



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA



# Skemmtiferðaskip á Akureyri

Forkönnun meðal farþega 2017

Þórný Barðadóttir  
2018

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2018

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurlóð, IS-600 Akureyri  
Rafpóstur: [rmf@unak.is](mailto:rmf@unak.is)  
Veffang: [www.rmf.is](http://www.rmf.is)

Titill: Skemmtiferðaskip á Akureyri: Forkönnun meðal farþega 2017

Höfundur: Þórný Barðadóttir

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála

Númer: RMF-S-22-2018

ISBN: 978-9935-437-89-1

ISSN: 1670-8857

Forsíðumynd: Farþegar við Akureyrarhöfn svara spurningakönnun RMF sumarið 2017 © Þórný Barðadóttir

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

## FARÞEGAKÖNNUN VIÐ AKUREYRARHÖFN 2017



Mynd 1 Skemmtiferðaskip við Oddeyrarbyggju á Akureyri 2017  
© Þórný Barðadóttir

### INNGANGUR

Umferð skemmtiferðaskipa hefur aukist mikið á heimsvísu undanfarin ár og raunar svo að skemmtiskipageirinn er gjarnan nefndur sem sá angi alþjóðlegrar ferðaþjónustu sem vaxið hefur hvað hraðast (sjá t.d. Dowling og Weeden, 2017).

Hér við land hafa tölur um komur skemmtiferðaskipa og farþega þeirra margfaldast á allra síðustu árum, auk þess sem æ fleiri hafnir hafa orðið viðkomustaðir skipanna (Þórný Barðadóttir, 2017).

Síðla sumars 2017, var á vegum RMF, ráðist í framkvæmd spurningakönnunar meðal farþega skemmtiferðaskipa við Akureyrarhöfn. Könnunin var hluti rannsókna Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, RMF, á umfangi og áhrifum koma skemmtiferðaskipa og farþega þeirra til landsins (Þórný Barðadóttir, 2017). Þetta var forkönnun sem hafði það megin markmið að skoða hvort og þá hvernig gengi að ná til farþega skemmtiferðaskipa. Engu að síður er ljóst að með framkvæmdinni var aflað ýmissa upplýsinga, þar á meðal um ferðahegðun og ákvarðanatöku farþega sem sækja Ísland og Akureyri heim. Niðurstöður könnunarinnar geta nýst stefnumótunaraðilum jafnt ríkis og sveitarfélaga hérlendis sem og þjónustuaðilum skipa og íslenskum ferðaþjónustuaðilum sem bjóða farþegum skemmtiferðaskipa þjónustu sína.

Uppbygging samantektarinnar er á þann veg að fyrst verður sýnd þróun í komum skemmtiferðaskipa og farþega þeirra til landsins á undanförunum árum. Þá verður gerð grein fyrir undirbúningi og framkvæmd fyrirliagnar áður en niðurstöður könnunarinnar verða kynntar.

Tölur sem sýna svörum spurninga út frá bakgrunnsupplýsingum svarenda má finna í viðauka í lok samantektar.

Starfsmönnum Akureyrarhafnar eru færðar þakkir fyrir veitta aðstoð og aðstoðu. Helga Einarsdóttir og Eva Halapi fá þakkir fyrir tölulega úrvinnslu og síðast en ekki síst fær Valeriya Posmitnaya – Lera – sérstakar þakkir fyrir hennar stóra þátt í undirbúningi, framkvæmd og úrvinnslu forkönnunarinnar.



## MYNDASKRÁ

Mynd 1 Skemmtiferðaskip við Oddeyrarbyggju á Akureyri 2017 .....	1
Mynd 2. Farþegar við svörun spurningalista við Akureyrarhöfn 2017 .....	2
Mynd 3. Fjöldi einstakra skemmtiferðaskipa, skipakoma og farþega til landsins .....	3
Mynd 4. Móttökuhafnir skemmtiferðaskipum hérlendis 2014 – 2017 .....	3
Mynd 5. Skemmtiskipafarþegar fara á leiðis að skipi við Akureyrarhöfn 2017 .....	4
Mynd 6. Grunnupplýsingar um svarendur .....	5
Mynd 7. Hversu ánægð(ur)/óánægð(ur) ertu með viðvölinu á Akureyri? .....	6
Mynd 8. Helsta ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu? .....	6
Mynd 9. Hvar var upplýsinga um Ísland leitað fyrir siglingu? .....	7
Mynd 10. Hvað aðhafðist þú í viðkomunni á Akureyri? .....	8
Mynd 11. Keyptir þú skipulagða ferð í viðvölinni á Akureyri? .....	9
Mynd 12. Hvenær gekkstú frá kaupum á skipulagðri ferð? .....	9
Mynd 13. Upplýsingaleit um Ísland: samanburður út frá kaupum á skipulagðri ferð	10
Mynd 14. Hversu líklegt er að Ísland verði heimsótt á ný? .....	11
Mynd 15. Líklegur ferðamátí verði Ísland heimsótt á ný? .....	11
Mynd 16. Orðaský sem sýnir vægi opinna athugasemda og ummæla svarenda .....	12

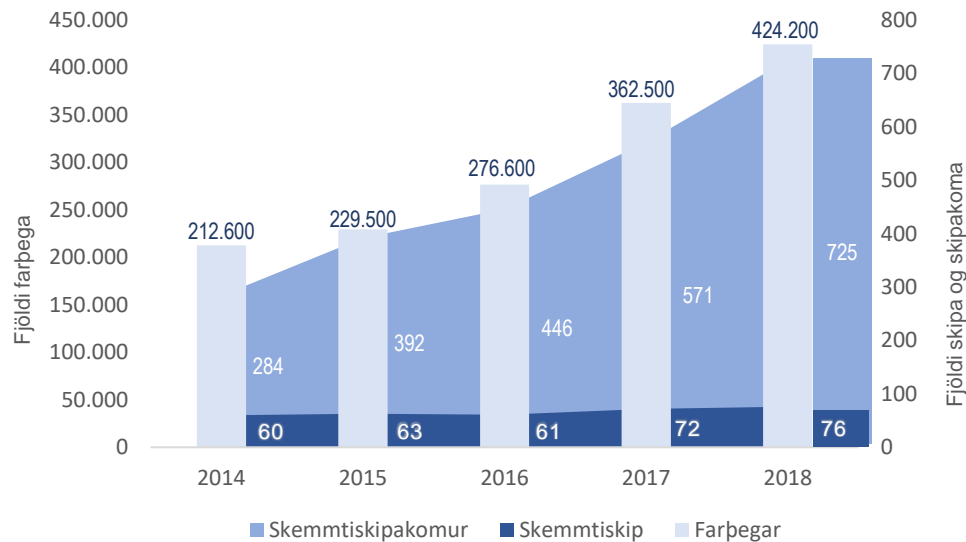


Mynd 2. Farþegar við svörun spurningalista við Akureyrarhöfn 2017  
© Þórný Barðadóttir



## KOMUR SKEMMTIFERÐASKIPA

Komur skemmtiferðaskipa og farþega þeirra til Íslands hafa margfaldast á undanförunum árum. Það sést á tölum Mælaborðs ferðaþjónustunnar (n.d.-a) sem sýndar eru á mynd 3. Þar koma fram upplýsingar um fjölda einstakra skipa (dökkblár flötur), skipakoma (milliblár flötur) og farþega (ísbláar súlur) árin 2014-2018.



Mynd 3. Fjöldi einstakra skemmtiferðaskipa, skipakoma og farþega til landsins  
Heimild: Mælaborð ferðaþjónustunnar (n.d.-a)

Þegar rýnt er í tölurnar kemur í ljós að á fimm árum hafa farþegatölur tvöfaldast og fjöldi skipakoma þrefaldast, meðan komum einstakra skipa hefur fjölgað um fimmtung. Það þýðir annars vegar að hvert skip ber að meðaltali færri farþega, það er að skipin minnka, og hins vegar - jafnvel þar að leiðandi – að hvert skip hefur viðkomu í sífellt fleiri höfnum landsins.

Mynd 4 sýnir skjáskot af Mælaborði ferðaþjónustunnar þar sem fjólubláir hringir tákna viðkomuhafnir skemmtiferðaskipa og farþega þeirra árin 2014 til 2017. Ummál hringjanna stækkar í takt við aukinn fjölda farþega og dýpt litarins dekkist í takt við meðallengd dvalartíma skipanna í höfn.



Mynd 4. Móttökuhafnir skemmtiferðaskipum hérlendis 2014 – 2017  
Skjáskot af Mælaborði ferðaþjónustunnar (e.d.-b)

Þrjár hafnir eru umfangsmestar í þjónustu við skemmtiferðaskip hérlendis. Það eru hafnirnar í Reykjavík, á Ísafirði og á Akureyri. Mikil aukning hefur orðið í komum skipa og farþega til allra þessara hafna, en farþegatölur sumarsins 2017 voru 109 þúsund í Reykjavík, 103 þúsund á Akureyri og 79 þúsund á Ísafirði (Mælaborð ferðaþjónustunnar, e.d.-a).

