



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Millilandaflug um Akureyrarflugvöll

Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2012

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

Titill: Millilandaflug um Akureyrarflugvöll
Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012
Höfundar: Eyrún J. Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála
Prentun: Stell (www.stell.is)

Númer: RMF-S-04-2012
ISBN: 978-9935-437-12-9
ISSN: 1670-8857

Forsíðumynd er af Airbus 320 vél sem Nonni Travel leigði í beint flug milli Akureyrar og Ljubljana sumarið 2012.

Ljósmynd: Helena Dejak.

Skýrslan er prentuð á 100g Clairfontane pappír

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

Millilandaflug um Akureyrarflugvöll
Könnun meðal brottfararfarþega
sumarið 2012

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

Efnisyfirlit

1	Inngangur	7
1.1	Bakgrunnur könnunar.....	7
1.2	Markmið	7
1.3	Gögn og aðferðir	8
1.4	Uppbygging skýrslu	13
2	Farþegaflutningar með flugi	15
2.1	Að komast á áfangastað.....	15
2.2	Þjónustuframboð flugfélaga	17
2.3	Lággjaldaflugfélög	20
2.4	Leiðakerfi hinna hefðbundnu flugfélaga	21
	Leiðakerfi Icelandair	23
2.5	Millilandatengingar við Akureyri 2013.....	25
	Flugklasinn Air 66N.....	25
3	Þátttakendur könnunar	27
4	Niðurstöður könnunar	39
4.1	Almennt um Íslandsferðina	39
4.2	Ferðamynstur á Norðurlandi.....	52
4.3	Mæling á hagrænum áhrifum	78
	Útgjöld brottfararfarþega á sólarhring.....	78
4.4	Upplýsingaveitur	84
4.5	Notkun á samgöngum.....	86
4.6	Samantekt	89
5	Greining niðurstaðna	93
5.1	Hverjir komu?	93
5.2	Hverju voru þeir að eyða og í hvað?.....	95
5.3	Ofmetnar upplýsingaveitur?.....	96
6	Lokaorð	99
	Heimildir	101
	Viðauki 1	105
	Viðauki 2	109

Listi yfir myndir

Mynd 1: Samspil samgangna og þróunar áfangastaða.....	16
Mynd 2: Samspil flugsamgangna og þróunar áfangastaða.....	17
Mynd 3: Skipulag þjónustuframboðs flugfélaga.....	18
Mynd 4: Leiðakerfi Icelandair 2013.....	24
Mynd 5: Búsetuland svarenda 2009, 2010, 2011 og 2012.....	30
Mynd 6: Búsetuland svarenda í könnun 2012 skipt eftir hópum.....	31
Mynd 7: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku 2012.....	33
Mynd 8: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Svíþjóð 2012.....	34
Mynd 9: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Stóra-Bretlandi 2012.....	35
Mynd 10: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Þýskalandi 2012.....	36
Mynd 11: Um hvaða flugvöll komstu til Íslands?.....	39
Mynd 12: Hvers vegna kaustu að fljúga frá Akureyrarflugvelli?.....	40
Mynd 13: Hvers vegna kaustu að fljúga frá Akureyrarflugvelli? Skipt eftir búsetu svarenda.....	40
Mynd 14: Hefurðu komið áður til Íslands?.....	41
Mynd 15: Hversu oft hefur þú komið til Íslands?.....	42
Mynd 16: Hversu oft hefur þú komið til Íslands? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	42
Mynd 17: Hver er megingilgangur ferðar þinnar til Íslands?.....	44
Mynd 18: Hver er megingilgangur ferðar þinnar til Íslands? Skipt eftir hópum og búsetu.....	45
Mynd 19: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni?.....	47
Mynd 20: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni? Skipt eftir hópum.....	48
Mynd 21: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni? Skipt eftir búsetu.....	48
Mynd 22: Hvað gistir þú margar nætur á Íslandi?.....	49
Mynd 23: Hvað gistir þú margar nætur á Íslandi? Skipt eftir hópum og þjóðernum.....	50
Mynd 24: Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?.....	51
Mynd 25: Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	52
Mynd 26: Hefur þú komið áður á Norðurland?.....	53
Mynd 27: Hefur þú komið áður á Norðurland? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	53
Mynd 28: Á hvaða árstíma komstu?.....	54
Mynd 29: Á hvaða árstíma komstu? Skipt eftir hópum og þjóðernum.....	55
Mynd 30: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir hópum.....	58
Mynd 31: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir hópum.....	59
Mynd 32: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir búsetu svarenda.....	60
Mynd 33: Hve margar nætur gistir þú á Norðurlandi?.....	62
Mynd 34: Hvað gistir þú margar nætur á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	62
Mynd 35: Hvaða gistimáta nýttir þú þér á Norðurlandi?.....	66
Mynd 36: Hvaða gistimáta nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	67
Mynd 37: Hvaða ferðamáta nýttir þú þér á Norðurlandi?.....	70
Mynd 38: Hvaða ferðamáta nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	71
Mynd 39: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi?.....	72
Mynd 40: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum.....	73
Mynd 41: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir búsetu svarenda.....	74
Mynd 42: Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi?.....	75

Mynd 43: Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	75
Mynd 44: Hvaða orð ná utan um upplifun þína?.....	76
Mynd 45: Hvaða orð ná utan um upplifun þína? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.....	77
Mynd 46: Hvað var innifalið í pakkaferðinni?.....	80
Mynd 47: Notaðirðu einhverja af þessum heimasíðum fyrir ferð eða í ferð þinni?	85
Mynd 48: Hversu gagnlegar voru þessar vefsíður í heildina litið að þínu mati fyrir skipulagningu ferðar þinnar?	86
Mynd 49: Notaðirðu almenningssamgöngur á Íslandi.....	87
Mynd 50: Hversu gagnlegar voru almenningssamgöngur á Íslandi að þínu mati?	87
Mynd 51: Hvaða ferðamáta kýst þú helst þegar ferðast er innan áfangastaðar?	88
Mynd 52: Gastu fundið samgöngumáta við þitt hæfi á ferð þinni um Ísland?	89

Listi yfir töflur

Tafla 1: Áhersluatriði við greiningu á samsetningu ferðafólks.....	9
Tafla 2: Yfirlit yfir þætti sem greinir á milli laggjaldaflugfélaga og flugfélaga með fulla þjónustu.....	19
Tafla 3: Svarhlutföll kannanna á Akureyraflugvelli 2009-2012.....	27
Tafla 4: Yfirlit yfir svarendur kannana 2009, 2010, 2011 og 2012.....	28
Tafla 5: Yfirlit yfir svarendur könnunar 2012 skipt eftir hópum.....	29
Tafla 6: Yfirlit yfir svarendur könnunar 2012 sem búa í Danmörku, Svíþjóð, Bretlandi og Þýskalandi.....	32
Tafla 7: Hver skipulagði ferðina til Íslands?.....	43
Tafla 8: Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða áður til Íslands.....	46
Tafla 9: Meðaldvalarlengd ferðafólks sumarið 2012.....	50
Tafla 10: Tilgangur ferðar samanborin við hve oft fólk hafi komið áður á Norðurland.....	56
Tafla 11: Meðaldvalarlengd ferðafólks á Norðurlandi sumarið 2012.....	63
Tafla 12: Gistinætur á Íslandi samanborið við gistinætur á Norðurlandi.....	65
Tafla 13: Gistimáti á Norðurlandi samanborinn við tilgang ferðar, skipt eftir ferðamáta.....	68
Tafla 14: Gistimáti á Norðurlandi samanborinn við tilgang ferðar, skipt eftir þjóðernum.....	69
Tafla 15: Atriði er varða ferðaþjónustu á Norðurlandi sem mætti færa til betri vegar.....	77
Tafla 16: Heildareyðsla, þeirra sem voru í pakkaferð, skipt eftir ferðamáta og dvalarlengd.....	79
Tafla 17: Heildareyðsla, þeirra sem voru í pakkaferð á sólarhring eftir útgjaldaliðum utan þess sem innifalið var í pakkaferð.....	81
Tafla 18: Heildareyðsla þeirra sem ekki voru í pakkaferð á sólarhring eftir útgjaldaliðum.....	83
Tafla 19: Metin heildarútgjöld þeirra sem ekki voru í pakkaferð miðað við meðaldvalarlengd á Norðurlandi og Íslandi, borið saman við 2009-2011.....	84

1 Inngangur

Sumarið 2012 réðst Rannsóknamiðstöð ferðamála (RMF) í framkvæmd könnunar meðal erlendra brottfararfarpæga í millilandaflugi á Akureyri, fjórða árið í röð. Fyrri sumur hefur nær aðeins verið um að ræða farþega í beinu áætlunarflugi Iceland Express milli Kaupmannahafnar og Akureyrar. Þessi flug hafa verið nær eina millilandaflugið um Akureyrarflugvöll ef frá eru talin nokkur leiguflug á ári. Sumarið 2012 varð sú breyting að Icelandair hóf að bjóða Akureyri sem áfangastað í gegnum sínar bókunarvélar með tengiflugi frá Keflavík með leiguvélum frá Flugfélagi Íslands. Þar sem þessir farþegar voru á leið út úr landinu frá Akureyri, í gegnum Keflavík, og þar með hægt að gefa sér að Íslandsferð væri lokið voru þessir farþegar einnig teknir inn í könnunina. Í þessari skýrslu verður gert grein fyrir niðurstöðum könnunar meðal allra brottfararfarpæga frá Akureyrarflugvelli sumarið 2012, bæði í beinu áætlunarflugi Iceland Express og þeirra sem fóru frá landinu með tengiflugi Icelandair.

1.1 Bakgrunnur könnunar

Upprunalega hóf RMF að gera kannanir á Akureyrarflugvelli þar sem þörf var á grunnrannsóknem sem hægt væri að byggja hugmyndir um millilandaflug frá Akureyri á. Rannsóknir til þessa hafa leitt í ljós mikilvægi þess að opna nýtt hlið til landsins og að þannig verði nýr áfangastaður til innan Íslands (Eyrún Jenný Bjarnaóttir og Jón Gestur Helgason, 2010; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens, 2011). Könnunum RMF á Akureyrarflugvelli og niðurstöðum þeirra hefur verið vel tekið meðal ferðapjónustuaðila og annarra hagsmunaaðila á Norðurlandi. Þeir hafa nýtt gögnin meðal annars í skipulagi markaðssetningar og til að undirstrika mikilvægi millilandaflugs fyrir ferðapjónustu á svæðinu. Við gerð fyrri kannana þróaðist einnig veigamikilið samstarf RMF við ISAVIA, sem hefur skipt sköpum fyrir verkefnið og nýtingarmöguleika þess. RMF hefur fullan hug á því að halda áfram könnunarvinnu á Akureyrarflugvelli sumarið 2013 og næstu sumur eftir því sem fjárhagur RMF leyfir.

Á hverju vori hefur spurningalistinn verið tekinn til skoðunar, hann uppfærður og samlagaður nýjum áherslum um hvernig skilja beri væntingar ferðafólks, skynjun á ímynd og hagræn áhrif af komu þess. Grunnbreytum og þeim hlutum spurningalistans er varða dvalarlengd, ferða- og neysluhegðun og upplifun hefur verið haldið óbreyttum og auðveldar það samanburð við niðurstöður könnunarinnar frá árunum á undan. Auk þess hefur verið gefið svigrúm til þess að setja inn spurningar sem tengjast gagnaöflun annarra verkefna og með því samnýta þann grunn sem lagður er í brottfararkönnunina á flugvöllinum. Að þessu sinni voru settar inn spurningar er varða gagnaöflun í tveimur alþjóðlegum verkefnum sem RMF er aðili að. Spurningarnar og breytingar á þeim eru kynntar nánar í kafla 1.3 um gögn og aðferðir.

1.2 Markmið

Markmið könnunarinnar 2012 á Akureyrarflugvelli var að fá mynd af samsetningu þess erlenda ferðafólks, sem nýtir sér flugleiðina til Akureyrar – hvort heldur sem um ræðir í beinu

flugi eða tengiflugi, kanna ferðavenjur þess og kortleggja ferðamynstur, neyslu og upplifun þess á áfangastað. Í könnunum undanfarinna ára hefur verið einblínt á erlenda gesti í beinu flugi, en þar sem sumarið 2012 var einnig um tengiflugsmöguleika um Keflavíkurlugvöll að ræða er tekið tillit til þess við markmiðasetningu fyrir könnunina.

Þeir áfangastaðir sem ná árangri bjóða vörur sem eru í takti við þær væntingar sem mögulegir kaupendur hafa. Því er mikilvægt að komast að því hverjir það eru sem sækja svæðið heim, hvort þeir séu ánægðir og þá helst með hvað. Sem viðbót við ofangreint markmið hefur RMF einnig haft hug á því að nýta þær upplýsingar, sem safnast í könnunum, til þess að skoða samspil flugvalla og þróunar ferðaþjónustu á tilteknum svæðum. Eða með öðrum orðum hvernig nýir áfangastaðir verða til og þróast með nýjum samgönguleiðum.

1.3 Gögn og aðferðir

Eins og fram hefur komið hefur Iceland Express boðið upp á beint áætlunarflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar að sumri til síðan sumarið 2006. Framan af var boðið upp á tvö flug á viku á tímabilinu júní-ágúst en sumarið 2010 fækkaði þeim niður í eitt á viku. Sumarið 2012 var hið þriðja í röð þar sem flugfélagið bauð upp á eitt flug á viku milli Akureyrar og Kaupmannahafnar og að þessu sinni var flogið á mánudögum á tímabilinu 2. júlí til 6. ágúst, alls sex skipti og hafa flugin aldrei verið færri. Við þessa áætlun bættist eitt flug á vegum ferðaskrifstofunnar Nonni ehf. á Akureyri, sem var til Slóveníu 3. júlí 2012 í samvinnu við Iceland Express og slóvenska flugfélagið Adria Airways, svo var einnig sumarið 2011. Nýlunda sumarsins eins og áður sagði er að Icelandair bauð farþegum sínum upp á tengingu í beinu flugi við Akureyri um Keflavíkurlugvöll í fyrsta skipti um langt skeið. Flogið var þrisvar til fjórum sinnum í viku á tímabilinu 7. júní til 30. september, alls 54 skipti. Starfsfólk RMF sá um að leggja könnunina fyrir í öllum þessum flugum með góðri hjálp starfsfólks ISAVIA á Akureyri. Að þessu sinni voru spurningarnar 28 talsins og voru þær sem fyrir á ensku, dönsku og þýsku (sjá spurningalista á ensku í viðauka 1). Gert er ráð fyrir að það hafi að jafnaði tekið 5-10 mínútur að svara spurningalistanum. Eru allir fullorðnir sem koma gegnum öryggishliðið og hafa erlent vegabréf beðnir um þátttöku í könnuninni.

Til að kanna samsetningu ferðafólks (e. *visitor profile*) og ferða- og neysluvenjur þess var byggt á Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert og Wanhill (2005) sem mæla með því að áhersla sé lögð á ferðafólkið og ferðir þess, líkt og kemur fram í töflu 1. Greining niðurstaðna fyrri kannanna á Akureyrarflugvelli hafa byggt á þeim áhersluatriðum sem Cooper o.fl. tilgreina og var engin breyting gerð þar á sumarið 2012 og gefur það möguleika á samanburði við niðurstöður kannanna fyrir ára.

Tafla 1: Áhersluatriði við greiningu á samsetningu ferðafólks.*Heimild:* Cooper o.fl. 2005: 88.

Gestur	Ferðin
<ul style="list-style-type: none">• Aldur• Kyn• Einn á ferð/með fjölskyldu o.s.frv.• Atvinna/starfsstétt• Tekjur	<ul style="list-style-type: none">• Búseta ferðalangs og áfangastaður• Ferðamáti• Tilgangur ferðar• Gistimáti• Afþreying nýtt• Staðir heimsóttir• Hópfærð eða ferð á eigin vegum

Þátttakendur eru beðnir um að gefa grunnupplýsingar (lýðfræðilegar breytur/e. *demographic variables*) um sig sjálfa, sem eru notaðar til þess að varpa ljósi á samsetningu ferðafólksins. Þetta eru upplýsingar eins og aldur, kyn, búseta og tekjustig í heimalandi viðkomandi. Cooper o.fl. (2005) benda á að einnig sé hægt að spyrja um atvinnu/starfstétt. Holloway (2006) áréttar að slíkar upplýsingar hafa stundum verið taldar gefa vísbendingar um tekjur og kaupgetu auk þess að veita upplýsingar um hvaða stétt viðkomandi tilheyrir. Holloway bendir hins vegar jafnframt á að nú á tímum séu mörk stéttskiptingar að verða óljósari og þyki mörgum því söfnun slíkra upplýsinga vera tímasekkja. Aðrir mælikvarðar geti gefið betri vísbendingar. Hingað til hefur ekki verið spurt um atvinnu/starfstétt í könnuninni á Akureyrarflugvelli og var það heldur ekki gert að þessu sinni. Þess í stað hefur verið spurt um búsetuland viðkomandi, menntunarstig og hvernig svarandi metur tekjur sínar samanborið við skynjað meðaltal í búsetulandi.

Þar sem þessi brottfararkönnun er framkvæmd árlega hefur ekki þótt nauðsynlegt að óska eftir öllum upplýsingum á hverju ári. Sumir þættir er varða ferðafólk taka ekki miklum breytingum á milli ára (Vanhove, 2011). Þess vegna er fullnægjandi að leita upplýsinga um þessa þætti á nokkurra ára fresti án þess að yfirlit um þróun sé fórnað. Um leið gefur það svigrúm til þess að geyma spurningar er varða þessa þætti og taka inn nýjar í staðinn og þ.a.l. prófa nýja hluti. Á síðasta ári voru spurningar um upplýsingaþörf og –notkun fyrir ferð og í ferð hvíldar þar sem spurt var um þessi atriði í könnuninum 2009 og 2010 og voru niðurstöður í þeim spurningum keimlíkar milli ára. Af sömu ástæðu voru þessar spurningar voru ekki teknar inn í könnuninni 2012 en þess í stað var gefið meira svigrúm til þess að setja inn spurningar sem tengjast gagnaöflun annarra verkefna, eins og áður sagði. Að þessu sinni voru teknar inn spurningar sem tengjast tveimur mismunandi verkefnum, sem nánar verður vikið að hér fyrir neðan.

Á grundvelli þeirra grunnupplýsinga, sem óskað er eftir, er hægt að greina svör við öðrum spurningum listans og bera saman við niðurstöður fyrri kannana á Akureyrarflugvelli. Auk þess væri hægt að bera niðurstöðurnar saman við niðurstöður annarra kannana meðal erlendra gesta s.s. þær sem hafa verið gerðar á Keflavíkurflugvelli. Í kjölfar grunnbreyta skiptist spurningalistinn í fimm hluta.

a. Almennar spurningar um Íslandsferð

Í fyrsta lagi var spurt nokkurra almennra spurninga um Íslandsferð svarenda, sem gefa eiga gleggri mynd af ferðamynstri svarenda könnunarinnar um áfangastaðinn Ísland. Í þessum hluta var spurt um:

- tilgang ferðar
- ferðafélaga
- dvalarlengd
- hver skipulagði ferð
- hvar viðkomandi kom inn í landið
- hvaða landshlutar voru sóttir heim í ferðinni
- hvort viðkomandi hafi komið áður til Íslands

Öll þessi atriði eru samanburðarhæf við niðurstöður kannanna RMF á Akureyrarflugvelli síðustu ár. Auk þess mætti bera mörg þessara atriða saman við niðurstöður sambærilegra brottfararkannana s.s. í Leifsstöð. Sem dæmi má nefna mætti bera saman samsetningu ferðafólks og hvort einhver munur kunnir að vera á þeim hópum ferðafólks sem fara af landi brott frá tveimur ólíkum flugvöllum á Íslandi.

b. Ferðamynstur um Norðurland

Í öðru lagi voru sérstakar spurningar í könnuninni sem er ætlað að gefa vísbendingar um ferðamynstur farþeganna um Norðurland á meðan á Íslandsdvöl stóð. Í þessu samhengi er óskað eftir eftirfarandi upplýsingum:

- hvaða svæði eða staðir á Norðurlandi voru heimsótt
- dvalarlengd á Norðurlandi
- gistimáta á Norðurlandi
- samgöngumáta á Norðurlandi
- hvaða afþreyingu viðkomandi hafi nýtt sér á Norðurlandi
- upplifun af Norðurlandi
- hvort viðkomandi hafi komið á Norðurland, þá hve oft og á hvaða árstíma
- hvers vegna Akureyrarflugvöllur varð fyrir valinu til brottfarar frá Íslandi
- mat á orðum sem lýsa eiga upplifun af Norðurlandi
- hvaða þjónustuþætti mætti bæta á Norðurlandi

Í spurningalistanum er Norðurland ekki skilgreint sérstaklega en þess í stað er vísað til korts sem sýnir útlínur norðurhluta Íslands auk þess sem á kortinu eru sýndir helstu þéttbýlisstaðir og örnefni. Í fyrri könnunum hefur einnig verið spurt um flest ofangreindra atriða og því samanburður við kannanir fyrri ára mögulegur. Tvö atriði komu þó fyrst fram í spurningalistanum sumarið 2011. Annars vegar hvers vegna Akureyrarflugvöllur var valinn til brottfarar frá Íslandi, og hins vegar *mat* á hugtökum sem mögulega lýsa heildarupplifun af Norðurlandi sem framhald af spurningu um heildarupplifun af Norðurlandi á fimm punkta kvarða. Eitt nýtt atriði bættist við listann sumarið 2012 og varðar þá þjónustuþætti sem mætti bæta á Norðurlandi að mati gestanna.

c. Mælingar á hagrænum áhrifum

Í þriðja lagi var spurt um útgjöld í ferð (e. *visitor expenditure*). Sumarið 2011 var lögð aukin áhersla á greiningu hagrænna áhrifa vegna gestakoma um Akureyrarvöll og það ár voru gerðar breytingar á spurningum þar um til þess að fá gleggri mynd af útgjöldum ferðafólks. Mæling á tekjum af gestakomum hafa á undanförunum árum fengið aukið vægi og þykir nú ekki síður mikilvæg en þeir mælikvarðar sem sýna fjölda gesta og dreifingu þeirra á ferðamannastaði (Gálves og Lerena, 2006).

Fjöl margar leiðir eru til þess að kanna hagræn áhrif ferðamennsku og er könnun á útgjöldum ferðafólks, eða neyslu þeirra (e. *tourism consumption*), einungis einn hluti af því. Hagstofa Íslands (2008) hefur skilgreint að útgjöld teljist til ferðþjónustu séu þau innt af hendi af gesti eða öðrum aðilum fyrir hans hönd. Mögulegt er að stofna til slíkra útgjalda fyrir ferð, á meðan á ferð stendur og eftir ferð, en útgjöldin verða fyrst og fremst til vegna „kaupa á vörum og þjónustu eða verðmætum (e. *valuables*) til eigin nota eða til gjafar“ (Hagstofa Íslands, 2008: 15). Skilgreining Hagstofunnar á neyslu ferðafólks er sambærileg þeirri sem Alþjóða ferðamálastofnunin (WTO) og OECD nota en Hagstofan notar upplýsingar um neyslu ferðafólks í hliðarreikningum ferðþjónustunnar (e. *tourism satellite accounts*) auk annarra hagtalna.¹ Við gerð spurninga um útgjöld var haft samráð við Hagstofu og Ferðamálastofu svo að unnt væri að nota niðurstöður til samanburðar við þær kannanir sem þessar stofnanir hafa áætlanir um að gera, en svör við útgjöldum í fyrri könnunum hafa leitt til sambærilegrar niðurstöðu og hliðarreikningar Hagstofu.

Spurningar um útgjöld ferðafólks eru í eðli sínu flóknar og það getur verið vandasamt fyrir ferðafólk að svara þeim (Stynes og White, 2006; Frechtling, 2006). Ekki hefur verið nein undantekning á þessu varðandi útgjaldaspurningarnar í könnunum á Akureyrarflugvelli og hafa spyrjar RMF oft orðið vitni að því þegar þátttakendur könnunar hafa setið hvað lengst við þessa spurningu og velt henni fyrir sér. Hægt er að spyrja um útgjöld á marga vísu. Ein leið er að spyrja um útgjöld hvers einstaklings, en það getur hæglega leitt til ofmats á heildarútgjöldum vegna ferðþjónustu. Stynes og White (2006) benda t.a.m. á að það getur verið erfitt fyrir einstaklinga sem ferðast t.d. með maka og börnum að koma auga á kostnað fyrir hvern einstakling þar sem peningarnir koma allir úr sama vasanum. Það að finna út heildarútgjöld fyrir hvern kostnaðarlið og gefa upp í leiðinni fyrir hve marga er greitt sparar svarendum vinnu við að deila kostnaðinum og gefa upp krónutölu fyrir hvern og einn. Jafnframt getur verið nauðsynlegt að taka tillit til þeirra barna sem eru með í för, en í mörgum tilfellum er eyðsla þeirra og kostnaður í ferð ekki á við fullorðna einstaklinga (Stynes og White, 2006).

Þegar spurt er um útgjöld eru svarendur gjarnan beðnir um að tilgreina ákveðna útgjaldaliði eða flokka. Oftast er spurt um útgjöld er varða mat og drykk, verslun, afþreyingu, gistingu,

¹ Árið 2006 gerði Hagstofan samning við Samgönguráðuneytið um gerð hliðarreikninga í ferðþjónustu og lauk þeim með útgáfu á svokölluðum ferðþjónustureikningum fyrir árin 2000-2006, sem gefnir voru út árið 2008. Árið 2010 voru gefnir út endurnýjaðir reikningar sem náðu frá 2000-2008. Í árslok 2011 voru svo gefnir út ferðþjónustureikningar fyrir árin 2009-2011. Þegar þetta er skrifað hefur Hagstofan tilkynnt að þessari útgáfu verði hætt með vísan til samdráttar hjá stofnunninni.

Samgöngur á áfangastað og annan kostnað vegna ferða (sbr. Crompton, Lee og Shuster, 2001; Gálvez og Lerena, 2006; Stynes og White, 2006; Wilton og Nickerson, 2006). Hins vegar fer það eftir eðli könnunarinnar og upplýsingaþörf hvaða flokkar verða fyrir valinu og hvað óskað er eftir nákvæmum upplýsingum. Í könnuninum á Akureyrarflugvelli hefur verið reynt að taka tillit til þess að svarendur eru á leiðinni út úr landinu og hafa takmarkaðan tíma. Hefur því áhersla verið lögð á að hafa flokkana ekki of marga né of nákvæma. Við gerð útgjaldaflokkana 2011 og 2012 var sérstaklega tekið mið af þeim flokkum sem liggja til grundvallar gerðar hliðarreikninga Hagstofunnar svo að unnt sé að bera saman útgjöld ferðafólks eins og þau birtast í hliðarreikningunum og útgjöld ferðafólks á Akureyrarflugvelli. Flokkarnir eru níu:

- Gisting
- Samgöngur (s.s. fargjöld, flugmiðar, bílaleigubíll)
- Annar kostnaður vegna samgangna (s.s. eldsneyti og viðhaldskostnaður)
- Veitingastaðir/kaffihús
- Verslun í matvörubúðum (s.s. matur og drykkur)
- Afþreying (s.s. aðgangseyrir, skoðunarferðir)
- Verslun (s.s. fatnaður og aðrar vörur)
- Minjagripir
- Annað ótilgreint

Óskað var eftir upplýsingum um heildarútgjöld fyrir hvern flokk auk upplýsinga um fyrir hve marga var greitt og út frá því eru meðalútgjöld á mann á sólarhring reiknuð. Á þeim grunni hafa heildarútgjöld gesta verið metin út frá meðalvalarlengd á Norðurlandi annars vegar og Íslandi hins vegar. Þessar niðurstöður hafa gefið vísbendingar um hvað ferðafólk á Norðurlandi hefur skilið eftir sig.

Tekið er tillit til þeirra sem eru í pakkaferð þannig að þeir sem voru í skipulagðri ferð (pakkaferð) geta tilgreint það, gefið upp hvað ferðin kostaði, hvað greitt var fyrir marga og hvað var innifalið í verðinu. Að auki var gefinn kostur á að tilgreina aukaútgjöld utan við heildarupphæð pakkans.

d. Upplýsingaveitur

Í fjórða lagi voru farþegarnir spurðir um notkun upplýsingaveita (e. *information sources*) fyrir ferð þeirra og í sjálfri ferðinni. Annars vegar var spurt um tilteknar vefsíður og hvort þær hefðu verið notaðar sem upplýsingaveitur fyrir ferð eða í sjálfri ferðinni. Spurt var um sjö vefsíður, sem allar hafa þann tilgang að kynna Ísland og/eða landshlutana. Hin spurningin snerist um mat ferðafólksins á gagnsemi vefsíðanna við skipulagningu ferðarinnar.

Þessi hluti könnunarinnar tilheyrir gagnaöflun fyrir samnorrænt verkefni sem heitir Leiðir og tæki í upplýsingatækni innan upplifunarhagkerfisins (e. *ICT Toolbox in the experience economy*) og fjallar um það hvernig ferðaþjónustufyrirtæki á Norðurlóðum geta nýtt sér upplýsingatækni til þess að koma vörum sínum og þjónustu á framfæri. Skoðuð eru tilvik sem hafa verið vel heppnuð og hvaða lærdóm sé hægt að draga af þeim. Verkefnið er styrkt af Norrænu Nýsköpunarmiðstöðinni (NICE) en að því standa háskólastofnanir,

ferðapjónustufyrirtæki og -samtök á Íslandi, í Noregi, Svíþjóð, Finnlandi og Danmörku. Á Íslandi er Markaðsstofa Norðurlands í forsvari fyrir verkefnið en auk hennar tekur Rannsóknamiðstöð ferðamála þátt í verkefninu. Verkefnið fór af stað haustið 2012 og er áætlað að því ljúki á vordögum 2013.

e. Notkun á samgöngum

Í fimmta og síðasta lagi var spurt um atriði er varða notkun á samgöngum á Íslandi og á áfangastað og tilheyrir gagnaöflun fyrir verkefnið TransTourism sem Rannsóknamiðstöð ferðamála er aðili að og Norðurslóðaáætlun ESB fjármagnar. Fjórar spurningar voru helgaðar þessu verkefni. Í fyrsta lagi var spurt hvort svarendur hefðu notað almenningssamgöngur á ferð þeirra um Ísland og þá, í öðru lagi, hvernig þeir myndu meta þá þjónustu sem þeim stóð til boða. Í þriðja lagi var spurt hvaða ferðamáta svarendur kjósa að nota þegar þeir ferðast um áfangastað og í fjórða og síðasta lagi var spurt hvort þeir hefðu fundið þann ferðamáta á meðan dvöl þeirra stóð hér á landi.

