýttu sér 2018 voru náttúruböð, en tæplega sex af hverjum tíu svarendum sögðust hafa farið í náttúrubað. Tæplega helmingur svarenda sagðist hafa nýtt sér spameðferðir eða dekur (47,2%) og söfn (45,2%) (Oddný Þóra Óladóttir, 2019). Svarendur nefndu einnig ýmis atriði tengd afþreyingu sem íslensk ferðapjónusta gæti bætt:

Hvaða afþreyingu vantar?

- Afþreying þar sem ferðamenn hitta Íslendinga: Tæplega 13% svarenda höfðu tekið þátt í „Meet the locals“ (Oddný Þóra Óladóttir, 2019) og lýstu svarendur yfir auknum áhuga á slíkri afþreyingu.
- Afþreying sem er í boði þegar veðrið er slæmt: Flestar tegundir afþreyingar sem ferðamenn nýta sér eru háðar veðurfari. Þá sé vöntun á innandyra afþreyingu, sér í lagi þegar ferðum og afþreyingu er aflýst vegna veðurs.
- Tónleikar, viðburðir, sýningar: 13,6% ferðamanna sögðust hafa sótt menningarviðburði árið 2018 (Oddný Þóra Óladóttir, 2019) og var óskað eftir auknu framboði á tónleikum, sýningum og viðburðum á ensku. Svarendur óskuðu sérstaklega eftir auknu framboði á kvöldin svo hægt væri að nýta kvöld sem ekki væri farið í norðurljósaferðir.
- Vetraríþróttir: Aðeins 1,1% ferðamanna sagðist hafa farið á skiði eða snjóbretti á Íslandi 2018 (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).
- Gönguferðir með leiðsögn.
- Afþreying tengd jólunum og jólamarkaðir, þar sem íslensku jólasveinarnir kæmu fram.
- Aukið skemmtanálíf, sérstaklega á virkum dögum
- Afþreying fyrir börn.

Upplýsingagjöf

Vert er að taka fram að margir sögðu að það skorti heildstætt yfirlit yfir það sem er í boði, og því má ætla að ýmis afþreying sem ferðamenn telji að skorti, sé mögulega í boði en þurfi að auglýsa betur. Svarendur óskuðu sér í lagi eftir upplýsingum um:

- verðlag á afþreyingarmöguleikum til að finna ferðir sem ferðamenn hafa efni á
- ókeypis afþreyingarmöguleika
- framboð á afþreyingu eftir árstíma, þ.e. yfirlit yfir hvað er í boði á hverjum tíma fyrir sig
- hvað mælt er með að gera miðað við tímann sem ferðamenn hafa, þ.e. hvað er best að gera ef maður hefur einn dag á Íslandi, hvað er best ef maður hefur viku o.s.fv.

Verðlagning

- Ummæli bárust um að verðlagning á ýmiss konar afþreyingu væri of há, en þó sérstaklega að ákveðin náttúruböð, söfn og ferðir með leiðsögn væru of dýrar.
- Söfn og skipulagðar ferðir eru of dýrar, að mati svarenda, miðað við það sem boðið er upp á. Það þyrfti að þróa söfn betur.
- Ferðir voru taldar sérstaklega dýrar miðað við að flestir leiðsögumenn væru bílstjórar frekar en leiðsögumenn (sjá einnig 4.4 Ferðaskipuleggjendur).
- Svarendur töldu að skortur væri á gagnsæi í verðlagningu, sérstaklega í verðlagningu skoðunarferða í rútu. Nauðsynlegt væri að fá yfirlit yfir framboð og verð frá mismunandi ferðapjónustuaðilum.



„Perhaps more attention on museums - for a place with such a rich history, the museum content felt rather sparse/underdeveloped.“

„Activities for younger children seemed limited.“

„In the capital of Iceland, I believe they should have more cultural events offered to tourists. A simple show or shows about typical Icelandic music or demonstration of culture changes throughout the years - maybe little plays out in the street or dances or music so that the tourist can have more entertainment.“

„More free things to do and see in the city centre.“

„More local activities during bad weather.“

„Things to see and do when the weather is poor, preferably indoors!“

„Possibilities to have more contact with locals.“

„Tour to introduce the local people and history.“

„Entrance fees for museum too high for what they have to show.“

„Better price of tours, they basically supply transportation for a very high cost.“

„We would have loved to do some of the tours on offer - but they were just far too expensive for us to do.“



4.6 Bílaleigur

Rúmlega 60% svarenda ferðuðust um Ísland á bílaleigubíl (Oddný Þóra Óladóttir, 2019) og því bárust ýmis ummæli um bílaleigur.

Verðlagning og tryggingar

- Verðlag bílaleigubíla og trygginga var, líkt og almennt verðlag, metið of hátt, sér í lagi fyrir fjórhjóladrifna bíla og campera.
- Svarendur óskuðu eftir því að heildarverð leigunnar væri skýrt frá upphafi. Þegar bílinn er sóttur kæmi oft auka kostnaður í ljós sem ekki var vitað um fyrirfram (t.d. almenn gjöld, tryggingar, kostnaður við vegaaðstoð).
- Svarendur voru áhyggjufullir yfir kostnaði sem bílaleigur rukka fyrir skemmdir á bílum, en sá kostnaður var talinn vera óhóflega hár. Þá óskuðu svarendur eftir þeim möguleika að geta keypt tryggingu sem nær utan um alla hluti bílsins, þar með talið rúður og dekk, en slíkt virðist oft ekki hægt eins og er. Ástand vega á Íslandi, sér í lagi holur í vegum, gerir það að verkum að skemmdir á bílaleigubílum eru algengar. Því væri nauðsynlegt að geta tryggt sig gegn öllum skemmdum og koma þar með í veg fyrir að greiða háar fjárhæðir fyrir (minniháttar) skemmdir.
- Ummæli bárust um að íslenskar bílaleigur væru að svindla á viðskiptavinum með því að rukka fyrir skemmdir sem voru til staðar þegar bifreið var tekin á leigu. Erfitt reyndist að mótmæla slíkum ásökunum, sérstaklega þar sem margir ferðamenn skila bílum sínum rétt áður en farið er í flug og þá gefst oft ekki kostur á að rökræða við leiguna vegna tímapressu. Svarendur borguðu því kostnað sem þeir töldu óréttmætan.
- Svarendur sögðu einnig frá tilvikum þar sem bílaleigubílinn hefði verið í lélegu ástandi,

þrátt fyrir að þeim hefði verið talin trú um að þeir fengju lítið notaðan bíl.

- Vegna þess að svarendur töldu margar bílaleigur vera óheiðarlegar og svindla á ferðamönnum, óskuðu svarendur eftir því að þær myndu vera undir eftirliti frá hinu opinbera. Neytendur gætu þá valið að versla við vottaðar og heiðarlegar bílaleigur sem myndu standast kröfur og veita gæðaþjónustu.
- Svarendur nefndu einnig að eldsneytisverð á Íslandi væri mjög hátt, sem myndi auka kostnað þeirra sem kjósa að ferðast um landið á bílaleigubíl.

Upplýsingagjöf

- Svarendur óskuðu eftir að bílaleigur myndu veita ítarlegri upplýsingar um bílana og búnað þeirra, íslenska vegi og umferðareglur, áður en lagt er af stað í ferð um landið.
- Ummæli bárust um að bílaleigur ættu aðeins að bjóða upp á fjórhjóladrifna bíla yfir vetrartímamann eða að minnsta kosti mæla eindregið með slíkum bílum vegna öryggisins.
- GPS tækin sem fylgdu bílunum voru sögð oft vera með gömlum úppfærðum kortum.

Öryggisatriði og þjónusta

- Svarendur voru óánægðir með langan biðtíma eftir að fá afhenta bílaleigubíla.
- Svarendur óskuðu einnig eftir því að bílaleigur myndu vera opnar allan sólarhringinn alla daga ársins.
- Að mati svarenda eiga allir bílaleigubílar að búa yfir kaðli til að draga bíla, skóflu og varadekki.
- Mikilvægt væri að geta fengið aðstoð utan þéttbýlis („road side assistance“).