Árið 2017 var gerð rannsókn á vegum RMF meðal hagsmunaaðila móttöku og þjónustu við skemmtiferðaskip á Norðurlandi (Þórný Barðadóttir, 2017). Akureyrarhöfn var ein þeirra hafna sem rannsökuð var og var ákveðið að byggja ofan á þá rannsókn með því að framkvæma forkönnun meðal farþega skemmtiferðaskipa við Akureyrarhöfn.



## AÐFERÐ OG FRAMKVÆMD

Farþegakönnunin sumarið 2017 var forkönnun. Meginmarkmið hennar sneri að því að skoða hvort og þá hvernig best væri að ná til farþega skemmtiferðaskipa á hafnarsvæði.

Farþegar skemmtiferðaskipa eru í alþjóðahagfræði ekki taldir til ferðamanna (e. *tourists*), heldur dægurgesta (e. *same-day-visitors*), þar sem þeir dvelja ekki á heimsóknarstað yfir nótt (Eurostat, 2014) og kaupa því ekki gistingu. Hefðbundnir spurningalistar taka gjarnan að stórum hluta til dvalar landferðamanna og ferðatilhögunar sem tengist náttstað þeirra (sjá t.d. Mælaborð, e.d.-c; Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2015). Þeir listar þóttu því ekki að öllu leyti henta vel til að ná upplýsingum um ferðahegðun skemmtiskipafarþega. Við útfærslu spurningalista var því jafnframt horft til alþjóðlegra kannana meðal skemmtiskipafarþega (sjá m.a. Caribbean tourism organization, n.d.; Destination NSW, 2014; Observatório, 2015; Tourism Tasmania, 2017).

Horft var til samsetningar farþega undanfarinna ára (Hafnarsamlag, e.d.-a) og ákveðið að leggja listann fyrir á ensku og þýsku. Ákveðið var að leggja könnunina fyrir við brottför farþega. Þannig væri hægt að spyrja um hvað þeir hefðu gert í heimsókn sinni, umfram það að spyrja um hvað þeir hygðust gera. Tekið var mið af ferðaáætlunum skipa sem sjá má á vef Hafnarsamlags Norðurlands (Hafnarsamlag, e.d.-b) og miðað við að spyrjar væru komnir að öryggishliði 2-3 tímum fyrir auglýsta brottför.

Hafist var handa við gagnaöflun seinni hluta ágústmánaðar 2017 og stóð hún yfir fram undir miðjan september. Þá hafði verið safnað 434 útfylltum spurningalistum. Þar af voru 25 frá áhafnarmeðlimum. Þar sem þeir eru ekki skilgreindir sem ferðamenn eða dægurgestir heldur starfsmenn (Eurostat, 2014) eru svör þeirra ekki talin með í niðurstöðum farþega.

Úr varð að unnið var úr 404 spurningalistum sem farþegar höfðu svarað. Ekki var öllum listum svarað í heild, en sjá má fjölda svara við hverri spurningu (N) í viðauka.



Mynd 5. Skemmtiskipafarþegar fara áleiðis að skipi við Akureyrarhöfn 2017  
© Þórný Barðadóttir



## NIÐURSTÖÐUR

### UPPLÝSINGAR UM SVARENDUR

Við fyrirlögn spurningalista sumarið 2017 fengust svör frá 404 farþegum.

Bakgrunnsupplýsingar svarenda eru teknar saman á mynd 6.

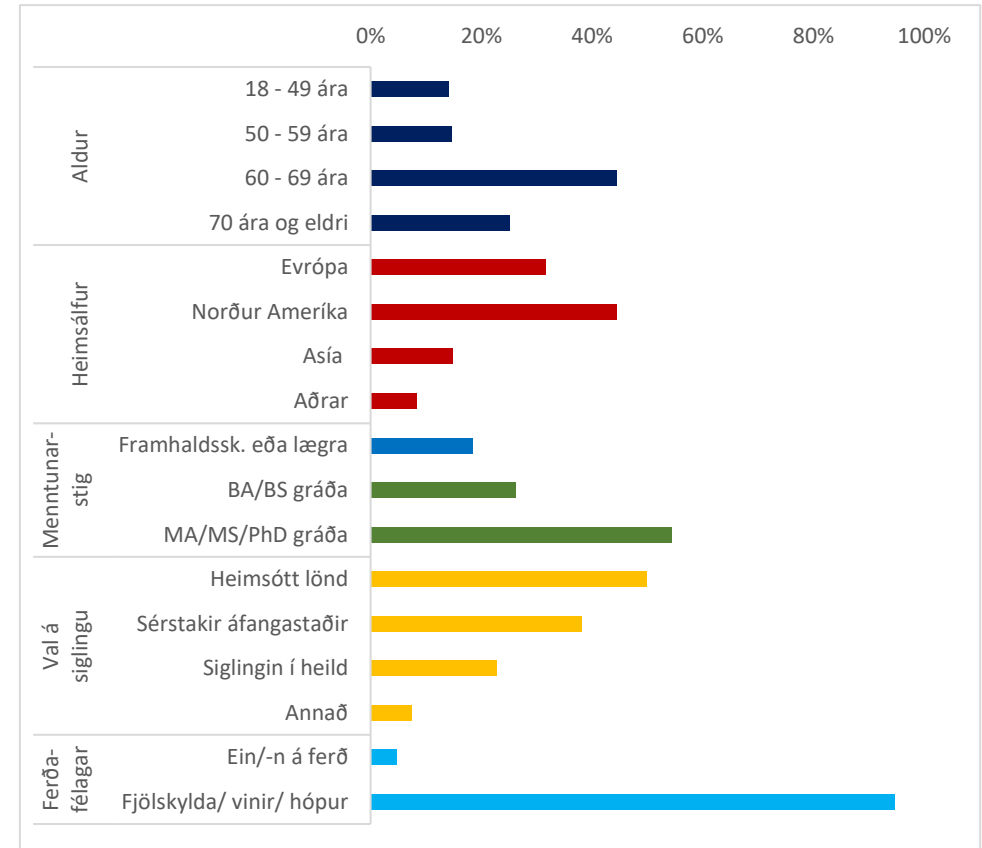
Konur voru 58% svarenda á móti 42% karla en enginn valdi svarmöguleikann *annað* við spurningu um kyn.

Meðalaldur svarenda reyndist nokkuð hár eða 62 ár. Raunar lætur nærri að helmingur þeirra hafi verið á sjötugsaldri, það er að rúm 45% voru á bilinu 60-69 ára. Þá voru tæp 26% 70 ára og eldri. Innan við 30% voru því undir sextugu og þar af 15% á sextugsaldri. Því þurfti að flokka saman alla aldurshópa upp að 49 ára aldri til að ná aldursbreytu sem telur 14% svarenda.

Flestir svarenda voru frá Norður Ameríku eða 45%, Evrópubúar töldu rúm 30% og Asíubúar 15%, meðan íbúar annarra heimsálfa voru of fáir til að skipta upp og eru þeir því í niðurstöðum teknir saman í flokkinn *aðrar* [heimsálfur].

Menntunarstig farþega reyndist nokkuð hátt. Yfir helmingur þeirra var með framhaldspróf úr háskóla meðan innan við 20% höfðu lægra menntunarstig en framhaldsskólapróf.

Innan við 5% svarenda reyndust vera einir á ferð. Þar voru konur í meirihluta en 6,4% kvenna ferðuðust einar á móti 2,4% karla. Þá voru rúm 10% Asíubúa ein á ferð en enginn svarenda frá Evrópu ferðaðist eins síns liðs.

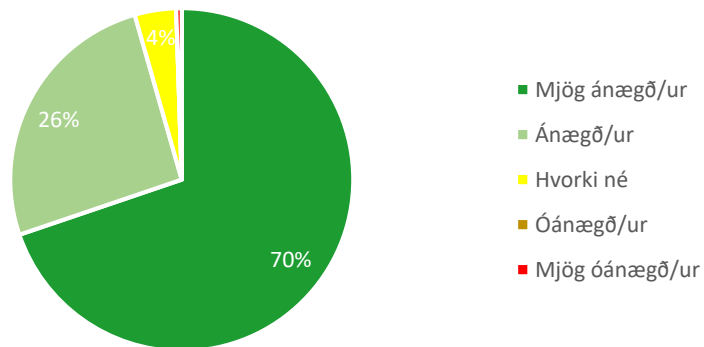


Mynd 6. Grunnupplýsingar um svarendur



## ÁNÆGJA MEÐ VIÐKOMU Á AKUREYRI

Mikil ánægja var meðal svarenda með viðkomu þeirra á Akureyri, eins og glöggst má sjá á mynd 7.



Mynd 7. Hversu ánægð(ur)/óánægð(ur) ertu með viðdvölinu á Akureyri?