Verkefnið er alþjóðlegt samvinnuverkefni til þriggja ára (2010-2013) og aðilar að verkefninu koma, auk Íslands, frá Svíþjóð, Skotlandi og Írlandi. Markmið verkefnisins er að skoða almenningssamgöngur á Norðurslóðum og þróa sjálfbærar lausnir til lengri tíma litið sem mætt geta þörfum bæði ferða- og heimafólks. Markmiðið með þeim spurningum, sem settar voru inn í könnunina í þágu þessa verkefnis, er að kanna þarfir og viðhorf gesta til almenningssamgangna á svæðinu í tengslum við millilandaflug á Akureyrarflugvelli. Auk þess að skoða hvaða almenningssamgöngur þessir gestir hafi notað og hvaða viðhorf þeir hafa í garð þeirra.

1.4 Uppbygging skýrslu

Skýrslan skiptist í sex kafla. Í inngangskafli er greint frá bakgrunni og markmiðum könnunarinnar auk aðferða. Í öðrum kafla er stutt samantekt heimilda og gagna um þýðingu samgöngukerfa fyrir áfangastaði. Auk þess er þjónustuframboð flugfélaga tekið til skoðunar. Þar er einnig fjallað um stöðu mála í milliandaflugstengingum við Akureyrarflugvöll með áherslu á starfsemi flugklasans svokallaða, Air 66N. Í þriðja kafla eru þátttakendur könnunarinnar kynntir til sögunnar og farið yfir svörun og grunnbreytur áður en farið er yfir niðurstöður hinnar eiginlegu könnunar í fjórða kafla. Í fimmta kafla er greining á niðurstöðum úr könnun þar sem þær eru settar í samhengi við þær heimildir og gögn sem kynnt hafa verið til sögunnar. Að lokum eru helstu niðurstöður teknar saman í sjötta og síðasta kafla.

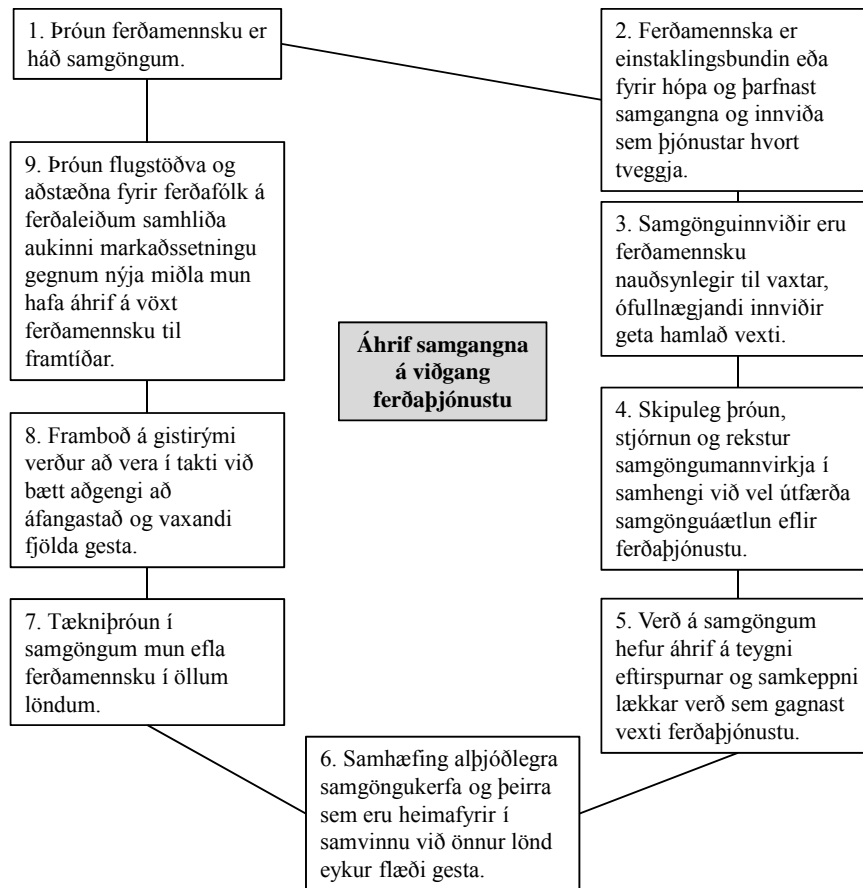
2 Farþegaflutningar með flugi

Fyrri skýrslur Rannsóknamiðstöðvar ferðamála vegna kannanna á Akureyrarflugvelli hafa varpað ljósi á heimildir og gögn um hlutverk flugvalla á jaðarsvæðum. Í skýrslunni sem tók saman niðurstöður könnunar 2009 voru teknar saman helstu tölur um farþegaflutninga með flugi á Íslandi ásamt grunn skilgreiningum á flugvöllum á jaðarsvæðum og markaðssetningu þeirra í ferðaþjónustu. Að auki var kafli um Akureyraflugvöll og sögu og þróun millilandaflugs um völinn (Eyrún J. Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Í skýrslunni sem tók saman niðurstöður könnunar 2010 voru tekin saman gögn og heimildir um farþega flutninga með flugi almennt í heiminum og þróun hvað þá varðar og sett í samhengi við farþegaflutninga í Evrópu og svo á Íslandi. Einnig var fjallað um flugvelli á jaðarsvæðum en í þetta skiptið með áherslu á alþjóðlegar væntingar til flugvalla settar í samhengi við rekstrarlíkan flugfélaga og þá sérstaklega sk. lággjaldaflugfélaga, sem einmitt Iceland Express telur sig til (Eyrún J. Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens, 2011). Í síðustu skýrslu sem tók saman niðurstöður könnunar 2011 voru tekin saman gögn og heimildir um kerfi ferðamennsku og hlutverk áfangastaða og sérstaklega flugvalla í því samhengi (Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011).

Í þessari skýrslu verður stuttlega farið yfir þýðingu samgöngukerfa fyrir áfangastaði áður en kastljósinu er varpað á flugfélög og þjónustuframboð þeirra. Tekin eru til skoðunar þjónustuframboð lággjaldaflugfélaga (e. *low cost carrier*) og hinna svokölluðu hefðbundnu flugfélaga (e. *legacy carrier*), sem bjóða upp á fulla þjónustu og hvernig þessi þjónusta er ólík. Þetta er gert til þess að varpa ljósi á mismunandi skipulag þjónustuframboðs sem var í boði á Akureyrarflugvelli sumarið 2012 hvað varðar flugfélögin tvö; Iceland Express og Icelandair. Í lok kaflans er farið yfir þau áform sem eru uppi um millilandatengingar um Akureyrarflugvöll á næstu misserum auk þess sem tæpt er á því sem er á döfinni hjá heimafólki hvað varðar millilandaflug um Akureyri með áherslu á flugklasann Air 66N.

2.1 Að komast á áfangastað

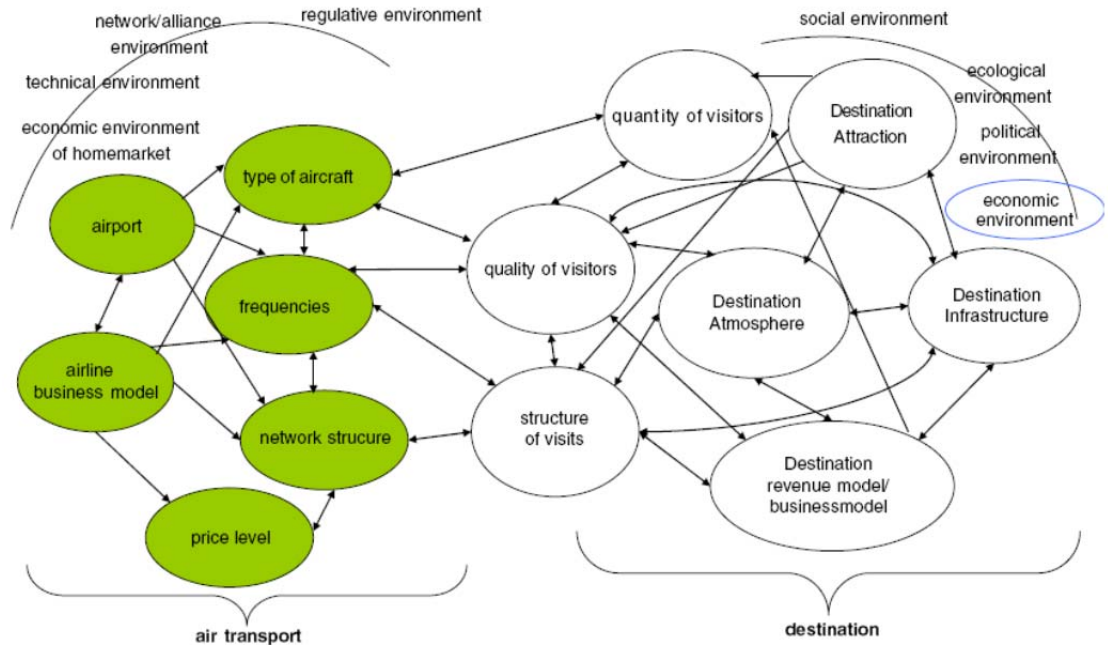
Ein af lykilforsendum fyrir velgengni áfangastaða er að fólk geti komist þangað og er skipulag samgangna að og á áfangastað grundvallaratriði viðskiptaumhverfis og innviða ferðamennsku (Prideaux, 2004 í Page, 2009). Þegar rætt er um samgöngur og kostnað við að komast á áfangastað geta fargjöld (verð), ferðatími og vegalengt haft mikil áhrif á val mögulegs gests á áfangastað. Farþegaflutningar með flugi hafa mikið vægi vegna þess að þeir gera það að verkum að hægt er að flytja fólk (og varning) langar vegalengdir á tiltölulega stuttum tíma. Prideaux (2000) bendir á að flugsamgöngur séu lykilatriði til að þróa nýja markaði þar sem aðrir ferðamátar taka of langa tíma, slíkir markaðir geta bæði verið innanlands og milli landa. Page (2009) byggir á Kaul (1985) þegar hann dregur saman með hvaða hætti samgöngur almennt geta haft áhrif á þróun áfangastaða (mynd 1).



Mynd 1: Samspil samgangna og þróunar áfangastaða.

Heimild: Page, 2009: 33, byggt á Kaul, 1985.

Mynd 1 gefur fyrst og fremst til kynna mikilvægi þess að eflingu ferðaþjónustu á einstökum áfangastöðum verði að skilja í samhengi við samgöngur til og frá þeim áfangastað og tengingum innan hans við framboð annarrar þjónustu sem og aðdráttarafls fyrir gesti. Bieger og Wittmer (2006) lýsa því hvernig ferðamennska getur orðið aflvaki breytinga í flugsamgöngum en jafnframt hvernig breytingar í flugsamgöngum geta komið nýjum stöðum á kortið, ef svo má að orði komast. Til grundvallar þessara breytinga eru samfélagsbreytingar sem Gibbons (2003) segir að einkennist af vaxandi hreyfanleika fólks, upplýsingatækniþróun og hnattvæðingu menningar sem nærast á ólíkum samfélögum og býr til hópa heimsborgara með veika landfræðilega sjálfsmynd og hinna sem þekkja bara rætur sínar. Með vaxandi hreyfanleika fólks eykst krafan um aðgengi og búseta dreifist. Þessar samfélagsbreytingar næra þörfina á bættum flugsamgöngum og öfugt. Það sem Bieger og Wittmer (2006) leggja áherslu á þegar þetta samspil er skoðað má sjá á mynd 2.



Mynd 2: Samspil flugsamgangna og þróunar áfangastaða.
 Heimild: Bieger og Wittmer, 2006: 43.

Bieger og Wittmer (2006) vilja sýna fram á tengsl flugsamgangna og ferðamennsku og þannig hvernig vaxandi hreyfanleiki fólks stafar af og veldur aukningu í flugi. Hvað varðar vinstri hluta myndar 2, þá minna Albers, Koch og Ruff (2005) á að þættir eins og verðlagning, þjónustustig og möguleikar á tengiflugi geta skipt sköpum, en Bieger og Wittmer (2006) bæta við tíðni fluga, flugvellinum sjálfum og gerð flugvéla. Ef horft er á hægri hluta myndar 2 má sjá hvernig innviðir, andrúmsloft, aðdráttarafl og tilgangur og fjöldi heimsóknna á tiltekin áfangastað skiptir máli. Það sem Bieger og Wittmer vilja leggja áherslu á með mynd 2 er að hugsað sé fyrir þeim viðskiptalegu áherslum sem skulu vera í fyrirrúmi við markaðssetningu áfangastaðarins, þar sem þær hafa áhrif á hvaða flugrekstraraðila er hægt að laða að og svo öfugt; viðskiptalegar áherslur flugrekstraraðilans hafa áhrif á hvernig áfangastaðurinn þróast. Engu að síður hefur Duval (2012) bent á að þetta geti þó ekki alltaf verið svo klippt og skorið þar sem viðskiptalegar áherslur flugrekstraraðila eru ekki alltaf augljósar.

Mikilvægt er að skilja rekstrarlíkan þess flugrekstraraðila sem laða á til áfangastaðar og stemma það við það framboð sem raunverulega er í boði á áfangastað. Þeir sem standa fyrir uppbyggingu á ferðaþjónustu á áfangastað standa því frammi fyrir þeirri áskorun að átta sig á hvað einkennir áfangastaðinn og hvernig hægt sé að varðveita þá upplifun sem talin er eftirsóknarverð til að bjóða svo tilteknum flugrekstraraðilum sem líklegir eru til að flytja slíka farþega.

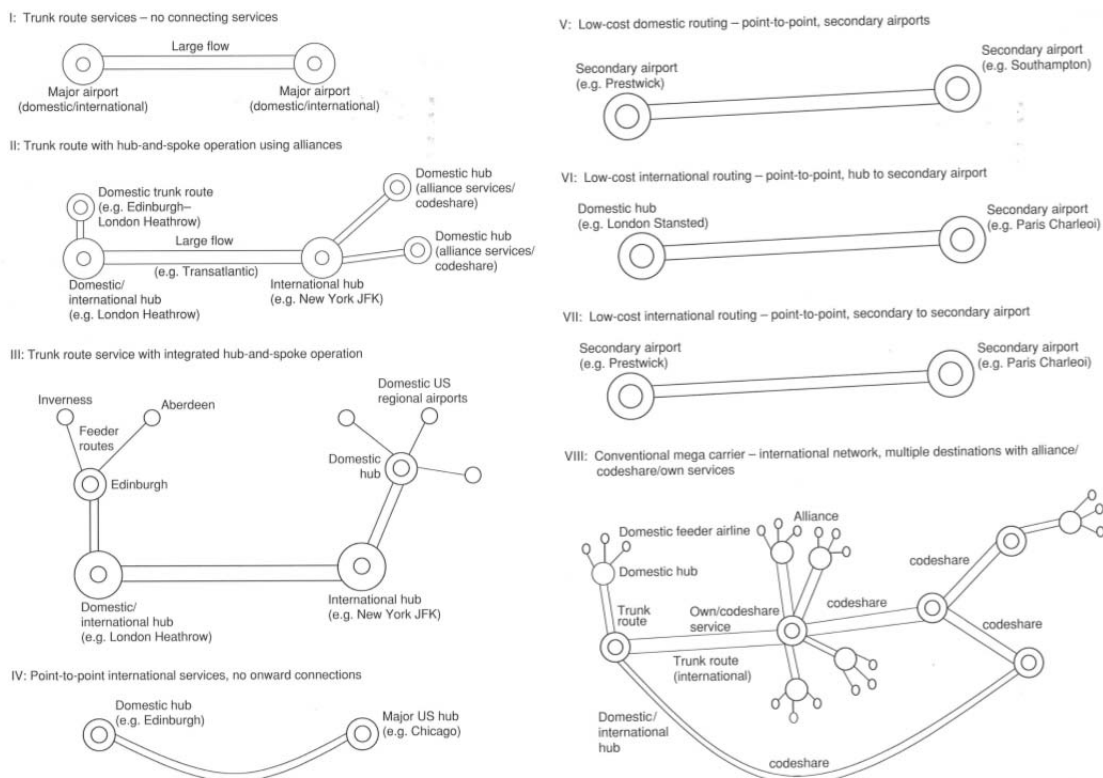
2.2 Þjónustuframboð flugfélaga

Á sjötta og sjöunda áratugnum voru flugrekstraraðilum settar stífar reglur (Page, 2009). Þessar reglur takmörkuðu t.d. hvert flugfélög máttu fljúga og með því var m.a. komið í veg

fyrir að flugfélög gætu haldið uppi áætlunarflugi á heimamörkuðum annarra flugfélaga, verði á flugmiðum var haldið háu og sætaframboð var takmarkað (sjá sögulegt yfirlit í Papatheodourou, 2002 og Forsyth, 2006). Eftir að þessar reglur voru afnumdar á tíunda áratug síðustu aldar urðu miklar breytingar á rekstrarumhverfi flugfélaga. Samkeppni flugfélaga tók að glæðast og ný flugfélög tóku að ryðja sér til rúms. Samhliða því jókst frelsi flugfélag um val á flugleiðum.

Stundum er talað um að til séu þrjár mismunandi leiðir í flugrekstri (hér: farþegaflutningum). Ein leiðin byggir á hugmyndinni um hin svokölluðu lággjaldaflugfélög (e. *low cost carriers LCC*) en hinar tvær snúast um annars vegar um hin svokölluðu hefðbundnu flugfélög, sem bjóða upp á mikla þjónustu og umfangsmikið leiðakerfi (e. *legacy* eða *full service carriers*), og hins vegar um leiguflugrekstur á lengri flugleiðum (Gillen og Gados, 2008). Í hinu nýja umhverfi, sem skapaðist í kjölfar ofangreindra breytinga á rekstrarumhverfi flugfélaga tóku lággjaldaflugfélögin að verða til og veita hinum hefðbundnu flugfélögum harða samkeppni. Þar að auki hefur verið bent á að þessar breytingar á rekstrarumhverfi höfðu einnig áhrif á þróun svokallaðs „hub-and spoke“-kerfis og á myndun bandalaga meðal alþjóðlegra flugfélaga (Brueckner og Pels, 2003 í Alderighi, Cento, Nijkamp og Rietveld, 2007).

Á mynd 3, sem sýnir skipulag þjónustuframboðs flugfélaga ásamt dæmum af erlendum áfangstöðum.



Mynd 3: Skipulag þjónustuframboðs flugfélaga.
 Heimild: Page, 2009: 202-203.

Mynd 3 sýnir að þessi kerfi eða skipulag flugleiða hjá flugfélögum geta tekið á sig ýmsar myndir. Fjölbreytnin verður ekki síst til í gegnum samvinnu flugfélaga og með tilkomu lággjaldaflugfélaga. Innsti kjarninn í þjónustu flugfélaga, óháð því hvernig fyrirkomulagið á fluginu er, er yfirleitt að uppfylla þarfir viðskiptavina/ferðafólks og liggur til grundvallar því fyrirkomulagi sem flugfélagið vinnur eftir.

O'Connell og Williams (2005) hafa tekið saman þá þætti sem greina á milli þjónustu- og vöruframboðs annars vegar lággjaldaflugfélaga og flugfélaga sem bjóða upp á fulla þjónustu. Þessir þættir eru teknir saman í töflu 2 hér fyrir neðan. Samantektina byggja þeir á samanburði þeirra á fjórum flugfélögum; tvö þeirra starfandi í Evrópu og tvö í Asíu.

Tafla 2: Yfirlit yfir þætti sem greinir á milli lággjaldaflugfélaga og flugfélaga með fulla þjónustu.

Heimild: O'Connell og Williams, 2005: 260, þýðing höfunda.

Vörubættir	Lággjaldaflugfélög	Flugfélög með fulla þjónustu
Vörumerki	Eitt vörumerki: lág fargjöld	Vörumerki með viðbótum: fargjöld og þjónusta
Fargjöld	Einfölduð fargjaldauppbygging	Flóknari fargjaldauppbygging
Dreifing	Netsala og bein sala	Netsala, bein sala, ferðaskrifstofur
Innritun	Án farseðils	Án farseðils, farseðlasamningar við IATA
Flugvellir	Yfirleitt aukflugvellir	Aðalflugvellir
Flugtengingar	Frá einum stað til annars (e. <i>point-to point</i>)	Tengiflug, samningar milli flugfélaga um bókanir, sæti og farangur á heimsvísu (e. <i>codeshare</i> og <i>global alliances</i>)
Farrými	Eitt farrými (þéttsetið)	A.m.k. tvö farrými (munur á sætarými)
Í flugi	Greitt fyrir aukþjónustu	Aukþjónusta innifalin
Nýting flugflota	Mjög mikil	Miðlungs til mikil: samningar við verkalýðsfélög
Umsnúningur véla (e. <i>turnaround time</i>)	25 mínútur	Lágmarkstími miðað við umferð og vinnuafli
Vörur	Ein vara: lágt fargjald	Fjölþættar vörur
Viðbótartekjur	Auglýsingar, sala um borð	Áhersla á aðalvöruna
Flugfloti	Einsleitir vélar	Margar gerðir véla, flóknari áætlanir
Sæti	Lítið rými milli sæta, ekki sætaúthlutun	Aukið rými milli sæta, sætaúthlutun
Þjónusta við farþega	Almennt í lágmarki	Full þjónusta, boðið upp á ábyrgð
Helsta starfsemi	Áhersla á kjarnastarfsemi (flug)	Viðbætur við kjarnastarfsemi t.d. viðhald og flugfrakt

Í næstu tveimur kaflahlutum er nánar farið ofan í saumana á þessu mismunandi skipulagi þjónustuframboðs með tilliti til þess sem var í boði á Akureyrarflugvelli sumarið 2012. Þegar þetta er skrifað er ljóst að Icelandair mun halda áfram að bjóða upp á tengiflug til Akureyrar frá Keflavík sumarið 2013 með sama fyrirkomulagi og sumarið 2012. Þrátt fyrir að Iceland Express hafi verið lagt niður er engu að síður ástæða til þess að skoða líka fyrirkomulag lággjaldaflugfélaga þar sem þau hafa verið til skoðunar hjá hagsmunaaðilum um beint millilandaflug til Akureyrar þ.á m. flugklasanum Air 66N. Vert er að benda á að í skýrslu RMF frá 2010 voru lággjaldaflugfélög tekin fyrir með sérstakri áherslu á heimildavinnu sem tíundar farþegasamsetningu lággjaldaflugfélaga (Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H.

Huijbens, 2011). Í þeirri umfjöllun, sem hér fylgir að neðan, er ekki farið í skoðun á þeim farþegum sem sækja í þjónustu lággjaldaflugfélaga heldur er tæpt á skipulagi þjónustuframboðs sem einkennir lággjaldaflugfélög og því viðskiptalíkani sem byggt er á.

2.3 Lággjaldaflugfélög

Tilkoma lággjaldaflugfélaganna er einn af stærri áhrifapáttum á rekstrarumhverfi flugfélaga síðustu ára (Page, 2009). Lággjaldaflugfélög bjóða að mestu leyti eingöngu upp á flug milli tveggja áfangastaða (e. *point to point*) og eru ekki ábyrg ef farþegar þeirra ná ekki tengiflugi hvort sem það er á vegum viðkomandi flugfélags eða annarra (O'Connell og Williams, 2005). Skipulag þjónustuframboðs Iceland Express í tengslum við millilandaflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar sumarið 2012 er helst í samræmi við skipulag VII á mynd 3 hér að ofan. Hægt er að tala um Akureyrarflugvöll sem aukaflugvöll (e. *secondary*) og Keflavíkflugvöll sem aðalflugvöll (e. *major airport*) þó vart sé hægt að kalla Kastrup-flugvöll í Kaupmannahöfn aukaflugvöll í Danmörku.

Í grunninn byggja lággjaldaflugfélög á viðskiptalíkani þar sem miðað er að því að halda rekstrarkostnaði í lágmarki og bjóða upp á lægri fargjöld. Mörg lággjaldaflugfélög eiga það sameiginlegt að hafa í grunninn farið svipaðar leiðir til þess að lágmarka kostnað. Aftur á móti geta viðskiptalíkon lággjaldaflugfélaga verið af ýmsum gerðum (Francis, Fidato og Humphreys, 2003). O'Connell og Williams (2005) benda á að lággjaldaflugfélögin hafa sóst eftir einfaldleika, hagkvæmni, afkastagetu og hámarksnýtingu eigna í sínu viðskiptalíkani. Gillen og Gados (2008) nefna að mörg lággjaldaflugfélög bjóða upp á einsleitann flugflota, oftast Boeing 737. Kostirnir við einsleitann flota eru margir; allt viðhald, birgðir o.þ.h. að ógleymdri allri þjálfun starfsfólks miðast við þessa einu flugvélagarð og þannig er dregið úr kostnaði. Í öðru lagi nefna þau að lággjaldaflugfélög notast oft við svokallaða aukaflugvelli (e. *secondary airports*) til þess að draga úr kostnaði. Á slíkum flugvöllum eru flugvallargjöld og annar kostnaður oft lægri en á aðalflugvöllum. Auk þess bjóða margir slíkir flugvellir skemmri afgangstíma flugvéla (e. *turnaround time*) og þannig hægt að nýta betur bæði vélar og starfsfólk. Þetta er þó ekki algilt og taka Gillen og Gados (2008) fram að margir aðalflugvellir bjóða einnig upp á fljótari afgangstíma flugvéla til þess að auka afköst. Í þessu samhengi er vert að minnast þess að Iceland Express nýtir sér Kastrup flugvöll í Kaupmannahöfn eins og kom fram hér að ofan. Í þriðja lagi er þéttleiki sæta oft meiri hjá lággjaldaflugfélögum og gefur það þeim tækifæri til þess að lækka verð pr. sæti þar sem kostnaður við hvert flug er yfirleitt sá sami óháð sætafjölda. Í fjórða lagi benda Gillen og Gados á að lággjaldaflugfélög hafi reynt að draga úr kostnaði með því að „skrúfa í sundur“ ýmsa þjónustupætti um borð í vélunum og á flugvöllum og taka út þá þjónustu sem þykir ekki bráðnauðsynleg. Sum lággjaldaflugfélög bjóða þó upp á þessa þjónustu og gera það þá gegn greiðslu. Sem dæmi má nefna að mörg hver bjóða mat til sölu um borð, hægt er að innrita farangur umfram handfarangur gegn greiðslu, greiða fyrir sætaval, forgangsmiða og fleira. Hafa sum flugfélög haft þjónustupætti í stöðugri skoðun til að finna út hvar sé hægt að rukka fyrir þjónustu með það að markmiði að lækka fargjöld enn frekar. Þekkt dæmi um þetta er írski lággjaldaflugfélagið Ryanair, sem er í hópi hinna stærstu á þessu sviði í

flugheiminum. Um langt skeið hefur flugfélagið leitað ýmissa leiða til þess að bjóða upp á sem lægst fargjöld en á sama tíma eru tekin gjöld fyrir ýmsa þætti þjónustunnar. Má þar nefna innritunargjald, gjald vegna sérstakrar aðstoðar, tryggingargjald, trygging/gjald vegna seinkunar/niðurfellingar á flugi og í einhverjum tilfellum öryggisgjald farþega (Ryanair, 2013). Sumar þessar tilraunir Ryanair til að skilgreina hvers konar þjónustu væri hægt að rukka fyrir hafa stundum þótt framúrstefnulegar. Flugfélagið komst í heimsfréttirnar árið 2010 fyrir áætlanir sínar um að fækka salernum um borð í vélum sínum til að geta komið fleiri farþegum fyrir og sömuleiðis fyrir að áætlanir um að rukka fyrir salernisferðir um borð (Mail Online, 2010, 6. apríl).

Þegar flugfélög eru skoðuð í sögulegu samhengi kemur í ljós að stofnaður hefur verið fjöldi flugfélaga í heiminum sem byggja á viðskiptalíkani lággjaldaflugfélaga en sömuleiðis hafa mörg þeirra farið á hausinn (Goetz og Sutton, 1997 í Page, 2009). Það þykir gefa vísbendingar um að lág fargjöld sem slík eru ekki nóg til þess að flugfélag geti lifað af á markaði (Gillen og Gados, 2008). Hugsanlega er þörf á einhvers konar frekari aðgreiningu á markaði. Rannsóknir á viðskiptalíkönunum lággjaldaflugfélaga hafa þar að auki leitt í ljós að töluverður munur getur verið á þeim líkönunum sem þessi flugfélög byggja á þó svo þau hafi verið sett undir þetta samheiti, eins og nefnt var að ofan. Mason og Morrison (2008) hafa gert samanburð á sex flugfélögum í Evrópu, sem öll eru talin til lággjaldaflugfélaga. Samanburður þeirra hefur leitt í ljós að sum hafa reynt að leggja áherslu á atriði eins og þægindi eða hagræði til þess að styrkja stöðu sína á markaði (Mason og Morrison, 2008). Engu að síður benda þeir á að slíkar tilraunir virðast ekki hafa gefið jafn góðan árangur og lággjaldalíkanið eins og það er í sinni hreinustu mynd (tafla 2).

2.4 Leiðakerfi hinna hefðbundnu flugfélaga

Mörg hinna svokölluðu hefðbundnu flugfélaga starfa eftir samskonar kerfi og Ícelandair hefur unnið eftir síðan 1987. Þetta kerfi byggir á tengingu allra helstu flugleiða við einn flugvöll sem miðdepil (e. *hub and spoke*). Með öðrum orðum geta farþegar ferðast með flugi til hins miðlæga flugvallar (e. *hub*) og síðan haldið áfram með öðru flugi sama félags eða tengdra félaga til lokaáfangastaðar þeirra (Lederer og Nambimadom, 1998). Þetta skipulag eykur hagkvæmni félagsins gegnum bætta nýtingu á flugvélum og með dreifingu fasts kostnaðar á fleiri framleiðsluþætti í þjónustuneti fyrirtækisins (Reynolds-Feighan, 2000, sjá einnig 2010).

Í sinni fullkomnustu mynd væru öll flug við hinn miðlæga flugvöll að koma og fara á sama tíma þar sem hvert einasta komuflug væri samræmanlegt við brottfarir til annarra áfangastaða (Auerbach og Delfmann, 2005). Það er þó nær ómögulegt fyrir flugfélög að ná svo fullkominni nýtingu. Mörg hinna stærri flugfélaga, sem byggja leiðakerfi sín á þessu fyrirkomulagi, hafa fleiri en einn miðlægan flugvöll í sínu kerfi og bjóða upp á fjölda flugferða milli sinna helstu áfangastaða (borga) á degi hverjum (Oum, Zhang og Zhang, 1995). Samkvæmt O'Connell og Williams (2005) er möguleiki þeirra flugfélaga, sem vinna eftir þessu kerfi, til að koma farþegum áfram í tengiflugum á hinum miðlægu flugvöllum stór þáttur í þjónustu þeirra. Samkvæmt Auerbach og Delfmann (2005) getur tíðni flugferða á

vinsælum leiðum einnig verið veigamikil atriði í ákvarðanatöku farþega við val á flugfélagi s.s. hjá viðskiptaferðalöngum. Jafnframt segja þeir að (bls. 78):

[þ]éttleiki umferðar helst í hendur við umsvif tiltekins flugfélags á miðlægum flugvelli, sem aftur er undir áhrifum af getu flugvallarins til þess að afgangi flugumferð. Því meiri umsvif sem flugfélag hefur á flugvelli, því meiri líkur eru að farþegar muni tengjast öðrum flugum hjá sama flugfélagi. Hinn áhrifabátturinn er flugtíðni. Því meiri flugtíðni sem flugfélagið býður upp á því meiri sveigjanleika hafa farþegarnir. Þegar kemur að vali á flugfélagi er þetta mikilvægt atriði fyrir farþega.