„All hire cars should contain a multi-language booklet briefly explaining important points about road travel in Iceland.“

„Car rental system: too many companies and insurance cover are not enough - for road conditions at some areas, damages were almost expected and not enough warning was provided.“

„People renting cars in winter should be advised that they need a 4X4. We learned our lesson last year and so got a better car this time.“

„Rental car companies having fair, transparent rates, and reprimanded for their shady tactics like charging for damages you did not do.“

„Better explanation of road signs by car rental company.“

„Car rental companies should be required to update the maps in GPS units.“

„Make car rental companies have a tow-rope and shovel in every car during winter.“

„Picking up car rental took over an hour at Keflavik.“

„Renting a car from well-known companies [...] is very expensive. There are, unfortunately, rumours that cheap local firms have unreliable cars, hidden charges etc. This is a difficult problem, but maybe a 'Quality Certification' scheme of car rental firms, with regular checks of such firms, would give more confidence.“



4.7 Keflavíkurflugvöllur og flugfélög

Svarendur nefndu ýmis atriði sem að Keflavíkurflugvöllur og einstök flugfélög gætu bætt. Vert er að benda á að flugið er oft á tíðum bæði fyrsta og síðasta upplifunin sem ferðamaður fær af Íslandi. Mikilvægt er að heildarupplifun ferðamanna litist ekki af neikvæðu atviki í lok ferðar.

Skipulag Keflavíkurflugvallar

- Orð á boð við „crowded“ og „chaotic“ voru algeng lýsingarorð fyrir Keflavíkurflugvöll. Svarendur lýstu því að brýnt væri að stækka flugvöllinn í samræmi við þann fjölda ferðamanna sem um hann fara.
- Einnig væri skortur á sætum, salernum og starfsfólki sem afgreiðir Tax Free.
- Fjöldi farþega ásamt undirmönnun starfsmanna gerði það að verkum að biðtími eftir að mega ganga um borð væri lengri en æskilegt er.
- Aðrir þættir sem þótti mega bæta voru hreinlæti, framboð af verslunum og mat sem og aðgengi að kranavatni. Þeir sem höfðu verið í stop-over ferðalagi óskuðu sérstaklega eftir töskugeymslu og aðrir brottfararþegar nefndu að vöntun væri á þjónustu áður en farið er í gegnum öryggisgæsluna.

Upplýsingagjöf

Ýmis atriði voru nefnd sem annað hvort nauðsynlegt eða æskilegt væri að veita upplýsingar um við komu til landsins.

- Ummæli bárust um að erfitt væri að finna upplýsingar um hvernig best væri að komast til Reykjavíkur. Erfitt væri að finna flugrútur og hvert ætti að halda ef maður ætlaði að keyra sjálfur.
- Svarendur, og sérstaklega þeir sem voru í stop-over, óskuðu eftir því að hægt væri að finna upplýsingar á Keflavíkurflugvelli um

hvað væri hægt að gera í næsta nágrenni flugvallarins. Þeir sem höfðu stutta dvöl á Íslandi sögðu frá því að fáir eða engir möguleikar væru í boði, aðrir en að fara í Bláa Lónið.

Þjónusta

- Svarendur lýstu tilfelli þar sem þeir fengu lélega þjónustu af hálfu flugvallarstarfsmanna eða flugfélaga.
- Þá var starfsfólk í öryggisleit gagnrýnt fyrir að vera ekki nægilega vingjarnlegt.
- Margt var tekið fram sem mætti betur fara er varðar þjónustu einstaka flugfélaga. Svarendur höfðu meðal annars lent í mikilli seinkun á flugi. Aðrir kvörtuðu yfir því að þjónusta um borð hafi verið ófullnægjandi. Í tengslum við þjónustu um borð voru svarendur einnig svektir að fá ekki ókeypis máltíð, sérstaklega í flugum til og frá Norður-Ameríku. Önnur atriði sem óskað var eftir voru að innritun myndi hefjast fyrr, farangursheimild myndi vera rýmkuð og farangursgjöld myndu lækka.

Flugframboð

- Óskað var eftir beinu flugi til Íslands frá tilteknum áfangastöðum og var oft nefnt beint flug frá Asíu.
- Þá var ein af ástæðunum fyrir því að svarendur myndu ekki ferðast aftur til Íslands sú að flugsamgöngur væru bæði dýrar og tímafrekar.
- Aðrir óskuðu eftir að geta flogið beint til Akureyrar, en svarendum fannst erfitt að nýta innanlandsflugið.
- Einnig vildu svarendur gjarnan sjá aukið flugframboð til Íslands yfir vetrartímann.
- Mörg flug til Evrópu fara frá Íslandi milli 06:00 og 08:00 og lögðu svarendur til að flug á



leiðinni til Evrópu væri seinna að degi til. Erfitt væri að vakna um miðja nótt til að fara á völlinn og morgunflugið stytta tímann verulega, sem svarendur hefðu til að verja á Íslandi.

- Óskað var einnig eftir lækun á flugfargjöldum til Íslands sem og innanlands, sérstaklega í ljósi þess að kostnaður við að dvelja á Íslandi (t.d. gisting og matur) væri hár.

Samgöngur til og frá Keflavíkurflugvelli

- Svarendur töldu verðið sem greitt er fyrir rútuferð á milli Keflavíkurflugvallar og Reykjavíkur vera of hátt. Margir hefðu viljað taka strætó, en erfitt reyndist að nálgast upplýsingar um strætóferðir. Auk þess fer strætó færri ferðir og því hentaði ekki alltaf að taka strætó.

- Svarendum fannst rútuferðin milli Keflavíkurflugvallar og Reykjavíkur vera tímafrek og því lögðu margir til að bjóða upp á lest sem myndi spara tíma.
- Óskað var eftir betri, þ.e. tíðari og hraðari, samgöngum á milli Keflavíkurflugvallar og Bláa Lónsins.
- Svarendur sögðu frá langri bið eftir rútum sem fara með farþega frá Keflavíkurflugvelli að bílaleigum og óskuðu eftir því að rúturnar myndu fara oftar.





„Cost of flights to actually get there need to be lower, as it offsets the high cost of living whilst there.“

„I would like an afternoon flight out of Keflavík - so you could maximise your time in Iceland.“

„Improve flight times from Manchester - I lost two travel days.“

„The personell at the airport, especially in the food corners, they were uninterested to the level of rudeness. Not a very good last impression before leaving Iceland.“

„The airport was chaotic and a lot of people were getting upset at the situation and each other. Not a nice way to end a fantastic trip.“

„The airport needs to grow to accommodate more people. It was too chaotic.“

„The transport to and from Keflavik airport could be better and faster.“

„Make it easier to buy local bus tickets at the international airport. There is no information about local bus routes (Straeto) at the airport, and you need to buy them from a convenient store which seemed sketchy. Straeto would increase profits by making it easier to buy tickets at the airport, because they are so much cheaper than [company name] tickets, for example. But as it is, it is difficult to tell there is even a local bus option unless you have researched your trip in extreme detail prior to coming to Iceland.“



4.8 Vegakerfið

Svarendur voru beðnir um að gefa álit sitt á nokkrum þáttum vegakerfisins með einkunnagjöf á bilinu 0-10. Um helmingur gaf öllum þáttum hæstu einkunn og skoruðu öryggismál hæst með meðaleinkunn 8,5. Þó meirihluti svarenda hafi verið ánægður með þá þætti vegakerfisins sem spurt var um, voru um 30% svarenda sem gáfu þeim miðlungseinkunn (7-8) og um 10-18% lægstu einkunn (<6). Ástand vega fékk lægstu meðaleinkunn (8,1) (Oddný Þóra Óladóttir, 2019). Hér á eftir verður farið yfir hvern þátt fyrir sig.

Ástand vega

- Óskað var eftir því að helstu vegirnir, svo sem hringvegurinn og tengivegir, yrðu malbikaðir. Helsta ástæðan fyrir því var að akstur á malarvegum væri líklegri til að valda skemmdum á bílaleigubílum og slíkt reynist mjög kostnaðarsamt. Svarendur báru oft lítið traust til bílaleiga og óttuðust að þurfa að greiða óhóflegt verð fyrir skemmdir (sjá einnig 4.6 Bílaleigur). Akstur á malbikuðum vegum spari einnig tíma og veiti aðgengi að fleiri ferðamannastöðum, sem svarendur mátu mikils í ljósi þess að þeir gátu þá séð fleiri staði á skemmri tíma. Þó voru aðrir svarendur sem sáu hag í malarvegum og takmörkuðu aðgengi, en þeir töldu að vernda þyrfti marga ferðamannastaði (sjá einnig 4.10 Ferðamannastaðir)
- Holur væru algengar, bæði í malbiki og á malarvegum. Þessar holur væru ekki aðeins hættulegar heldur auka þær einnig líkur á skemmdum á bílaleigubílum.
- Í tengslum við þörf á betrubótum á vegum voru oftast tekin dæmi um Dettifossveg og Vestfirði.