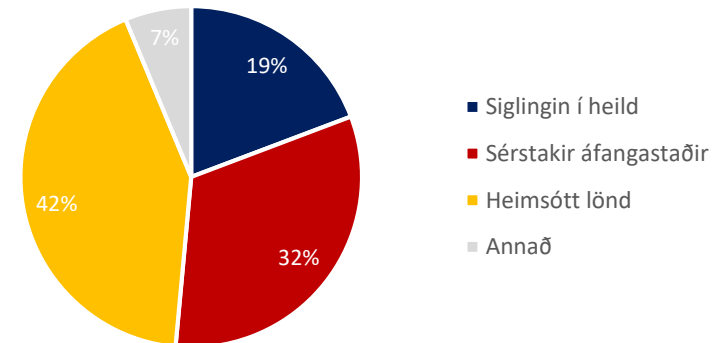
70% svarenda reyndust vera mjög ánægð með heimsóknina til Akureyrar og önnur 26% voru ánægð. 4% sögðust hvorki ánægð né óánægð. Enginn svarenda reyndist óánægður með viðdvöl sína en innan við eitt prósent reyndist hins vegar mjög óánægður með viðdvölinu.

Konur sögðust oftar mjög ánægðar (74%) með viðdvöl en karlar (65%) meðan karlar sögðust oftar ánægðir (33%) en konur (21%). Hvað varðar aldur voru 77% elsta aldurshópsins mjög ánægð með heimsóknina, meðan 66% yngsta aldurshópsins svaraði því til. Þegar kom að búsetu, var ánægjustigið hæst meðal íbúa Norður-Ameríku sem sögðust í 73% tilfella vera mjög ánægðir með viðdvöl sína á Akureyri meðan Asíubúar sögðust mjög ánægðir í 60% tilfella.

## ÁSTÆÐA FYRIR VALI Á SIGLINGU

Við spurningu um ástæðu þess að viðkomandi sigling var valin til ferðalagsins, voru gefnir þrjú valkostir: a) siglingin í heild, b) sérstakir áfangastaðir og c) heimsótt lönd, auk þess sem gefinn var valkosturinn d) annað.

Flestir tilgreindu heimsótt lönd sem helstu ástæðu fyrir vali á siglingunni (42%), því næst kom valkosturinn sérstakir áfangastaðir (32%), en mun færri (19%) sögðu siglinguna í heild hafa vegið mest. Einungis 7% svarenda valdi kost d) annað (mynd 8).



Mynd 8. Helsta ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu?

Nokkur munur kom fram í svörum eftir aldri. Tæp 29% yngsta aldurshópsins taldi helstu ástæðu fyrir vali á siglingu vera heildarsiglinguna meðan innan við 20% elsta aldurshópsins tilgreina þá ástæðu. Þá sögðu tæp 11% yngsta aldurshópsins ástæðuna vera aðra en gefna valkosti meðan rétt 5% elsta hópsins svöruðu því til.

Hæsta svörun um ástæðu fyrir vali á viðkomandi siglingu, kom hins vegar fram í valkostinum *heimsótt lönd*. Hæst var svörun þess valkosti meðal karla annars vegar (56%) og Asíubúa hins vegar (58%) en valkosturinn sýndi um og yfir 50% svörun allra hópa sem helsta ástæða fyrir vali á siglingu.





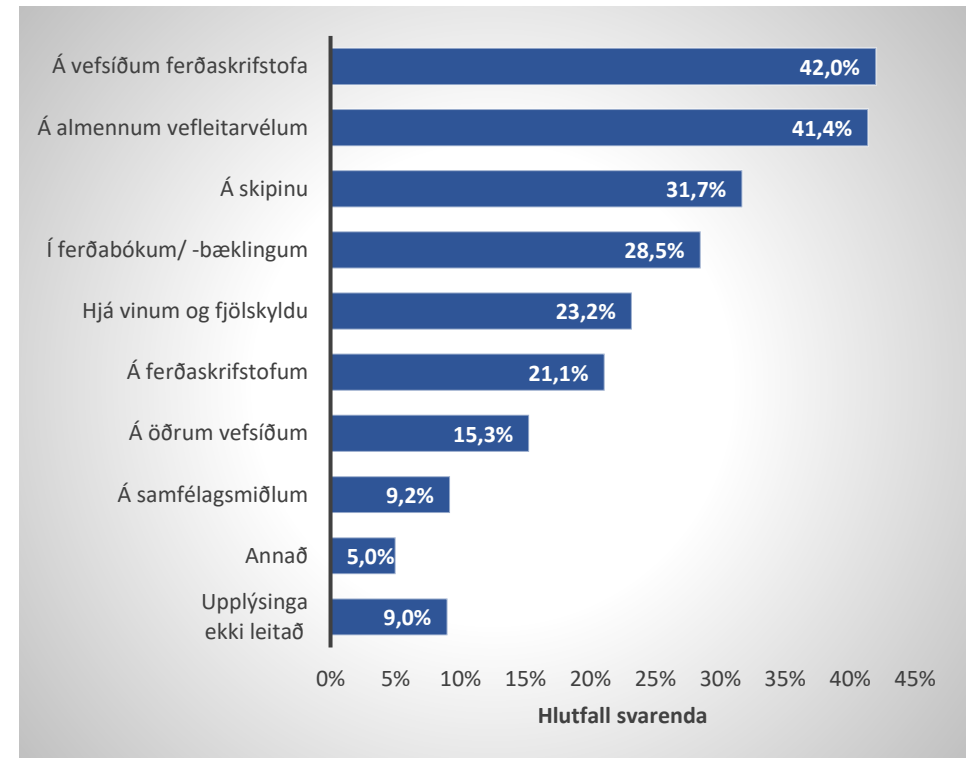
## UPPLÝSINGALEIT

Farþegar voru spurðir að því hvort og þá hvar þeir hefðu leitað upplýsinga um Ísland áður en lagt var í siglingu. Svarendur gátu valið alla þá flokka sem við áttu sem þýðir að enda þótt hlutfall innan hvers flokks sé vissulega 100%, er heildin samanlögð umfram það (mynd 9).

Flestir höfðu leitað sér upplýsinga á veraldarvefnum það er á vefsíðum ferðaskrifstofa (42%) annars vegar og á almennum vefleitarvélum svo sem Google og Bing (41%) hins vegar. Í báðum flokkum er það hlutfall lægst meðal Asíubúa en hæst í flokknum aðrar [heimsálfur].

Allir hópar hafa síst leitað upplýsinga á samfélagsmiðlum, þó það hlutfall sé hæst í yngsta aldurshópnum.

Þegar skoðaðar eru bakgrunnsbreytur þeirra sem ekki höfðu leitað upplýsinga um Ísland áður er siglingin hófst má sjá að það á fremur við um konur (12,8%) en karla (3,8) og að það á helst við um yngsta aldurshópinn (12,5%). Þá er sérstaklega athyglisvert að hlutfall þeirra sem síst hafa leitað upplýsinga um Ísland er lægst meðal þeirra sem valið hafa viðkomandi siglingu vegna ákveðinna áfangastaða en hæst meðal þeirra sem valið hafa siglinguna af öðrum en þeim þremur ástæðum sem gefinn var valkostur um.



Mynd 9. Hvar var upplýsinga um Ísland leitað fyrir siglingu?



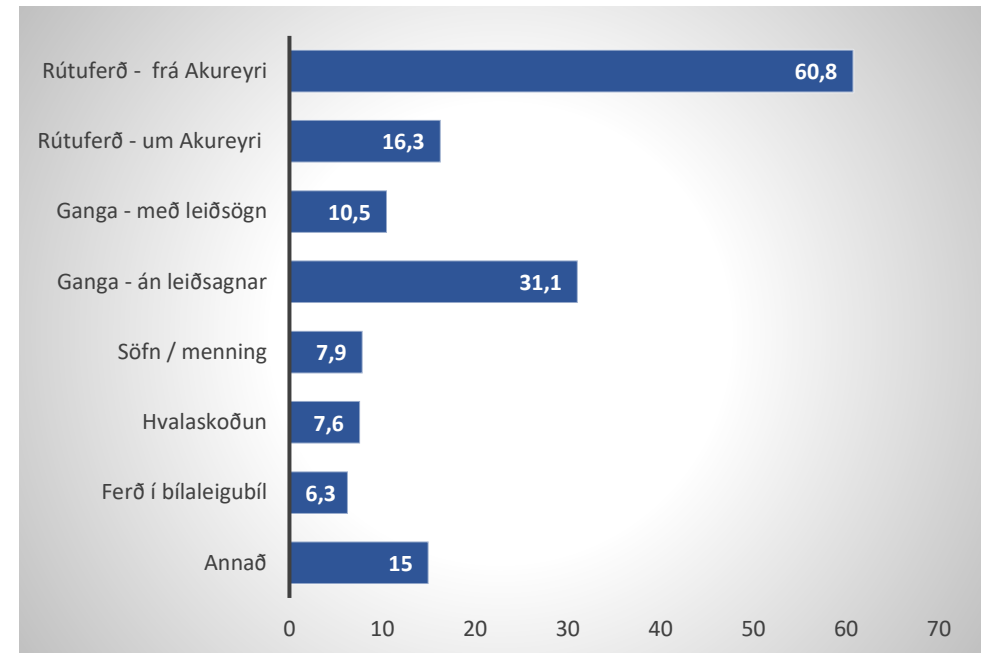
## ATHAFNASEMI Í LANDLEGU

Við spurningu um það hvað svarendur hafi tekið sér fyrir hendur í viðkomunni á Akureyri, voru gefnir voru 7 valkostir. Þar var þó hægt að velja fleiri en einn valkost sem þýðir að í niðurstöðum fer samanlögð heild yfir 100%.