Þéttleiki og flugtíðni veitir þeim félögum sem byggja leiðakerfi sitt á einum eða fleiri miðlægum flugvelli ákveðið forskot í þjónustu og markaðssetningu. Hvað þjónustuna varðar dregur hinn miðlægi flugvöllur úr kostnaði flugfélags þar sem þéttleiki umferðar á tiltekinni flugleið veitir hagræði í rekstri þar sem kostnaður pr. farþega dregst saman þegar farþegunum á flugleiðinni fjölgar (Caves, Christensen og Tretheway, 1984). Hvað markaðssetningu varðar gerir umferð farþega sem er stýrt gegnum miðlæga flugvelli það að verkum að flugfélagið getur boðið upp á fleiri ferðir til fleiri áfangastaða, sem aftur gerir þjónustuna meira aðlaðandi fyrir ferðafólk (Oum, Zhang og Zhang, 1995). Burtséð frá þessu eru dæmi um að evrópsk flugfélög, sem byggja sín leiðakerfi á miðlægum flugvöllum, bjóði beint flug milli tveggja áfangastaða framhjá hinum miðlæga flugvelli, einkum á fjölförnum flugleiðum, þar sem farþegar kjósa þægindi og eru tilbúnir til að greiða hærri verð fyrir slíka þjónustu (Auerbach og Delfmann, 2005). Þannig geta þessi flugfélög veitt lággjaldaflugfélögunum samkeppni á slíkum leiðum.

Leiðakerfi sem byggir á miðlægum flugvöllum getur orðið til þess að aðrir framleiðsluþættir í ferlinu geta verið flóknari og í kjölfarið kostnaðarsamari en ella. Þannig taka Auerbach og Delfmann (2005) dæmi um afgreiðslu flugvéla á jörðu niðri s.s. að afgreiðsla farangurs fyrir tengiflugsfarþega á hinum miðlæga flugvelli er óhjákvæmilega flóknari. Þetta getur orðið til þess að afgreiðslutími flugvéla á jörðu niðri (e. *turnaround time*) lengist sem þýðir að vélar kunna að vera lengur á jörðu niðri og floti flugfélagsins þ.a.l. ekki fullnýttur.

Hvað sem því líður þá er þéttleiki umferðar á tilteknum flugleiðum þungamiðjan í viðskiptalíkani hinna stærri flugfélaga (Auerbach og Delfmann, 2005). Með öðrum orðum má segja segja að flugfélag muni aðeins halda úti flugi til og frá áfangastað um hinn miðlæga flugvöll ef farþegafjöldi og hagnaður er nógu mikill til þess að dekkja heildarkostnaðinn við þá flugleið. Að öðrum kosti getur stórt flugfélag útviðað (e. *outsource*) þeim flugleiðum, sem ekki eru ábatasamar fyrir það til annarra aðila, s.s. systurfélaga eða félaga sem hafa svæðisbundna starfsemi og hafa meiri ábata af því að bjóða þá þjónustu. Benda þeir Auerbach og Delfmann (2005) þannig á að slík smærri félög geti varið sína samkeppnisstöðu á markaði gagnvart lággjaldaflugfélögum með því að einbeita sér að sínum syllumörkuðum. Hægt er að sjá fyrir sér að þetta sé tilfellið hjá Icelandair hvað varðar flugleiðina milli Keflavíkur og Akureyrar. Flugfélag Íslands (sem er í eigu Icelandair Group líkt og Icelandair) hefur leigt sínar vélar til Icelandair til að sinna tengifluginu.

Leiðakerfi Icelandair

Eins og fram hefur komið hefur Icelandair byggt upp sitt leiðakerfi eftir fyrirkomulagi „hub and spoke“ síðan 1987, en á þeim tíma var félagið þekkt undir nafninu Flugleiðir. Þá var Keflavíkurflugvöllur gerður að skiptistöð (hinn miðlægi flugvöllur) en hvatinn að þessum breytingum lá m.a. í breytingum á rekstrarumhverfi félagsins (nánara yfirlit í Ólafur Raastrick, 2012). Fyrirkomulag leiðakerfisins er á þá leið að vélar félagsins fara á svipuðum tíma að morgni til áfangastaða í Evrópu og koma þaðan aftur til Keflavíkur eftir hádegi. Síðdegis fara vélarnar vestur um haf til áfangastaða í Norður-Ameríku og koma þær þaðan síðla nætur aftur til Keflavíkur. Að morgni fara vélarnar svo aftur til Evrópu og hringrásin endurtekur sig. Þetta kerfi gerir það að verkum að félagið er ekki háð eftirspurn af innanlandsmarkaði heldur er lögð áhersla á stærri markað, þ.e. þá sem eru á leið þvert yfir Atlantshafið. Með tilliti til markaðssvæðis af þessari stærðargráðu gat félagið boðið upp tíðari ferðir og sömuleiðis boðið upp á fleiri áfangastaði en ef einungis væri einblínt á innanlandsmarkað (Ólafur Raastrick, 2012). Þetta fyrirkomulag hefur gefist vel og um aldamótin 2000 hafði farþegafjöldi félagsins þrefaldast frá því leiðakerfið var skipulagt með Keflavík sem hinn miðlæga flugvöll starfseminnar. Ólafur Raastrick (2012) bendir á að á þessum tíma hafi Icelandair (sem þá hét ennþá Flugleiðir) flogið til fleiri áfangastaða vestanhafs en gert hafi verið samanlagt frá Finnlandi, Noregi og Svíþjóð. „Aðferðafræðin snerist um að auka eftirspurn með tíðum ferðum (með tiltölulega litlum flugvélum í samanburði við samkeppnisaðila) og styrkja þannig leiðakerfið sem allt byggðist á hugmyndinni um Keflavíkurflugvöll sem skiptistöð“ (Ólafur Raastrick, 2012: 6).

Þjónustuframboð Icelandair er helst í samræmi við skipulag III á mynd 3, hér að ofan. Skipulag alþjóðaflugsins er með þeim hætti að frá Keflavík eru tengingar á megin flugvelli beggja megin Atlantshafsins, sem hægt er að nota til að komast lengra með flugfélögum sem eru með samninga við Icelandair eins og SAS og JetBlue. Innanlands hér á landi eru þá tækifæri til þess að komast áfram flugleiðis með systurfélagi Icelandair, Flugfélagi Íslands.

Áætlanir Icelandair fyrir árið 2012 gerðu ráð fyrir að flogið yrði til 31 áfangastaðar beggja vegna Atlantshafsins (Icelandair, 2011, 14. september). Ári síðar bættust nýir áfangastaðir við; Anchorage í Alaska, Sankti Pétursborg í Rússlandi og Zürich í Sviss (sjá mynd 4).



Mynd 4: Leiðakerfi Icelandair 2013.

Heimild: Birt með leyfi Icelandair ©.

Ef þjónustuframboð Icelandair er skoðað með mið af þeim þjónustupáttum, sem O'Connell og Williams (2005) hafa sett fram og eru tekin saman í töflu 2 hér að ofan, mætti í fljótu bragði áætla að flugfélagið tilheyri þeim flugfélögum sem veita fulla þjónustulíkt og Anna Guðrún Tómasdóttir (2009) kemst að. Hún bendir þó á að félagið hafi nýtt sér ákveðna þætti úr hugmyndafræði lággjaldaflugfélaga til þess að ná fram hagræðingu. Sem dæmi um slíka hagræðingu nefnir hún nýtingu flugflotans, sem samanstendur af einni flugvéllartegund. Viðdvöl á hverjum stað er að jafnaði stutt til þess að flotinn verði fullnýttur. Félagið hefur boðið upp á einföld fargjöld samhliða fargjöldum báðar leiðir, en þar að auki hefur félagið boðið upp á flóknari fargjöld í samvinnu við önnur flugfélög. Þannig hefur félagið getað boðið upp á frekari tengingar við aðra áfangastaði. Um borð í vélunum hefur félagið orðið sér úti um tekjur með því að selja auglýsingar á höfuðhlífar auk auglýsinga á borð við hvert sæti. Þar að auki greiða farþegar fyrir aukþjónustu um borð í vélunum s.s. fyrir mat á almennu farrými síðan 1. nóvember 2008 (Anna Guðrún Tómasdóttir, 2009). Líkt og Duval (2012) bendir á og nefnt var að ofan eru mörk lággjalda- og hefðbundinna flugfélaga að verða óljósari og er Icelandair dæmi þar um.

Í ágúst 2011 tilkynnti félagið að sumarið 2012 myndi það bjóða upp á flug til og frá Akureyri um Keflavíkflugvöll á ýmsa áfangastaði sína í Evrópu og Bandaríkjunum (Icelandair, 2011, 19. ágúst). Átlaði flugfélagið að fljúga síðdegis milli Keflavíkur og Akureyrar allt að fjórum sinnum í viku á tímabilinu 7. júní – 30. september. Þetta flug var einungis bókanlegt sem hluti af flugi Icelandair til og frá Íslandi og leigði félagið Fokker 50 flugvél af systurfyrirtækinu Flugfélagi Íslands til þess. Þá daga sem boðið var upp á þetta flug var brottför frá Akureyri til

Keflavíkur klukkan 14:30 og landing á Keflavíkurflugvelli klukkan 15:20 og brottför frá Keflavíkurflugvelli til Akureyrar klukkan 16:20 og landing á Akureyri klukkan 17:10. Tímasetningin á fluginu gerði það að verkum að nokkrir áfangastaðir flugfélagsins á erlendri grundu lágu vel að þessu tengiflugi. Í samaráætlun Icelandair 2012 er skilgreint að áfangastaðirnir Amsterdam, Kaupmannahöfn, Frankfurt, London, Osló og Stokkhólmur hafi legið sérstaklega vel að þessu flugi, en komutímar til Keflavíkur frá þessum áfangastöðum eftir hádegi pössuðu vel við flugtímann til Akureyrar og að sama skapi pössuðu brottfarartímar frá Keflavík til þessara áfangastaða síðdegis/snemma kvölds vel við flugtímann frá Akureyri. Í samaráætluninni kemur einnig fram að mögulegt hafi verið að bóka aðrar flugtengingar (þ.e. flug frá öðrum áfangastöðum) (Icelandair, 2012).

2.5 Millilandatengingar við Akureyri 2013

Haustið 2012 bárust þær fréttir að flugfélagið WOW-Air hefði keypt Iceland Express og í framhaldinu var tilkynnt að Iceland Express hefði verið lagt niður. Þetta kom í kjölfarið á tilkynningu Iceland Express að þeir myndu ekki halda áfram að fljúga til Kaupmannahafnar frá Akureyri. Þegar þetta er skrifað er ekki ljóst hvort um beint flug verði að ræða frá Akureyri til Kaupmannahafnar eða annarra áfangastaða á erlendri grundu sumarið 2013. Aftur á móti er nú orðið ljóst að Icelandair mun halda áfram með sínar tengingar á sitt alþjóðaflug gegnum Keflavík frá Akureyri sumarið 2013. Áætlað er flugfélagið að fljúga tvisvar í viku (fimmtudögum og sunnudögum) en að öðru leyti verður þetta flug með sams konar fyrirkomulagi og var sumarið 2012.

Millilandaflugstengingar og þannig beint aðgengi að svæðinu allt árið er talin ein lykilforsenda þess að efla ferðaþjónustu á Norðurlandi á heilsársgrunni. Á Norðurlandi hefur um skeið starfað samráðshópur um millilandaflug undir forystu Markaðsstofu Norðurlands, sem kannað hefur ýmsa möguleika er lúta að millilandaflugi til Akureyrar. Má þar nefna markaðssetningu flugsins í samstarfi við ISAVIA og Íslandsstofu og kynningu á ferðaþjónustu á Norðurlandi til erlendra flugfélaga og ferðaskrifstofa með það að markmiði að auka vægi Norðurlands og Akureyrarflugvallar sem nýs áfangastaðar fyrir millilandaflug á Íslandi. Undanfarin misseri hefur áherslan verið á að fá beint millilandaflug inn á veturinn. Hluti af því verkefni er flugklasinn Air 66N.

Flugklasinn Air 66N

Flugklasinn Air 66N er samstarfsverkefni fyrirtækja í ferðaþjónustu á Norðurlandi, sveitarfélaga, stofnanna og annarra hagsmunaaðila í samfélaginu. Klasanum er ætlað að vera leiðandi í að markaðssetja og kynna Akureyrarflugvöll sem nýjan áfangastað fyrir millilandaflug allt árið um kring með það að markmiði að fjölga ferðafólki á Norðurlandi og lengja dvöl þeirra á svæðinu. Framtíðarsýn Air 66N er að stöðug eftirspurn sé eftir ferðaþjónustu á Norðurlandi allt árið með reglulegu millilandaflugi á Akureyrarflugvöll.

Verkefni klasans snúa að markaðssetningu á Norðurlandi, skipulagi á upplifun og gerð heildstæðrar ímyndar fyrir svæðið. Þá er klasinn í samskiptum við flugfélög með tilliti til þess

að koma á beinu flugi norður í land. Klasinn hefur ýmsar leiðir til þess að auðvelda flugfélögum leiðina inn á markaðinn og býður samstarf og stuðning við markaðsaðgerðir, ábyrgð á kaupum á ákveðnum sætafjölda auk upphafsástoðar (e. *start up aid*). Slíkar stuðningsaðgerðir eru ekki óalgengar meðal flugvalla og annarra sem vinna að því að fá flugfélög til að hefja flug til tiltekins áfangastaðrar. Slíkar aðgerðir fela gjarna í sér að flugfélag gangi inn í verkefni til tveggja eða þriggja ára að uppfylltum ákveðnum skilmálum gegn niðurfellingum eða niðurgreiðslum á ýmsum gjöldum s.s. farþega-, lendingar- og öryggisgjöldum. Þannig er dregið úr þeim hindrunum sem flugfélög mæta við innleiðingu nýrrar flugleiðar (sjá t.d. Halpern, 2010).

Samstarfsaðilar Air 66N eiga að taka virkan þátt í verkefnum klasans svo ferðapjónustan verði tilbúin til að taka við aukinni eftirspurn í tengslum við beint millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Unnið er að markaðssetningu með áherslu á að kynna Norðurland sem heilsárs áfangastað sem byggir á þremur þáttum, sem hafa verið settir í forgrunn markaðssetningar og ímyndaruppbyggingar fyrir landshlutann. Þeir eru kyrrð, orka og töfrar. Meðal verkefna sem klasinn vinnur að þegar þetta er skrifað er gerð lifandi markaðsefnis um Norðurland (myndatökur og myndbandsupptökur) að vetri til, móttaka fjölmiðlafólks og þátttaka í ferðasýningum. Sérstaklega er miðað við að markaðsefni sé aðgengilegt og notendavænt. Þannig eru nýir tæknimöguleikar til skoðunar og hefur verið þróuð tímalína fyrir vef og snjallsíma þar sem lögð er áhersla á kynningu viðburða í landshlutunum allt árið. Unnið er sérstaklega að markaðssetningu um veturinn og að því að brjóta niður viðhorf um að landshlutinn sé lokaður að vetri. Þetta er í takti við hugmyndir um að til að einstaklingur sækir mögulegan áfangastað heim þurfi hann að vita af áfangastaðnum, hafa jákvæðar hugmyndir um hann (ímynd) og hafa hvata til að ferðast (Henderson, 2006), þó auðvitað möguleikinn að komast á staðinn er og verður alltaf úrslitapátturinn. Með þetta að leiðarljósi hefur klasinn í nánu samstarfi við Markaðsstofu Norðurlands lagt áherslu á að ganga úr skugga um að aðgengi að helstu ferðamannastöðum sé bætt (mokstur/Vegagerðin) og að helsta þjónusta sé í boði (þ.e. að ferðapjónustuaðilar tryggja að framboð á þjónustu og afþreyingu sé til staðar).

Eftir að Iceland Express tilkynnti að þeir mundu hætta að fljúga milli Akureyrar og Kaupmannahafnar hefur klasinn sett þá stefnu að stuðningur við tengiflug myndi verða til þess að flýta fyrir uppbyggingu á beinu flugi. Einnig er unnið að viðræðum varðandi beint flug og þá sérstaklega lögð áhersla á Bretland. Frá upphafi hefur verið ljóst að verkefnið um beint flug er langtíma verkefni. Klasasamstarfið virðist komið vel á veg með þau verkefni sem liggja fyrir en enn er langt í land og vonandi verður þessi skýrsla til að efla það starf sem framundan er.

3 Þátttakendur könnunar

Líkt og fyrr ári voru allir fullorðnir erlendir farþegar í millilandaflugi beðnir um að svara spurningalista um Íslandsferðina í brottfararsal Akureyrarflugvallar sumarið 2012. Auk áður nefndra fluga Iceland Express og Icelandair var eitt beint flug milli Akureyrar og Slóveníu á vegum ferðaskrifstofunnar Nonni ehf. á Akureyri (sjá forsiðumynd). Farþegar í því flugi voru einnig beðnir um að svara könnuninni. Alls svöruðu 596 manns könnuninni. Þetta samsvarar því að 48% erlendra farþega í brottför á Akureyrarflugvelli á tímabili könnunarinnar hafi tekið þátt (7. júní til 30. september). Þetta er svipað svarhlutfall og fyrr sumur (sjá töflu 3). Svarhlutfall er reiknað með tilliti til þeirra sem ferðuðust með maka eða fjölskyldu, þar sem þeir fengu eitt blað til að fylla út. Á mynd 21 í fjórða kafla má sjá að einn af hverjum fimm ferðast með maka (21%) og sömuleiðis um einn af hverjum fimm með fjölskyldu (19%) sumarið 2012.

Tafla 3: Svarhlutföll kannanna á Akureyrarflugvelli 2009-2012.

Könnun	Svör	Svarhlutfall (%)
2009	415	43,5
2010	398	51
2011	397	49
2012	596	48

Í þessum kafla verður svarendum könnunarinnar gerð skil út frá grunnbreytum í könnun og gerður samanburður við niðurstöður kannanna RMF frá fyrr árum. Að því loknu eru þeir svarendur sem voru í beinu flugi, þ.e. sem voru í flugi með Iceland Express, bornir saman við þá svarendur sem voru í tengiflugi, þ.e. sem voru í flugi með Icelandair. Að lokum er búseta svarenda skoðuð sérstaklega út frá uppgefnum póstnúmerum svarenda með tilliti til aðgengi að alþjóðaflugvelli í viðkomandi landi. Horft er til þeirra flugvalla sem flugfélögin tvö flugu til sumarið 2012, annars vegar Kastrup-flugvöll í Kaupmannahöfn og hins vegar helstu áfangastaði sem Icelandair hélt úti áætlunarflugi til sumarið 2012 og gat tengt við tengiflugið til Akureyrar (sjá í kafla 2).

Tafla 4 gefur yfirlit yfir samsetningu svarenda út frá þeim grunnbreytum sem eru í könnuninni. Sömu grunnbreytur frá 2009, 2010 og 2011 eru einnig í töflunni til samanburðar.

Tafla 4: Yfirlit yfir svarendur kannana 2009, 2010, 2011 og 2012.

	2009		2010		2011		2012	
	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
Kyn								
Karl	195	47,1%	137	34,4%	152	41,6%	276	46,8%
Kona	219	52,9%	261	65,5%	213	58,4%	314	53,2%
Aldur								
≤11	1	0,2%	3	0,8%	0	0,0%	1	0,2%
12-20	43	10,3%	35	8,8%	20	5,7%	70	12,3%
21-30	47	11,4%	56	14,1%	39	11,1%	78	13,7%
31-40	66	15,9%	64	16,1%	38	10,8%	67	11,8%
41-50	68	16,4%	82	20,7%	62	17,7%	106	18,6%
51-60	91	22,0%	105	26,4%	87	24,8%	127	22,3%
61-70	86	20,8%	47	11,8%	89	25,4%	92	16,2%
≥ 71	12	2,9%	5	1,3%	16	4,6%	28	4,9%
Menntun								
Grunnskólamenntun	61	15,0%	59	15,1%	55	15,2%	65	10,9%
Framhaldsskólamenntun	92	22,7%	75	19,2%	72	19,8%	113	19,0%
Iðnmenntun	35	8,6%	42	10,8%	57	15,7%	68	11,4%
Háskólapróf	218	53,7%	214	54,9%	178	49,0%	339	56,9%
Tekjustig								
Undir meðallagi	41	10,50%	53	13,90%	36	10,06%	58	10,8%
Í meðallagi	196	50,10%	191	50,10%	163	45,53%	217	40,3%
Yfir meðallagi	115	29,40%	115	30,20%	129	36,03%	188	34,9%
Hátt	39	10%	22	5,80%	30	8,38%	76	14,1%

Eins og sjá má svara fleiri konur árið 2012 en karlar, sem er í takt við það sem var 2011 og 2010 en þó er ekki hægt að halda því fram að kynjahlutfall svarenda sé skekkt. Hvað aldur varðar þá er hlutfall þeirra sem eru 50 ára og eldri áfram hátt, rúm 43%, þó svo það hafi hlutfallslega lækkað nokkuð frá árinu 2011. Áberandi er hlutfallsleg fjölgun ungs fólks í hópi svarenda, einkum í hópi þeirra sem eru á aldursbilinu 12-20 ára en á móti fækkar svarendum á aldursbilinu 61-70 ára. Meðalaldur svarenda er 44,8 ár (staðalfrávik 17,5 ár), en miðgildi er 48 ár. Meðalaldur svarenda hefur lækkað þó nokkuð en hann er um það bil fimm árum lægri en í könnun 2011 en er þó á svipuðu róli og hann var árin 2009 (45,6 ár) og 2010 (43,8 ár). Ef menntunarstig svarenda er skoðað má sjá að hlutfall þeirra sem eru með háskólapróf hefur hækkað á milli ára og var nú 56,9%. Hlutfallslega fækkun á milli árána 2011 og 2012 má greina í hópum þeirra sem er með grunnskólamenntun og iðnmenntun en hlutfall þeirra sem er með framhaldsskólamenntun hefur haldist nokkuð óbreytt á milli ára. Hvað tekjustig varðar þá eru svarendur beðnir um að meta tekjur sínar samanborið við skynjað meðaltal í heimalandi sínu og þannig segja til um á hvaða bili það telur tekjur sínar liggja. Líkt og sjá má í töflu 4 telja um 40% svarenda sig vera með meðaltekjur og um þriðjungur svarenda telur sig vera með tekjur í yfir meðallagi. Hlutfall þeirra, sem telja sig hafa háar tekjur hækkar jafnt og þétt milli ára og er 14% árið 2012 á móti 8% árið 2011 og tæpum 6% árið 2010.

Í töflu 5 hefur grunnupplýsingum, sem þátttakendur könnunarinnar 2012 gáfu upp, verið skipt upp eftir hvaða hóp þeir tilheyrðu, þ.e. hvort þeir voru farþegar í tengiflugi eða í beinu flugi.

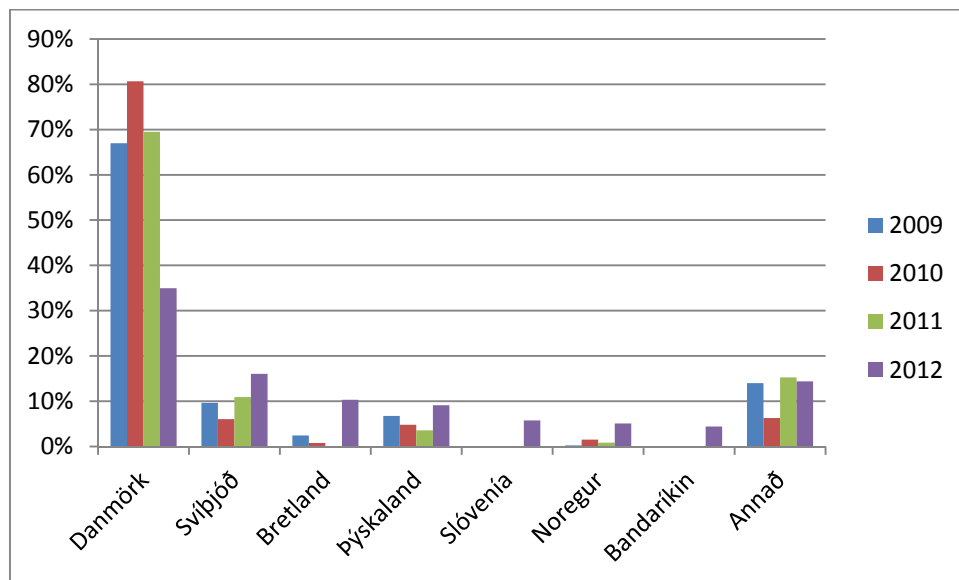
Tafla 5: Yfirlit yfir svarendur könnunar 2012 skipt eftir hópum.

	Allir		Tengiflug Icelandair		Beint flug Iceland Express	
	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
Kyn						
Karl	276	46,8%	212	47,6%	47	45,6%
Kona	314	53,2%	233	52,4%	56	54,4%
Aldur						
≤11	1	0,2%	0	0,0%	1	1,0%
12-20	70	12,3%	50	11,7%	18	18,4%
21-30	78	13,7%	56	13,1%	17	17,3%
31-40	67	11,8%	55	12,8%	8	8,2%
41-50	106	18,6%	90	21,0%	13	13,3%
51-60	127	22,3%	92	21,4%	22	22,4%
61-70	92	16,2%	64	14,9%	16	16,3%
≥ 71	28	4,9%	22	5,1%	3	3,1%
Menntun						
Grunnskólamenntun	65	10,9%	41	9,3%	24	23,8%
Framhaldsskólamenntun	113	19,0%	84	19,0%	23	22,8%
Iðnmenntun	68	11,4%	52	11,7%	12	11,9%
Háskólapróf	339	56,9%	266	60,0%	42	41,6%
Tekjustig						
Undir meðallagi	58	10,8%	41	10,05%	17	18,68%
Í meðallagi	217	40,3%	158	38,73%	45	49,45%
Yfir meðallagi	188	34,9%	145	35,54%	25	27,47%
Hátt	76	14,1%	64	15,69%	4	4,40%

Sjá má á töflu 5 að almennt er ekki mikill munur á þeim svarendum sem voru í tengiflugi séu þeir bornir saman við þýði könnunarinnar 2012 (allir). Hvað varðar aldursdreifingu þá er greinilegt að hópurnir í beina fluginu virðist vera í yngri kantinum samanborið við allan hópinn. Einkum má sjá hlutfallslega aukningu á aldursbilinu 12-20 ára auk nokkurrar hlutfallslegrar aukningar á aldursbilinu 21-30 ára. Sé hópurnir í beina fluginu borinn saman við svarendur könnunarinnar 2011 má sjá sömu breytingu, þ.e. hlutfallslega yngri farþega og sömuleiðis hlutfallslega fækkun í hópi þeirra sem eru á aldrinum 61-70 ára. Þetta verður til þess að meðalaldur hópsins í beina fluginu er 41,8 ár (staðalfrávik 18,8 ár), sem er nokkuð lægri en meðalaldur hópsins í heild sinni og töluvert lægri meðalaldur miðað við árin á undan. Meðalaldur farþega í tengiflugi Icelandair er 44,9 ár (staðalfrávik 17,2 ár). Hvað menntunarstig varðar þá er það lægra hjá hópnum í beina fluginu samanborið við allan hópinn og hlutfallslega fleiri með grunnskóla- eða framhaldsskólamenntun. Séu aldur og

menntunarstig borin saman fyrir hópinn í beina fluginu koma í ljós að tengsl eru milli ungs aldurs og menntunarstigs. Sama er uppi á teningnum þegar skynjað tekjustig er skoðað hjá hópnum í beina fluginu. Hlutfallslega fleiri meta tekjur sínar undir meðallagi (tæp 19%) og að sama skapi eru hlutfallslega færri sem meta tekjur sínar yfir meðallagi (27,5%) eða háar (4%). Sterk tengsl eru á milli aldurs og tekjustigs hjá hópnum í beina fluginu. Yngra fólkið metur tekjustig sitt frekar undir meðallagi og fólk sem tilheyrir eldri aldurshópum metur sínar tekjur frekar yfir meðallagi eða háar.

Á mynd 5 má sjá búsetuland svarenda könnunarinnar 2012 auk samanburðar við árin 2009, 2010 og 2011.

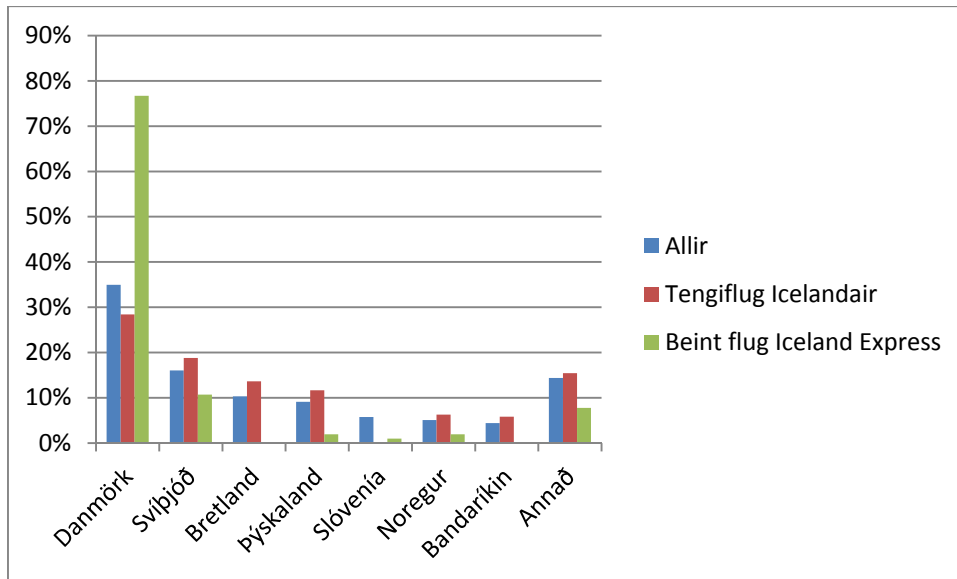


Mynd 5: Búsetuland svarenda 2009, 2010, 2011 og 2012.
Svarhlutfall 2009, 2010 og 2011: 100%, svarhlutfall 2012: 99%.