Leiðamerkingar

- Vöntun væri á leiðamerkingum sem benda á áfangastaði/viðkomustaði, svo sem útsýnisstaði, tjaldsvæði, ferðamannastaði, upplýsingamiðstöðvar, veitingastaði eða kaffihús.
- Sumar leiðamerkingar væru eingöngu á íslensku eða tilgreina íslensk heiti á tilteknum stöðum og eru þ.a.l. óskiljanlegar fyrir erlenda ferðamenn. Svarendur lögðu til að hafa skilti á fleiri tungumálum eða notast við myndræn tákni til þess að ferðamenn átti sig á því um hvaða/hvers konar stað sé að ræða.
- Ummæli bárust um að skilti sem benda á hvers kyns áfangastaði eða viðkomustaði kæmu of seint og oft væri því keyrt framhjá afleggjara. Óskað var eftir því að fjölga skiltum og tilkynna um áfangastaði/viðkomustaði með góðum fyrirvara.
- Vöntun væri á skiltum sem leiðbeina í átt að áfangastöðum og sem upplýsa um vegalengdir að næsta áfangastað. Einnig var óskað eftir skiltum sem tilgreina vegalengd að næstu bensínstöð.
- Vöntun væri á skiltum sem segja til um hvað vegurinn heitir (veganúmer) sem verið er að aka eftir.
- Leiðamerkingar sem þegar eru til staðar væru í of smáu lettri og illlæsilegar. Á veturna væri oft ekki hægt að lesa skilti vegna snjóar.

Umferðamerki og yfirborðsmerkingar

- Að mati svarenda er vöntun á akreinalínum víðsvegar.
- Bent var einnig á að erfitt væri að sjá akreinalínur á veturna því erfitt væri að koma augu á hvítu línurnar í snjó og hálfu. Í tengslum við það lögðu þátttakendur til að línurnar ættu að vera gular frekar en hvítar.



Áningarstaðir/útsýnisstaðir

- Vöntun sé á stöðum meðfram vegum þar sem hægt er að leggja bílum til þess að taka myndir, skoða útsýnið, sjá norðurljós og/eða fá sér nesti.
- Þörf sé á að fjölga áningarstöðum þar sem ýmis þjónusta er í boði, svo sem salerni, veitingasala og bensínstöðvar.
- Sérstaklega er óskað eftir stöðum sem bjóða upp á skýli.

Upplýsingagjöf/leiðbeiningabæklingar

- Að mat svarenda er vöntun á upplýsingum um ástand vega. Upplýsingar frá vegagerðinni (road.is) voru ekki alltaf taldar vera nægilega aðgengilegar. Svarendur nefndu að upplýsingar á skiltum eða í gegnum síma (sms/app) væru nauðsynlegar. Betur þyrfti að vara við illfærum vegum, bæði malarvegum sem og vegum sem væru illfærir vegna veðurs.
- Einnig þyrfti að vara betur við óveðri með því að setja upp skilti við veginn sem tilkynna um yfirvofandi óveður.
- Óskað var eftir bæklingi með útskýringum á íslenskum vegaskiltum og umferðarlögum, sem og upplýsingum um hvað þurfi að hafa í huga þegar ferðamenn keyra fjórhjóladrifinn bíl, aka yfir ár og keyra í snjó (í fyrsta sinn).
- Svarendur vildu einnig geta nálgast upplýsingar um hvar löggæslumyndavélar eru staðsettar.

Aksturslag ökumanna

- Svarendur sögðu aðra erlenda ferðamenn ekki þekkja íslenskar ökureglur og ekki kunna að keyra í snjó og hálku, sem skapar hættu.
- Þeir nefndu að íslenskir ökumenn sem og rútubílstjórar/leigubílstjórar virði ekki alltaf hraðatakmarkanir og áreiti ferðamenn sem keyra löglega.

Öryggismál

- Á veturna væri mikið um snjó og hálku á vegum sem skapi hættu.
- Vöntun er talin á vegriðum, sérstaklega við sjó og við fjöll.
- Vegir þyrftu að vera breiðari og oft er erfitt að mæta öðrum vegfarendum, sérstaklega rútum. Einnig gefst lítið pláss fyrir hjólréiðamenn (sjá einnig 4.9 Skipulag: samgöngur og þjónusta)
- Blindhæðir, einbreiðar brýr og einbreið göng eru talin einstaklega hættuleg. Tilkynna þurfi með skiltum um væntanlegar einbreiðar brýr og aðrar hættur með góðum fyrirvara.
- Óskað var eftir því að fjölga endurskinsmerkjum og hafa vegina upplýsta.
- Skortur á áningarstöðum geri það að verkum að margir ökumenn stoppa á miðjum vegi og ógna þar með öryggi annarra. Ökumenn geta ekki stoppað bifreið í neyðartilfellum án þess að ógna öryggi annarra.
- Svarendur töldu einnig að of mörg ökutæki (bílar og rútur) væru á vegunum, því væri umferðin þung.



„Have a public campaign to advise Icelandic drivers (who always drive well above the speed limit) to respect drivers who are observing the speed limit - not harass them with gestures or blowing horn etc.“

„Do not make everything accessible. Iceland is nature - not asphalt.“

„In scenic places, ensure people can stop at a Parking. Now we saw people stopping on the side of the road, places where they shouldn't, and just driving back on to the road without looking.“

„Tour bus drivers don't make space for oncoming traffic on small roads, even if they have space to move over a little for comfort.“

„Some roads are pretty bad - but then it is nice that there are not that many tourists in those areas.“

„ [...] The main road around the country is too narrow and there are FAR too many unpaved areas. When in a rental car, and knowing the tactics of rental car companies in places like Iceland (Europe in general), it does not encourage us to suggest to others considering a visit to Iceland to rent a car and get to more remote regions of the country because it's too risky. If the roads were improved, this would be a much smaller concern. But it was a very big concern for us. Countless times on the gravel parts of the road, we slowed to 30 or 40 km/h, and nearly stopped when oncoming traffic was approaching, lest the speeding drivers in the opposite direction kicked up stones that could have damaged the rental car [...].“

„More electronic signboards on the road to show road conditions as in slippery, accidents, windy or anything that we need to be aware of when on the road.“

„Make better roads, the roads are dangerous to drive when it rains a lot. People are driving too fast, you need more police to control the speed limits.“

„Road signs, sometimes they were just on the turn, and if you are driving at 90km/h it is not easy to make a turn ;).“



4.9 Skipulag: samgöngur og þjónusta

Strætó

Óskað var eftir betri almenningssamgöngum. Svarendur töldu samgöngur vera dýrar á Íslandi, hvort sem um er að ræða leigubíla, bílaleigubíla, rútur eða strætó. Í ljósi þess að strætó er þó ódýrasti kosturinn, höfðu margir svarendur áhuga á að nýta sér strætó, en reynist þó erfitt að skilja og nýta sér strætó. Óskað var eftir

- fjölgun strætóferða, sérstaklega á sunnudögum
- fleiri strætóleiðum sem tengja við fleiri áfangastaði utan höfuðborgarsvæðisins
- að auðveldara væri að kaupa miða í strætó; þ.e. að sölustöðum fjölgi og hægt sé að nota kreditkort sem og reiðufé
- að hægt væri að kaupa 24 klukkutíma miða, frekar en dagspassa

Tekið var fram að almenningssamgöngur væru ekki nægilega góðar og því þyrftu ferðamenn oft að reiða sig á skipulagðar ferðir eða keyra um Ísland á bílaleigubíl. Þessir tveir valkostir eru hins vegar dýrari, auk þess sem skipulagðar ferðir eru ekki vinsæll valkostur meðal þeirra, sem ferðast helst á eigin vegum. Einhverjir óskuðu eftir lestarsamgöngum eða Uber á Íslandi.

Pick-up og drop-off í miðborg Reykjavíkur

Lýst var yfir óánægju með stoppistöðvar sem settar hafa verið upp í miðborg Reykjavíkur. Þar bíða farþegar eftir að vera sóttir í skipulagðar ferðir. Ferðaðþjónustufyrirtæki gefa upp tíma-ramma sem spannar u.þ.b. 30 mínútur til að sækja farþega. Óánægja svarenda snéri einna helst að eftirfarandi:

- Erfitt væri að finna stoppistöðvarnar og þær væru ekki alltaf vel merktar.
- Það er engin aðstaða við stoppistöðvarnar og í vondu veðri og kulda þurfa farþegar að bíða í kulda, án þess að geta farið í skjól.