Rúm 77% svarenda höfðu farið í skipulagða rútuferð, þar af rúm 60% frá Akureyri en önnur 16% innanbæjar (mynd 10).

Tæpur þriðjungur hafði farið í gönguferð án leiðsagnar og önnur 10% í gönguferð með leiðsögn. Nokkuð jafnt hlutfall hafði notið heimsókna á söfn eða annarrar menningar (7,9%) og hvalaskoðunar (7,6). Fæstir höfðu farið í ferð í bílaleigubíl eða 6,3%.

Hæst hlutfall í rútuferðir, jafnt með leiðsögn og án, reyndist vera í fjölmennasta aldursflokknum, 60-69 ára en yngsti aldurshópurinn fór síst í rútuferð út frá Akureyri. Þá merktu tæp 20% íbúa Norður-Ameríku og 17% Evrópubúa við valflokkinn annað.

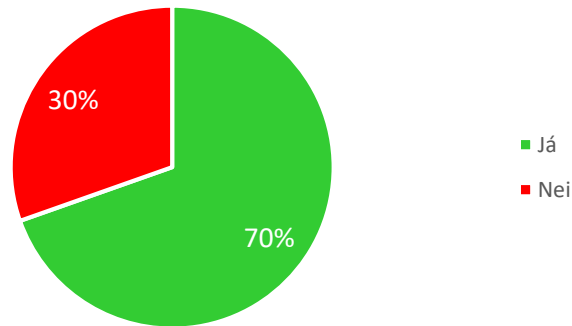


Mynd 10. Hvað aðhafðist þú í viðkomunni á Akureyri?



## SKIPULÖGÐ AÐPREYING Í LANDI

Tæp 70% svarenda hafði keypt skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri (mynd 11).



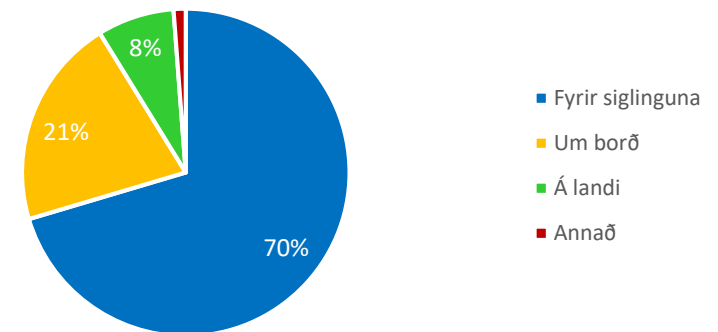
Mynd 11. Keyptir þú skipulagða ferð í viðdvölinni á Akureyri?

Hæsta svörum um kaup á skipulagðri ferð sást í aldurshópnum 50-59 ára (73%) en lægst í yngsta aldurshópnum (64%). Annars kom ekki fram mikill munur eftir bakgrunni svarenda, utan það að 81% Asíubúa höfðu keypt skipulagða ferð meðan hlutfall Evrópubúa var 66%.

Svarendur sem ekki höfðu keypt skipulagða ferð í viðdvölinni á Akureyri nefndu flestir að ástæða þess væri að þá hafi langað til að vera einir, þá að ferðir í boði hafi verið of dýrar meðan fæstir sögðust ekki hafa fundið áhugaverða ferð. Ekki kom fram umtalsverður munur á svörum út frá bakgrunni svarenda.

Af þeim sem keypt höfðu skipulagða ferð, reyndust rúm 70% hafa keypt ferðina áður en lagt var í siglinguna og önnur 21% höfðu gengið frá kaupum á ferð um borð í viðkomandi skipi (mynd 12).

Einungis 8% svarenda hafði því keypt afþreyingu eftir að komið var að landi á Akureyri.



Mynd 12. Hvenær gekkstú frá kaupum á skipulagðri ferð?

Við rýni á kaupum út frá bakgrunnsupplýsingum sést að langflestir, eða rétt tæp 83% svarenda aldurshópsins 50-59 ára höfðu gengið frá kaupum á skipulagðri afþreyingu áður en til siglingar kom, en það hlutfall var um 55% meðal svarenda bæði yngsta aldurshópsins og þess elsta.

Asíubúar höfðu í 93% tilfella keypt skipulagða afþreyingu áður en sigling hófst. Það hlutfall var 82% meðal Evrópubúa og um 60% hjá Norður-Ameríkönnum en einungis 28% meðal íbúa annarra heimsálfa.



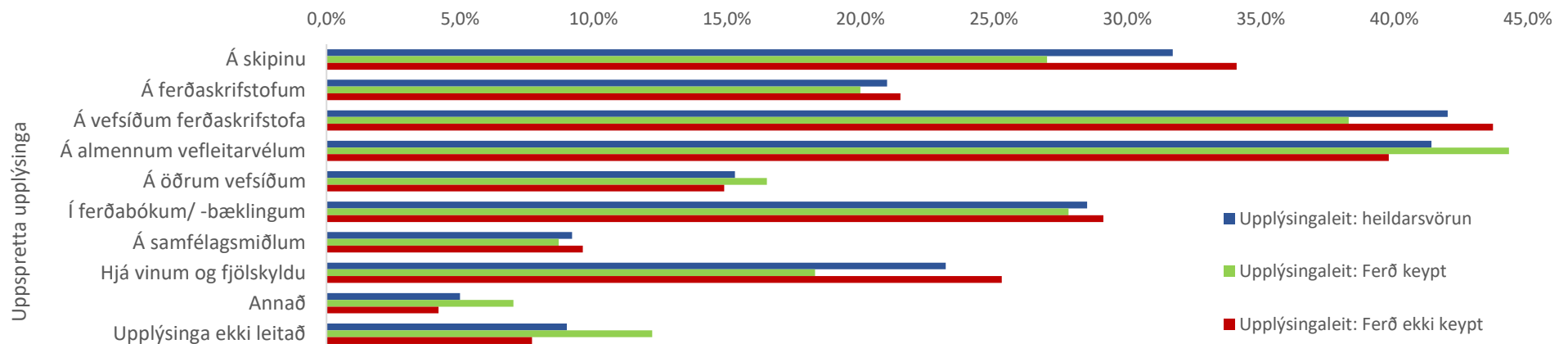
## UPPLÝSINGALEIT OG KEYPT AFÞREYING

Niðurstöður um upplýsingaleit farþega um Ísland fyrir siglingu voru keyrðar saman við niðurstöður um kaup á skipulögðum ferðum í viðkomu á Akureyri.

Á mynd 13 sýna bláu súlurnar heildarsvörun um upplýsingaleit fyrir Íslandsferð. Grænu súlurnar sýna upplýsingaleit þeirra sem keyptu skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri en rauðu súlurnar sýna upplýsingaleit þeirra sem ekki keyptu skipulagða ferð.

Þeir sem keyptu skipulagða ferð í landi hafa leitað upplýsinga á almennum vefleitarvélum (s.s. Google, Bing) umfram aðra og töluvert umfram þá sem ekki keyptu sér skipulagðar ferðir á Akureyri. Þá er hlutfall þeirra sem ekki hafa leitað upplýsinga um Ísland fyrir ferð mun hærra meðal þeirra sem keyptu skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri.

Þeir sem ekki keyptu skipulagða ferð í Akureyrardvölinni, hafa hins vegar leitað upplýsinga á skipi, á vefsíðum ferðaskrifstofa og hjá vinum og ættingjum umfram aðra og talsvert umfram þá sem ekki keyptu ferðir á akureyri.

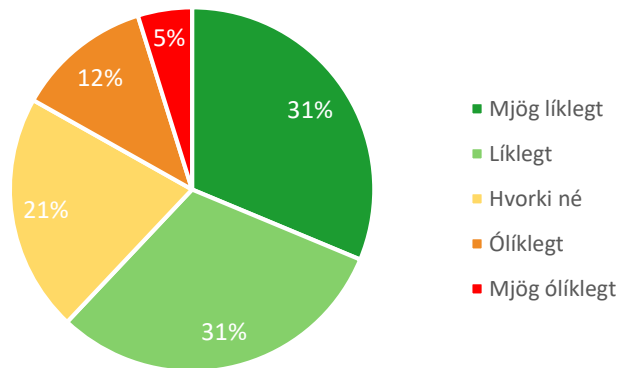


Mynd 13. Upplýsingaleit um Ísland: samanburður út frá kaupum á skipulagðri ferð



## ENDURKOMA

Yfir 60% svarenda töldu líklegt eða mjög líklegt að þau heimsæki Ísland á ný, meðan 17% sögðu það ólíklegt eða mjög ólíklegt (mynd 14).