Glögglega má sjá að nokkrar breytingar hafa orðið á samsetningu þjóðerna í hópnum milli ára. Dönum hefur fækkað hlutfallslega um 17% á milli árunna 2012 og 2011 og eru nú 35% af heildinni en engu að síður eru Danir áfram meirihluti farþega. Aðrar þjóðir vinna á og er fjölgun meðal allra þjóðerna. Helst ber að nefna að Svíum hefur fjölgað og eru nú 16% af heildinni og sömuleiðis Bretum sem nú eru 10% af heildinni. Hlutfallsleg fjölgun milli ára er mest meðal Norðmanna og Breta. Tvö búsetulönd bætast ný inn á listann árið 2012 og það eru Slóvenía² (6%) og Bandaríkin (4%). Slóvensku farþegarnir komu nær allir með beinu flugi Adria Airways milli Akureyrar og Slóveníu. Svipað hlutfall (14%) og fyrri ár býr í öðrum löndum, en nú voru 20 lönd nefnd, en þau voru 11 árið 2011. Af þeim komu flestir frá Finnlandi (2,2%), Hollandi (2,0%), Belgíu (1,8%) og Sviss (1,0%).

Á mynd 6 má sjá búsetulönd svarenda með samanburði á hópum, þ.e. hvort farþega voru í beinu flugi eða tengiflugi.

² Í könnun 2011 var Slóvenía hluti af flokknum „annað“ og var þá 6,8%. Þetta voru Slóvenar sem fóru með leiguflugi til Akureyrar frá Ljubljana og fóru heim á sama tíma og ein brottför var hjá Iceland Express það sumar. Fengu þeir sem nýttu sér það flug að svara spurningum könnunarinnar.



Mynd 6: Búsetuland svarenda í könnun 2012 skipt eftir hópum.

Hvað hópinn í beina fluginu varðar má glögglega sjá að það eru Danir sem helst fara með flugi Iceland Express frá Akureyrarflugvelli af erlendum gestum. Sé þessi hópur í beina fluginu borinn saman við niðurstöður fyrri ára kemur í ljós að nánast engar breytingar eiga sér stað. Danir eru áfram í miklum meirihluta og eru 77% farþega í beinu flugi 2012. Svíar eru áfram í kringum 10% farþega og Þjóðverjar um 4%. Ef tengiflugshópurinn er hins vegar skoðaður kemur í ljós að farþegasamsetningin, skoðuð út frá búsetu, er almennt mun dreifðari. Engu að síður eru Danir fjölmennastir eða 28% og Svíar eru 19% af heildinni í tengiflugshópnum. Þar á eftir koma Bretar með 14% og Þjóðverjar með 12%.

Síðustu þrjú ár hafa Danir verið stærsti hópurinn, sem fer með flugi frá Akureyri og í skýrslum RMF hefur verið tekið saman yfirlit yfir þann hóp hvað varðar kyn, aldur, menntun og skynjað tekjustig. Þar sem þjóðerni ferðafólks er fjölbreyttara 2012 en áður, er ástæða til að gefa yfirlit yfir þessi atriði, sundurliðað fyrir helstu þjóðerni ferðafólks í könnuninni, óháð því hvort þeir nýttu sér beint flug eða tengiflug (tafla 6).

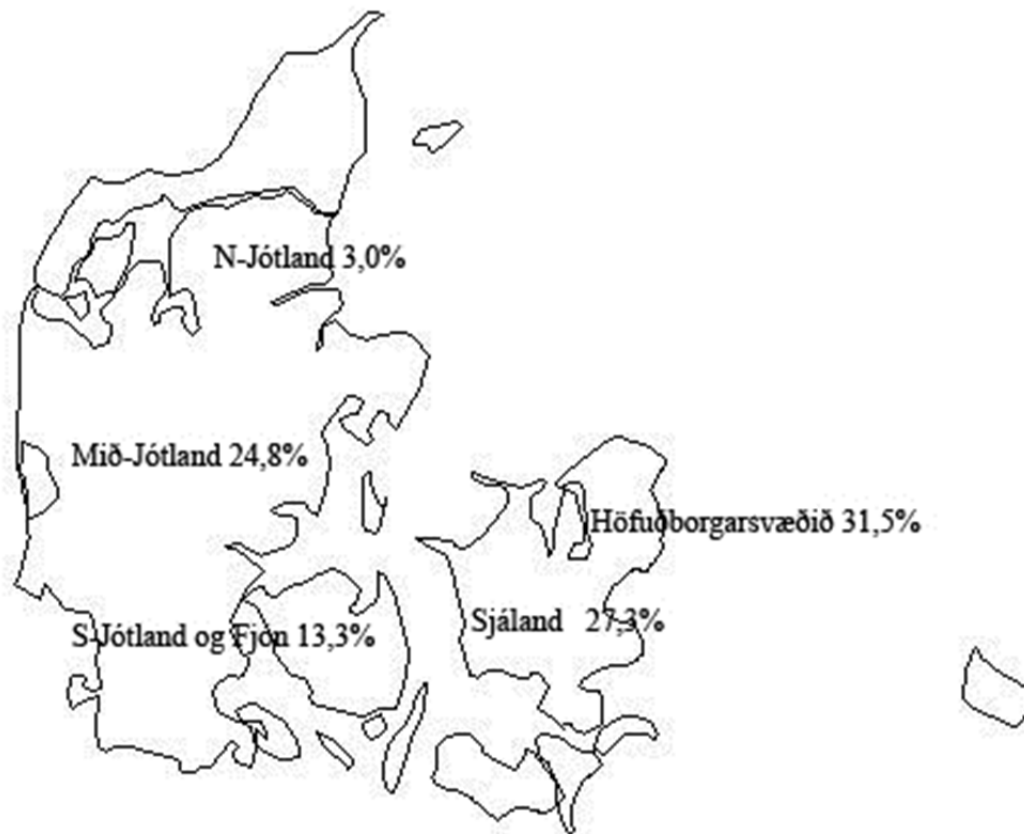
Tafla 6: Yfirlit yfir svarendur könnunar 2012 sem búa í Danmörku, Svíþjóð, Bretlandi og Þýskalandi.

	Allir		Danskt		Sænskt		Breskt		Þýskt	
	Fjöldi	Hlutfall	Fjöldi	Hlutfall	Fjöldi	Hlutfall	Fjöldi	Hlutfall	Fjöldi	Hlutfall
Kyn										
Karl	276	46,8%	85	41,5%	48	50,5%	43	70,5%	15	27,8%
Kona	314	53,2%	120	58,5%	47	49,5%	18	29,5%	39	72,2%
Aldur										
≤11	1	0,2%	1	0,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
12-20	70	12,3%	31	16,2%	14	15,1%	3	5,0%	9	17,0%
21-30	78	13,7%	17	8,9%	9	9,7%	7	11,7%	11	20,8%
31-40	67	11,8%	13	6,8%	13	14,0%	11	18,3%	6	11,3%
41-50	106	18,6%	36	18,8%	18	19,4%	10	16,7%	12	22,6%
51-60	127	22,3%	61	31,9%	22	23,7%	13	21,7%	7	13,2%
61-70	92	16,2%	26	13,6%	17	18,3%	15	25,0%	6	11,3%
≥ 71	28	4,9%	6	3,1%	0	0,0%	1	1,7%	2	3,8%
Menntun										
Grunnskólamenntun	65	11,1%	49	24,1%	8	8,4%	1	1,6%	4	7,4%
Framhaldsskólamenntun	113	19,3%	37	18,2%	15	15,8%	13	21,3%	15	27,8%
Iðmenntun	68	11,6%	28	13,8%	6	6,3%	7	11,5%	11	20,4%
Háskólapróf	339	57,9%	89	43,8%	66	69,5%	40	65,6%	24	44,4%
Tekjustig										
Undir meðallagi	58	10,8%	24	12,90%	9	10,23%	9	15,3%	6	13,6%
Í meðallagi	217	40,3%	90	48,39%	37	42,05%	13	22,0%	21	47,7%
Yfir meðallagi	188	34,9%	54	29,03%	26	29,55%	24	40,7%	15	34,1%
Hátt	76	14,1%	18	9,68%	16	18,18%	13	22,0%	2	4,5%

Af þeim sem búa í Danmörku voru tæp 60% konur og rúm 40% karlar. Þetta er svipað því og var árið 2011. Meðalaldur svarenda frá Danmörku er 45,2 ár (staðalfrávik 17,6 ár), sem er nokkuð lægra en árið 2011 þegar meðalaldur svarenda frá Danmörku var rúm 52 ár en á svipuðu róli og 2010 þegar meðalaldurinn var 44,2 ár. Menntunar- og tekjustig þeirra sem búa í Danmörku er nokkuð svipað borið saman við alla þátttakendur könnunarinnar, en 2011 voru meirihluti svarenda frá Danmörku með háskólapróf og mátu tekjur sínar í eða yfir meðallagi. Hvað varðar þá sem bjuggu í Svíþjóð eru kynjahlutföll mjög jöfn líkt og lesa má í töflu 6. Meðalaldur svarenda frá Svíþjóð er 43,7 ár (staðalfrávik 16,4 ár). Nokkuð fleiri, eða tæp 70%, eru með háskólapróf af þeim sem búa í Svíþjóð miðað við hópinn í heild sinni og sömuleiðis eru hlutfallslega fleiri sem meta tekjur sínar yfir meðallagi eða háar. Svarendur frá Bretlandseyjum voru í meirihluta karlar, eða rúm 70% á móti tæpum 30% kvenna. Meðalaldur þeirra svarenda var 47,6 ár (staðalfrávik 15,4 ár). Meirihluti svarenda (65%) sem búa á Bretlandseyjum er með háskólapróf og meta tekjur sínar yfir meðallagi eða háar. Hvað varðar svarendur sem búa í Þýskalandi voru kvenkyns svarendur í miklum meirihluta eða rúm 72% á móti tæpum 28% karla. Meðalaldur þessara svarenda var 39,5 ár (staðalfrávik 17,3), sem er nokkuð lægri en hjá þeim þjóðum sem greint hefur verið frá hér að ofan. Rúm 28% eru með

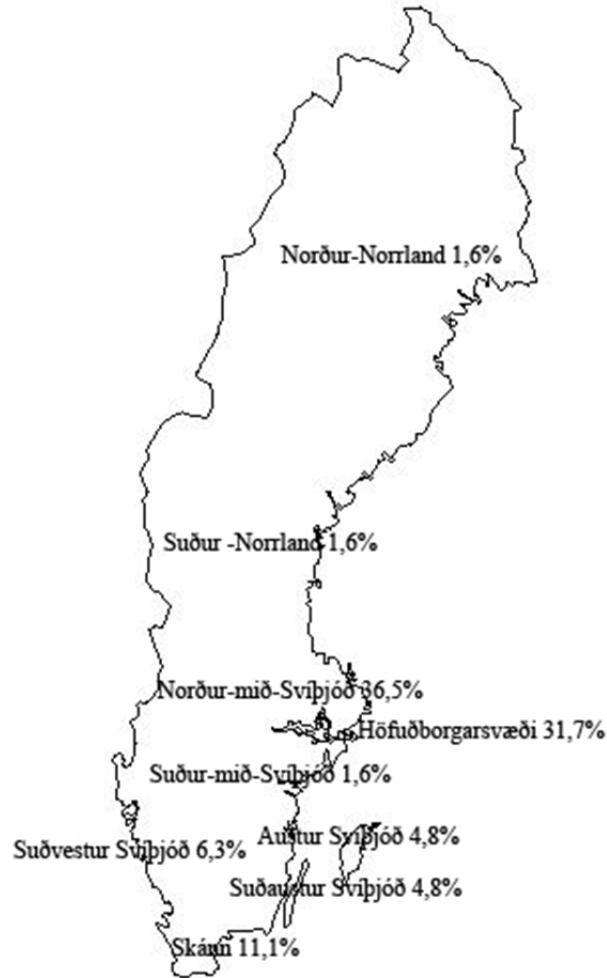
framhaldsskólamenntun og um 20% voru með iðnmenntun, sem er töluvert meira borið saman við hópinn í heild sinni en rúm 80% mátu tekjur sínar í eða yfir meðallagi.

Myndir 7-10 sýna hvar í löndunum fjórum (Danmörku, Svíþjóð, Bretlandi og Þýskalandi) svarendur eiga heima, en myndirnar byggja á uppgefnum póstnúmerum í heimalandinu.



Mynd 7: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku 2012.

Eins og sjá má á mynd 7 koma flestir svarendur, eða 59%, af höfuðborgarsvæðinu og Sjálandi. Þetta er örlítill hlutfallsleg aukning frá árinu áður þegar rétt rúmlega helmingur, eða 51% kom af þessu svæði (2010, 56%). Rúm 13% svarenda búa á Fjóni og S.-Jótlundi (2010, 12,7%; 2011, 24,7%), tæplega fjórðungur af Mið-Jótlundi (2010, 27,5%; 2011, 19,5%) en fæstir nyrst af Jótlandsskaga (2010, 3,8%; 2011, 4,7%). Ef þessi hlutföll eru borin saman við fyrri ár kemur í ljós að þau eru í takt við tölur frá 2010. Ef þetta er borið saman við íbúaskiptingu í Danmörku frá 1. júlí 2012 má sjá að rétt rúmum fimmtungum býr á hverju ofantalinnu svæða nema N.-Jótlundi, þar sem rúmlega 10% íbúa búa (Statistics Denmark, 2012). Þannig virðist sem svarendur könnunar endurspegli ágætlega íbúaskiptingu í landinu, þó virðast síst norður Jótar vera á ferðinni.



Mynd 8: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Svíþjóð 2012.

Eins og sést á mynd 8 komu tveir þriðju allra svarenda sem búa í Svíþjóð af höfuðborgarsvæðinu eða úr nyrðri-miðhluta Svíþjóðar, en á því svæði eru Örebro-sýsla, Västmanland-sýsla og Dalarna-sýsla. Það svæði umlykur höfuðborgarsvæðið og er í um það bil hálfra til tveggja klukkustunda akstursfjarlægð frá Arlandaflugvelli, sem Icelandair flýgur til. Úr austurhluta Svíþjóðar koma tæp 5%, en á því svæði eru Gotland og Södermanland-sýsla. Úr suðvesturhluta Svíþjóðar koma rúm 6% en á því svæði er Gautaborg, en Icelandair bauð upp á áætlunarflug milli Gautaborgar og Keflavíkur sumarið 2012. Rétt rúm 11% koma af Skáni, en ætla má að þeirra flugvöllur hafi verið Kastrupflugvöllur í Kaupmannahöfn enda mjög stutt að fara yfir Eyrarsund á milli Danmerkur og Svíþjóðar. Af öðrum svæðum þ.e. Suður- og Norður-Norrland og syðri-miðhluta Svíþjóðar koma færri eða samanlögð 4,8%. Ef þetta er borið saman við íbúaskiptingu í Svíþjóð frá 1. nóvember 2011 kemur í ljós að þriðjungur íbúa býr á höfuðborgarsvæðinu eða í nyrðri-miðhluta Svíþjóðar (Statistics Sweden, 2012), en eins og greint var frá hér að ofan komu tveir þriðju (rúm 68%) allra Svía sem svöruðu könnuninni af því svæði. Hlutfallslega fáir koma af öðrum svæðum miðað við íbúaskiptingu á þeim svæðum að Skáni undanskildum. Þaðan koma rúm 11% af svarendum könnunar sem búa í Svíþjóð og á því svæði búa um 13% þjóðarinnar. Það virðist því ekki svo

(að Skáni undanskildum) að svarendur könnunarinnar endurspegli íbúaskiptingu í landinu í heild sinni, en athygli vekur hið háa hlutfall svarenda sem búa á og í kringum höfuðborgarsvæðið miðað við hlutfall íbúafjölda og bendir til þess að svarendur komi frekar af svæði sem er tiltölulega nærri Arlanda.



Mynd 9: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Stóra-Bretlandi 2012.

Sjá má á mynd 9 að þátttakendur könnunar sem búa á Bretlandseyjum koma aðallega af tveimur svæðum; annars vegar Lundúnum (32%) og hins vegar suðvesturhluta Englands (36%). Færri búa á öðrum svæðum og engir svarendur koma frá Norðaustur-Englandi, Norðvestur-Englandi, Suðaustur-Englandi, Norður-Írlandi og Skotlandi. Sé þetta borið saman við áætlaða íbúaskiptingu í Stóra-Bretlandi um mitt ár 2010 kemur í ljós að 13% þjóðarinnar býr á höfuðborgarsvæðinu og einungis 8% býr í suðvesturhluta Englands (Office for National Statistics, 2011). Hins vegar koma af þessum tveimur svæðum tveir af hverjum þremur svarendum könnunarinnar (68%) sem búa á Bretlandseyjum. Aftur bendir þetta á að svarendur komi frekar af nærsvæði tengiflugvalla, sem í þessu tilfalli er Heathrow-flugvöllur. Sé áætluð

Íbúaskipting fyrir Vestur-miðhéruð, Austur-England, Wales og Yorkshire og Humber skoðuð, má sjá að svarendur könnunarinnar endurspeglar vel íbúaskiptingu á þessum svæðum.



Mynd 10: Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Þýskalandi 2012.

Á mynd 10 má sjá að tveir af hverjum þremur þátttakenda könnunarinnar sem búa í Þýskalandi koma frá vesturhluta landsins, úr þremur sambandslöndum. Þau eru Hessen (26%), Nordreihn-Westfalen (20%) og Rheinland-Pfalz (20%). Færri koma frá öðrum sambandslöndum. Samarið 2012 bauð Ícelandair upp á áætlunarflug til þriggja áfangastaða í Þýskalandi. Þeir eru München í Bæjaralandi (Bayern), en 9% svarenda í Þýskalandi kemur þaðan; Hamburg, þaðan sem 3% svarenda frá Þýskalandi kemur; og Frankfurt í Hessen, þaðan sem fjórðungur (26%) svarenda kemur. Ef þetta er borið saman við íbúaskiptingu í Þýskalandi frá 31. desember 2011 má segja að svarendur könnunarinnar endurspeglar íbúaskiptingu í landinu í heild sinni nokkuð vel (Statistisches Bundesamt, 2012). Undantekningarnar eru þó

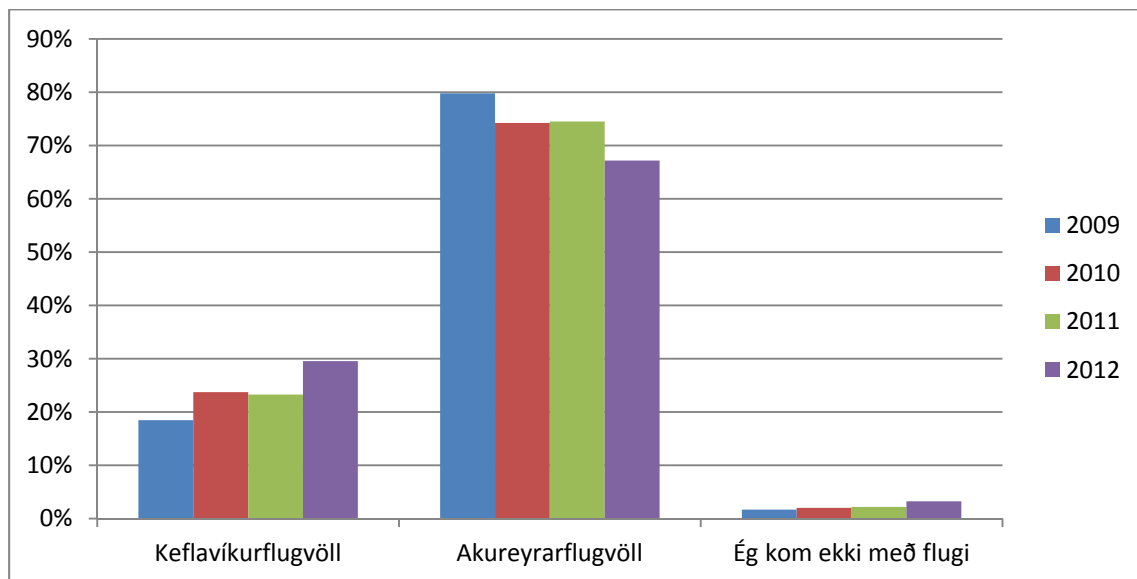
Hessen og Rheinland-Pfalz, þar sem hlutfallslega fleiri koma norður miðað við íbúaskiptingu þessara tveggja sambandslanda og leiðir það líkur að því að svarendur komi frekar af þessum svæðum, sem er tiltölulega nærri stórum flugvelli, þ.e. Frankfurt am Main, sem Icelandair flýgur til.

4 Niðurstöður könnunar

Í þessum kafla er farið yfir niðurstöður flugvallakönnunar RMF á Akureyrarflugvelli sumarið 2012 spurningu fyrir spurningu. Kaflinn skiptist í fimm hluta eftir áhersluatriðum könnunarinnar eins og þeim er lýst í inngang. Í hverjum þessara hluta er lýst svörum við hverri spurningu og niðurstöðurnar bornar saman við kannanir ársins 2009, 2010 og 2011 eftir því sem við á og mögulegt er. Jafnframt eru niðurstöðurnar skoðaðar út frá helstu búsetulöndum svarenda, þ.e. Danmörku, Svíþjóð, Bretlandi og Þýskalandi, líkt og gert var í kaflanum hér að framan og hóparnir tveir, þ.e. í beina fluginu og tengi flugi bornir saman nema annað sé sérstaklega tekið fram. Hér skal áréttað að hópurinn í beina fluginu er samanburðarhæfur við heildarniðurstöður úr könnunum RMF frá árunum 2009, 2010 og 2011 þar sem á þeim árum var eingöngu um beint flug Iceland Express milli Kaupmannahafnar og Akureyrar að ræða. Í lok kaflans er stutt samantekt helstu niðurstaðna.

4.1 Almennt um Íslandsferðina

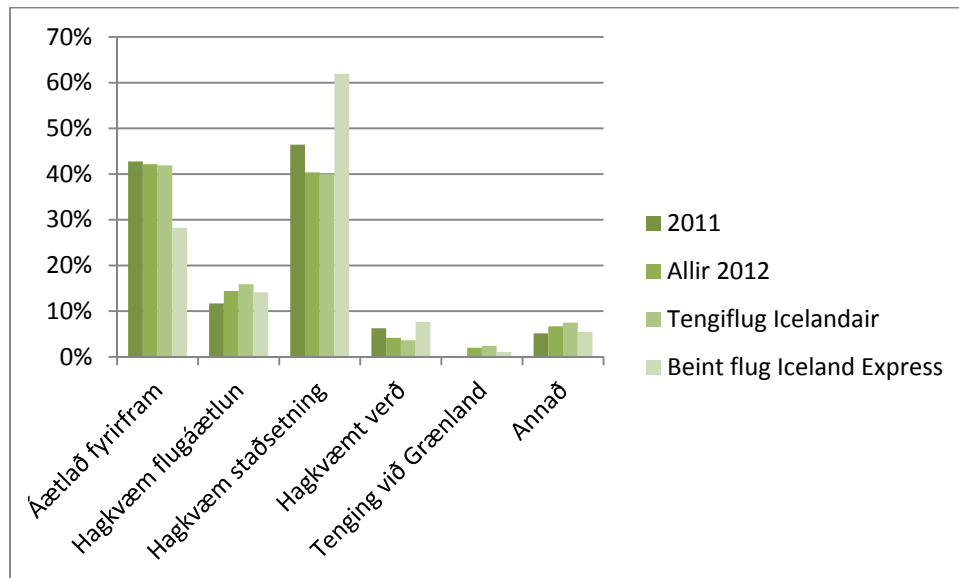
Könnunin fór fram við brottför frá Akureyrarflugvelli og því var spurt um hvaða flugvöll svarendur hefðu komið til landsins. Eins og sjá má á mynd 11 komu tveir af hverjum þremur (67%) um Akureyravöll en flestir aðrir (30%) komu um Keflavík. Þeir sem ekki komu með flugi komu með t.d. skemmtiferðaskipum og þurftu að fara heim í skyndi. Er þetta á svipuðum nótum og verið hefur síðustu ár en þó má lesa úr mynd 11 ákveðna þróun um að þeim hafi fjölgað hlutfallslega sem segjast hafa komið til landsins í Keflavík og á móti fækki þeim sem komi um Akureyrarflugvöll. Einn hængur er þó á. Sumir þeirra sem komu með tengiflugi töldu sig koma inn í landið í Keflavík, þó að þar hafi aðeins verið skipt um flugvél. Þar sem ómögulegt er að segja til um hvort það sé tilfellið eða fólk hafi raunverulega komið inn í landið í Keflavík með flugi Icelandair og t.d. keyrt norður, verður að taka þessum svörum með nokkrum fyrirvara.



Mynd 11: Um hvaða flugvöll komstu til Íslands?

Svarhlutfall 2009, 2010 og 2011: 99%, svarhlutfall 2012: 98%.

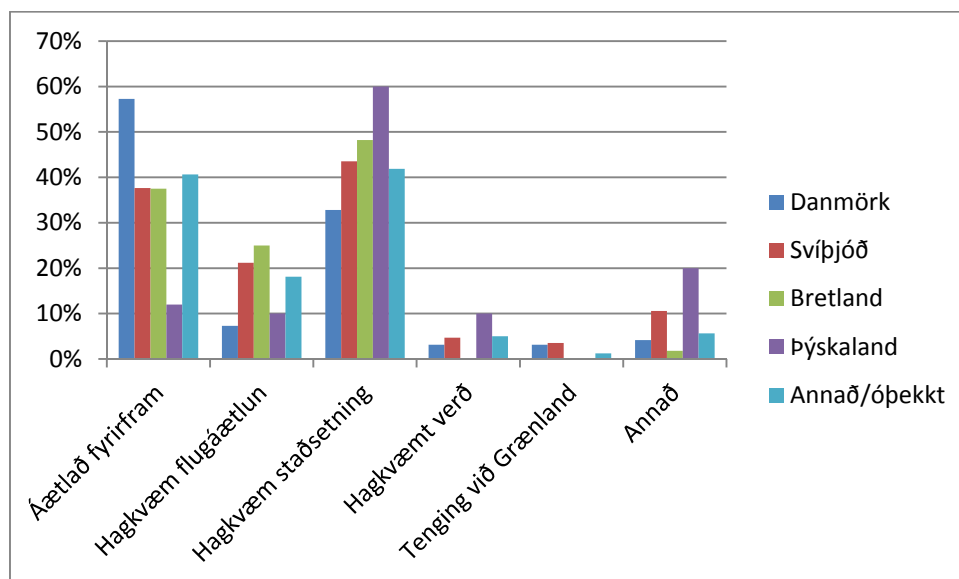
Spurt var nánar um ástæður þess að fólk valdi að fara frá Akureyrarflugvelli og voru svarendur beðnir um að segja til um af hverju hann var valinn. Á mynd 12 má sjá að það er helst hagkvæm staðsetning og að búið var að skipuleggja brottför þaðan af ferðaskrifstofu, sem réði því að völlumurinn varð fyrir valinu.



Mynd 12: Hvers vegna kaustu að fljúga frá Akureyrarflugvelli?

Svarhlutfall: 2011: 96%, svarhlutfall allir 2012: 93%, svarhlutfall tengiflug: 92%, svarhlutfall beint flug: 89%.

Þeir sem voru í beinu flugi virðast hafa horft mest í hentuga staðsetningu flugvallarins umfram aðra þætti en tæplega tveir þriðju allra sem voru í beina fluginu telja þann þátt skipta mestu máli við val á flugvelli. Séu svör þeirra sem voru í beinu flugi borin saman við svör ársins 2011 kemur í ljós að staðsetning flugvallar skiptir enn meira máli sumarið 2012 en árið á undan en að öðru leyti eru svörin nokkuð svipuð.

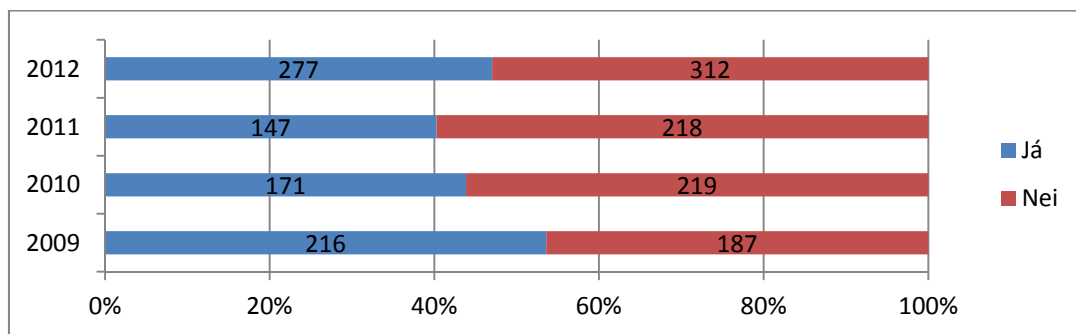


Mynd 13: Hvers vegna kaustu að fljúga frá Akureyrarflugvelli? Skipt eftir búsetu svarenda.

Svarhlutfall: Danmörk: 93%, Svíþjóð: 89%, Bretland: 92%, Þýskaland: 93%, Annað/óþekkt: 86%.

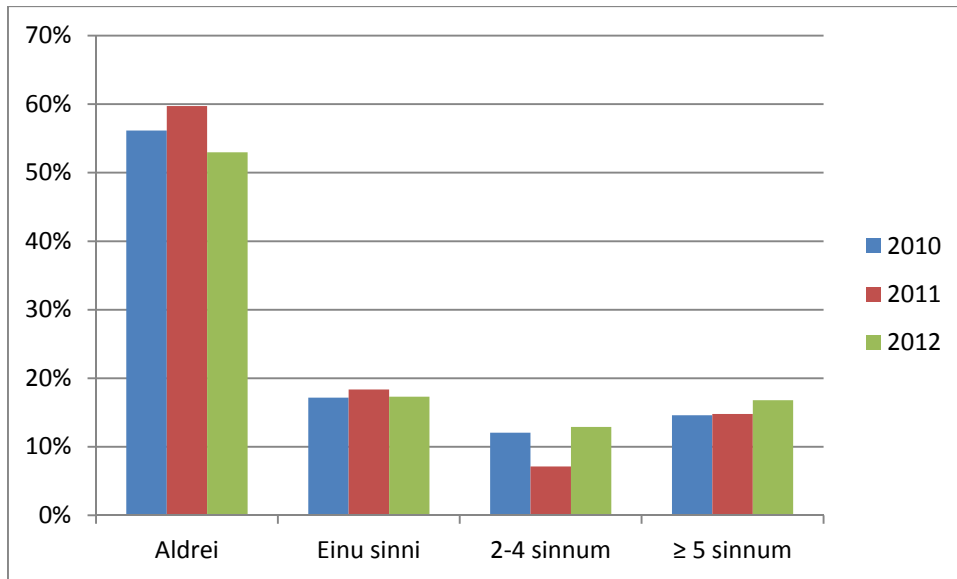
Séu svörin borin saman út frá búsetu svarenda (mynd 13) kemur í ljós að Þjóðverjar horfa helst í hentuga staðsetningu flugvallarins (60%) á meðan tæp 60% Dana tilgreina að val á flugvelli hafi verið ákvarðað af ferðaskrifstofu eða ferðaskipuleggjanda (áætlað fyrirfram). Þeir svarendur sem merktu við valmöguleikann „annað“ í spurningunni um val á flugvelli voru beðnir um að útskýra nánar svör sín. Við skoðun á þeim svörum kemur í ljós að nálægð við vini og ættingja skiptir þar mestu máli en þar á eftir eru tilgreind atriði tengd vinnu, námskeiðum og ráðstefnum á og í nágrenni við Akureyri. Einnig eru svör eins og bein flugtenging við Akureyri, forvitni, hestaferðir, nálægð við veiðisvæði og það að forðast Reykjavík.