- Skortur sé á bekkjum svo farþegar geti setið á meðan þeir bíða eftir að vera sóttir. Þetta þyrfti sérstaklega að bæta fyrir eldra fólk.
- Svarendur óskuðu eftir því að geta valið (og voru tilbúnir að greiða aukalega fyrir) að vera sóttir á hótelið sitt. Þetta átti aftur sérstaklega við um fólk, sem átti erfitt með að ganga langar vegalengdir.

Hjólreiðar

- Svarendur sögðust hafa áhuga á því að geta leigt hjól til að ferðast, en töldu að skortur væri á að möguleikum að leigja hjól hringinn í kringum landið.
- Tekið var fram að hægt er að leigja hjól í Reykjavík, en svarendur óskuðu eftir því að hægt væri að nálgast hjól á fleiri stöðum í Reykjavík en í boði var.
- Svarendur töldu nauðsynlegt að bæta íslenska vegakerfið með því að útbúa sérstakar hjólreiðaakreinar og veita hjólreiðamönnum þar með tækifæri til að ferðast á öruggan máta um landið.

Opnunartímar

- Að mati svarenda þarf að lengja opnunartíma verslana, safna, kaffihúsa, sundlauga, banka og veitingastaða, sérstaklega á sunnudögum og um hátíðir.
- Ýmis þjónusta og afþreying er ekki í boði á veturna.
- Svarendur sögðust hafa komið snemma til Reykjavíkur og ekki getað innritað sig á hótelið strax. Staði skorti sem opna snemma, t.d. kaffihús, þar sem gestir geta beðið.
- Svarendur sögðu einnig að þeir væru oft seint á ferðinni. Skipulagðar dagsferðir standa yfir allan daginn og oft væru verslanir búnar að loka þegar svarendur kæmu aftur á hótelið.



Lítið er í boði sem ferðamenn geta gert á kvöldin.

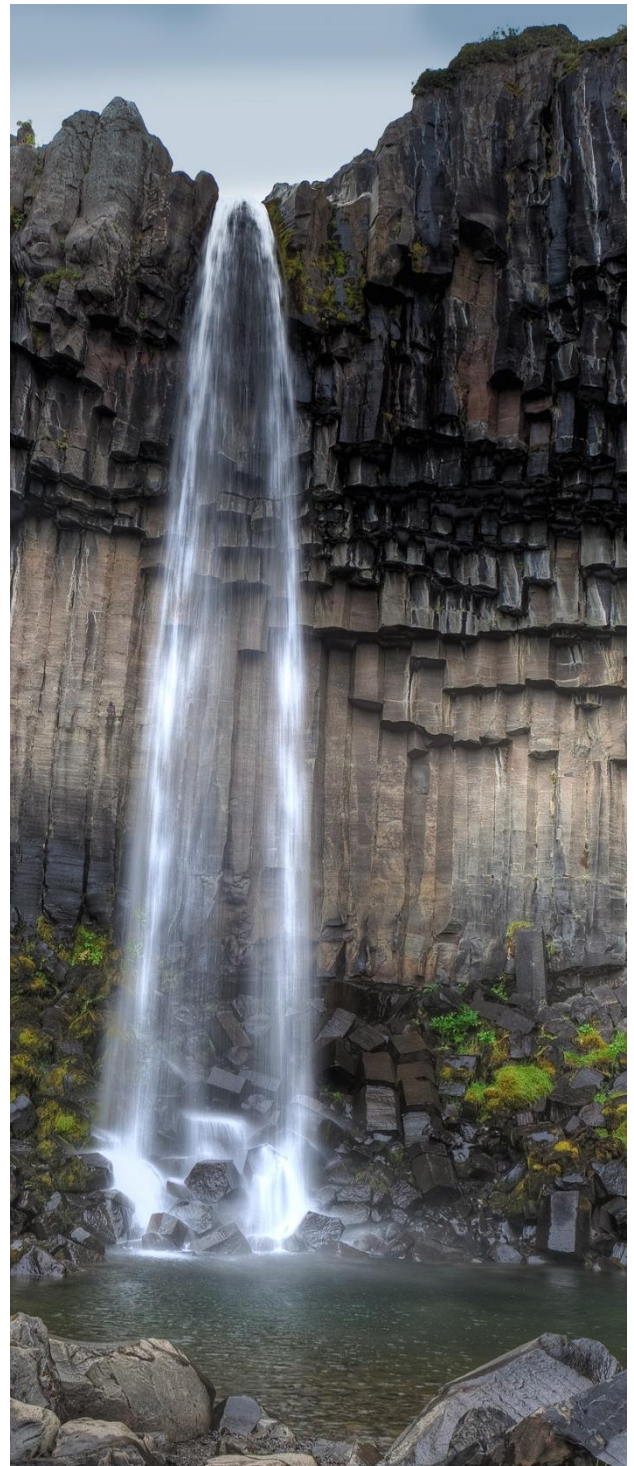
- Svarendur hefðu einnig oft rekist á rangar upplýsingar um opnunartíma, sem leiddi til þess að þeir gátu ekki heimsótt tiltekna staði.

Önnur þjónusta til ferðamanna sem skortir eða þarf að bæta

- Vöntun sé á upplýsingamiðstöðvum. Óskað var eftir því að geta nálgast áreiðanlegar og opinberar upplýsingar um Ísland og íslensk ferðapjónustufyrirtæki. Ýmsar upplýsingar væri að finna á heimasíðum fyrirtækja, en svarendur sögðu ekki geta treyst slíkum upplýsingum. Óskað var eftir því að hið opinbera myndi veita upplýsingar um t.d. ferðamannastaði, gististaði, bílaleigur, söfn og norðurljós.
- Einnig lögðu svarendur til að auka framboð á kortum (kort yfir vegi, tjaldsvæði, almenningssamgöngur, gönguleiðir, tiltekna ferðamannastaði, svo eitthvað sé nefnt) og bæta gæði þeirra sem nú eru í boði, en er erfitt að lesa og fylgja.
- Óskað var eftir aðgengi að þráðlausu neti t.d. á torgum í þéttbýlum.
- Óskað var eftir aðgengi að kranavatni til að fylla á vatnsbrúsa.
- Vöntun sé á bílastæðum, sér í lagi í Reykjavík.
- Fjölga þarf stöðum þar sem hægt er að umbreyta gjaldmiðli í íslenskar krónur, en bankar eru með takmarkaða opnunartíma. Svarendur óskuðu einnig eftir að geta borgað með erlendri mynt á fleiri stöðum en í boði var.
- Ýmsir þjónustuþættir eru veittir í gegnum sjálfsala og ekki er hægt að fá aðstoð við, t.d. að taka eldsneyti eða borga fyrir bílastæði. Oft á tíðum reynist erfitt að skilja slíka sjálfsala. Svarendur lentu í vandræðum með að borga fyrir eldsneyti vegna þess að

kreditkortin þeirra voru ekki útbúin örgjörvum og PIN-númeri.

- Vöntun sé á leigu á útivistarfatnaði/búnaði.
- Bæta þurfi möguleika á endurgreiðslu virðis- aukaskatts með því að fjölga verslunum sem bjóða upp á tax-free verslun og með því að lækka upphæðina sem þarf að versla fyrir til þess að fá tax-free.





„The information on the internet is too chaotic. There are like 500 tourist information sites but still a lot of them don't provide enough information. So you go through everything to find, for example, the best car rental service. And if you want to find a hostel in Akureyri, you still have to go through 15 sites to finally be able to book something. It's all way too complicated.“

„Public transport is definitely something that should be improved, not only expensive but inefficient.“

„Something should be open early for when people arrive in the early hours of the morning and are unable to check in to their hotel.“

„I have knee problems. Waiting standing for 30 minutes for a bus is something that I cannot do.“

„Pick up at bus stops should be shorter time interval. 30 min wait outside in the cold is too long.“

„I am not a rich tourist who rents a huge SUV-car when I travel to Reykjavik, instead I use the public transportation. I found this a bit complicated in Reykjavik. I did not have internet so I could not use the app and I could not find an office to buy tickets or ask for help in Hlemmur (for example), even though I had found info that there was an office there (it was impossible to find). So – it would be great if Reykjavik could make the public transportation more friendly! Maybe an office in Hlemmur with generous opening hour. Maybe signs in the bus stops with maps of the bus lines etc. I think many could benefit from this since the city centre is already getting crowded with huge cars....“

„In the downtown part, the shops were closed very early. The shops were also opened late in the morning. As a tourist I believe they should have better hours so that I can go somewhere after returning from a tour during the day. Many times we were forced to go back to the apartment because there was nothing to do in the town.“



4.10 Ferðamannastaðir

Svarendur voru beðnir um að gefa álit sitt á nokkrum þáttum í tengslum við ferðamannstaði með einkunnagjöf á bilinu 0-10. Öryggismál og almennt ástand fengu þar hæstu meðaleinkunn (8,8), á meðan fjöldi ferðamanna fékk lægstu meðaleinkunn (7,3) (Oddný Þóra Óladóttir, 2019). Hér á eftir verður farið nánar yfir hvern þátt.