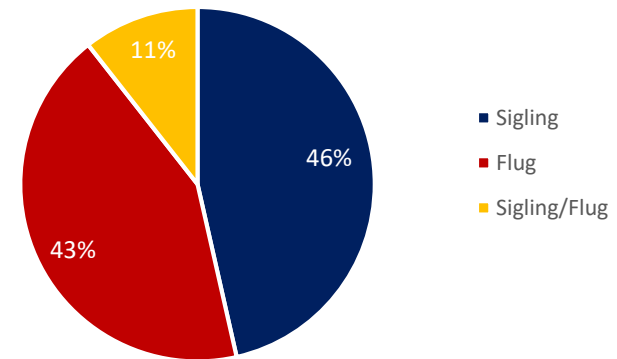


Mynd 14. Hversu líklegt er að Ísland verði heimsótt á ný?

Hlutfall þeirra sem telja líklegt að þeir heimsæki Ísland á ný var hæst í yngsta aldurshópnum meðan það voru helst þeir sem annars vegar tilheyra elsta aldurshópnum og hins vegar þeir sem fjærst búa Íslandi, það er íbúar *annarra* [heimsálfa] sem töldu ólíklegt að þeir komi aftur til Íslands.

Svarendur sem töldu líklegt eða mjög líklegt að þeir myndu heimsækja Ísland á ný voru beðnir um að taka afstöðu til þess hvort þeir teldu líklegra að þeir myndu ferðast til landsins með skemmtiferðaskipi á ný eða koma með alþjóðaflugi.

Mynd 15 sýnir að svörin skiptast nokkuð jafnt, þar sem 46% segja líklegast að þeir velji skemmtiferðaskip á ný meðan 43% segjast myndu koma með flugi og 11% völdu báða kosti.



Mynd 15. Líklegur ferðamáti verði Ísland heimsótt á ný?

Konur reyndust síður en karlar gera upp á milli ferðamáta við hugsanlega endurkomu.

Elsti aldurshópurinn sýndi hæsta svörun þeirra sem sögðust myndu velja að heimsækja landið á ný með skemmtiferðaskipi umfram alþjóðaflugi.

Yngsti aldurshópurinn taldi hins vegar líklegast allra hópa að við endurkomu yrði flug fyrir valinu og jafnframt ólíklegast allra hópa að sigling yrði valin við endurtekna heimsókn til landsins. Ekki kom fram umtalsverður munur á líklegum ferðamáta innan annarra hópa.



## UMMÆLI SVARENDA

Svarendum var boðið að skrá opnar athugasemdir um viðvöl sína á Akureyri og nærsveitum. Rúmur þriðjungur skráði stutt ummæli sem tekin eru saman í orðaskýi (mynd 16) en leturgerð orða þar verður því stærri og feitletraðri sem þau hafa oftast komið fyrir.

Ummælin voru almennt vel í takt við hátt ánægjustig svarenda með viðvölinna á Akureyri sem rætt var um að framan.

Ekki þarf að rýna lengi í myndina til að sjá að orðin sem oftast hafa birst í athugasemdum svarenda eru fallegt, dýrt og land, borg, bær (e. *beautiful, expensive, country, city, town*).

Önnur áberandi orð lýsa jafnt náttúrufræfurð (e. *amazing, magnificent, scenery*), viðkunnaðlegum móttökum heimafólks (e. *smiley, lovely, helpful*) og snyrtilegu nærumhverfi (e. *clean*). Þá voru nokkrar vinsamlegar ábendingar um það sem svarendur töldu að betur mætti fara.

Eftirfarandi ummæli ná á hnitmiðaðan hátt að fanga anda þeirra athugasemda sem svarendur skráðu:

- ✓ *Very expensive but beautiful scenery*
- ✓ *Nice people - Expensive*
- ✓ *Walking tour on tourist map - please mark on local streets*
- ✓ *Public toilets not enough*



Mynd 16. Orðaský sem sýnir vægi opinna athugasemda og ummæla svarenda



## SAMANTEKT

Niðurstaða forkönnunarinnar er að þeir þættir sem mestu ráði um gengi fyrirlagnar og svörun eru

- veður
- fjöldi spyrna og farþega
- lengd og tímasetning hafnarlegu

Veður: Veður hafði mikil áhrif á vilja farþega til að staldra við og svara listum, auk þess sem spurningalistarnir voru sjálfir viðkvæmir fyrir veðri. Regn og vindur voru helstu óvinir könnunarinnar og ljóst að best er tryggja að aðstæður á vettvangi séu þannig að svarendur komist í skjól fyrir veðri og vindi meðan á svörun stendur.

Fjöldi spyrna og farþega: Oft reyndist mesta áskorunin fólgin í að fá fyrsta farþega til að staldra við og svara listum. Þegar þeim áfanga var náð, reyndist nokkuð auðvelt að fá þá næstu til að taka þátt. Best gekk að fá svörun þegar nokkuð stöðugur straumur farþega lá að brottfararsvæði. Í góðu veðri var eins líklegt af fá fámenna hópa eða pör til að svara listum. Stórir hópar farþega voru hins vegar líklegri til að hunsa spyrna og einbeita sér að stöðu sinni í röðum sem þá mynduðust óhjákvæmilega við öryggishlið.

Lengd og tímasetning hafnarlegu: Í stystu stoppum skipa (undir 6 tímum) reyndist mikill hraði og nánast hark einkenna heimsóknir og alla framgöngu farþega og reyndi þá mikið á spyrna. Í lengstu stoppum (yfir 12 tímar) varð áskorunin hins vegar sú að mikið teygðist á bæði landgöngu farþega sem og komu þeirra til skips á ný.

Sérstaklega í hópferðum varð streita farþega vegna yfirvofandi brottfarar skips nánast áþreifanleg og það átti þá ekki síst við um stærstu hópana, þegar margar rútur komu að hafnarsvæði nánast samtímis. Þar sem þeir voru í sjónmáli við skipið voru þeir hins vegar oft fáanlegir til að gefa sér þær 3-5 mínútur sem tók að svara spurningalistanum.

Niðurstaða aðferðarluta forkönnunarinnar er sú að vel gekk að ná til farþega við brottför þeirra frá Akureyrahöfn og að við ásættanlegar veðuraðstæður voru þeir viljugir til að svara spurningalistum.

Hvað varðar niðurstöður könnunarinnar er ljóst að mikil ánægja ríkti meðal svarenda með heimsóknina til Akureyrar þar sem mikil náttúrufegurð, snyrtimennska og viðkunnaðlegir heimamenn höfðu vakið aðdáun gestanna.

Svarendur voru flestir fullorðin, vel menntað fólk, flest frá Norður Ameríku og Evrópu. Rúmlega tveir þriðjuhlutar gesta hafði keypt skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri. Ef það hlutfall er yfirfært á þá 103 þúsund farþega sem heimsóttu Akureyri sumarið 2017 (Mælaborð e.d.-a) jafngildir það því að tæplega 80 þúsund farþegar skemmtiferðaskipa hafi farið í rútuferð frá Akureyri og aðrir 16 þúsund farið í rútuferð innanbæjar.

Langflestir höfðu keypt afþreyinguna sem hluta af heildarsiglingunni og annars um borð í skipinu. Innan við 10% farþega hafði því keypt skipulagða afþreyingu á hafnarsvæði eftir landgöngu.

Yngsti hópurinn hafði síst keypt skipulagða afþreyingu en sá hópur hafði hins vegar helst leitað upplýsinga um Ísland á samfélagsmiðlum, þó sú upplýsingaspretta hafi heilt yfir ekki haft stórt vægi meðal svarenda. Flestir höfðu nýtt sér vefsíður ferðaskrifstofa og almenna netleit. Þá höfðu 11% svarenda ekki leitað sér upplýsinga um Ísland áður en til siglingar kom.

Tveir þriðjuhlutar svarenda töldu líklegt að þeir heimsæki Ísland á ný, fæstir meðal þeirra elstu og þeirra sem búsettir eru lengst frá Íslandi, en hæst var hlutfallið meðal yngsta aldurshópsins. Yngstu svarendurnir voru jafnframt fremur á því að í næstu heimsókn myndu þeir ferðast með flugi meðan elsti aldurshópurinn sagðist oftast myndi velja skemmtiferðaskip á ný.

Niðurstöður þessarar könnunar veita góða innsýn í einkenni og ferðavenjur farþega sem sækja Ísland heim. Í ljósi mikillar aukningar í komum skemmtiferðaskipa og farþega til landsins er ljóst að mikilvægt er að ráðist verði í reglubundnar rannsóknir á þessum gestum, viðhorfum þeirra og ferðavenjum, athafnasemi í landi og ákvarðanatökum.