Gestir sem svöruðu könnuninni 2012 höfðu fæstir komið áður til Íslands (47%) og því þorri þeirra að koma í fyrsta sinn (53%) eins og sjá má á mynd 14. Eins og sjá má eru þeir flestir 2011 sem koma í fyrsta sinn til landsins.



Mynd 14: Hefurðu komið áður til Íslands?
Svarhlutfall 2009: 97%; 2010: 98%, 2011 og 2012: 99%.

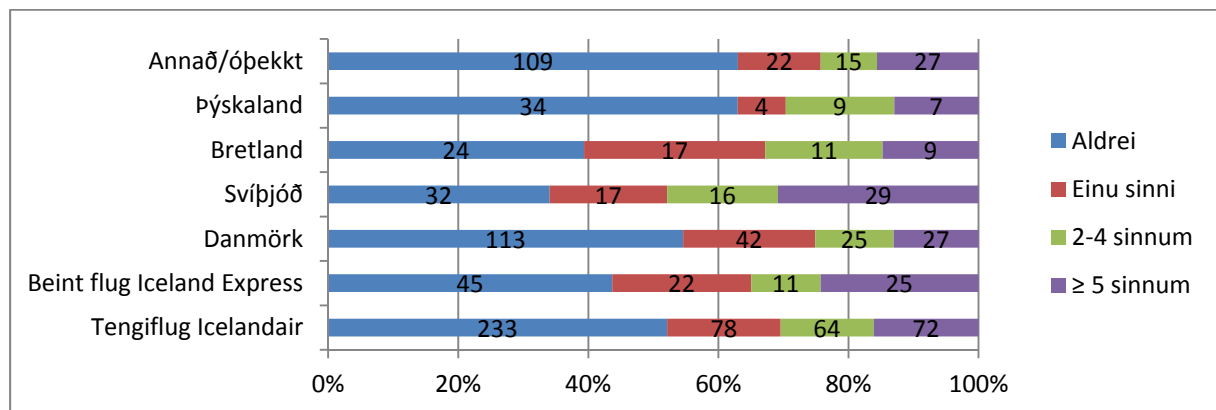
Ef þeir sem höfðu komið áður eru skoðaðir nánar má sjá að 17% svarenda höfðu komið einu sinni áður til Íslands, 13% höfðu komið 2-4 sinnum og 17% höfðu komið fimm sinnum eða oftar (mynd 15). Hlutföllin hafa breyst aðeins á milli ára frá árinu 2011 og er það helst að sjá á því að hlutfallslega fleiri svarendur í ár hafa komið áður til Íslands, tvisvar sinnum eða oftar. Þessi hlutföll eru að mörgu leyti líkari því sem var árið 2010 en árið 2011. Ekki er hægt að prófa samanburðinn við árið 2009 þar sem grundvallarmunur var á því hvernig óskað var eftir þessum upplýsingum í spurningalistunum þá.



Mynd 15: Hversu oft hefur þú komið til Íslands?

Svarhlutfall: 2010: 98%, 2011 og 2012: 99%.

Nánari skoðun á svörum ársins 2012 leiðir í ljós að þeir sem voru í tengiflugi svipar til hópsins í heild (mynd 16). Nokkur munur er á svörum þeirra sem eru í beinu flugi miðað við hópinn í heild, en hlutfallslega fleiri úr þeim hópi höfðu komið áður til Íslands. Einnig er áberandi meðal hópsins í beina fluginu hlutfall þeirra sem hefur komið oft til Íslands þ.e. fimm sinnum eða oftar, en rétt um fjórðungur (24%).



Mynd 16: Hversu oft hefur þú komið til Íslands? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall tengiflug: 99%, svarhlutfall beint flug: 100%, svarhlutfall annað 98% .

Svarhlutfall Danmörk, Bretland, Þýskaland: 100%, Svíþjóð 99%, annað/óþekkt: 97%.

Ef svörin eru skoðuð út frá búsetu svarenda kemur í ljós að rétt rúmlega helmingur svarenda sem búa í Danmörku (55%) hefur aldrei komið áður til Íslands og tæplega helmingur (45%) komið áður, flestir (20%) einu sinni. Um það bil þriðjungur (34%) svarenda sem búa í Svíþjóð hefur aldrei komið áður til Íslands en tæplega þriðjungur (31%) hefur komið fimm sinnum eða oftar. Athygli vekur að tæplega tveir þriðju (63%) allra svarenda sem búa í Þýskalandi hefur aldrei komið áður til Íslands. Tæp 40% svarenda sem búa í Bretlandi, sem tóku þátt,

hafði heldur aldrei komið til Íslands en tæplega þriðjungur svarenda sem búa í Bretlandi hefur komið einu sinni áður til Íslands.

Þegar spurt er hver skipuleggur ferðina (tafla 7) kemur í ljós að tæplega helmingur (49%) svarenda skipuleggja ferðina sjálfir, eða eru í ferð sem vinur eða fjölskyldumeðlimur hefur skipulagt. Hinsvegar eru 39% í ferð sem skipulögð er af ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Í 12% tilfella var ferð skipulögð af öðrum aðila en ofangreindum. Árið 2011 var rúmlega helmingur (55%) svarenda í ferð skipulagðri af þeim sjálfum eða vini eða fjölskyldumeðlimi og um 45% í ferð á vegum ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Árið 2010 var þriðjungur í ferð á vegum ferðaskrifstofu eða heildsala og því ljóst að tölur í ár eru nokkuð svipaðar tölunum frá 2010. Tveir þriðju svarenda (66%), sem voru í beinu flugi, skipuleggur ferðina sína sjálfur eða er í ferð sem er skipulögð af vini eða fjölskyldu en einungis 27% svarenda í beinu flugi eru í ferð skipulagðri af ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Tæplega helmingur (48%) svarenda í tengiflugi er í ferð skipulagðri af sér sjálfum eða vini/fjölskyldu og rúmlega þriðjungur (38%) er í ferð skipulagðri af ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda kemur í ljós að meirihluti þeirra, sem búa í Svíþjóð (54%), Bretlandi (61%) og Þýskalandi (67%) er í ferð sem er skipulögð af þeim sjálfum eða vini/fjölskyldu. Hlutfall þeirra sem er í ferð sem er skipulögð af ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala er 30% fyrir svarendur sem búa í Þýskalandi og Svíþjóð og 23% í Bretlandi. Hvað varðar svarendur sem búa í Danmörku þá eru 42% í ferð skipulagðri af þeim sjálfum eða vini/fjölskyldu á móti 48% sem eru í ferð sem er skipulögð af ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Að öðru leyti eru ferðir skipulagðar af öðrum aðila en hafa verið nefndir hér að ofan. Má þar nefna vinnustað, háskóla, leiðbeinanda/kennara, námskeiðshaldara, knattspyrnufélag o.þ.h.

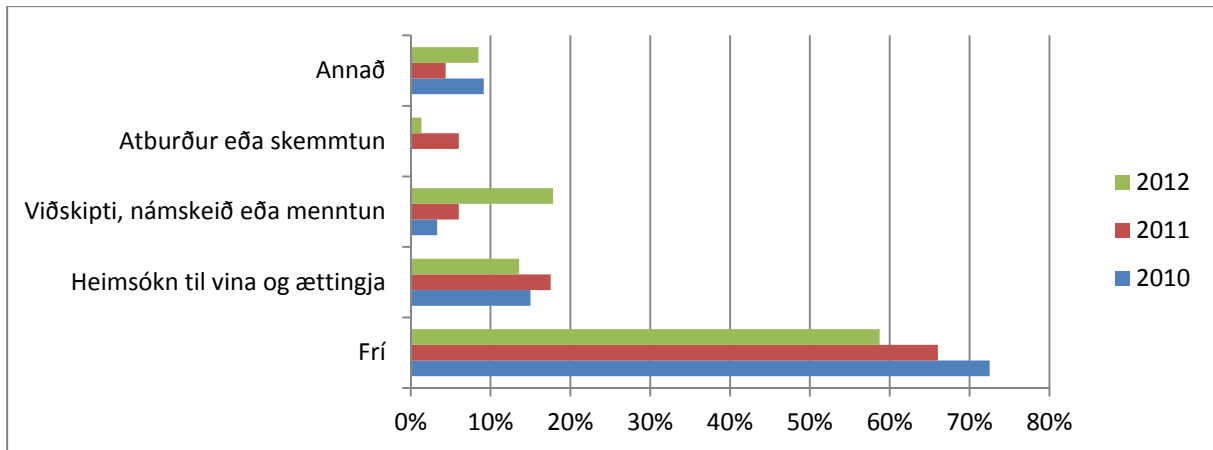
Tafla 7: Hver skipulagði ferðina til Íslands?

Svarhlutfall allir: 99%, tengiflug: 99%, svarhlutfall beint flug: 100%.

Svarhlutfall Danmörk, Bretland, Þýskaland: 100%, Svíþjóð 99%, annað/óþekkt: 97%.

	Allir 2012	Tengiflug Icelandair	Iceland Express	Danmörk	Svíþjóð	Bretland	Þýskaland	Annað/óþekkt
Vinir eða fjölskylda	18%	16%	33%	23%	15%	20%	26%	10%
Ferðaskrifstofa	39%	38%	27%	48%	0%	23%	30%	43%
Ég sjálf/ur	31%	33%	33%	19%	39%	41%	41%	35%
Annar	12%	14%	7%	11%	16%	16%	4%	12%

Ef rýnt er í megingilgang ferðar má sjá á mynd 17 að flestir (51%) árið 2012 eru að koma í frí, þar næst eru ferðir í tengslum við viðskipti, námskeið eða menntun (18%) og svo heimsóknir til vina og ættingja (14%). Einungis 1% svarenda tilgreinir atburð eða skemmtun sem megingilgang ferðarinnar. Hér hafa orðið nokkrar breytingar á milli ára líkt og sjá má á mynd 17.

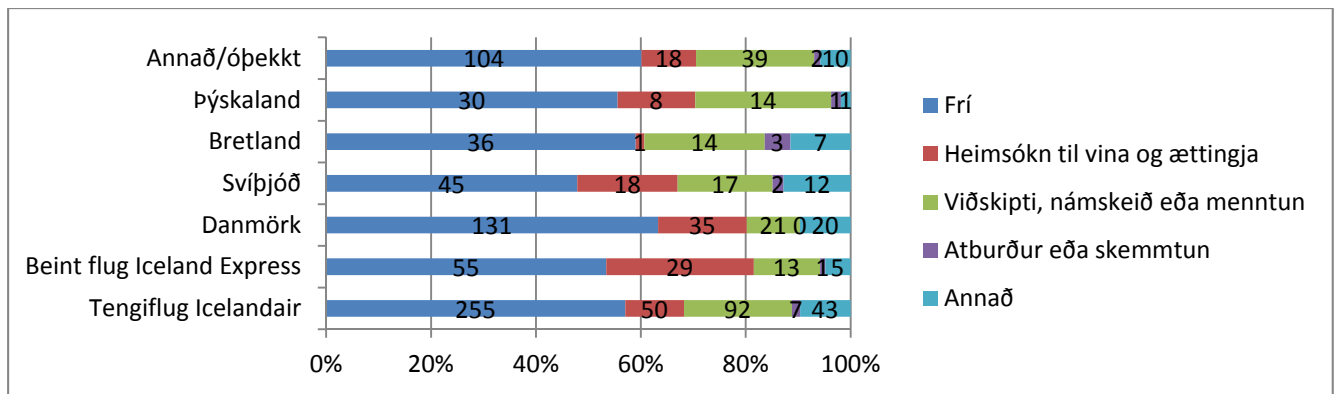


Mynd 17: Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands?

Svarhlutfall: 2010: 90%; 2011: 99%.

Áfram tilgreinir meirihluti svarenda frí sem megintilgang ferðarinnar en þetta hlutfall hefur farið lækkandi síðustu ár. Á móti kemur að hlutfall þeirra sem hefur verið að heimsækja vini og ættingja styrktist milli áráanna 2010 og 2011 en árið 2012 dregst það hlutfall saman. Á móti kemur að hlutfall þeirra sem er í viðskiptaerindum eða vegna menntunar/námskeiða hefur aukist milli áráanna 2011 og 2012. Af öðru sem svarendur tilgreindu voru áberandi flestir, eða rúm 3% að fara í veiðiferð, sem er aukning frá árinu áður. Allir voru þeir í tengiflugi með Ícelandair. Önnur atriði komu sjaldnar fyrir og voru öll undir 1%. Má þar nefna hestaferðir, sumarþúðir, gönguferðir og tengingu við Grænland.

Ef svör eru skoðuð með tilliti til hvort svarendur voru í tengiflugi eða beinu flugi kemur í ljós að þeir sem eru í tengiflugi koma til Íslands í fjölbreyttari tilgangi en þeir sem eru í tengiflugi, sem frekar tilgreina frí og heimsóknir til vina og ættingja sem megintilgang ferðar (mynd 18). Ef svör eru skoðuð með tilliti til búsetu svarenda kemur í ljós að almennt er lítill munur á megintilgangi ferðar til Íslands. Flestir tilgreina frí sem helsta tilgang ferðarinnar. Svíar aðgreina sig þó frá þeim hópi, en einungis 48% þeirra sögðust vera hér á landi í frí og tilgreindu þá frekar heimsókn til vina og ættingja (19%), viðskipti, námskeið eða menntun (18%) eða annað ótilgreint (13%) sem tilgang ferðar. Þeir sem voru hér í viðskiptaerindum eða vegna menntunar/námskeiða voru helst Bretar (23%), Þjóðverjar (26%) eða fólk af öðrum eða óþekktum þjóðernum (23%). Eins og áður hefur komið fram í kafla 3 hér að framan voru svarendur af þessum þjóðernum yfirleitt í tengiflugi með Ícelandair.



Mynd 18: Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands? Skipt eftir hópum og búsetu.

Svarhlutfall tengiflug: 99%, svarhlutfall beint flug: 100%, svarhlutfall annað 95% .

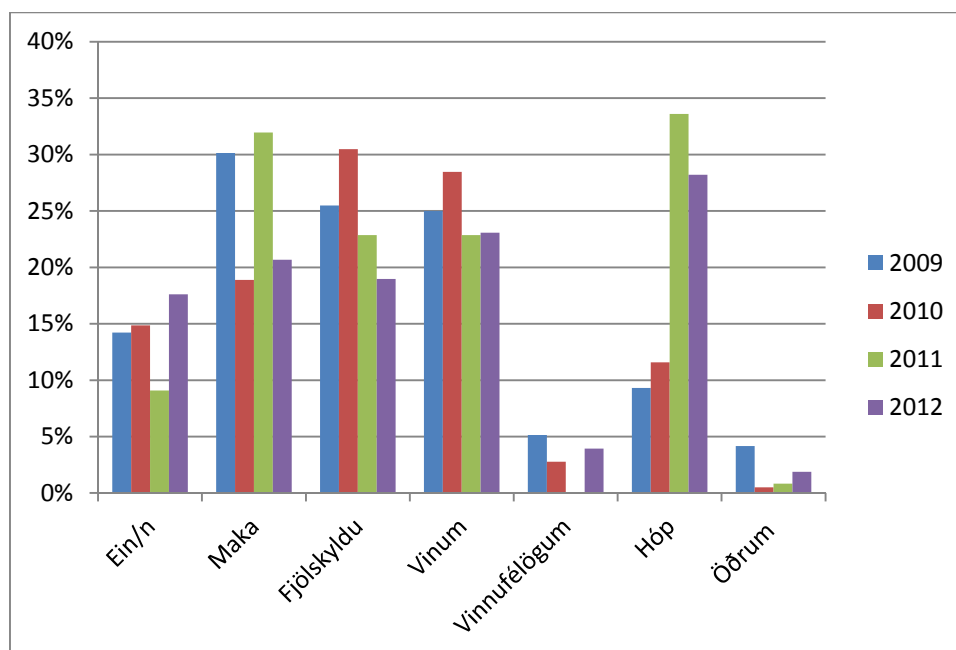
Svarhlutfall Danmörk, Bretland, Þýskaland: 100%, Svíþjóð 99%, annað/óþekkt: 97%.

Svör við spurningunni um tilgang ferðar til Íslands voru borin saman við svör um hversu oft svarendur höfðu komið til Íslands (taflu 8). Stór hluti þeirra sem voru á Íslandi í frí (65%) hefur aldrei komið áður til Íslands. Einnig er ljóst af töflu 8 að flestir þeirra, sem voru á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, höfðu komið til Íslands áður, þar af höfðu nærri átta af hverjum tíu sem ferðuðust til landsins í þeim tilgangi komið til Íslands einu sinni eða oftar.

Tafla 8: Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða áður til Íslands.

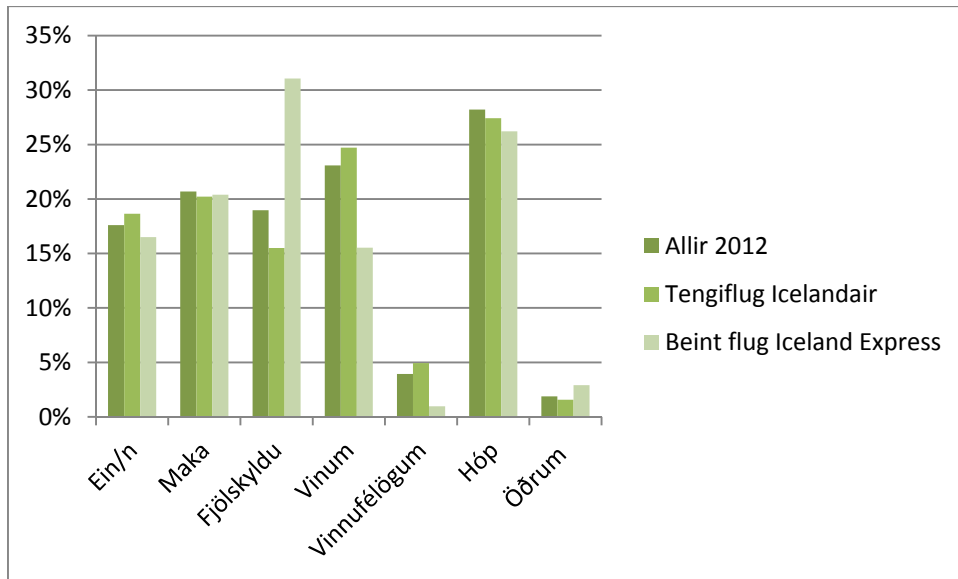
Tilgangur ferðar	Aldrei			Einu sinni			2 - 4 sinnum			Oftar en 4 sinnum		
	Allir	Tengiflug	Beint flug	Allir	Tengiflug	Beint flug	Allir	Tengiflug	Beint flug	Allir	Tengiflug	Beint flug
Frí	68%	65%	64%	60%	60%	55%	50%	45%	73%	34%	38%	24%
Heimsækja vini og ættingja Viðskipti, námskeið/menntun	6%	5%	18%	15%	12%	27%	13%	13%	18%	35%	29%	52%
Afburður eða skemmtun	15%	18%	11%	19%	19%	18%	26%	30%	9%	19%	22%	12%
Annað	1%	2%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	0%	2%	1%	4%
	9%	10%	7%	7%	9%	0%	8%	9%	0%	9%	10%	8%

Þegar spurt er um ferðafélaga eða með hverjum var ferðast má sjá á mynd 19 að flestir (28%) haka við að þeir ferðist í hóp og rímar það ágætlega við hlutfall þeirra sem er í keyptum skipulögðum ferðum (tafla 7). Þar á eftir koma þeir sem ferðast með vinum (23%), maka (21%) og fjölskyldu (19%). Velja mátti fleiri en einn valmöguleika og því samtala % í mynd 19 meiri en 100. Samanborið við önnur ár fækkar þeim sem segjast vera í hóp, sem er nokkur breyting frá árinu áður en þó tölur verð hækkun frá árinu 2010. Sömuleiðis fækkar þeim hlutfallslega sem segjast vera á ferð með maka en á móti fjölgar þeim hlutfallslega sem eru einir á ferð. Vinnufélagar sem ferðafélagar komast aftur á kortið eftir að enginn merkti við slíkt árið 2011 en árið 2012 voru 4% á ferð með vinnufélögum.



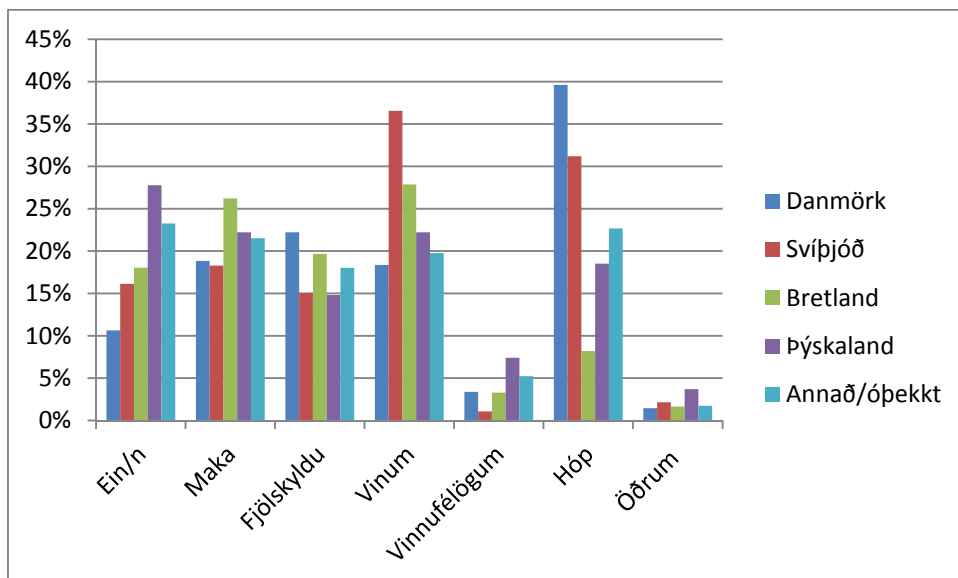
Mynd 19: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni?
Svarhlutfall: 2009: 99%; 2010: 100%, 2011: 99% og 2012: 98%.

Ef spurningin um ferðafélaga er skoðuð út frá hópunum kemur í ljós að svör þeirra, sem voru í tengiflugi samsvara svörum heildarinnar nokkuð vel, eins og sjá má á mynd 20. Ef skoðaðir eru þeir sem voru í beinu flugi er áberandi hátt hlutfall þeirra, sem var á ferð með fjölskyldu og mjög fáir í beina fluginu eru á ferð með vinnufélögum.



Mynd 20: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni? Skipt eftir hópum.
Svarhlutfall allir 2012: 98%, tengiflug: 99%, svarhlutfall beint flug: 100%.

Á mynd 21 eru svörin skoðuð út frá búsetu svarenda. Á þeirri mynd má sjá að Danir tilgreina hlutfallslega oftast að þeir séu á ferð í hóp (40%) eða með fjölskyldu (22%), en Svíar tilgreina hlutfallslega oftast að þeir séu á ferð með vinum (37%) eða í hóp (31%). Bretar eru mest á ferð með vinum (28%) og maka (26%) en Þjóðverjar mest á ferð einir (28%) eða á ferð með vinum (22%) eða maka (22%).

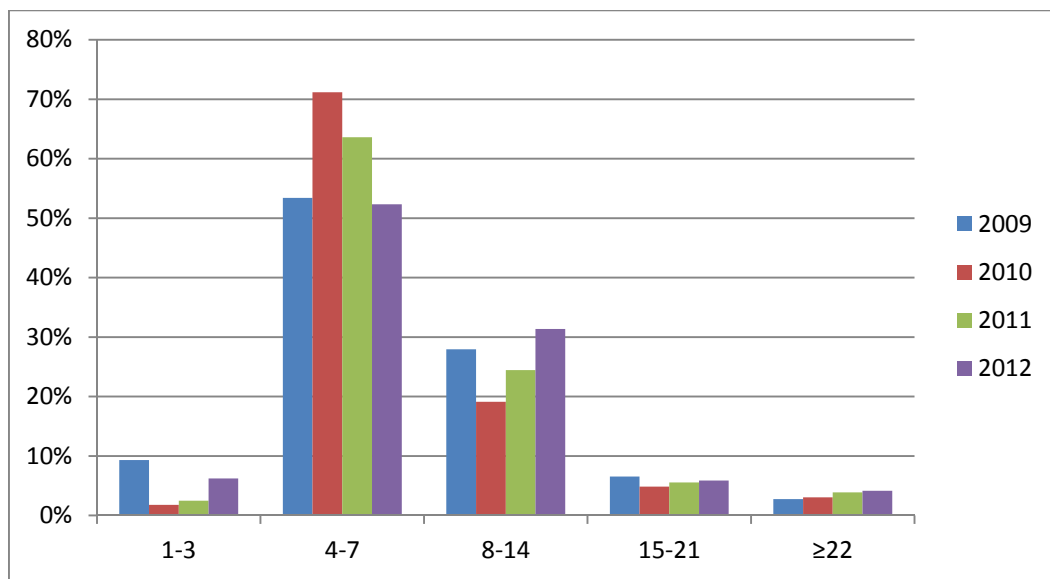


Mynd 21: Með hverjum ferðast þú að þessu sinni? Skipt eftir búsetu.
Svarhlutfall Danmörk, Bretland, Þýskaland: 100%, Svíþjóð 98%, annað/óþekkt: 96%.

Þeir sem segjast ferðast með fjölskyldu voru nánar spurðir um fjölda barna undir og yfir 18 ára aldri, sem ferðast var með. Kemur í ljós að einungis 6% allra svarenda ferðast með börn undir 18 ára aldri en 14% svarenda gerði það árið 2011. Flestir eru með eitt barn, eða 53% en

aðrir eru með 2-3 börn. Að meðaltali er 1,6 barn (staðalfrávik 0,7) undir 18 ára aldri með í för ef fjölskylda er á ferð með börn. Hvað varðar einstaklinga 18 ára og eldri merktu 12% allra svarenda við þann möguleika. Þar af var rúmur helmingur (53%) með einn einstakling 18 ára eða eldri, rúmlega þriðjungur (37%) með tvo slíka og aðrir með þrjá eða fjóra.

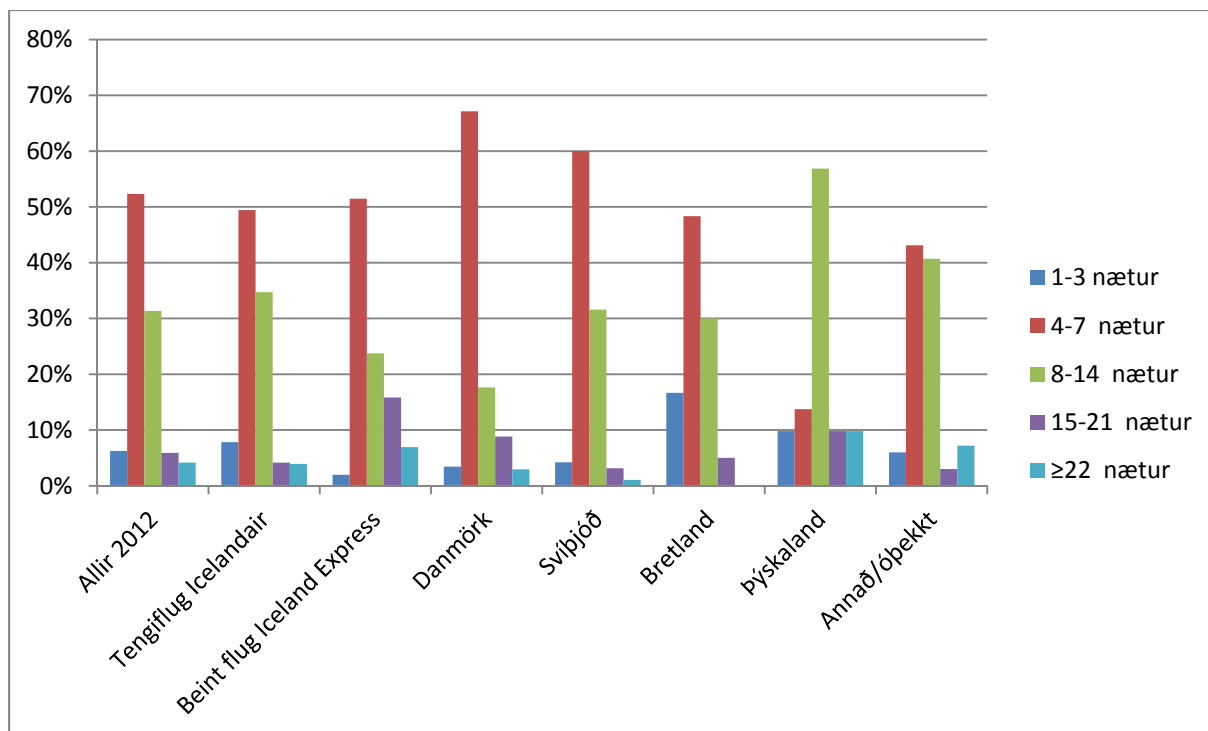
Ein mikilvægasta spurning er varðar Íslandsferð svarenda er hve lengi þeir dvelja á landinu og var fólk beðið um að svara því með því að skrifa fjölda náttu. Á mynd 22 má sjá, samanborið við árin 2009, 2010 og 2011 hvað svarendur dvelja lengi á Íslandi í heild. Um það bil 37% svarenda voru sjö nætur, meðan 9% voru sex nætur og 10% voru átta nætur. Sjá má af þessu að langflestir dvelja á landinu í 4-7 nætur, líkt og verið hefur fyrri ár, en sá hópur, sem dvelur 8-14 nætur hefur hlutfallslega stækkað á milli árunna 2011 og 2012.



Mynd 22: Hvað gistir þú margar nætur á Íslandi?

Svarhlutfall: 2009: 96%; 2010, 2011: 98%, 2012: 97%.

Á mynd 23 má sjá skiptingu gistinátta eftir búsetu svarenda og eftir því hvort þeir voru í tengiflugi eða beinu flugi miðað við heildarhóp svarenda 2012. Sjá má að hóparnir fylgja heildinni yfirleitt nokkuð vel en Þjóðverjar skera sig úr einir þjóða, en rúmlega helmingur þeirra (57%) var 8-14 nætur á landinu í ferðinni.