Merkingar og upplýsingar

- Óskað var eftir því að setja upp skilti með upplýsingum við alla ferðamannastaði, sem telja upp og segja frá sérkennum staða. Svarendur lýstu því að þeir hefðu stundum ekki vitað hvað þeir væru raunverulega að skoða og hefðu viljað fá upplýsingar um náttúru og/eða sögu staðarins.
- Svarendur lögðu einnig til að fjölga upplýsingabæklingum um ferðamannastaði, sér í lagi um þjóðgarða. Slíkir upplýsingabæklingar hjálpuðu ferðamönnum að átta sig á staðháttum.
- Einnig var lagt til að fjölga landvörðum sem gætu síðan deilt þekkingu sinni um svæðið.
- Sérstaklega var óskað eftir betri kortum, merkingum og upplýsingum er kemur að gönguleiðum. Svarendur töldu vera skort á leiðarvísun meðfram gönguleiðum. Einnig vantaði upplýsingar um gönguleiðina áður en lagt var af stað, hversu löng, erfið eða brött leiðin er.
- Margir svarendur óskuðu eftir að upplýsingar á ferðamannastöðum væri einnig settar fram á öðrum tungumálum en íslensku og ensku.

Aðgengi

- Nokkuð margar athugasemdir voru um að bæta þyrfti aðgengi fyrir hreyfihamlaða og aldraða.

- Sumir svarendur kvörtuðu yfir lokunum á ákveðnum svæðum, á meðan aðrir sýndu því skilning með tilliti til verndunar náttúrunnar.
- Einnig óskuðu sumir svarendur eftir því að allir vegir og slóðar á Íslandi yrðu malbikaðir til að auka aðgengi að ferðamannastöðum, á meðan aðrir óskuðu eftir því að viðhalda malarvegum til að vernda náttúru með takmörkuðu aðgengi.

Hreinlætisaðstaða

- Óskað var eftir því að fjölga salernum víðsvegar um landið, bæði við ferðamannastaði, en einnig meðfram vegum og við tjaldsvæði. Einnig var bent á að salerni þyrftu að vera opin allt árið um kring, á sumrin sem og veturna, og að nauðsynlegt væri að bæta upplýsingar um hvar þau væri að finna.
- Svarendur bentu einnig á að hreinlæti salerna væri ábótavant.
- Svarendur óskuðu eftir því að nota salerni þeim að kostnaðarlausu. Ekki væri sanngjarnt að borga fyrir notkun á skítugum salernum. Einnig bentu margir á að notkun salerna ætti að vera þeim að kostnaðarlausu, ef greitt er bílastæðagjald. Svarendur óskuðu eftir því að greiða eitt gjald, frekar en að greiða sérstakt gjald fyrir hverja þjónustu sem þeir nýttu sér.
- Bent var á að hægt ætti að vera að greiða fyrir salerni bæði með korti og klinki.

Öryggismál

- Athugasemdir um öryggi á ferðamannastöðum snéru fyrst og fremst að stígum og tröppum yfir vetrartímann. Margir svarendur töldu mikla slyshættu stafa af snjó og ís á stígum og tröppum, sér í lagi við fossa. Óskað var eftir því að halda stígum og tröppum auðum allan ársins hring. Þetta átti bæði við



ferðamannastaði og gönguleiðir utan höfuðborgarsvæðisins sem og innan þess.

- Lagt var til að ferðamenn gætu leigt mannbrodda á ferðamannastöðum yfir vetrartímann.
- Óskað var eftir að fjölga girðingum á stöðum, þar sem hætta væri á falli.
- Einnig var óskað eftir að fjölga landvörðum og björgunarmönnum við ferðamannastaði til að tryggja öryggi.

Umgengni

- Ummæli bárust af slæmri umgengni af hálfu annarra ferðamanna sem svarendur hefðu orðið vitni að. Ferðamenn voru sagðir ekki virða takmarkanir og lokanir, voru sagðir skilja eftir sig rusl og eyðileggja jarðveg sem og gróður.
- Til að koma skilaboðum til annarra ferðamanna um æskilega umgengni lögðu svarendur til að sett yrðu upp skilti við ferðamannastaði. Slík skilti myndu tilgreina hegðunarreglur og þessar reglur myndu þá gilda á ferðamannastöðum víðsvegar um Ísland.
- Óskað var eftir því að ferðamenn yrðu hvattir til að sýna umhverfissvæna hegðun og í samræmi við það þyrfti að gefa þeim tækifæri til þess að vera umhverfissvæn, t.d með því að fjölga ruslatunnum.
- Í ljósi þess að svarendur höfðu orðið vitni að slæmri umgengni bentu svarendur á að fjölga mætti landvörðum til að gæta umgengni og var einnig lagt til að refska ferðamönnum sem sýndu slæma umgengni (t.d. sektir).
- Svarendur gáfu einnig til kynna að notkun dróna væri truflandi og margir ferðamenn hefðu ekki virt bann við notkun þeirra. Mikilvægt væri að fylgja því eftir.

Fjöldi ferðamanna

- Athugasemdir bárust um að fjöldi ferðamanna við ferðamannastaði og á Íslandi í heild væri orðinn of mikill. Óskað var eftir því að stýra og takmarka fjölda ferðamanna.
- Svarendur höfðu sérstaklega áhyggjur af rútuferðum og skemmtiferðaskipum, en slíkur ferðamáti gerði það að verkum að mikill fjöldi fólks kæmi saman á ferðamannastöðum á sama tíma.
- Fjöldi ferðamanna hafði áhrif á upplifun svarenda. Ágangur ferðamanna olli náttúru-spjöllum og skapaði ágreining milli ferðamanna.
- Fjöldi ferðamanna gerði það að verkum að svarendum fannst þjónustustig og innviðir líða fyrir það.

Almennt ástand

- Með tilliti til ástands ferðamannastaða var helst talað um að mikið rusl væri að finna í náttúrunni og miðborg Reykjavíkur. Fjölga þyrfti ruslatunnum um land allt.

Skipulag og stýring

- Óskað var eftir því að ferðamannastöðum yrði betur stýrt með tilliti til fjölda ferðamanna sem um svæðin ganga. Þá var lagt til að takmarka fjölda gesta.
- Óskað var eftir að fjölga girðingum til þess að auka öryggi en einnig til þess að vernda náttúru fyrir umgengni ferðamanna.
- Einnig komu ábendingar um að fjölga mætti verslunum, kaffihúsum/veitingahúsum eða setja upp skýli til þess að ferðamenn hefðu aukna möguleika á að hvíla sig frá veðrinu.
- Þó voru aðrir sem lögðust gegn því að fjölga girðingum og öðrum mannvirkjum og vildu viðhalda náttúrulegu umhverfi.



„More information about what each marked site is. There are tons of sights marked along the road but a majority of the time you have no clue what the site is and hence don't know if you want to stop. A good brochure or map with a short description of each site would be helpful.“

„I appreciate the efforts to protect the nature but at a point I feel like it's keeping people from enjoying it. The first things that comes to mind were the amount of roped off areas at many tourist sites. I understand they are meant to protect but it sort of prevents from exploring or connecting with the surrounding beauty.“

„Safety measures at certain waterfalls - currently wading very close to the edge of a cliff with no rail.“

„Some sidewalks at nature sights were super slippery and no railing.“

„Can you restrict tourists or disperse us more evenly? So many Americans, I often felt like I was in America.“

„If you pay for the toilet, it has to be clean.“

„Create clear and strict rules for tourists: Respect the nature.“

„The large number of 'hop on, hop off' tourists, in big crowds, only chasing waterfalls and making photos as they push you away to have the best view.“





4.11 Stefnumótun

Landkynning og markaðssetning

Svarendur nýttu tækifærið til að koma á framfæri hvað mætti betur fara er kemur að markaðssetningu Íslands í heild sem og einstakra ferðamannastaða.