## HEIMILDIR

- Caribbean tourism organization. (n.d.) Visitor survey. Sótt af <https://www.onecaribbean.org/content/files/survey.pdf>
- Clancy, M. (2017). Power and profits in the global cruise industry. Í R. Dowling og C. Weeden (ritstjórar), *Cruise ship tourism, 2. útg.*, (bls. 43-56). Oxfordshire: CABI
- Destination NSW. (2014) Sidney cruise ship passenger survey 2013 - 2014. Sótt af <http://www.destinationnsw.com.au/wp-content/uploads/2014/08/Sydney-Cruise-Passenger-Survey-2014.pdf?x15361>
- Dowling, R., og Weeden, C. (2017). The world of cruising. Í R. Dowling og C. Weeden (ritstjórar), *Cruise ship tourism, 2 útg.*, (bls. 1–39). Oxfordshire: CABI.
- Eurostat (2014). Manuals and guidelines: Methodological manual for tourism statistics, 2014 edition. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6454997/KS-GQ-14-013-EN-N.pdf>
- Hafnarsamlag. (e.d.-a). Skemmtiferðaskip. Tölfræði um heimsóknir. Sótt 2. ágúst 2017 af <https://www.port.is/isl/index.php?pid=84&w=st>
- Hafnarsamlag. (e.d.-b) Skemmtiferðaskip. Heimsóknir. Sótt 5. ágúst 2017 af <https://www.port.is/isl/index.php?pid=84&w=v>
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir. (2016). Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015. Sótt af <http://www.rmfi.is/static/research/files/siglufjordur-pdfpdf>
- Mælaborð ferðapjónustunnar, (e.d.-a). Farþegar: Skemmtiferðaskip. Sótt 12. desember 2018 af <https://www.maelabordferdathjonustunnar.is/is/fartheagar/skemmtiferdaskip>
- Mælaborð ferðapjónustunnar (e.d.-b.) Skemmtiferðaskip. Sótt 3. október 2018 af <http://stjornstodin.is/maelabor-dferdathjonustunnar>
- Mælaborð ferðapjónustunnar (e.d.-c). Landamæraökönnun. Sótt 9. nóvember 2018 af <https://www.maelabordferdathjonustunnar.is/is/kannanir/landamaerakonnun>
- Observatório. (2015). Survei to international cruise passengers. Porto de Lisboa. Sótt af [http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_PORTO\\_LISBOA\\_ING/CRUZEIROS/STATISTICS/Survey%20to%20Cruise%20Passengers\\_2015.pdf](http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA_ING/CRUZEIROS/STATISTICS/Survey%20to%20Cruise%20Passengers_2015.pdf)
- Tourism Tasmania . (2017). Tasmanian cruise ship passenger survey December 2016 – April 2017. Sótt af [https://www.tourismtasmania.com.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0010/58645/Cruise-Survey-Report-2016-17.pdf](https://www.tourismtasmania.com.au/_data/assets/pdf_file/0010/58645/Cruise-Survey-Report-2016-17.pdf)
- Þórný Barðadóttir. (2017). ...það er bara, hver á að taka af skarið... Móttaka skemmtiferðaskipa við Norðurland: niðurstöður viðtalsrannsóknar. Sótt af <http://www.rmfi.is/is/moya/research/index/skyrslur-reports/thad-er-barahver-a-ad-taka-af-skarid-mottaka-skemmtiferdaskipa-vid-nordurland-nidurstodur-vidtalsrannsoknar>





## VIÐAUKI: NIÐURSTÖÐUTÖFLUR

Bakgrunnur svarenda					
Svarendur	N	%	Svörun		
			Karl	Kona	
	404	100%	42,1%	57,9%	
Aldur	18 - 49 ára	57	14%	38,6%	61,4%
	50 - 59 ára	59	15%	35,6%	64,4%
	60 - 69 ára	180	45%	42,2%	57,8%
	70 ára og eldri	102	25%	48,0%	52,0%
Heimsálfur	Evrópa	128	32%	43,0%	57,0%
	Norður Ameríka	180	45%	38,9%	61,1%
	Asía	60	15%	55,0%	45,0%
	Aðrar	34	8%	29,4%	70,6%
Menntunarstig	Framhaldsskóli eða lægra	75	19%	32,0%	68,0%
	BA/BS gráða	106	26%	44,3%	55,7%
	MA/MS/PhD gráða	220	54%	44,5%	55,5%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	202	50%	45,5%	54,5%
	Sérstakir áfangastaðir	154	38%	39,0%	61,0%
	Siglingin í heild	92	23%	44,6%	55,4%
	Annað	30	7%	46,7%	53,3%
Ferðafélagar	Ein/-n á ferð	19	5%	21,1%	78,9%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	383	95%	43,1%	56,9%

Með hverjum ferðast þú?					
Svarendur			Svörun		
		N	%	Ein/-n á ferð	Með fjölskyldu, vinum, í hópi
		403	100%	4,7%	95,3%
Kyn	Karl	169	42%	2,4%	97,6%
	Kona	233	58%	6,4%	93,6%
Aldur	18 - 49 ára	57	14%	8,8%	91,2%
	50 - 59 ára	59	15%	3,4%	96,6%
	60 - 69 ára	180	45%	2,8%	97,2%
	70 ár og eldri	102	25%	6,9%	93,1%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	126	31%	2,4%	97,6%
	BA/BS gráða	180	45%	7,8%	92,2%
	MA/MS/PhD gráða	61	15%	1,6%	98,4%
Heimsálfur	Evrópa	34	8%	0,0%	100,0%
	Norður Ameríka	76	19%	2,6%	97,4%
	Asía	106	26%	10,4%	89,6%
	Annað	219	54%	2,7%	97,3%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	201	50%	3,5%	96,5%
	Sérstakir áfangastaðir	154	38%	5,2%	94,8%
	Siglingin í heild	92	23%	4,3%	95,7%
	Annað	30	7%	16,7%	83,3%

Hversu ánægð(ur) / óánægð(ur) ertu með viðkomuna á Akureyri?								
Svarendur				Svörun				
		N	%	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hvorki né	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
		382	100%	70,2%	25,9%	3,9%	0,0%	0,5%
Kyn	Karl	159	42%	65,4%	32,7%	1,9%	0,0%	0,0%
	Kona	222	58%	73,9%	20,7%	5,4%	0,0%	0,9%
Aldur	18 - 49 ára	55	14%	65,5%	32,7%	1,8%	0,0%	1,8%
	50 - 59 ára	59	15%	69,5%	25,4%	5,1%	0,0%	0,0%
	60 - 69 ára	169	44%	68,6%	26,6%	4,7%	0,0%	0,0%
	70 ára og eldri	94	25%	76,6%	22,3%	1,1%	0,0%	1,1%
Heimsálfur	Evrópa	119	31%	70,6%	28,6%	0,8%	0,0%	0,0%
	Norður Ameríka	173	45%	73,4%	20,8%	5,8%	0,0%	0,6%
	Asía	58	15%	60,3%	36,2%	3,4%	0,0%	0,0%
	Aðrar	30	8%	66,7%	26,7%	6,7%	0,0%	3,2%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	72	19%	75,0%	23,6%	1,4%	0,0%	0,0%
	BA/BS gráða	101	26%	68,3%	25,7%	5,9%	0,0%	0,0%
	MA/MS/PhD gráða	208	54%	69,2%	26,9%	3,8%	0,0%	1,0%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	193	51%	73,1%	23,3%	3,6%	0,0%	0,5%
	Sérstakir áfangastaðir	142	37%	66,9%	29,6%	3,5%	0,0%	1,4%
	Siglingin í heild	87	23%	66,7%	29,9%	3,4%	0,0%	0,0%
	Annað	30	8%	63,3%	26,7%	10,0%	0,0%	2,2%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	18	5%	55,6%	22,2%	22,2%	0,0%	0,0%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	363	95%	70,8%	26,2%	3,0%	0,0%	0,5%

Hvað réði mestu við val á siglingu?							
Svarendur			Svörun				
	Fjöldi	%	Siglingin í heild	Sérstakir áfangastaðir	Heimsótt lönd	Annað	
	N		%	%	%	%	
Fjöldi	390	100%	23,6%	39,5%	51,8%	7,7%	
Kyn	Karl	164	42%	25,0%	36,6%	56,1%	8,5%
	Kona	226	58%	22,6%	41,6%	48,7%	7,1%
Aldur	18 - 49 ára	56	14%	28,6%	44,6%	50,0%	10,7%
	50 - 59 ára	58	15%	22,4%	34,5%	51,7%	8,6%
	60 - 69 ára	174	45%	24,1%	39,7%	51,7%	8,0%
	70 ár og eldri	97	25%	19,6%	40,2%	53,6%	5,2%
Heimsálfur	Evrópa	119	31%	33,6%	41,2%	51,3%	3,4%
	Norður Ameríka	177	45%	18,6%	39,0%	52,5%	10,2%
	Asía	59	15%	23,7%	32,2%	57,6%	8,5%
	Annað	33	8%	15,2%	48,5%	39,4%	9,1%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	72	18%	22,2%	44,4%	51,4%	4,2%
	BA/BS gráða	103	26%	18,4%	36,9%	50,5%	11,7%
	MA/MS/PhD gráða	213	55%	26,8%	39,0%	52,6%	7,0%
Ferðafélagar	Einn	18	5%	22,2%	44,4%	38,9%	27,8%
	Hópur/fyrirtæki	371	95%	23,7%	39,4%	52,3%	6,7%