Mynd 23: Hvað gistir þú margar nætur á Íslandi? Skipt eftir hópum og þjóðernum.

Svarhlutfall allir 2012: 97%, tengiflug: 97%, svarhlutfall beint flug: 97%.

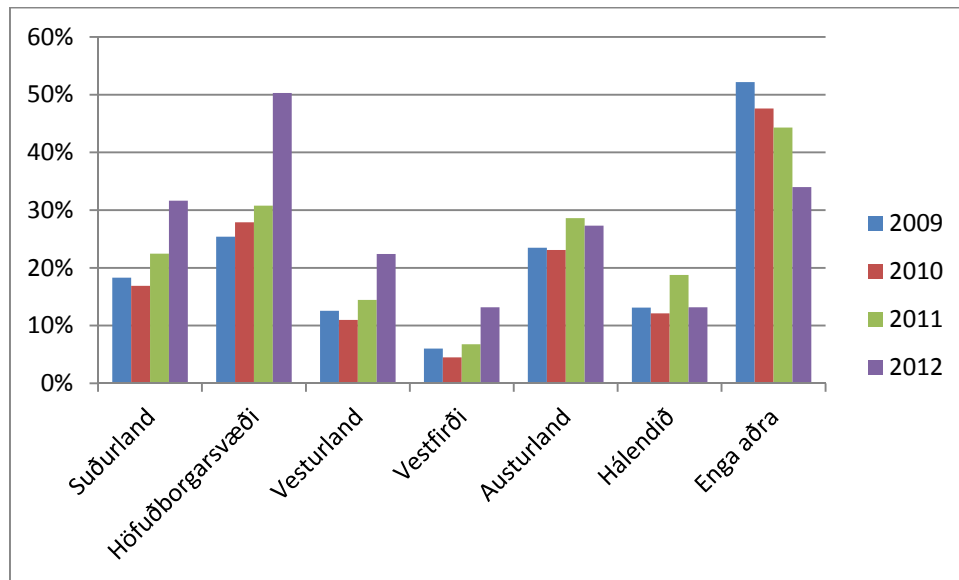
Svarhlutfall Danmörk: 99%, Svíþjóð: 100%, Bretland: 98%, Þýskaland: 94%, Annað/óþekkt 93%.

Meðaldvalarlengd hópsins 2012 er 9,18 nætur (tafla 9). Árið 2011 var meðaldvalarlengd á Íslandi 9,25 nætur, árið 2010 var hún 9,1 nótt og 2009 var hún 9,2 nætur. Munurinn á milli ára er ekki marktækur. Farþegar í tengiflugi eru á Íslandi í 8,86 nætur og farþegar í beinu flugi eru hér nokkuð lengur eða 11,48 nætur. Ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda kemur í ljós að meðaldvalarlengd Dana er tæpar 9 nætur, Svía er tæpar 8 nætur og Breta rúmlega 7 nætur. Þjóðverjar toga meðaltal dvalarlengdar hins vegar upp, en eins og bent var á hér að ofan dvelja Þjóðverjar töluvert lengur á landinu en svarendur af öðrum þjóðernum og er dvalarlengd þeirra tæpar 14 nætur.

Tafla 9: Meðaldvalarlengd ferðafólks sumarið 2012.

	Meðaltal	St.dev.
Allir 2012	9,18	7,015
Tengiflug Icelandair	8,86	7,185
Beint flug Iceland Express	11,48	7,174
Búseta ferðafólks		
Danmörk	8,96	5,713
Svíþjóð	7,93	3,624
Bretland	7,07	3,619
Þýskaland	13,67	12,779
Annað/óþekkt	9,56	7,799

Líkt og í könnuninni 2009, 2010 og 2011 voru farþegarnir spurðir hvaða landshluta aðra en Norðurland þeir hefðu sótt heim í Íslandsferðinni. Farþegarnir voru beðnir um að merkja við landshluta og var stuðst við lítið Íslandskort sem sýndi landshlutaskiptinguna. Mynd 24 sýnir hlutfall svara við þessari spurningu auk samanburðar við niðurstöður fyrri ára.



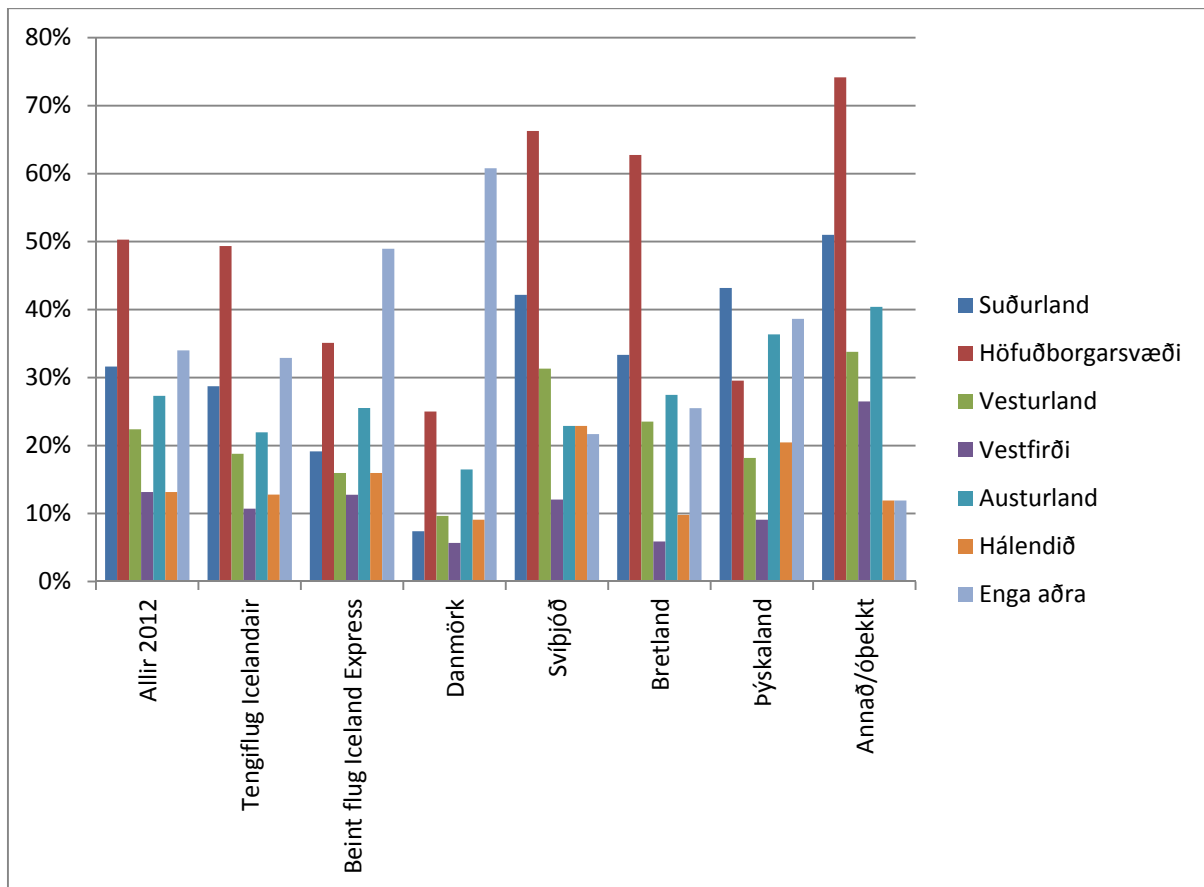
Mynd 24: Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?

Svarhlutfall: 2009: 88%; 2010, 2011: 89%, 2012: 85%.

Það sem hefur verið athyglisverðast úr þessari spurningu fyrri ár er hið háa hlutfall svarenda sem dvaldi eingöngu á Norðurlandi og fóru ekki í aðra landshluta. Í ár, 2012, hefur þetta hlutfall tekið nokkrum breytingum og fallið niður í 34% úr 44% frá árinu áður. Aftur á móti vekur athygli hátt hlutfall svarenda sem heimsækir höfuðborgarsvæði, en helmingur svarenda hefur viðdvöl þar sumarið 2012 og er það nokkuð stórt stökk upp á við frá árinu áður, þegar 31% svarenda heimsótti höfuðborgarsvæðið. Aðrir landshlutar sækja í sig veðrið eins og Suðurland, Vesturland og Vestfirðir en þeim fækkar hlutfallslega sem heimsækja Austurland og hálandið. Tæp 2% svarenda fóru í alla landshlutana og rúmlega 3% fóru í alla landshluta nema hálandið. Ef skoðaðir eru þeir svarendur, sem merkja við alla þá landshluta sem hringvegurinn fer um kemur í ljós að 5,3% svarenda hafa farið um öll svæðin, samanborið við 6,5% 2011, engan 2010 og aðeins 2% 2009.

Á mynd 25 sést hvaða landshluta svarendur hafa sótt heim í ferðinni, annars vegar skipt eftir því hvort þeir voru í beinu flugi eða tengiflugi og hins vegar eftir búsetu svarenda. Mynd 25 sýnir að heilt yfir fylgja hinir mismunandi hópar heildinni nokkuð vel. Sótt er í aðra landshluta og mikið sótt í höfuðborgarsvæðið, líkt og rauðu súlurnar á myndinni sýna, en auk þess er sótt í Suðurland og Vesturland. Tveir hópar skera sig þó mest úr. Annars vegar svarendur í beinu flugi og hins vegar svarendur sem búa í Danmörku. Stór hluti af báðum þessum hópum dvaldi eingöngu á Norðurlandi (svarendur í beinu flugi 49% og svarendur sem búa í Danmörku 61%). Þar að auki er ferðamynstur svarenda sem búa í Þýskalandi nokkuð frábrugðið heildarhópnum. Tæplega 40% svarenda sem búa í Þýskalandi dvelur eingöngu á Norðurlandi, eins og sjá má á mynd 25 og 36% heimsótti Austurland, sem er hærra hlutfall en

hjá öðrum svarendum af öðrum þjóðernum að undanskildum þeim sem eru í floknum annað/óþekkt þjóðerni.



Mynd 25: Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall allir 2012: 85%, tengiflug: 85%, svarhlutfall beint flug: 91%.

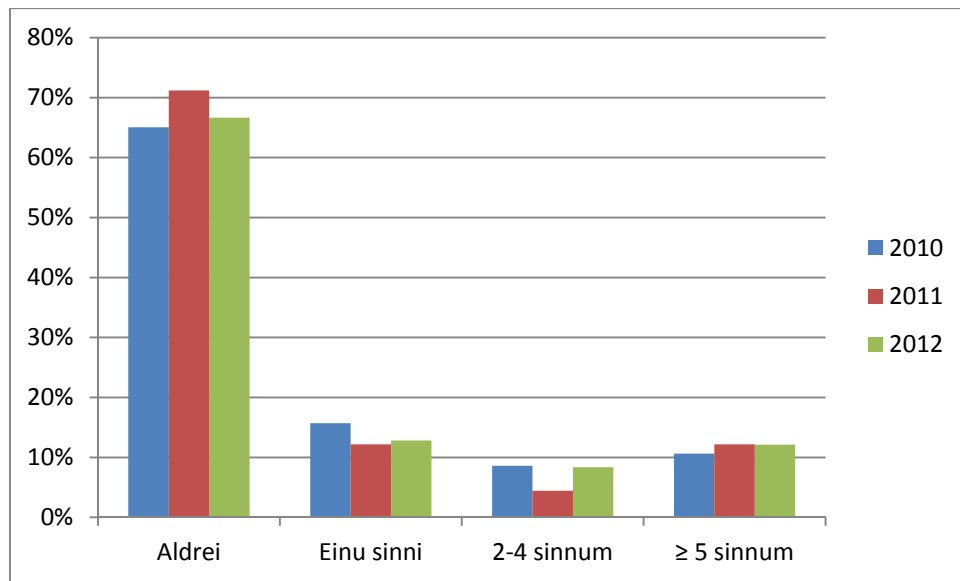
Svarhlutfall Danmörk: 85%, Svíþjóð: 87%, Bretland: 84%, Þýskaland: 81%, Annað/óþekkt 82%.

4.2 Ferðamynstur á Norðurlandi

Í öllum könnunum frá 2009, 2010 og 2011 hefur vakið athygli hve margir af svarendum höfðu eingöngu dvalist á Norðurlandi í sinni ferð og ekki farið yfir í aðra landshluta, eða nærri helmingur svarenda öll árin. Eins og greint var frá hér að ofan virðist þeim, sem dvelja eingöngu á Norðurlandi, hafa fækkað hlutfallslega sumarið 2012 miðað við árin á undan. Það þýðir ekki að þeim, sem sækja Norðurland heim, hafi fækkað enda ljóst að allir svarendur könnunarinnar dvelja á Norðurlandi í lengri eða skemmri tíma þar sem þeir svara könnuninni þar og fara þar sömuleiðis af landi brott. Þetta er meðal þess sem verður skoðað nánar í þessum kafla.

Sumarið 2012 var fyrsta spurningin í þessum hluta könnunarinnar hvort fólk hefði komið á norðurhluta Íslands áður. Til að aðstoða svarendur var í könnuninni mynd sem sýndi Ísland allt og svo stækkuð mynd af Norðurlandi þar sem fyrir komu nöfn helstu þéttbýlisstaða og örnefna. Mynd 26 gefur til kynna að langflestir (67%) höfðu aldrei komið í landshlutann áður.

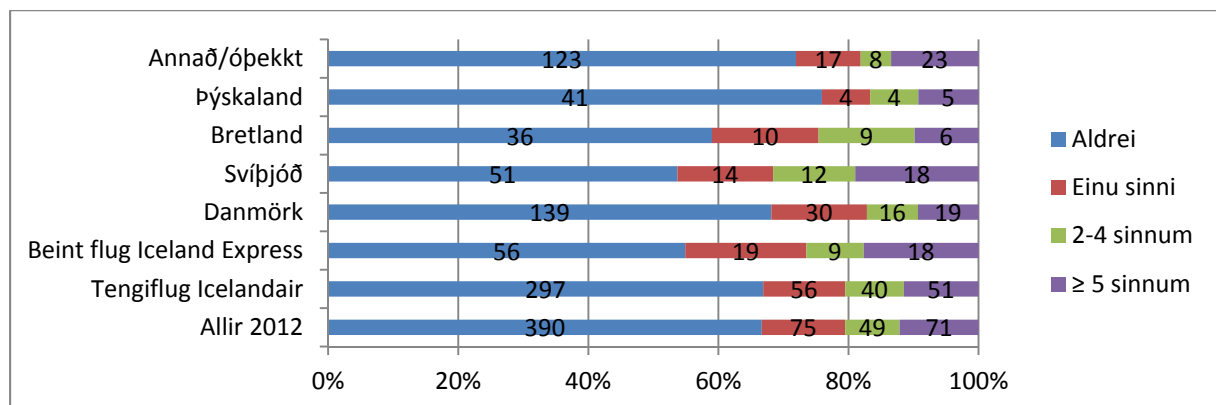
Einhverjir höfðu komið einu sinni (13%) og 12% fimm sinnum eða oftar. Þessum hlutföllum svipar til þeirra sem var árið 2010.



Mynd 26: Hefur þú komið áður á Norðurland?

Svarhlutfall: 2010: 98%, 2011: 99%, 2012: 98%.

Rétt rúmlega helmingur (55%) sem eru í beinu flugi hafa ekki komið áður á Norðurland og 26% hafa komið tvisvar sinnum eða oftar, eins og sjá má á mynd 26. Ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda kemur í ljós að meirihluti allra þjóðerna hefur ekki komið áður á Norðurland, allt frá 54% (Svíþjóð) og upp í 76% (Þýskaland).



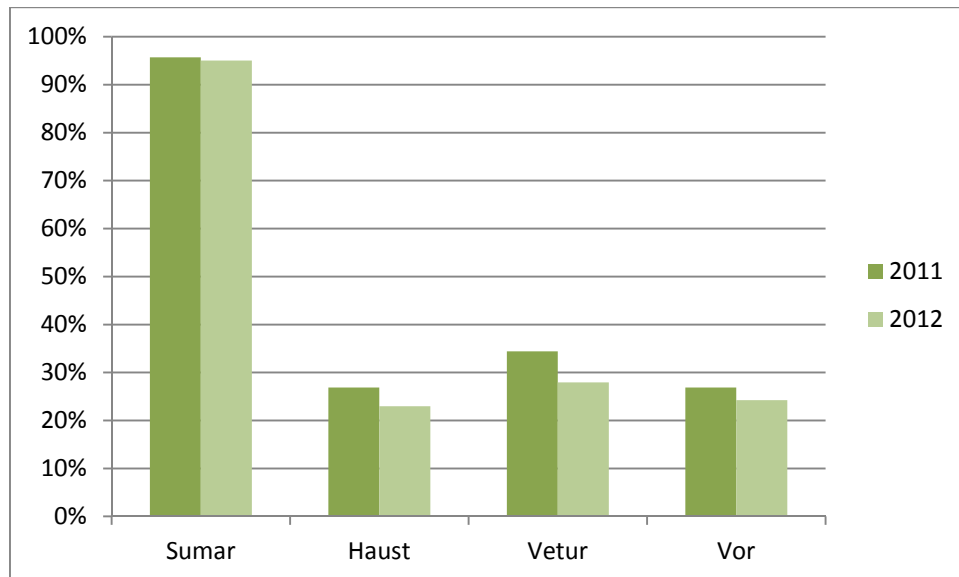
Mynd 27: Hefur þú komið áður á Norðurland? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall allir 2012: 98%, tengiflug og beint flug: 99%.

Svarhlutfall Danmörk: 99%, Svíþjóð, Bretland og Þýskaland: 100%, Annað/óþekkt 96%.

Þeir sem höfðu komið áður á Norðurland voru beðnir um að svara hvenær ársins þeir höfðu komið og voru fjórir möguleikar gefnir; vetur, sumar, vor og haust. Til þess að ljóst væri hvaða mánuðir teldust til hvaða árstíða hér á landi var tiltekið að vetur væri frá nóvember til mars, vorið ætti við apríl og maí, sumar væri júní, júlí og ágúst og haustið ætti við þá tvo sem

eftir standa, þ.e. september og október. Þetta var ekki tiltekið þegar spurt var 2010 og því ekki hægt að bera saman niðurstöður við það ár. Ekki var spurt að þessu 2009. Eins og sjá má á mynd 28 komu flestir (93%) af þeim sem höfðu komið áður, að sumri. Dreifingin er jafnari á hinar árstíðirnar, eða 20-30%. Hafa ber í huga að svarendur gátu hakað í allar árstíðir og er samanlögð % því meiri en 100.

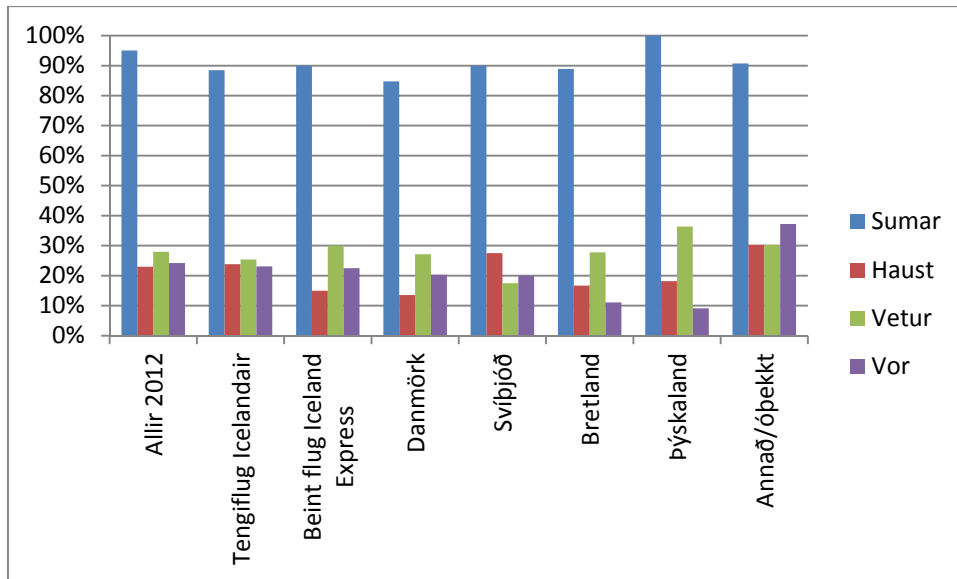


Mynd 28: Á hvaða árstíma komstu?³

Svarhlutfall: 2011: 89%, 2012: 83%.

Ef svör eru skoðuð út frá flugleið og búsetu svarenda, eins og gert er á mynd 29, sjást samskonar línur. Langflestir hafa komið áður að sumri til, allt upp í 100% hjá þeim svarendum, sem búa í Þýskalandi. Ef skoðuð eru svör allra þeirra sem hafa komið áður að sumri með það í huga hvort þeir hafi merkt við fleiri árstíðir má sjá að 23% svarenda hafa einnig komið að vetri, 22% hafa einnig komið að vori og 20% hafa einnig komið að hausti. Alls hafa 8% þeirra sem hafa komið áður á Norðurland verið þar á öllum árstíðunum.

³ Í skýrslu sem lýsir niðurstöðum frá sumrinu 2011 voru notaðar rangar tölur í þessari spurningu og hefur það verið leiðrétt hér.



Mynd 29: Á hvaða árstíma komstu? Skipt eftir hópum og þjóðernum.

Svarhlutfall allir 2012: 83%, tengiflug: 90%, beint flug: 52%.

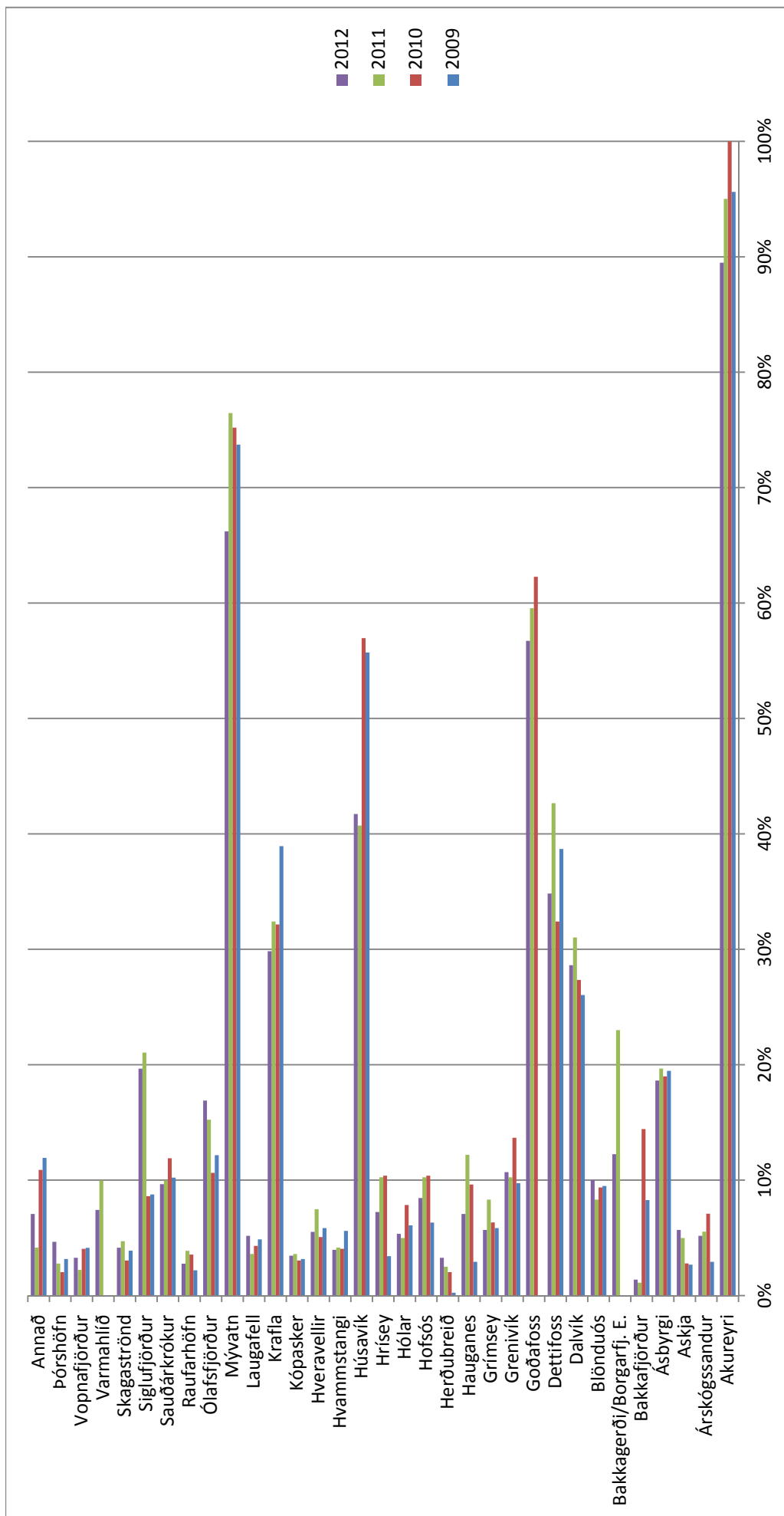
Svarhlutfall Danmörk og Svíþjóð: 91%, Bretland: 72%, Þýskaland: 85%, Annað/óþekkt 90%.

Svör við spurningunni um hve oft svarendur höfðu komið á Norðurland voru borin saman við svör þeirra um tilgang ferðar. Eins og sjá má á niðurstöðunum, sem eru settar fram í töflu 10 hafði stór hluti þeirra sem voru á Íslandi í fríi (78%) aldrei komið áður á Norðurland. Einnig er ljóst af töflu 10 að flestir þeirra, sem voru á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, höfðu komið áður á Norðurland, þar af tæplega helmingur tvisvar sinnum eða oftar. Ætla má að þessi hópur þekki svæðið ágætlega og komi hér til þess að viðhalda tengslum við vini og ættingja sem eru búsettir hér.

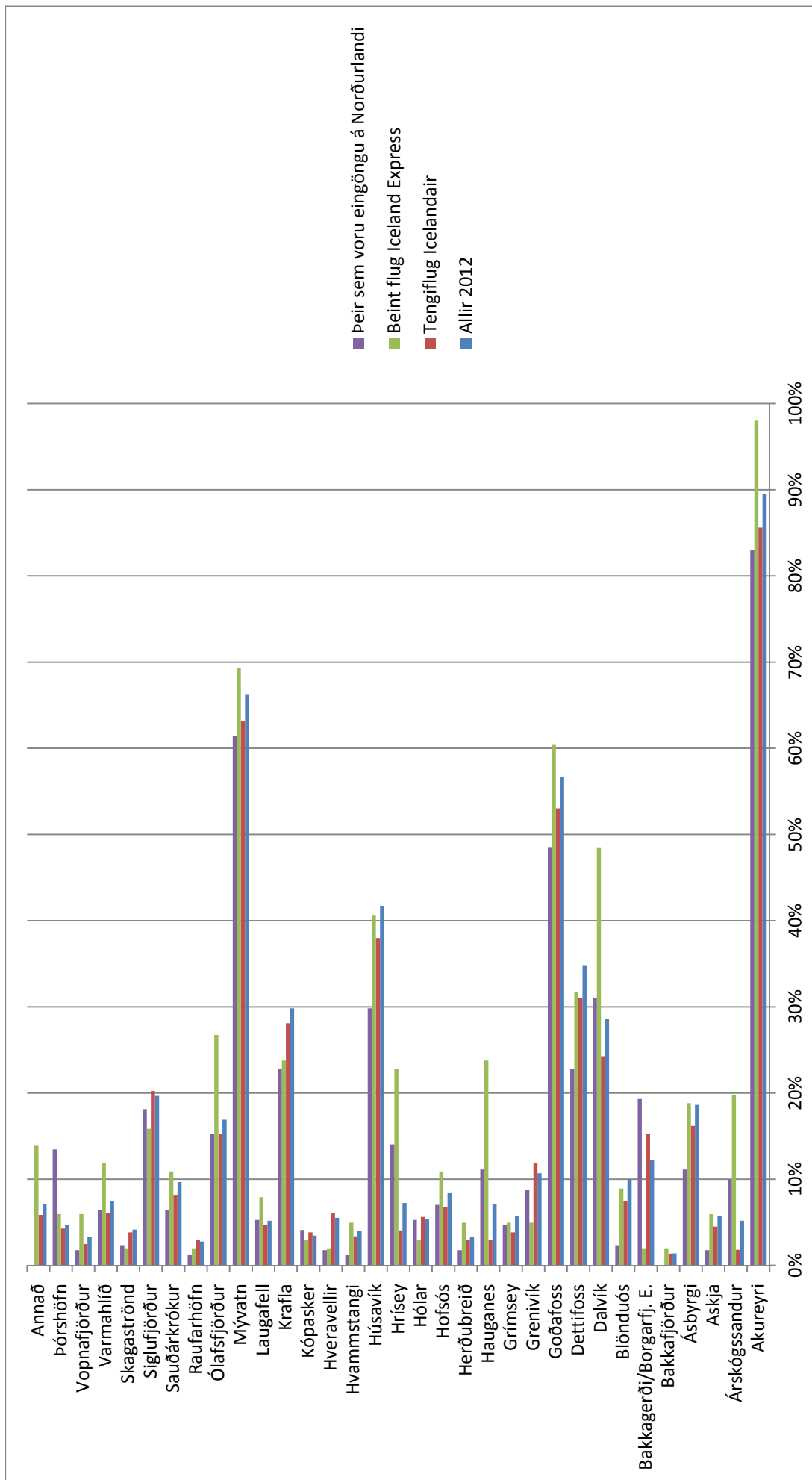
Tafla 10: Tilgangur ferðar samanborin við hve oft fólk hafi komið áður á Norðurland.