- Lagt var til að auglýsa Ísland betur sem áfangastað víðsvegar um heiminn. Skortur væri á upplýsingum um hvað væri í boði á Íslandi og mikil tækifæri lægju í að fjölga auglýsingum. Þó voru einnig aðrir svarendur sem hvöttu til þess að hætta að auglýsa Ísland vegna fjölda ferðamanna sem nú þegar kemur til landsins.
- Svarendur gagnrýndu auglýsingar og markaðssetningu um Ísland, þá sér í lagi vegna þess að það skorti heiðarleika. Svarendur töldu að mikið væri um falskar auglýsingar, sem síðan myndu skapa væntingar sem ekki yrðu uppfylltar. Í þessu samhengi var oft nefnt dæmi um norðurljósaferðamennsku. Auglýsingar um Ísland og ferðir sýndu myndir af norðurljósum, þar sem litur ljósanna væri ýktur og mönnum talin trú um að líkur á að sjá ljósin væru meiri en þær í raun eru.
- Svarendur lögðu til að aukin áhersla yrði lögð á að markaðssetja íslenskar vörur, svo sem íslenskan mat.
- Þeir lögðu einnig til að markaðssetja ekki aðeins náttúrufergurð Íslands heldur einnig menningu og sögu landsins.
- Svarendur sögðu að mikilvægt væri að auglýsa betur staði sem fáir heimsækja til þess að stuðla að dreifingu ferðamanna, verndun náttúru og til þess að auka möguleika á ótruflaðri upplifun. Þá væri einnig mikilvægt að auglýsa betur ákveðin tímabil (mánuði) þar sem fáir ferðamenn koma til Íslands.

- Aðrar athugasemdir tengdar markaðssetningu og landkynningu snéru að því að auka auglýsingar tengdar náttúruvernd og verndun dýralífs, t.d. herferð gegn hvalveiðum.

Náttúruvernd

- Óskað var eftir því að náttúruvernd yrði gert hátt undir höfði í íslenskri stefnumótun. Náttúruvernd var sögð eiga að spila stórt hlutverk í ákvarðanatöku um hvernig þróa eigi ferðaþjónustu á Íslandi. Fyrst og fremst þyrfti að koma í veg fyrir neikvæð áhrif af völdum ágangs ferðamanna.
- Fjölgun landvarða væri nauðsynleg til þess að tryggja að umgengnisreglum um ferðamannastaði sé fylgt eftir.
- Óskað var eftir því að auka fræðslu um náttúruumgengni til ferðamanna.
- Lagt var til að fækka ferðum sem hafa neikvæð áhrif á umhverfið og dýralíf, svo sem þyriluferðir, flugferðir, hvalaskoðun, skemmtiferðaskip, og vildu svarendur þess í stað sjá fjölgun rafbíla og annarra umhverfisvænna samgönguleiða.
- Svarendur nefndu að plastnotkun í íslenskri ferðaþjónustu væri mikil og óskuðu eftir því að fækka eða jafnvel banna plast.
- Talið var mikilvægt að byggja ekki fleiri mannvirki (t.d. bílastæði, hótél) til þess að vernda náttúru og upplifun.

Viðhalda því sem er íslenskt

- Svarendur furðuðu sig á því að erfitt væri að hitta Íslendinga. Þeir töldu Íslendinga vinna sjaldan í ferðaþjónustu, en svarendur höfðu mikinn áhuga á að komast á tal við Íslendinga.
- Svarendur höfðu áhyggjur af því að íslensk ferðaþjónusta myndi glata því sem gerir Ísland að áhugaverðum áfangastað með því



- að fjölga minjagripaverslunum og hótélbyggingum.
- Framboð á minjagripum er eins á flestum stöðum og svarendur voru svektir að sjá að flestir minjagripir eru framleiddir í Kína. Þeir óskuðu eftir því að geta verslað fjölbreytta íslenska muni, sem tengdust staðhátum.
 - Svarendur hvöttu íslenska ferðapjónustu til að viðhalda íslensku máli og heitum í ferðapjónustu, en lýst var yfir áhuga á því að geta sagt og borið fram íslensk orð. Þó væri mikilvægt að upplýsingar séu líka aðgengilegar á ensku og öðrum tungumálum.

„In Italy there is little information about the beauty of your island and what it can offer, but above all there is so much wrong information circulating.“

„Retain the integrity and culture— tourism is fine but use proper slow and steady planning. You are forgetting why tourists came here in the first place!“

„Don't let too many tourist shops open in the city centre, we want to see the true Iceland not rows of gift shops.“

„Truth in advertising—be upfront about the unreliability of natural phenomena and not use factors you cannot control as selling points for tours.“

„More advertising to get more tourists - I am doing my best for you.“

„Less advertising. Let people discover Iceland. Starting to get littered by undeserving people.“

„Make the tourist industry as ecologically sustainable and environmentally friendly as possible and make sure we know how sustainable everything is.“



4.12 Ásýnd og framkoma

- Þó margir svarendur hefðu talið Íslendinga og þeirra gestrisni vera minnisstæða (sjá einnig 3.2 Menning), var einnig tekið fram að oft þyrfti að bæta viðmót Íslendinga.
- Íslendingar voru sagðir vera neikvæðir í garð ferðamanna og svarendur hefðu upplifað Íslendinga sem dónalega, óhjálpsama og óvingjarnlega. Þetta átti bæði við um fólk almennt sem og starfsfólk í ferðaþjónustu. Þá sögðu svarendur að Íslendingar væru sérstaklega ókurteisir við ferðamenn sem ekki tala ensku. Tekið var fram að Íslendingar mættu brosa oft.
- Svarendur höfðu á tilfinningunni að áhugi Íslendinga á ferðamönnum takmarkist við möguleikann á að græða á ferðamönnum. Efnahagslegur ávinningur væri mikilvægari en fagleg gæðþjónusta.
- Starfsfólk í ferðaþjónustu var sagt oft á tíðum veita lélega þjónustu og lögðu svarendur til að þjálfun starfsmanna yrði bætt. Einna helst þyrftu ungir Íslendingar í ferðaþjónustu og rútubílstjórar að bæta viðmót og fagmennsku sína.
- Svarendur töldu að í Reykjavík væri margt fólk sem drekkur, skilur eftir sig rusl og hefur hávaða að kvöldi til og um helgar.
- Þeir nefndu einnig að það þyrfti að fjarlægja veggjakrot til þess að bæta ásýnd borgarinnar og landsins.

„A lot of places we visited, the staff was as cold as the weather.“

„I do not find Icelanders friendly at all. Why do you not say 'hello'?“

„I felt that many people from Iceland were not a fan of tourists and I did not feel I could interact with them.“

„[Icelanders are] unfriendly people that mostly want your money and nothing else.“



4.13 Veðrið

Ekki kemur á óvart að veðrið hafði einnig áhrif á upplifun og hvort svarendur töldu sig geta mælt með Íslandi sem áfangastað eða ekki. Svarendur tóku fram að veðrið væri að sjálfsögðu þáttur sem íslensk ferðapjónusta gæti ekki bætt. En oft kemur veðrið í veg fyrir að hægt sé að ferðast á

ákveðna staði eða gerir það að verkum að ákveðinni afþreyingu eða skipulagðri ferð sé aflýst. Skiljanlega voru svarendur svekktir yfir slíku. Veðrið var þó oftast nefnt samhliða öðrum neikvæðum atriðum, svo sem háu verðlagi eða lélegri þjónustu.

„The only thing on the trip that could have been better was the weather, which the tourist industry has no control of.“

„More advice regarding unpredictable weather conditions and that tours may be cancelled with little warning. Might help travellers to better prepare for disappointment.“

„Expensive accommodations, very expensive for the quality they offer; expensive food, in general; those who attend in the establishments including the airport are unfriendly [...]. If we add that the weather does not accompany in 2 of every 4 days, this does not recommend this destination much.“

4.14 Allt er fínt

Mikilvægt er að hafa í huga að það bárust einnig margar athugasemdir um að það væri ekkert sem íslensk ferðapjónusta þyrfti að bæta. Ummæli bárust um að dvöl á Íslandi hafi verið fullkomin

upplifun og að lítið sem ekkert þyrfti að bæta. Slík ummæli styðja við þær niðurstöður að yfirgnæfandi meirihluti ferðamanna var ánægður með Íslandsferðina (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

„Iceland is perfect as is! Don't change a thing.“

„We did not experience anything that we felt needed to be improved on. Our trip was beyond amazing.“

„I thought that the trip was exceptional & there is not a thing that I could think of to improve it.“

„I'm still glowing from my experience and struggle to say anything negative.“



5. Niðurstöður



5. Niðurstöður

Í upphafi þessarar skýrslu voru settar fram tvær spurningar

- *Hvernig stuðla náttúra, menning og afþreying að upplifun ferðamanna?*
- *Hvernig getur íslensk ferðaþjónusta bætt upplifun ferðamanna með tilliti til fagmennsku, gæða og öryggis?*

Farið var yfir niðurstöður landamærakönnunar með tilliti til þess hvaða upplýsingar könnunin veitir um upplifun ferðamanna á Íslandi.