Leitaðir þú upplýsinga um Ísland áður en lagt var í siglingu og þá hvar?													
Svarendur				Svörun									
				Á skipinu	Á ferða- skrifstofum	Á vefsíðum ferðaskrifstofa	Á almennum vefleitarvélum	Á öðrum vefsíðum	Í ferðabókum/ - bæklingum	Á samfélags- miðlum	Hjá vinum og fjölskyldu	Annað	Upplýsinga ekki leitað
		N	%										
		379	100%	31,7%	21,1%	42,0%	41,4%	15,3%	28,5%	9,2%	23,2%	5,0%	9,0%
Kyn	Karl	160	42%	38,1%	28,7%	41,9%	38,1%	11,9%	26,9%	8,8%	25,6%	5,6%	3,8%
	Kona	218	58%	27,1%	15,1%	42,2%	44,0%	17,9%	29,8%	9,6%	21,6%	4,6%	12,8%
Aldur	18 - 49 ára	56	15%	17,9%	19,6%	46,4%	50,0%	16,1%	32,1%	19,6%	19,6%	5,4%	12,5%
	50 - 59 ára	59	16%	33,9%	22,0%	49,2%	42,4%	20,3%	23,7%	10,2%	25,4%	1,7%	11,9%
	60 - 69 ára	167	44%	32,9%	21,0%	38,9%	40,1%	14,4%	27,5%	9,0%	24,6%	4,8%	6,6%
	70 ára og eldri	92	24%	35,9%	22,8%	39,1%	40,2%	13,0%	32,6%	2,2%	21,7%	7,6%	8,7%
Heimsálfur	Evrópa	119	31%	26,1%	16,0%	37,8%	42,9%	11,8%	53,8%	8,4%	26,1%	5,0%	7,6%
	Norður Ameríka	170	45%	30,0%	17,1%	45,9%	44,7%	18,2%	18,8%	9,4%	21,2%	6,5%	14,1%
	Asía	57	15%	47,4%	45,6%	35,1%	24,6%	15,8%	5,3%	12,3%	28,1%	1,8%	1,8%
	Aðrar	31	8%	29,0%	19,4%	51,6%	51,6%	12,9%	29,0%	6,5%	16,1%	3,2%	0,0%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	71	19%	19,7%	21,1%	38,0%	39,4%	12,7%	29,6%	7,0%	25,4%	4,2%	8,5%
	BA/BS gráða	97	26%	33,0%	20,6%	43,3%	38,1%	19,6%	17,5%	4,1%	17,5%	6,2%	13,4%
	MA/MS/PhD gráða	210	55%	35,2%	21,4%	42,9%	43,8%	14,3%	32,9%	12,4%	25,2%	4,8%	7,1%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	192	51%	32,3%	24,0%	43,8%	41,1%	17,7%	34,4%	8,9%	22,9%	4,7%	6,8%
	Sérstakir áfangastaðir	143	38%	32,2%	18,2%	49,7%	49,7%	12,6%	28,0%	10,5%	28,0%	4,2%	4,9%
	Siglingin í heild	87	23%	33,3%	27,6%	29,9%	32,2%	13,8%	35,6%	10,3%	16,1%	6,9%	10,3%
	Annað	29	8%	44,8%	37,9%	44,8%	37,9%	13,8%	13,8%	6,9%	37,9%	10,3%	20,7%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	16	4%	37,5%	25,0%	25,0%	31,3%	25,0%	18,8%	6,3%	6,3%	6,3%	56,3%
	Fjölskylda/vinir/hópur	362	96%	31,2%	21,0%	42,5%	42,0%	14,9%	29,0%	9,4%	23,8%	5,0%	6,9%

Hvað aðhafðist þú í viðkomunni á Akureyri?												
Svarendur			Svörun									
			N	%	Skoðunarferð með rútu - út frá Akureyri	Skoðunarferð með rútu - um Akureyri	Ferð í bílaleigubíl	Gönguferð með leiðsögumanni	Gönguferð án leiðsögumanns	Söfn / menning	Hvalaskoðun	Annað
			380	100%	60,8%	16,3%	6,3%	10,5%	31,1%	7,9%	7,6%	15,0%
Kyn	Karl		157	41%	62,4%	17,2%	5,1%	10,8%	27,4%	8,3%	8,9%	15,9%
	Kona		222	58%	59,5%	15,8%	6,8%	10,4%	33,8%	7,7%	6,8%	14,4%
Aldur	18 - 49 ára		55	14%	43,6%	12,7%	10,9%	10,9%	38,2%	12,7%	10,9%	23,6%
	50 - 59 ára		58	15%	55,2%	17,2%	13,8%	10,3%	31,0%	8,6%	12,1%	17,2%
	60 - 69 ára		168	44%	66,1%	20,8%	4,2%	11,9%	28,6%	7,7%	6,5%	11,3%
	70 ára og eldri		94	25%	64,9%	9,6%	3,2%	6,4%	31,9%	4,3%	4,3%	14,9%
Heimsálfur	Evrópa		118	31%	57,6%	6,8%	8,5%	5,1%	21,2%	7,6%	12,7%	16,9%
	Norður Ameríka		170	45%	60,6%	18,2%	2,9%	10,6%	39,4%	9,4%	5,9%	19,4%
	Asía		59	16%	69,5%	27,1%	10,2%	15,3%	16,9%	1,7%	6,8%	5,1%
	Aðrar		31	8%	54,8%	22,6%	9,7%	22,6%	51,6%	12,9%	0,0%	3,2%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra		71	19%	52,1%	16,9%	11,3%	9,9%	29,6%	9,9%	11,3%	14,1%
	BA/BS gráða		100	26%	59,0%	22,0%	2,0%	12,0%	40,0%	8,0%	6,0%	17,0%
	MA/MS/PhD gráða		208	55%	64,4%	13,5%	6,7%	10,1%	27,4%	7,2%	7,2%	14,4%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd		192	51%	60,9%	15,6%	7,3%	8,3%	33,9%	7,8%	6,3%	15,6%
	Sérstakir áfangastaðir		143	38%	58,0%	13,3%	7,0%	10,5%	34,3%	7,7%	9,8%	14,0%
	Siglingin í heild		88	23%	59,1%	18,2%	6,8%	12,5%	21,6%	5,7%	10,2%	17,0%
	Annað		30	8%	66,7%	26,7%	3,3%	30,0%	30,0%	6,7%	3,3%	30,0%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð		18	5%	50,0%	5,6%	0,0%	22,2%	27,8%	11,1%	0,0%	61,1%
	Fjölskylda/vinir/hópur		361	95%	61,2%	16,9%	6,6%	10,0%	31,3%	7,8%	8,0%	12,7%

Keyptir þú skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri?					
Svarendur		Svörun			
		N	%	Nei	Já
		382	100%	30,4%	69,6%
Kyn	Karl	159	42%	28,9%	71,1%
	Kona	223	58%	31,4%	68,6%
Aldur	18 - 49 ára	56	15%	35,7%	64,3%
	50 - 59 ára	59	15%	27,1%	72,9%
	60 - 69 ára	167	44%	28,7%	71,3%
	70 ára og eldri	95	25%	33,7%	66,3%
Heimsálfur	Evrópa	119	31%	29,4%	70,6%
	Norður Ameríka	172	45%	33,7%	66,3%
	Asía	58	15%	19,0%	81,0%
	Aðrar	31	8%	35,5%	64,5%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	71	19%	31,0%	69,0%
	BA/BS gráða	101	26%	35,6%	64,4%
	MA/MS/PhD gráða	209	55%	27,8%	72,2%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	193	51%	33,7%	66,3%
	Sérstakir áfangastaðir	144	38%	29,9%	70,1%
	Siglingin í heild	89	23%	34,8%	65,2%
	Annað	30	8%	16,7%	83,3%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	18	5%	44,4%	55,6%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	363	95%	29,8%	70,2%