			Aldrei	Einu sinni	2-4 sinnum	≥ 5 sinnum
Allir 2012	Tilgangur ferðar	Frí	78%	10%	6%	6%
		Heimsækja vini/ ættingja	35%	19%	11%	35%
		Viðskipti/námskeið/menntun	56%	21%	9%	14%
		Atburður/skemmtun	50%	13%	25%	13%
		Annað	64%	6%	14%	16%
Tengiflug Icelandair	Tilgangur ferðar	Frí	78%	9%	7%	6%
		Heimsækja vini/ ættingja	36%	18%	12%	34%
		Viðskipti/námskeið/menntun	55%	22%	9%	14%
		Atburður/skemmtun	57%	14%	29%	0%
		Annað	63%	7%	14%	16%
Beint flug Iceland Express	Tilgangur ferðar	Frí	65%	20%	7%	7%
		Heimsækja vini/ ættingja	34%	21%	10%	34%
		Viðskipti/námskeið/menntun	58%	17%	8%	17%
		Atburður/skemmtun	0%	0%	0%	100%
		Annað	60%	0%	20%	20%
Danmörk	Tilgangur ferðar	Frí	79%	13%	6%	2%
		Heimsækja vini/ ættingja	29%	23%	14%	34%
		Viðskipti/námskeið/menntun	57%	24%	10%	10%
		Atburður/skemmtun	0%	0%	0%	0%
		Annað	80%	5%	5%	10%
Svíþjóð	Tilgangur ferðar	Frí	60%	9%	18%	13%
		Heimsækja vini/ ættingja	44%	22%	6%	28%
		Viðskipti/námskeið/menntun	47%	29%	6%	18%
		Atburður/skemmtun	50%	50%	0%	0%
		Annað	50%	0%	17%	33%
Bretland	Tilgangur ferðar	Frí	75%	8%	6%	11%
		Heimsækja vini/ ættingja	0%	100%	0%	0%
		Viðskipti/námskeið/menntun	36%	36%	21%	7%
		Atburður/skemmtun	67%	0%	33%	0%
		Annað	29%	14%	43%	14%
Þýskaland	Tilgangur ferðar	Frí	73%	13%	7%	7%
		Heimsækja vini/ ættingja	50%	0%	13%	38%
		Viðskipti/námskeið/menntun	93%	0%	7%	0%
		Atburður/skemmtun	100%	0%	0%	0%
		Annað	100%	0%	0%	0%
Annað/ óþekkt	Tilgangur ferðar	Frí	87%	7%	2%	4%
		Heimsækja vini/ ættingja	33%	11%	11%	44%
		Viðskipti/námskeið/menntun	53%	18%	5%	24%
		Atburður/skemmtun	40%	0%	40%	20%
		Annað	70%	10%	10%	10%

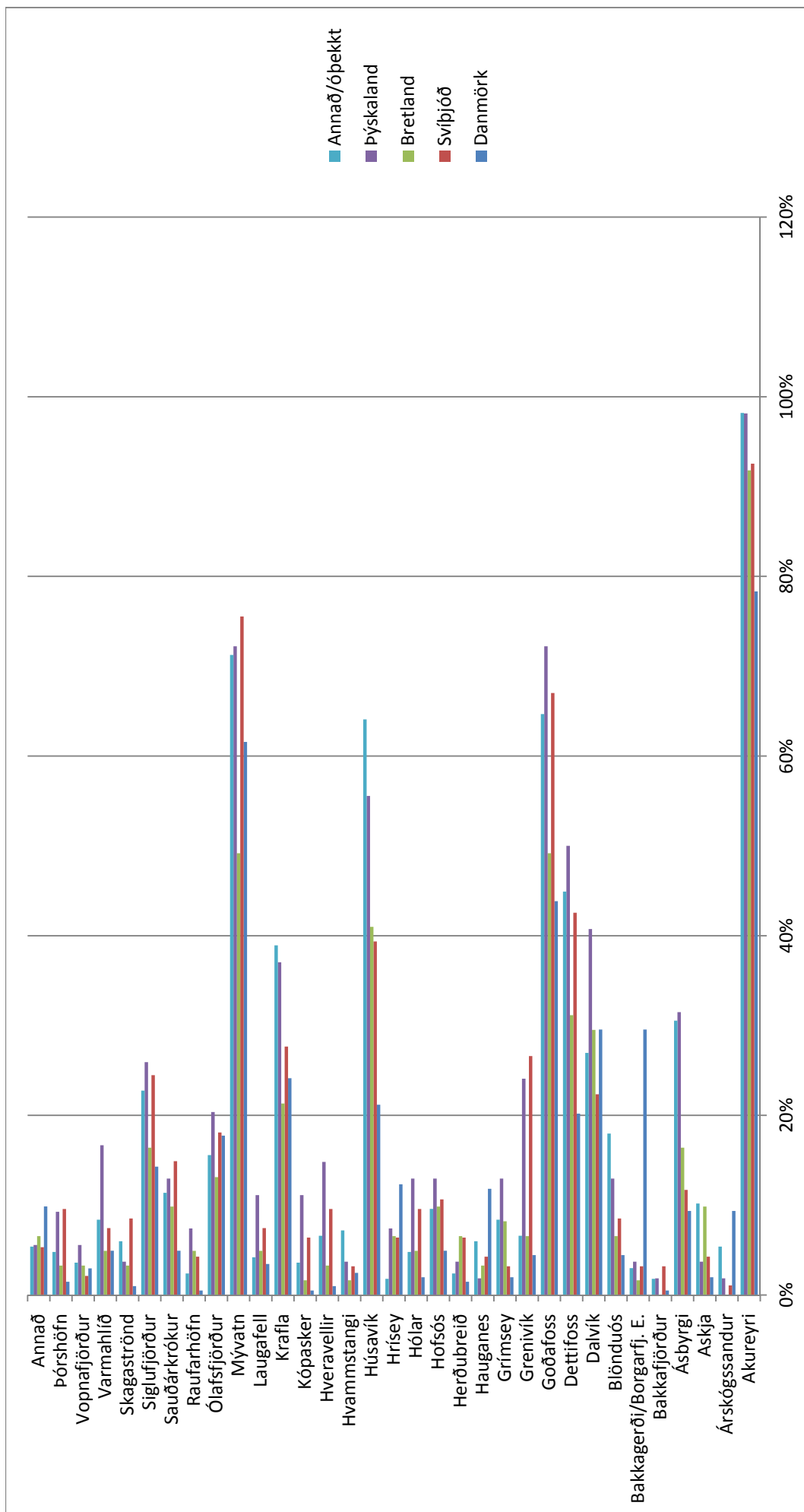
Svarendur voru beðnir að tilgreina þá staði sem þeir sóttu heim í þessari ferð og í þeim tilgangi voru talin 32 örnefni og þéttbýlisheiti á Norðurlandi auk þess sem gefin var möguleiki á að bæta við öðrum stöðum. Á mynd 30 eru svör sýnd í samanburði við árin 2009, 2010 og 2011. Á mynd 31 hafa svör verið greind eftir því hvort svarendur eru í tengiflugi eða beinu flugi auk þeirra sem dvelja eingöngu á Norðurlandi í ferð sinni. Á mynd 32 hafa svör verið greind eftir búsetu svarenda. Engar breytingar voru gerðar á valmöguleikunum í þessari spurningu frá 2011 en þá var í fyrsta skipti spurt um Bakkagerði/Borgarfjörð eystri og Varmahlíð. Þrátt fyrir að Bakkagerði/Borgarfjörður eystri tilheyri ekki Norðurlandi var engu að síður ákveðið að setja þennan valmöguleika inn þar sem það hefur sýnt sig í fyrri könnunum að hluti svarenda hefur verið í ferð á því svæði. Einnig hefur komið í ljós að fjölmargir svarendur hafa merkt við Bakkafjörð en við nánari skoðun á svörum þeirra kemur í ljós að þeir hafi verið á ferð í Borgarfirði eystri en ekki á Bakkafirði. Þar sem heiti þessara staða eru keimlík (Bakkafjörður og Borgarfjörður eystri með þéttbýliskjarnann Bakkagerði) er viðbúið að erlent ferðafólk geti hæglega ruglast á þeim og hafa svör við þessari spurningu verið skoðuð með það í huga. Við gerð þessarar skýrslu voru svör við þessari spurningu frá könnuninni 2011 endurskoðuð með þetta í huga og upplýsingar leiðréttar þar sem ekki fór á milli mála að um misskilning hafði verið að ræða. Þar sem fyrst var spurt sérstaklega um Bakkagerði/Borgarfjörð eystri í könnuninni 2011 er ekki hægt að endurskoða á sama hátt niðurstöður kannananna frá 2009 og 2010 en miðað við niðurstöður 2011 og 2012 má gera ráð fyrir að minnsta kosti 4-5% hafi ranglega merkt við Bakkafjörð.



Mynd 30: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir hópum.
Svarhlutfalli: 2009 og 2010: 99%, 2011: 98%; 2012: 97%.



Mynd 31: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir hópum. Svarhlutfall allir 2012: 97%, beint flug: 99%, tengiflug: 98%, þeir sem voru eingöngu á Norðurlandi: 99%.



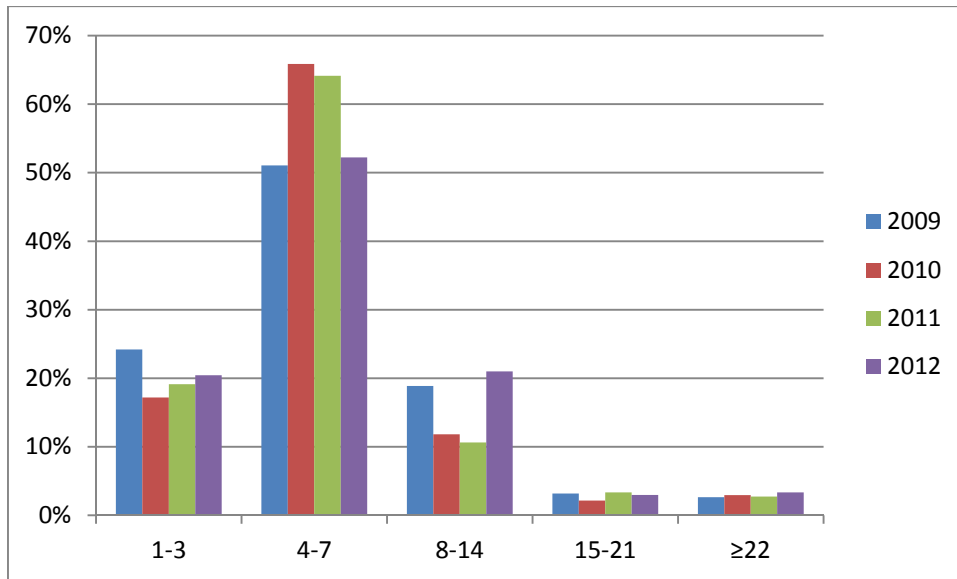
Mynd 32: Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð? Skipt eftir búsetu svarenda. Svarhlutfall Danmörk: 98%, Svíþjóð: 99%, Bretland og Þýskaland: 100%, Annað/óþekkt 93%.

Af myndunum að dæma eru ekki miklar breytingar á milli ára í röðinni um mest heimsóttu staðina. Akureyri, Mývatn og Goðafoss halda þremur efstu sætunum en Húsavík er komið í fjórða sæti, upp fyrir Dettifoss (Mynd 30). Byggðirnar á Tröllaskaga halda sínum hlutfallslega fjölda gesta frá því árinu áður. Sumar byggðir hafa bætt við sig á milli ára og má þar nefna. Blönduós, Ólafsfjörð og Húsavík í því samhengi. Hlutfallsleg fækkun hefur átt sér stað í Borgarfirði eystri. Vitað er að ferðaskrifstofan Topaz travel í Danmörku hefur undanfarin ár nýtt sér beina flugið til Akureyrar og boðið upp á gönguferðir um Víknaslóðir.⁴ Ef sá hópur er skoðaður nánar sést að 85% af þeim 12% sem merkja við Bakkagerði/Borgarfjörð eystri eru í ferð á vegum ferðaskrifstofu. Á mynd 32 má sjá að þeir, sem koma í Bakkagerði/Borgarfjörð eystri eru að langmestu leyti búsettir í Danmörku.

Ef svör eru skoðuð út frá því hvort svarendur voru í beinu flugi eða tengiflugi (mynd 31) kemur í ljós að sá hópur, sem var í beina fluginu, virðist mikið til hafa haldið sig á Eyjafjarðarsvæðinu, ef miðað er við heildina, hópinn í tengifluginu og þá sem voru eingöngu á Norðurlandi. Þetta má sjá af því að þeir hafa í meira mæli verið á stöðum eins og Akureyri, Árskógssandi, Dalvík, Hauganesi, Ólafsfirði og Hrísey. Ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda (mynd 32) kemur í ljós að svarendur búsettir í Svíþjóð dvelja á Þórshöfn, við Mývatn, á Grenivík og Sauðárkróki í meira mæli en aðrir. Einnig má sjá að svarendur búsettir í Þýskalandi sækja að Goðafossi, Dettifossi, Varmahlíð, Ásbyrgi og Ólafsfirði í meira mæli en aðrir. Einnig vekur athygli að svarendur búsettir í öðrum löndum eða búseta er óþekkt sækja til Húsavíkur. Ef þessi svör eru skoðuð nánar kemur í ljós að á bak við þau er fólk frá Bandaríkjunum og Slóveníu.

Spurt var hvað margar nætur svarendur höfðu gisti á Norðurlandi í þessari ferð og í framhaldinu hvaða tegund gistingar þeir hefðu nýtt sér, en þar mátti velja einn eða fleiri gistimáta sem nefndir voru. Ef gistinætur á Norðurlandi eru skoðaðar fyrst sést á mynd 33 að flestir eru 4-7 nætur líkt og fyrri ár, þó svo að þeim, sem gista á Norðurlandi þennan tíma hafi farið hlutfallslega fækkandi allt frá árinu 2010. Á móti fjölgar þeim hlutfallslega sem dvelja í landshlutanum 8-14 nætur.

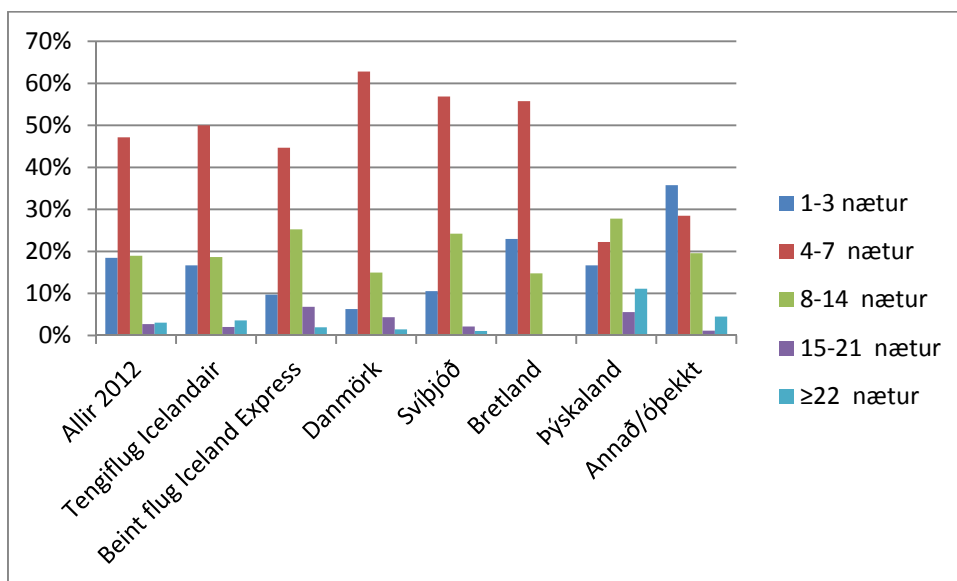
⁴ Árið 2012 var þetta ferðafólk í tengiflugi en ekki beinu flugi.



Mynd 33: Hve margar nætur gistir þú á Norðurlandi?

Svarhlutfall: 2009: 91%; 2010: 93, 2011 og 2012: 90%.

Þegar gistinætur á Norðurlandi eru skoðaðar eftir hópum (tengiflug/beint flug) og eftir búsetu svarenda (mynd 33) kemur í ljós að flestir hópar dvelja 4-7 nætur í landshlutanum fyrir utan svarendur sem búa í Þýskalandi, sem eru á Norðurlandi oftast í 8-14 nætur, sem svipar til dvalarlengdar í heild á Íslandi (sbr. mynd 22).



Mynd 34: Hvað gistir þú margar nætur á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall allir 2012: 90%, tengiflug: 91%, beint flug: 88%.

Svarhlutfall Danmörk: 90%, Svíþjóð: 95%, Bretland: 93%, Þýskaland: 83%, Annað/óþekkt 89%.

Í töflu 11 er meðaldvalarlengd á Norðurlandi tekin saman fyrir allan hópinn, sem og svarendur í beinu flugi og tengiflugi og miðað við búsetu svarenda. Þar að auki er svokallaður ferðavísir (e. *trip index*) reiknaður fyrir hvern þessara hópa. Ferðavísir er prósentuhlutfall

gistinátta á áfangastað og gistinátta í heild (Page, 2009, með vísan í Pearce og Elliot, 1983; sjá einnig: Koo, Wu og Dwyer, 2012).

Tafla 11: Meðaldvalarlengd ferðafólks á Norðurlandi sumarið 2012.

	Meðaltal	St.dev.	Ferðavísir
Allir	7,45	7,053	81,2%
Tengiflug Icelandair	7,55	7,581	85,2%
Iceland Express	8,57	5,148	74,7%
Búseta svarenda			
Danmörk	7,56	4,080	84,4%
Svíþjóð	7,19	3,619	90,7%
Bretland	5,72	3,242	81,0%
Þýskaland	12,96	15,119	94,8%
Annað/óþekkt	6,57	8,065	68,7%

Meðaldvalarlengd á Norðurlandi er 7,45 nætur, sem er nákvæmlega sama dvalarlengd og 2011. Árið 2010 var meðaldvalarlengd á Norðurlandi 7,6 nætur og 2009 var hún 7,3 nætur en munur milli ára er ekki marktækur. Farþegar í tengiflugi eru á Norðurlandi að jafnaði í 7,55 nætur en meðaldvalarlengd þeirra á Íslandi er 8,86 nætur, eins og fram kom í kaflanum hér að framan. Farþegar í beinu flugi eru 8,57 nætur á Norðurlandi, sem er aðeins lengri viðdvöl í landshlutanum miðað við 2011 (7,45 nætur), en meðaldvalarlengd þessa hóps á Íslandi er 11,48 nætur 2012, eins og fram kom í kaflanum hér að framan. Ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda kemur í ljós að meðaldvalarlengd Dana er rétt um 7,5 nætur, Svía er rúmar 7 nætur og Breta rétt tæpar 6 nætur. Sem fyrr eru svarendur búsettir í Þýskalandi frábrugðnir öðrum að því leyti að þeir hafa lengri viðdvöl á Norðurlandi, tæpar 13 nætur að jafnaði.

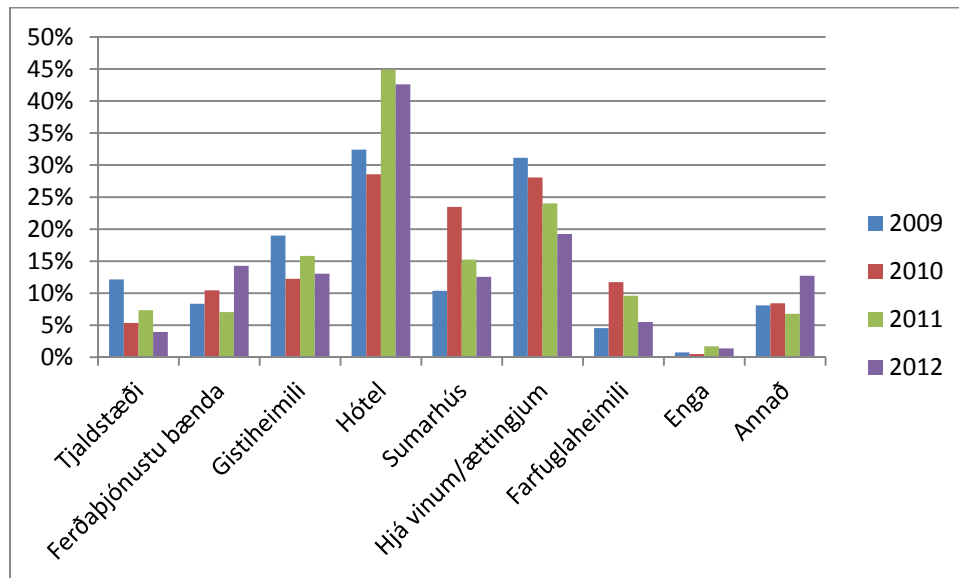
Ferðavísir fyrir allan hópinn í heild sinni 2012 er 81,2% en árið 2011 var hann 80,5%. Þetta bendir til þess að Norðurland er að mestu áfangastaður gesta ef litið er á allan hópinn í heild sinni. Sjá má í töflu 11 að ferðavísir fyrir tengiflugsfarþega er 85,2% en 74,7% fyrir farþega í beinu flugi. Þetta, ásamt dvalarlengdinni, bendir til þess að þeir, sem koma í tengiflugi, eru líklegri til að hafa eytt tíma sínum á Norðurlandi en þeir sem eru í beinu flugi, þó svo að þeir dvelji einnig lengi í landshlutanum. Ef ferðavísir er skoðaður út frá búsetu svarenda þá má sjá að hann er mjög hár hjá öllum þjóðum. Þeir sem búa í Þýskalandi og Svíþjóð hafa hæstu ferðavísana samanborið við svarendur sem búa í öðrum löndum; Þýskaland með tæp 95% og Svíþjóð með tæp 91%. Svarendur búsettir í öðrum/óþekktum löndum hafa lægstan ferðavísi, tæp 69%. Ef einstakar þjóðir eru skoðaðar í þessum flokki kemur í ljós að svarendur frá Bandaríkjunum hafa lægsta ferðavísinn, 43% (meðaldvalarlengd á Norðurlandi er 3,6 nætur á móti 8,2 nóttum á Íslandi í heild), og svarendur frá Slóveníu þann næstlægsta, 51% (meðaldvalarlengd á Norðurlandi er 3,7 nætur á móti 7,2 nóttum á Íslandi í heild). Þetta bendir til þess að svarendur frá þessum löndum hafi síður haft Norðurland sem sinn áfangastað í ferðinni.

Í framhaldi af skoðun á gistingu og ferðavísi má rýna í samræmi milli gistingu á Íslandi í heild og uppgöfina gistingu á Norðurlandi. Tafla 12 sýnir að þeir sem eru á Íslandi í styttri ferðum eyða tíma sínum frekar á Norðurlandi. Langflestir, eða 88% sem gista 1-3 nætur á Íslandi gera það á Norðurlandi og af tengiflugshópnum er að sjá að 90% sem gista 1-3 nætur á Íslandi gista þær á Norðurlandi. Hið sama má segja ef svör eru skoðuð með tilliti til búsetu svarenda. Tafla 12 gefur einnig til kynna að í nokkrum tilfellum hafa svarendur ekki gist á Norðurlandi og í þeim tilfellum er að mestu um mjög stutta dvöl á Íslandi að ræða (1-3 nætur) og hafa þessir svarendur því dvalið næturlangt í öðrum landshlutum. Auk þess kemur í ljós að eftir því sem dvalarlengd í landinu er lengri, því lengri tíma er varið í gistingu á Norðurlandi. Þeir sem eru upp undir hálfan mánuð skiptast jafnar niður á dvalarlengd á Norðurlandi og annars staðar.

Tafla 12: Gistinætur á Íslandi samanborið við gistinætur á Norðurlandi.

		Nætur á Norðurlandi						
		0	1-3	4-7	8-14	15-21	≥22	
Allir 2012	Nætur á Íslandi	1-3	12%	88%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	16%	84%	0%	0%	0%
		8-14	0%	19%	22%	59%	0%	0%
		15-21	0%	6%	9%	34%	50%	0%
		≥22	9%	0%	5%	9%	0%	77%
Tengiflug Icelandair	Nætur á Íslandi	1-3	10%	90%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	8%	92%	0%	0%	0%
		8-14	0%	20%	24%	56%	0%	0%
		15-21	0%	6%	19%	19%	56%	0%
		≥22	0%	0%	6%	6%	0%	88%
Beint flug Iceland Express	Nætur á Íslandi	1-3	50%	50%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	10%	90%	0%	0%	0%
		8-14	0%	14%	10%	76%	0%	0%
		15-21	0%	6%	0%	50%	44%	0%
		≥22	40%	0%	0%	20%	0%	40%
Danmörk	Nætur á Íslandi	1-3	14%	86%	0%	0%	0%	0%
		4-7	1%	3%	96%	0%	0%	0%
		8-14	0%	3%	27%	70%	0%	0%
		15-21	0%	6%	0%	44%	50%	0%
		≥22	40%	0%	0%	0%	0%	60%
Svíþjóð	Nætur á Íslandi	1-3	0%	100%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	9%	91%	0%	0%	0%
		8-14	0%	4%	14%	82%	0%	0%
		15-21	0%	0%	0%	0%	100%	0%
		≥22	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Bretland	Nætur á Íslandi	1-3	20%	80%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	4%	96%	0%	0%	0%
		8-14	0%	28%	28%	44%	0%	0%
		15-21	0%	0%	67%	33%	0%	0%
		≥22	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Pýskaland	Nætur á Íslandi	1-3	0%	100%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	0%	100%	0%	0%	0%
		8-14	0%	25%	21%	54%	0%	0%
		15-21	0%	0%	0%	40%	60%	0%
		≥22	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Annað/ óþekkt	Nætur á Íslandi	1-3	11%	89%	0%	0%	0%	0%
		4-7	0%	51%	49%	0%	0%	0%
		8-14	0%	15%	20%	65%	0%	0%
		15-21	0%	25%	25%	0%	50%	0%
		≥22	0%	0%	9%	18%	0%	73%

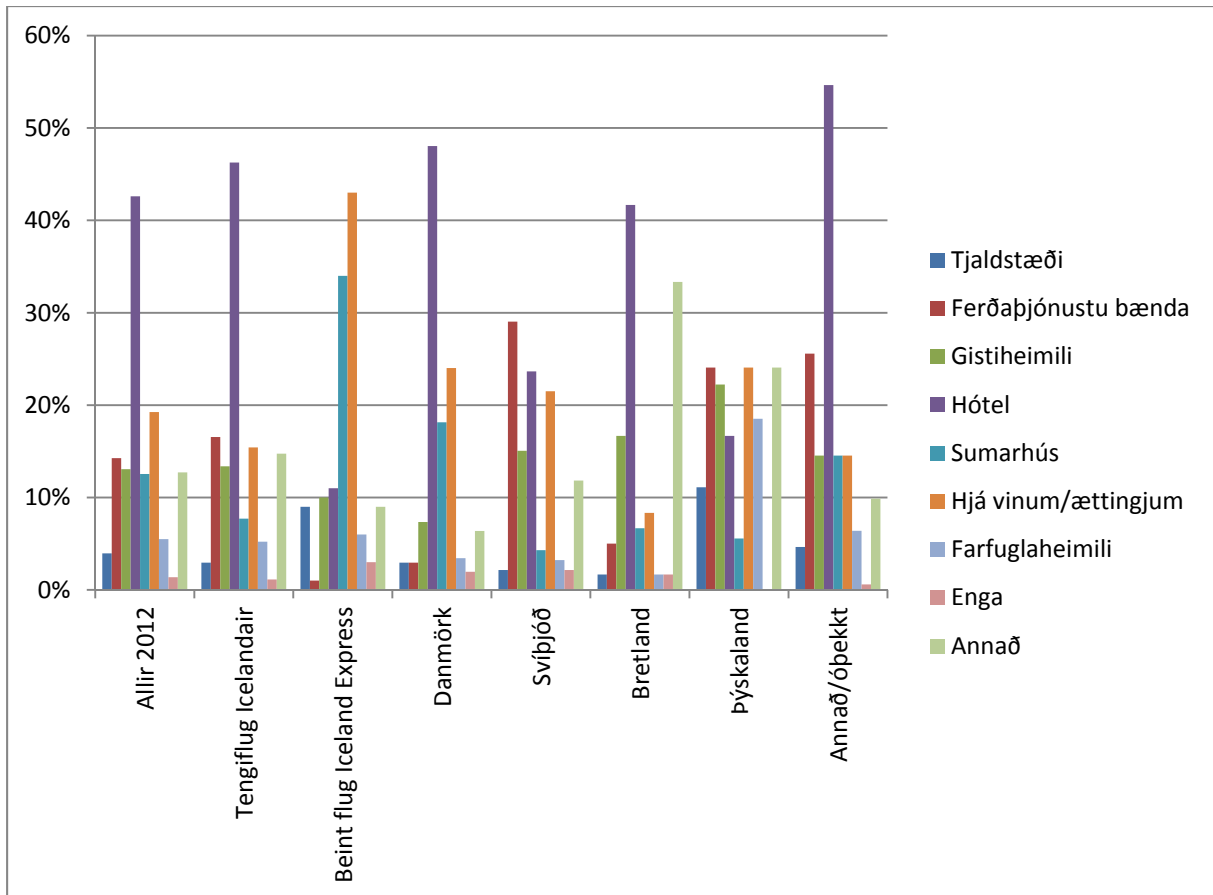
Ef skoðað er hvaða gistingu fólk var að nýta sést á mynd 35 að hótél er langalgengasti gistimátinn (43%). Svarendur gátu hakað í fleiri en einn gistimáta, en ljóst er að jafnt og þétt dregur úr gistingu hjá vinum og ættingjum milli ára. Hlutfallsleg aukning er á milli ára í ferðabjónustu bænda en aðrir gistimátar halda sínum hlut að mestu milli ára.



Mynd 35: Hvaða gistimáta nýttir þú þér á Norðurlandi?

Svarhlutfall: 2009: 95%; 2010: 98%, 2011: 96%, 2012: 98%.

Þegar svör eru greind nánar kemur í ljós að þeir, sem eru í tengiflugi eru mest á hóteli eða í bændagistingu en hópurinn í beina fluginu er mest í gistingu hjá vinum og ættingjum og þar á eftir í sumarhúsi (mynd 36). Flestir í beina fluginu, sem eru í gistingu hjá vinum og ættingjum hafa komið áður á Norðurland, einu sinni eða oftar. Þeir sem eru í sumarhúsi (og voru í beinu flugi) eru mest gestir sem eru að koma í fyrsta skipti á Norðurland. Hótelgisting er algengasti gistimátinn ef svör eru skoðuð út frá búsetu svarenda, fyrir utan þá sem búa í Svíþjóð, sem eru mest í bændagistingu. Þegar kemur að annars konar gististöðum eru flestir í veiðihúsum (2,5%) og eru þeir allir í tengiflugi. Meðal annarra gististaða, sem nefndir eru á nafn eru skólar, skip og íbúðir (ótilgreint).



Mynd 36: Hvaða gistimáta nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda. Svarhlutfall allir 2012: 98%, tengiflug: 98%, beint flug: 97%. Svarhlutfall Danmörk: 99%, Svíþjóð og Bretland: 98%, Þýskaland: 100%, Annað/óþekkt 96%.

Tafla 13 sýnir gistimáta á Norðurlandi samanborinn við tilgang ferðar á Íslandi. Taflan leiðir í ljós að þeir sem koma til Íslands í þeim tilgangi að heimsækja vini og ættingja eru í langflestum tilfellum í gistingu hjá vinum og ættingjum. Einnig eru dæmi þess að þeir sem heimsæki vini og ættingja séu líka að kaupa sér gistingu á öðrum stöðum. Ef tilgangurinn er annar en að heimsækja vini og ættingja þá er ferðafólk oftast nær að kaupa gistingu, meira þó hjá hópnum í tengifluginu en hópnum í beina fluginu eins og lesa má úr töflu 14 sem fylgir beint á eftir töflu 13.

Tafla 13: Gistimáti á Norðurlandi samanborinn við tilgang ferðar, skipt eftir ferðamáta.