Hvernig stuðla náttúra, menning og afþreying að upplifun ferðamanna?

Lengi hefur verið vitað að náttúra Íslands spilar lykilhlutverk í íslenskri ferðaþjónustu. Hún er aðalaðdráttarafi landsins og mótari þar með væntingar og upplifun ferðamanna (Auður H. Ingólfssdóttir o.fl., 2018; Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013; Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017; Þingskjal nr. 717/2018). Niðurstöður landamærakönnunar staðfesta að náttúra Íslands gegnir slíku lykilhlutverki. Náttúran, sérstaklega ósnortin náttúra og hreinleiki landsins, draga ferðamenn hingað í heimsókn. Eins er náttúruupplifun helsta ástæða þess að ferðamenn mæli með Íslandi við vini og ættingja (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Náttúran er einnig það sem ferðamönnum er minnisstæðast. Þegar spurt var um hvað væri minnisstæðast úr Íslandsferðinni var upplifun af náttúru Íslands oftast nefnd. Svörin voru jákvæð og flestir nefndu almenna fegurð náttúrunnar, en jöklar voru það náttúruþyrirbæri sem þótti sérstaklega eftirminnilegt.

Náttúru Íslands var lýst sem einstakri, ósnortinni og villtri. Þetta er í samræmi við margar kenningar sem hafa lagt fram útskýringar á því af hverju maðurinn sækir í náttúrna. Að dvelja í náttúrulegu umhverfi veitir möguleikann á að losna úr daglegu lífi sem einkennist af streitu. Með því að njóta íslenskrar náttúru geta ferðamenn komist í „annan og betri heim“ (Gunnþóra Ólafsdóttir o.fl., 2017, 11), sem endurspeglast í lýsingum svarenda. Svör ferðamanna gefa vísbendingar um að náttúra Íslands er frábrugðin þeirra daglega umhverfi og laus við það manngerða, sem skapar streitu í hversdagsleikanum.

Aðrar kenningar hafa lagt áherslu á að maðurinn sækir í náttúruna til þess að kljást við ógnanir og hindranir (Gunnþóra Ólafsdóttir, 2008) og slíkt kom einnig fram í lýsingum svarenda. Náttúra Íslands einkennist af máttugum náttúruþyrirbærum á borð við jökla, fossa og eldfjöll. Svarendur gátu upplifað kraft náttúrunnar og höfðu margir hverjir gengið á jöklum eða í nánd við eldfjöll til þess að komast í nánd við þessi (ógnandi) náttúruöfl. Segja má að veðrið sé annað náttúruafl sem ferðamenn þurfa að takast á við og vont veður getur því verið ákveðin (jákvæð) upplifun í sjálfu sér.

Svarendum var heilt yfir minnisstætt hversu nálægt þeir hefðu komist íslenskri náttúru, annað hvort í gegnum sjónræna eða líkamlega upplifun. Sjónrænar minningar voru oft tengdar ákveðinni birtu sem upphóf útsýnið og líkamlegar upplifanir voru tengdar ýmsum afþreyingarmöguleikum. Vinsælasta afþreyingin voru náttúruböð og má segja að náttúruböð veiti möguleikann á að koma í einstaklega sterka nánd við náttúruna. En með því að fara í náttúruböð er ferðamaðurinn



umvafinn náttúrunni og kemst þar með í tengsl við náttúruna með öllum líkamanum. Svarendur lýstu því að náttúruböð hefðu gert þeim kleift að slaka á og því má tengja vinsæld náttúrubaða við þá rómantísku trú um að dvöl í náttúrunni veiti möguleikann á að slaka og bæta líðanina (Gunnþóra Óladóttir, 2013).

Almennt var afþreying minnisstæð, en það endurspeglast í þeirri staðreynd að skipulagðar ferðir og afþreying voru í öðru sæti yfir minnisstæðustu atriði Íslandsferða. Afþreying er nátengd náttúrunni, en afþreying veitir möguleikann á að komast í nánd við og upplifa náttúruna. Ferðamenn nýttu alls kyns ferðamáta (akstur, hjólreiðar, göngur) til þess að upplifa náttúruna og er ljóst að mismunandi afþreying veitir mismunandi upplifun.

En afþreying er ekki aðeins nátengd náttúrunni heldur einnig menningu Íslands. Að sækja viðburði og komast á tal við Íslendinga voru til að mynda þættir sem þóttu svarendum minnisstæðir. Meira en helmingur svarenda sögðu Íslendinga og íslenska menningu almennt hafa mótað hugmyndina um að ferðast til Íslands og tæplega einn af hverjum þremur kom til Íslands til að upplifa íslenska matarmenningu (Oddný Þóra Óladóttir, 2019).

Menningu Íslands var almennt lýst sem öðruvísi og framandi, en það er í samræmi við þá staðreynd að Ísland er staðsett á jaðri Evrópu (Katrín Anna Lund og Kristín Loftsdóttir, 2016). Ísland getur því talist framandi land sem vakti áhuga svarenda ekki aðeins á íslenskri náttúru heldur einnig menningu.

Íslenskur matur og veitingastaðir voru í sjöunda sæti yfir minnisstæðustu atriði Íslandsferða og voru þar með sá þáttur sem var svarendum efst í huga af íslenskri menningu. Sérstaklega

minnisstæðar þóttu séríslenskar matarvenjur, sem endurspeglar hugmyndir um mikilvægi framandi og öðruvísi upplifunar fyrir ferðamenn.

Upplifun er margslungið fyrirbæri og það er ýmislegt sem hefur áhrif á upplifun, svo sem fyrirframgefna væntingar sem og raunveruleg reynsla. Ferðamenn sem komu til Íslands 2018 voru almennt ánægðir með dvöl sína og u.þ.b. þrjár fjórðu svarenda myndu mæla með Íslandi sem áfangastað við vini, fjölskyldu og vinnufélaga (Oddný Þóra Óladóttir).

Því má ætla að væntingar þeirra til Íslandsferðar hafi að mestu leyti verið í samræmi við þá raunverulegu reynslu sem þeir fengu. Þá virðist sem að náttúra, menning og afþreying standi undir væntingum þar sem ferðamönnum gafst tækifæri til að komast burt úr manngerðu umhverfi í einstaka og ósnortna náttúru, til að dvelja í náttúrunni og kynnast menningu landsins í gengum ýmsa afþreyingarmöguleika og til að læra um framandi menningarheim.

Hvernig getur íslensk ferðaþjónusta bætt upplifun ferðamanna með tilliti til fagmennsku, gæða og öryggis?

Svarendum landamærakönnunar gafst tækifæri til að koma með athugasemdir um atriði sem þyrfti að bæta í íslenskri ferðaþjónustu til þess að þeir myndu vera líklegri til að mæla með Íslandi sem áfangastað og sem myndi bæta þeirra upplifun.

Sá þáttur sem hafði neikvæðustu áhrif á upplifun ferðamanna var verðlagið á Íslandi. Verðlag var afgerandi neikvæður þáttur sem mótaði einnig afstöðu svarenda til einstakra þjónustupátta, svo sem gistingu, matar og afþreyingu. Hátt verðlag skapaði ýmsar væntingar um gæði og fagmennsku sem oft á tíðum stóðust ekki. Margir svarendur töldu sig ekki hafa fengið þá þjónustu



eða upplifun sem þeir hefðu átt að fá miðað við verðlagið og í þeim tilfellum skapaðist sú tilfinning að íslensk ferðaþjónusta væri að ræna og svindla á ferðamönnum.

Þá voru margir sem óskuðu eftir auknu framboði á vörum og þjónustu. Á meðan ferðamenn með meðalhár tekjur gátu auðveldlega fundið þjónustu sem höfðar til þeirra áttu ferðamenn með lágar og háar tekjur í erfiðleikum að finna þjónustu sem er í samræmi við tekjur þeirra. Ef íslensk ferðaþjónusta vill höfða til ferðamanna úr ólíkum tekjuhópum þyrftu íslenskir ferðaþjónustuaðilar að bjóða upp á fleiri tilboðsverð og auka framboð af fjölbreyttri þjónustu, sem höfðar bæði til tekjuhárra og tekjulágra ferðamanna. Ljóst er þó að margir utanaðkomandi áhrifavaldar móta verðlagið á Íslandi og getur íslensk ferðaþjónusta því aðeins haft takmörkuð áhrif á verðlagið.