Hvenær gekkst þú frá kaupum á skipulagðri ferð? (Ef já við kaupum)							
Svarendur			Svörun				
		N	%	Fyrir siglinguna	Um borð í skip	Á landi	Annað
		250	100%	70,4%	20,8%	7,6%	1,2%
Kyn	Karl	105	42%	71,4%	17,1%	9,5%	1,9%
	Kona	145	58%	69,7%	23,4%	6,2%	0,7%
Aldur	18 - 49 ára	34	14%	55,9%	32,4%	8,8%	2,9%
	50 - 59 ára	41	16%	82,9%	7,3%	9,8%	0,0%
	60 - 69 ára	111	44%	77,5%	15,3%	6,3%	0,9%
	70 ára og eldri	59	24%	55,9%	33,9%	8,5%	1,7%
Heimsálfur	Evrópa	82	33%	81,7%	12,2%	3,7%	2,4%
	Norður Ameríka	107	43%	59,8%	29,0%	11,2%	0,0%
	Asía	42	17%	92,9%	2,4%	4,8%	0,0%
	Aðrar	18	7%	27,8%	55,6%	11,1%	5,6%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	47	19%	59,6%	25,5%	10,6%	4,3%
	BA/BS gráða	58	23%	56,9%	31,0%	12,1%	0,0%
	MA/MS/PhD gráða	144	58%	79,9%	14,6%	4,9%	0,7%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	123	49%	70,7%	19,5%	8,9%	0,8%
	Sérstakir áfangastaðir	91	36%	69,2%	22,0%	7,7%	1,1%
Ferðafélagar	Siglingin í heild	54	22%	74,1%	18,5%	5,6%	1,9%
	Annað	23	9%	78,3%	21,7%	0,0%	0,0%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	9	4%	44,4%	22,2%	33,3%	0,0%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	240	96%	71,3%	20,8%	6,7%	1,3%



Hvers vegna var engin skipulögð ferð keypt? (ef nei við kaupum)							
Svarendur			Svörun				
		N	%	Engin ferð áhugaverð	Allar ferðir of dýrar	Langaði að vera ein(n)	Önnur ástæða
		68	100%	11,8%	27,9%	29,4%	30,9%
Kyn	Karl	31	46%	6,5%	38,7%	35,5%	19,4%
	Kona	37	54%	16,2%	18,9%	24,3%	40,5%
Aldur	18 - 49 ára	14	21%	21,4%	21,4%	35,7%	21,4%
	50 - 59 ára	11	16%	9,1%	18,2%	54,5%	18,2%
	60 - 69 ára	26	38%	11,5%	30,8%	19,2%	38,5%
	70 ára og eldri	17	25%	5,9%	35,3%	23,5%	35,3%
Heimsálfur	Evrópa	20	29%	5,0%	25,0%	35,0%	35,0%
	Norður Ameríka	34	50%	17,6%	23,5%	26,5%	32,4%
	Asía	9	13%	0,0%	33,3%	44,4%	22,2%
	Aðrar	4	6%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	15	22%	6,7%	33,3%	33,3%	26,7%
	BA/BS gráða	22	32%	18,2%	36,4%	13,6%	31,8%
	MA/MS/PhD gráða	31	46%	9,7%	19,4%	38,7%	32,3%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	44	65%	9,1%	25,0%	34,1%	31,8%
	Sérstakir áfangastaðir	21	31%	9,5%	33,3%	23,8%	33,3%
Ferðafélagar	Siglingin í heild	21	31%	14,3%	28,6%	33,3%	23,8%
	Annað	4	6%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	7	10%	42,9%	14,3%	0,0%	42,9%
	Fjölskylda/vinir/hópur	61	90%	8,2%	29,5%	32,8%	29,5%

Hvers vegna var engin skipulögð ferð keypt? (ef nei við kaupum)							
Svarendur				Svörun			
		N	%	Engin ferð áhugaverð	Allar ferðir of dýrar	Langaði að vera ein(n)	Önnur ástæða
		68	100%	11,8%	27,9%	29,4%	30,9%
Kyn	Karl	31	46%	6,5%	38,7%	35,5%	19,4%
	Kona	37	54%	16,2%	18,9%	24,3%	40,5%
Aldur	18 - 49 ára	14	21%	21,4%	21,4%	35,7%	21,4%
	50 - 59 ára	11	16%	9,1%	18,2%	54,5%	18,2%
	60 - 69 ára	26	38%	11,5%	30,8%	19,2%	38,5%
	70 ára og eldri	17	25%	5,9%	35,3%	23,5%	35,3%
Heimsálfur	Evrópa	20	29%	5,0%	25,0%	35,0%	35,0%
	Norður Ameríka	34	50%	17,6%	23,5%	26,5%	32,4%
	Asía	9	13%	0,0%	33,3%	44,4%	22,2%
	Aðrar	4	6%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	15	22%	6,7%	33,3%	33,3%	26,7%
	BA/BS gráða	22	32%	18,2%	36,4%	13,6%	31,8%
	MA/MS/PhD gráða	31	46%	9,7%	19,4%	38,7%	32,3%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	44	65%	9,1%	25,0%	34,1%	31,8%
	Sérstakir áfangastaðir	21	31%	9,5%	33,3%	23,8%	33,3%
	Siglingin í heild	21	31%	14,3%	28,6%	33,3%	23,8%
	Annað	4	6%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	7	10%	42,9%	14,3%	0,0%	42,9%
	Fjölskylda/vinir/hópur	61	90%	8,2%	29,5%	32,8%	29,5%

Hversu líklegt / ólíklegt er að þú heimsækir Ísland á ný?								
Svarendur				Svörun				
		N	%	Mjög líklegt	Líklegt	Hvorki né	Ólíklegt	Mjög ólíklegt
		374	100%	31,3%	30,7%	21,1%	12,0%	4,8%
Kyn	Karl	156	42%	30,1%	28,2%	21,8%	15,4%	4,5%
	Kona	217	58%	32,3%	32,3%	20,7%	9,7%	5,1%
Aldur	18 - 49 ára	55	15%	49,1%	32,7%	10,9%	5,5%	1,8%
	50 - 59 ára	59	16%	32,2%	45,8%	15,3%	5,1%	1,7%
	60 - 69 ára	165	44%	30,3%	30,9%	23,6%	12,7%	2,4%
	70 ára og eldri	91	24%	20,9%	19,8%	26,4%	19,8%	13,2%
Heimsálfur	Evrópa	118	32%	34,7%	32,2%	22,0%	6,8%	4,2%
	Norður Ameríka	164	44%	34,1%	25,0%	20,1%	16,5%	4,3%
	Asía	59	16%	22,0%	50,8%	23,7%	3,4%	0,0%
	Aðrar	31	8%	19,4%	19,4%	16,1%	25,8%	19,4%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	71	19%	35,2%	35,2%	16,9%	7,0%	5,6%
	BA/BS gráða	96	26%	29,2%	29,2%	19,8%	14,6%	7,3%
	MA/MS/PhD gráða	206	55%	31,1%	29,6%	23,3%	12,6%	3,4%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	189	51%	32,3%	31,2%	20,6%	10,6%	5,3%
	Sérstakir áfangastaðir	143	38%	30,8%	31,5%	18,2%	15,4%	4,2%
	Siglingin í heild	84	22%	40,5%	27,4%	20,2%	8,3%	3,6%
	Annað	29	8%	41,4%	34,5%	13,8%	6,9%	3,4%
Ferðafélagar	Ein(n) á ferð	14	4%	42,9%	35,7%	14,3%	7,1%	0,0%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	359	96%	30,9%	30,4%	21,4%	12,3%	5,0%

Hvaða ferðamáta er líklegt að þú notir? (ef endurkoma líkleg/mjög líkleg)						
		Svarendur		Svörun		
		N	%	Sigling	Flug	Sigling/Flug
		142	100%	46,5%	43,0%	10,6%
Kyn	Karl	48	34%	47,9%	45,8%	6,3%
	Kona	93	65%	45,2%	41,9%	12,9%
Aldur	18 - 49 ára	27	19%	29,6%	51,9%	18,5%
	50 - 59 ára	27	19%	48,1%	44,4%	7,4%
	60 - 69 ára	57	40%	47,4%	42,1%	10,5%
	70 ára og eldri	29	20%	58,6%	34,5%	6,9%
Heimsálfur	Evrópa	39	27%	41,0%	51,3%	7,7%
	Norður Ameríka	66	46%	54,5%	28,8%	16,7%
	Asía	27	19%	37,0%	59,3%	3,7%
	Aðrar	10	7%	40,0%	60,0%	0,0%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	27	19%	55,6%	40,7%	3,7%
	BA/BS gráða	41	29%	56,1%	31,7%	12,2%
	MA/MS/PhD gráða	73	51%	37,0%	50,7%	12,3%
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu	Heimsótt lönd	78	55%	39,7%	48,7%	11,5%
	Sérstakir áfangastaðir	51	36%	41,2%	45,1%	13,7%
	Siglingin í heild	25	18%	52,0%	32,0%	16,0%
Ferðafélagar	Annað	14	10%	50,0%	28,6%	21,4%
	Ein(n) á ferð	14	10%	78,6%	14,3%	7,1%
	Fjölskylda/ vinir/ hópur	128	90%	43,0%	46,1%	10,9%



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA

2018