Annað atriði sem svarendur töldu nauðsynlegt að bæta er jákvætt viðmót Íslendinga og þjálfun starfsmanna. Svarendur töldu að oft á tíðum væri skortur á fagmennsku í samskiptum starfsmanna við ferðamenn.

Upplifun ferðamanna væri einnig hægt að bæta með aukinni upplýsingagjöf. Ýmsar upplýsingar og myndefni er að finna á Internetinu sem skapa væntingar hjá ferðamönnum. Svarendur töldu að oft skorti heiðarleika þegar ferðaþjónustuaðilar væru að auglýsa ákveðna upplifun. Nauðsynlegt er að skapa raunhæfar væntingar til þess að tryggja jákvæða upplifun. Í því samhengi lögðu

svarendur til að auka aðgang að upplýsingum frá hinu opinbera. Hið opinbera ætti að veita vottanir til fyrirtækja sem væru heiðarleg og ætti að sama skapi að reka upplýsingamiðlun til ferðamanna sem veitir áreiðanlegar upplýsingar.

Svarendur gerðu náttúruvernd einnig hátt undir höfði. Hér var aftur óskað eftir því að hið opinbera myndi grípa sterkara inn. Til þess að vernda náttúrugæði Íslands yrði að stjórna fjölda ferðamanna og tryggja að umgengnisreglur yrðu settar og þeim fylgt eftir.

Með tilliti til öryggis þá töldu svarendur Ísland að mörgu leyti vera mjög öruggan áfangastað. Athugasemdir sem snéru að bættu öryggi tengdust fyrst og fremst vegum og gönguleiðum. Bent var á að öryggi ferðamanna á veturna sé ógnað vegna hálfu. Svarendur tóku fram að mikil hálka á vegum og slóðum við ferðamannastaði skapaði hættu. Því var óskað eftir betri vetrarþjónustu eða aðgengi að broddum.

Ljóst er því að erlendir ferðamenn hafa ýmsar hugmyndir um hvernig megi bæta íslenska ferðaþjónustu. Sumar athugasemdir snéru að því hvað einkaaðilar í ferðaþjónustu geti bætt, en hlutverk hins opinbera í að tryggja jákvæða upplifun ferðamanna er ekki síður mikilvægt. Ljóst er einnig að það er ekki hægt að koma til móts við allar tillögur og athugasemdir sem bárust, en mikilvægt er þó að fylgjast vel með viðhorfi erlendra ferðamanna til íslenskrar ferðaþjónustu til þess að geta kortlagt styrkleika og veikleika greinarinnar.



6. Takmarkanir

6. Takmarkanir

Greining á upplifun ferðamanna sem hér hefur verið sett fram takmarkast við þær upplýsingar sem fengust með svörum úr landamæra-könnuninni 2017 og 2018. Ekki var unnið með hrágögn heldur gögn sem var búið að flokka í grunn- og yfirflokka. Forgreinngin náði til allra opnu svara á ensku og dönsku og fyrir þessa skýrslu voru svör á öðrum tungumálum flokkuð í samræmi við þá forgreinngu.

Unnið var með gagnasafn opinna svara þar sem ekki var hægt að rekja svör til ákveðinna svarenda. Því var ekki hægt að greina opnu svörin út frá svarendahópum eftir til að mynda búsetulandi, aldri, lengd dvalar á Íslandi eða öðrum breytum.

Þegar um er að ræða opin svör gefst svarendum tækifæri til að koma á framfæri ýmsum atriðum. Sum svör eru sett fram í stökum orðum á meðan aðrir svarendur skrifa margar setningar. Svör svarenda geta því verið misskýr og veita misdjúpa innsýn í afstöðu til ákveðinna spurninga. Slíkt var sérstaklega áberandi við greiningu á opnum

svörum við spurningunni um hvað hafi verið minnisstæðast úr Íslandsferðinni, en þar tóku svarendur oft ekki fram hvort um væri að ræða jákvæða eða neikvæða upplifun. Einnig er hætta á að sum svör misskiljist ef svarendur notast til að mynda við kaldhæðni eða nefndu atriði án frekari útskýringa. Sem dæmi má nefna að ekki er hægt að vita hvort átt er við göngugötu Reykjavíkur eða gönguleið á hálendinu ef svarendur tala um Laugaveg.

Svarendur geta einnig komið mismörgum atriðum á framfæri. Þannig getur einn svarandi nefnt sjö minnisstæð atriði úr Íslandsferðinni, á meðan annar nefnir eitt. Einnig geta svarendur sent inn sama svar þrisvar frekar en að nefna þrjú mismunandi atriði. Annað sem flækir úrvinnslu opinna svara er að sum svörin voru ekki kláruð.

Þörf er á að fylgjast vel með upplifun ferðamanna og þróun hennar í framtíðinni. Þessi skýrsla greinir frá upplifun ferðamanna 2017 og 2018 en niðurstöður fyrir 2019 þarf að greina sérstaklega.





7. Heimildir

Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2010). Planning nature tourism in Iceland based on tourist attitudes. *Tourism Geographies*, 12(1), 25-52.

Auður H. Ingólfssdóttir, Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, Anna Soffía Víkingsdóttir og Valeriya Posmitnaya. (2018). *Áhrif orkuvinnslu í Kröflu á upplifun ferðamanna - Niðurstöður spurningakönnunar sumarið 2017*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð Ferðamála.

Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implication for management of resources. *Canadian Geographer*, 24, 5-12.

Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson. (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.

Ferðamálastofa. (2018). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum - 2018*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Ferðamálastofa. (2017). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum - júní 2017*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Ferðamálastofa. (2015). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum - apríl 2015*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Ferðamálastofa. (2011). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum - mars 2011*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Gunnþóra Ólafsdóttir. (2008). Náttúrutengsl og upplifanir ferðamanna á Íslandi: Fjögur tengslamynstur vellíðunar. *Landabréfið*, 24, 51-76.

Gunnþóra Ólafsdóttir. (2011). Practicing (nature-based) tourism: introduction. *Landabréfið*, 25, 3-14.

Gunnþóra Ólafsdóttir. (2013). '... sometimes you've just got to get away': On trekking holidays and their therapeutic effect. *Tourist Studies*, 13(2), 209-231.

Gunnþóra Ólafsdóttir, Hjalti Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2017). *Áhrif Svartárvirkjunar í Bárðadal-Þingeyjarsveit á ferðapjónustu og ferðamennsku/útivist - Unnið fyrir Verkís vegna mats á umhverfisáhrifum*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð Ferðamála.

Karl Benediktsson, Katrín Anna Lund og Edward Huijbens. (2011). Inspired by Eruptions? Eyjafjallajökull and Icelandic Tourism. *Mobilities*, 6(1), 77-84.

Katrín A. Lund. (2013). Experiencing nature in nature-based tourism. *Tourist Studies*, 13(2), 156-171.



Katrín Anna Lund. (2016). Chasing the Lights: Darkness, Tourism and the Northern Lights. Í S. Abram og K.A. Lund (ritstj.), *Green Ice - Tourism Ecologies in the European High North* (49-71). London: Palgrave Macmillan/Arctic Encounters.

Katrín Anna Lund og Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2008). Landslag á hreyfingu: Langhlaup um Laugavegin. *Landabréfið*, 24, 39-50.

Katrín Anna Lund og Kristín Loftsdóttir. (2016). Þingvellir: Commodifying the „Heart“ of Iceland. Í G. Huggan og L. Jensen (ritstj.), *Postcolonial Perspectives on the European High North - Unscrambling the Arctic* (117-141). New York: Macmillan Publishers.

Oddný Þóra Óladóttir. (2019). *Erlendir ferðamenn á Íslandi 2018: Lýðfræði, ferðahegðun og viðhorf*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.

Þingskjal nr. 717/2018. Skýrsla ferðamála-, iðnaðar- og nýsköpunarráðherra um þolmörk ferðamennsku.

Þórhildur Heimisdóttir, Anna Dóra Sæþórsdóttir og Guðrún Gísladóttir. (2019). The sublime attraction of active volcanoes: An exploration of tourists' experiences during a long-distance hiking route in Iceland. *Tourist Studies*, 19(2), 258-275.



ÚTGEFIÐ Í NÓVEMBER 2019