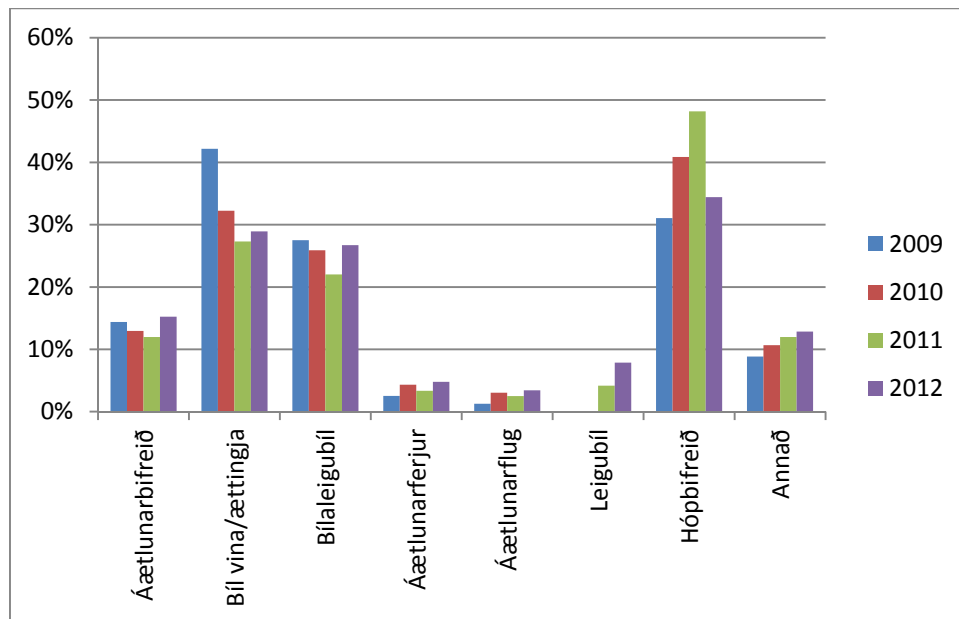
			Tilgangur ferðar				
			Frí	Heimsækja vini og ættingja	Viðskipti, námskeið eða menntun	Atburður eða skemmtun	Annað
Allir 2012	Gistimáti	Tjaldstæði	3%	9%	4%	0%	2%
		Ferðapj. bænda	21%	5%	4%	0%	6%
		Gistiheimili	18%	5%	7%	13%	0%
		Hótel	47%	8%	46%	50%	52%
		Sumarhús	16%	5%	10%	0%	6%
		Hjá vinum/ættingjum	8%	83%	11%	25%	6%
		Farfuglaheimili	6%	1%	8%	0%	2%
		Enga	1%	4%	3%	0%	0%
		Annað	8%	1%	24%	13%	40%
Tengiflug Icelandair	Gistimáti	Tjaldstæði	2%	6%	3%	0%	2%
		Ferðapj. bænda	25%	8%	3%	0%	7%
		Gistiheimili	18%	8%	7%	14%	5%
		Hótel	49%	10%	51%	57%	53%
		Sumarhús	9%	4%	8%	0%	5%
		Hjá vinum/ættingjum	6%	84%	9%	14%	2%
		Farfuglaheimili	5%	2%	8%	0%	2%
		Enga	0%	2%	3%	0%	0%
		Annað	10%	2%	22%	14%	40%
Beint flug Iceland Express	Gistimáti	Tjaldstæði	7%	14%	8%	0%	0%
		Ferðapj. bænda	0%	0%	8%	0%	20%
		Gistiheimili	16%	0%	8%	0%	0%
		Hótel	15%	3%	8%	0%	20%
		Sumarhús	49%	7%	31%	0%	20%
		Hjá vinum/ættingjum	24%	79%	31%	100%	40%
		Farfuglaheimili	9%	0%	8%	0%	0%
		Enga	2%	7%	0%	0%	0%
		Annað	2%	0%	38%	0%	60%

Tafla 14: Gistimáti á Norðurlandi samanborinn við tilgang ferðar, skipt eftir þjóðernum.

Tilgangur ferðar			Frí	Heimsækja vini og ættingja	Viðskipti, námskeið, menntun	Atburður eða skemmtun	Annað
Danmörk	Gistimáti	Tjaldstæði	2%	11%	0%	0%	0%
		Ferðabj. bænda	4%	0%	0%	0%	5%
		Gistiheimili	11%	3%	0%	0%	0%
		Hótel	51%	14%	62%	0%	65%
		Sumarhús	21%	9%	19%	0%	10%
		Hjá vinum/ættingjum	13%	74%	19%	0%	10%
		Farfuglaheimili	5%	0%	0%	0%	0%
		Enga	2%	6%	0%	0%	0%
		Annað	3%	0%	14%	0%	30%
Svíþjóð	Gistimáti	Tjaldstæði	2%	6%	0%	0%	0%
		Ferðabj. bænda	53%	6%	6%	0%	8%
		Gistiheimili	20%	0%	18%	0%	17%
		Hótel	27%	6%	29%	100%	25%
		Sumarhús	2%	6%	6%	0%	8%
		Hjá vinum/ættingjum	7%	89%	6%	0%	0%
		Farfuglaheimili	2%	0%	12%	0%	0%
		Enga	0%	6%	6%	0%	0%
		Annað	2%	0%	29%	0%	33%
Bretland	Gistimáti	Tjaldstæði	3%	0%	0%	0%	0%
		Ferðabj. bænda	8%	0%	0%	0%	0%
		Gistiheimili	22%	0%	7%	33%	0%
		Hótel	33%	0%	50%	67%	57%
		Sumarhús	11%	0%	0%	0%	0%
		Hjá vinum/ættingjum	8%	100%	7%	0%	0%
		Farfuglaheimili	3%	0%	0%	0%	0%
		Enga	0%	0%	7%	0%	0%
		Annað	28%	0%	29%	0%	86%
Þýskaland	Gistimáti	Tjaldstæði	10%	13%	7%	0%	100%
		Ferðabj. bænda	33%	25%	7%	0%	0%
		Gistiheimili	33%	13%	7%	0%	0%
		Hótel	23%	0%	14%	0%	0%
		Sumarhús	10%	0%	0%	0%	0%
		Hjá vinum/ættingjum	7%	75%	21%	100%	100%
		Farfuglaheimili	13%	13%	36%	0%	0%
		Enga	0%	0%	0%	0%	0%
		Annað	27%	0%	36%	0%	0%
Annað/ óþekkt	Gistimáti	Tjaldstæði	4%	0%	3%	0%	0%
		Ferðabj. bænda	29%	6%	5%	0%	10%
		Gistiheimili	19%	11%	3%	0%	10%
		Hótel	63%	0%	54%	50%	60%
		Sumarhús	18%	0%	15%	0%	0%
		Hjá vinum/ættingjum	4%	94%	8%	50%	0%
		Farfuglaheimili	9%	0%	3%	0%	10%
		Enga	0%	0%	3%	0%	0%
		Annað	4%	6%	21%	0%	40%

Næst var spurt hvernig fólk fór á milli staða á Norðurlandi og var mögulegt að velja fleiri en einn samgöngumáta. Þetta verður til þess að samanlögð prósentutala er meira en 100. Á mynd 37 má sjá að hópferðabíll er algengasti ferðamátinn (34%). Hins vegar má sjá að hlutfall

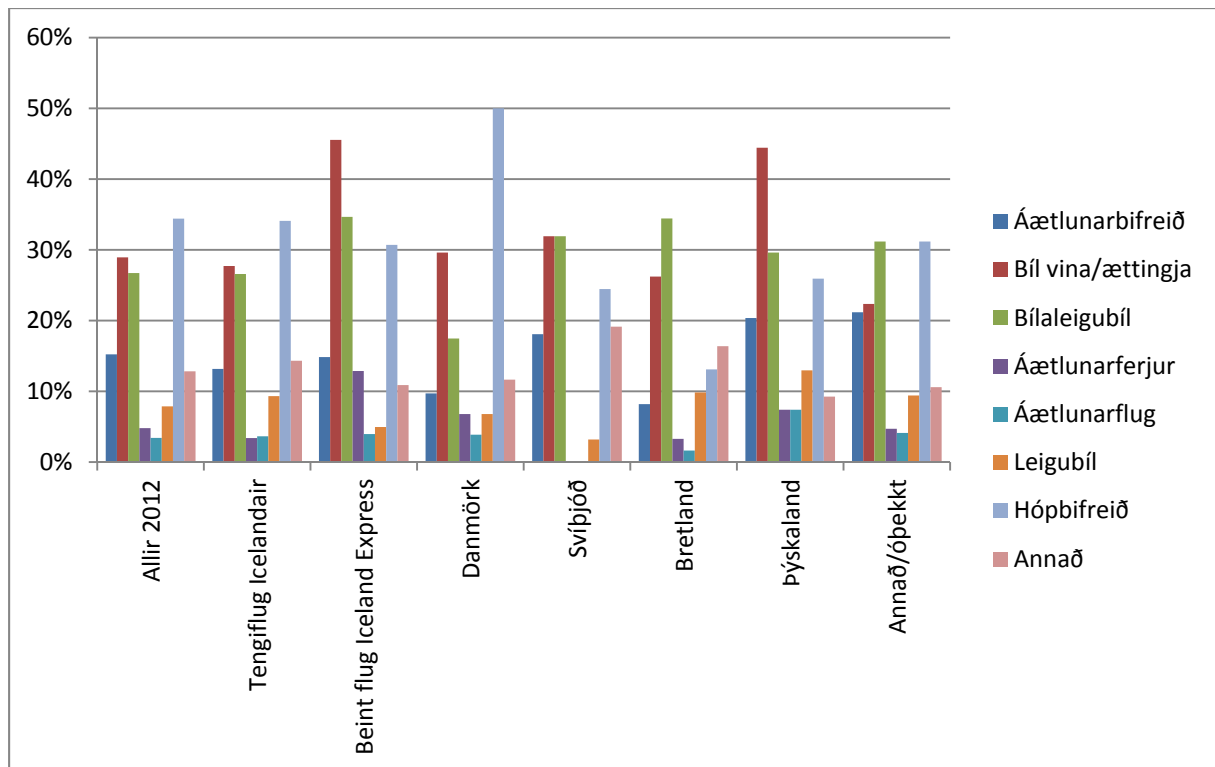
þeirra sem eru á ferðinni á slíkum bílum hefur dregist töluvert saman á milli ára. Greina má hlutfallslega aukningu í flestum öðrum flokkum s.s. almenningssamgöngum (áætlunarbifreið), bílaleigubílum, ferjum, bílum vina eða ættingja, og leigubílum. Af þeim sem fara um í bíl vina eða ættingja skipuleggja 80% ferð sína til Íslands sjálfir eða eru í ferð skipulagðri af fjölskyldu eða vini. Tæp 80% þeirra sem eru í bílaleigubíl skipuleggja ferðina sjálfir eða eru í ferð skipulagðri af fjölskyldu eða vini og 70% þeirra sem fara um í hópferðabíl eru í ferð skipulagðri af ferðaskrifstofu eða heildsala. Ef rýnt er í þá aðra ferðamáta sem fólk nefnir eru 3% á hestum, 2% eru gangandi og 1% á hjóli.



Mynd 37: Hvaða ferðamáta nýttir þú þér á Norðurlandi?

Svarhlutfall: 2009: 95%; 2010: 99%, 2011 og 2012: 98%.

Á mynd 38 hefur ferðamatinn verið greindur út frá hópum og búsetu svarenda. Farþegar í beinu flugi eru mest í bíl vina og ættingja (46%) og hefur hlutfall þeirra sem gera það aldrei verið hærra, ef miðað er við kannanir fyrri ára (samanborið við mynd 37). Af þeim sem eru í beinu flugi og fara um í bíl vina eða ættingja eru 91% sem skipulögðu ferð sína til Íslands sjálfir eða gegnum fjölskyldu eða vini. Af þeim sem eru í tengiflugi og fara um í bíl vina eða ættingja eru 75% sem skipuleggja ferð sína til Íslands sjálfir eða í ferð skipulagðri af fjölskyldu eða vini. Hlutfall þeirra sem eru í bílaleigubíl er nokkuð jafnt milli hópa og er í flestum tilfellum um og yfir 30% nema meðal svarenda frá Danmörku þar sem hlutfallið er aðeins 17%. Aftur á móti er helmingur svarenda (50%) frá Danmörku í hópbifreið. Athygli vekur hátt hlutfall meðal svarenda frá Þýskalandi eru í bíl vina og ættingja

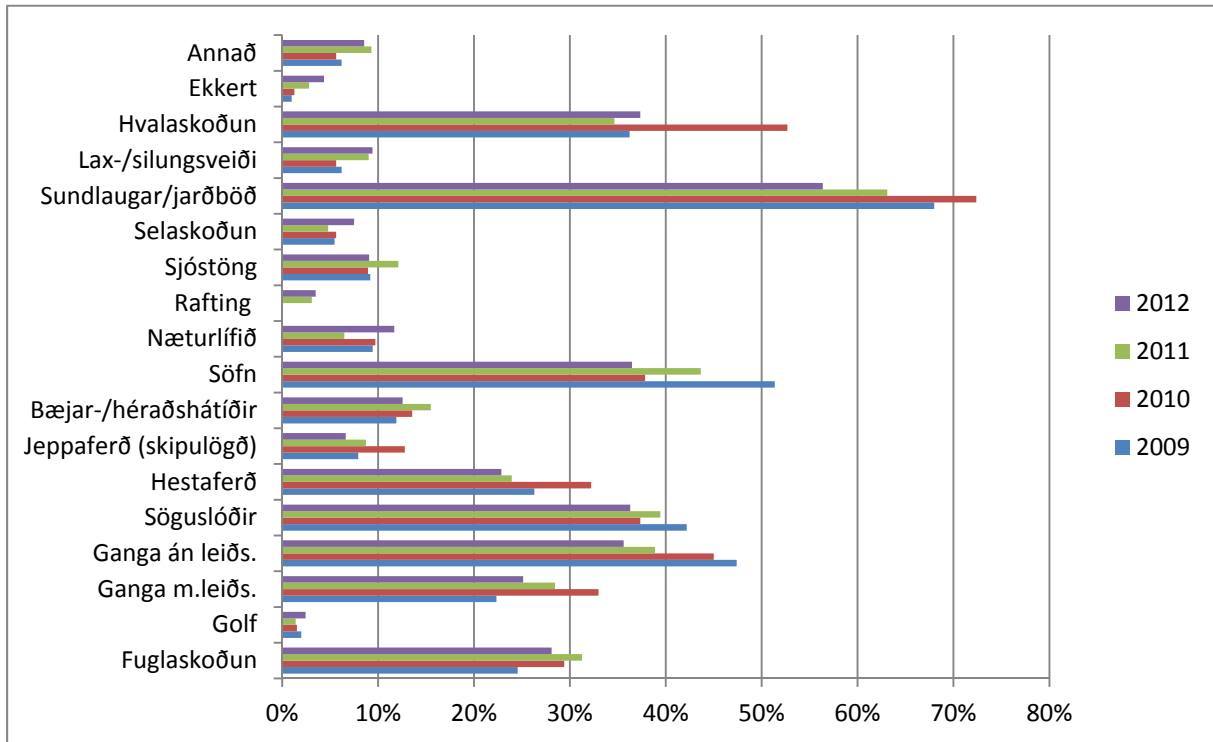


Mynd 38: Hvaða ferðamáta nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall allir 2012, tengiflug og beint flug: 98%.

Svarhlutfall Danmörk, Bretland og Þýskaland: 100%, Svíþjóð: 99%, Annað/óþekkt 95%.

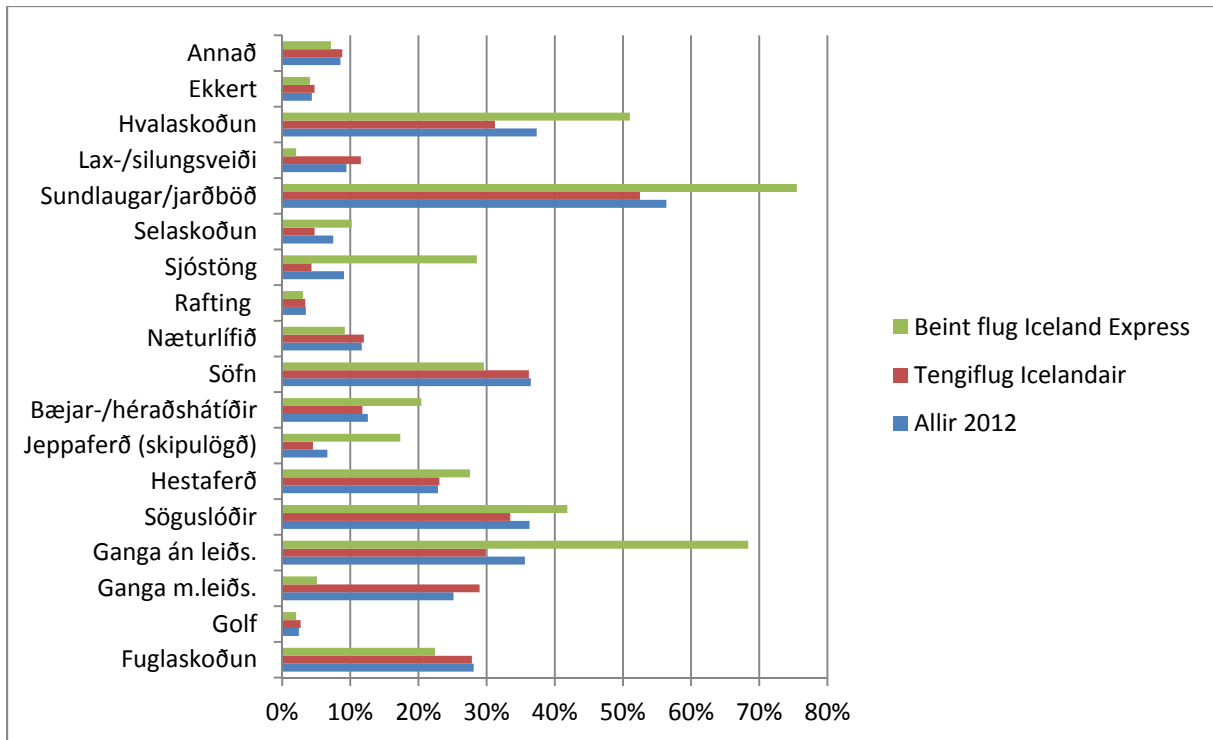
Svarendur voru beðnir um að segja til um hvað þeir gerðu og/eða upplifðu á meðan á dvöl þeirra stóð (myndir 39, 40 og 41). Talin voru 16 atriði en einnig gefinn möguleiki á að merkja að ekkert af þeim atriðum ætti við, og/eða bæta við öðru. Eins og sjá má á mynd 39 eru heimsóknir í sundlaugar/jarðböð (56%) áfram vinsælasta afþreyingin, auk hvalaskoðunar (37%), heimsókna á söfn (36%), söguslóðir (36%) og ganga án leiðsagnar (36%). Hlutfallsleg fækkun er þó við alla þessa afþreyingarmöguleika fyrir utan hvalaskoðun, sem hefur aukið aðeins við sig eftir að hafa dottið niður milli ára 2010 og 2011. Fimm aðrir afþreyingarmöguleikar bæta við sig hlutfallslega á milli ára. Þeir eru selaskoðun (8%), næturlíf (12%), rafting (3%) og lax- og silungsveiði (9%).



Mynd 39: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi?

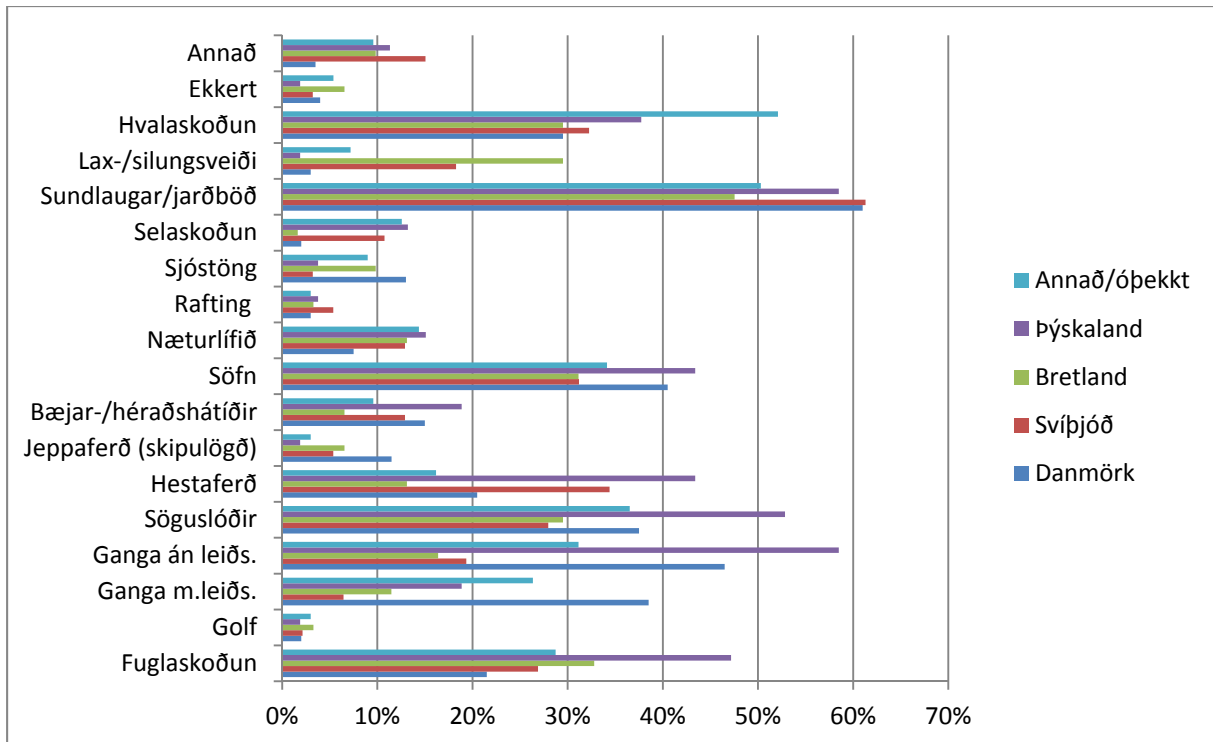
Svarhlutfall: 2009: 97%; 2010: 98% , 2011: 97%, 2012: 96%.

Hópurinn í tengifluginu fylgir heildarhópnum nokkuð vel (mynd 40). Hópurinn í beina fluginu sækir mest í sömu afþreyingu og sá í tengifluginu en þó alltaf í ríkara mæli hlutfallslega en sá síðarnefndi. Af þeim sem eru í beinu flugi hafa 27% farið í sjóstöng. Þar af segjast 75% hafa einnig farið í hvalaskoðun. eru líkur á að þessi hópur hafi farið í hvalaskoðun í Eyjafirði þar sem þar eru fyrirtæki, sem bjóða upp á hvort tveggja í sömu ferðinni.



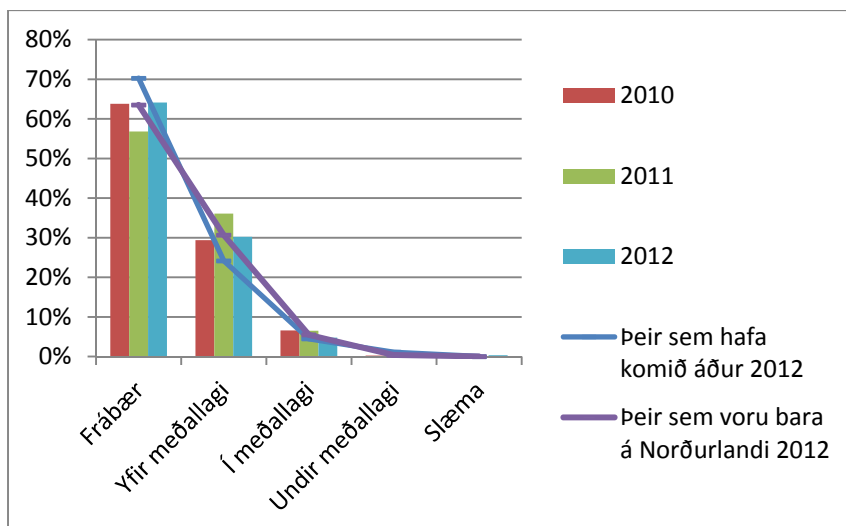
Mynd 40: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir hópum.
Svarhlutfall allir 2012: 96%, tengiflug: 98%, beint flug: 95%.

Hvað varðar svör um afþreyingu greinda eftir búsetu svarenda (mynd 41) þá eru svarendur frá Þýskalandi að sækja hlutfallslega mest í fuglaskoðun, göngu án leiðsagnar, söguslóðir, og hestaferðir samanborið við svarendur frá í öðrum löndum. Svarendur frá Danmörku eru hlutfallslega mest í göngu með leiðsögn samanborið við svarendur frá í öðrum löndum.



Mynd 41: Hvaða afþreyingu nýttir þú þér á Norðurlandi? Skipt eftir búsetu svarenda. Svarhlutfall Danmörk: 97%, Svíþjóð og Þýskaland: 98%, Bretland: 100%, Annað/óþekkt 93%.

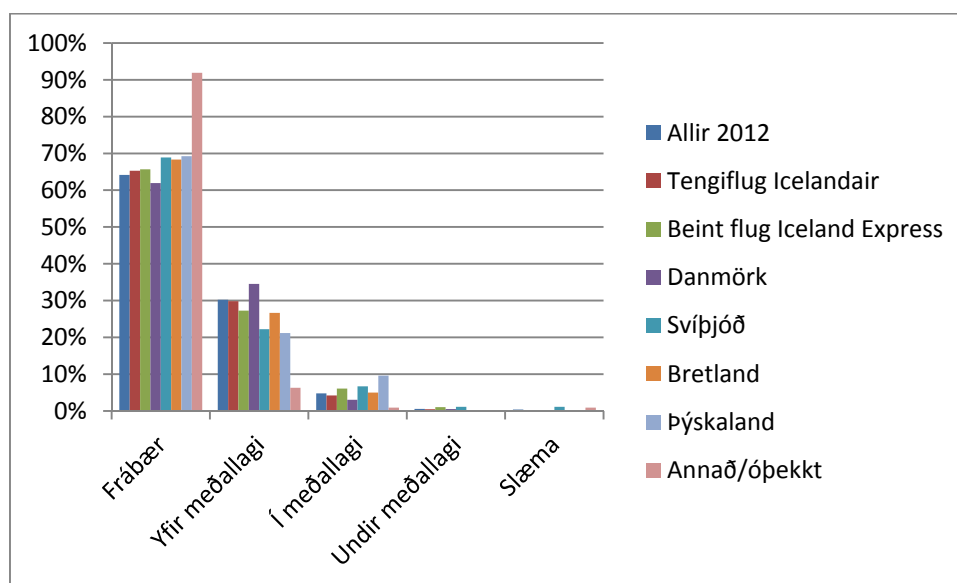
Svarendur voru beðnir að meta heildarupplifun sína af Norðurlandi og hvaða hugtök næðu utan um þá upplifun. Á mynd 42 má sjá mat á heildarupplifun á fimm punkta kvarða samanborið við árið 2010 og 2011. Árið 2009 voru önnur lýsingarorð notuð við kvarðann og því ekki hægt að bera saman niðurstöður við það ár. Eins og sjá má eru niðurstöður 2012 mjög svipaðar niðurstöðunum 2010 og hlutfallslega fleiri 2012 sem telja upplifun sína vera frábæra en 2011. Samanlagt eru 94% svarenda sem telja upplifun sína af Norðurlandi yfir meðallagi og ekki er hægt að greina neinn mun eftir því hvaða landshluta fólk sótti heim, sem segir að þessa lýsingu er hægt að heimfæra á landið allt hvað þetta ferðafólk varðar í það minnsta. Að auki var rýnt í hvort þessi afstaða breyttist eitthvað ef fólk hafði komið áður til landsins, en eins og sjá má er enginn munur á afstöðu eftir því.



Mynd 42: Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi?

Svarhlutfall: 2010: 99%; 2011: 96%, 2012: 95%.

Ef svör eru skoðuð út frá því hvort svarendur eru í tengiflugi eða beinu flugi og út frá búsetu svarenda (mynd 43) kemur í ljós að lítil munur er á afstöðu svarenda, ef frá eru taldir nokkrir þeir sem koma frá öðrum löndum eða óþekktum. Þeir eru nokkuð einróma um að upplifun sé frábær.



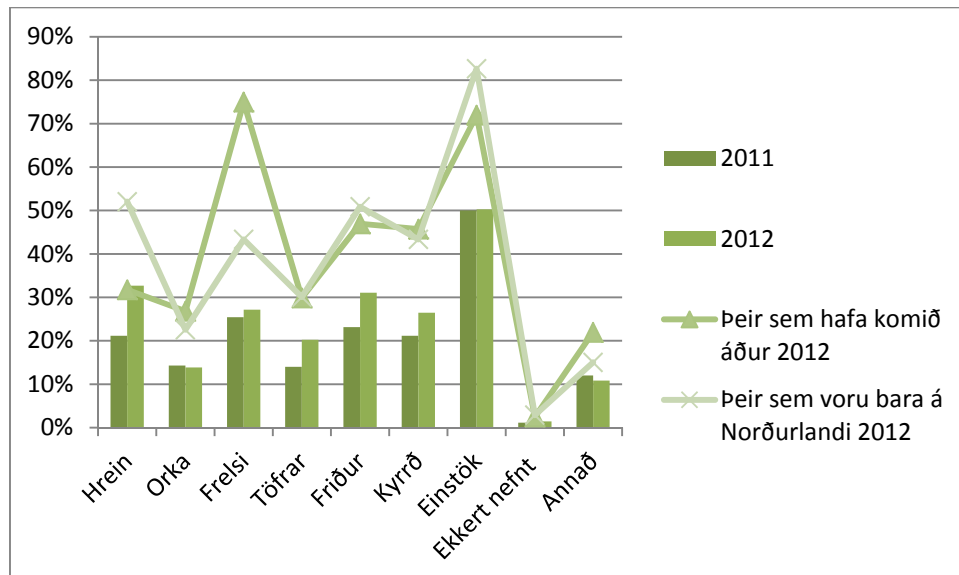
Mynd 43: Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda.

Svarhlutfall: Allir 2012 og tengiflug: 95%, beint flug: 96%, Danmörk og Svíþjóð: 95%, Bretland: 98%, Þýskaland: 96%, annað/óþekkt: 62%.

Hvað varðar þau hugtök sem eiga að lýsa þessari upplifun voru svarendur beðnir um að taka afstöðu til sjö mismunandi hugtaka eða þeim boðið að nefna til sögunnar önnur sem betur næðu að lýsa þessari upplifun. Þessi spurning var þróuð fyrir könnunina 2011 í samvinnu við Markaðsstofu Norðurlands (MN) og voru svarmöguleikarnir fengnir úr niðurstöðum ráðstefnu

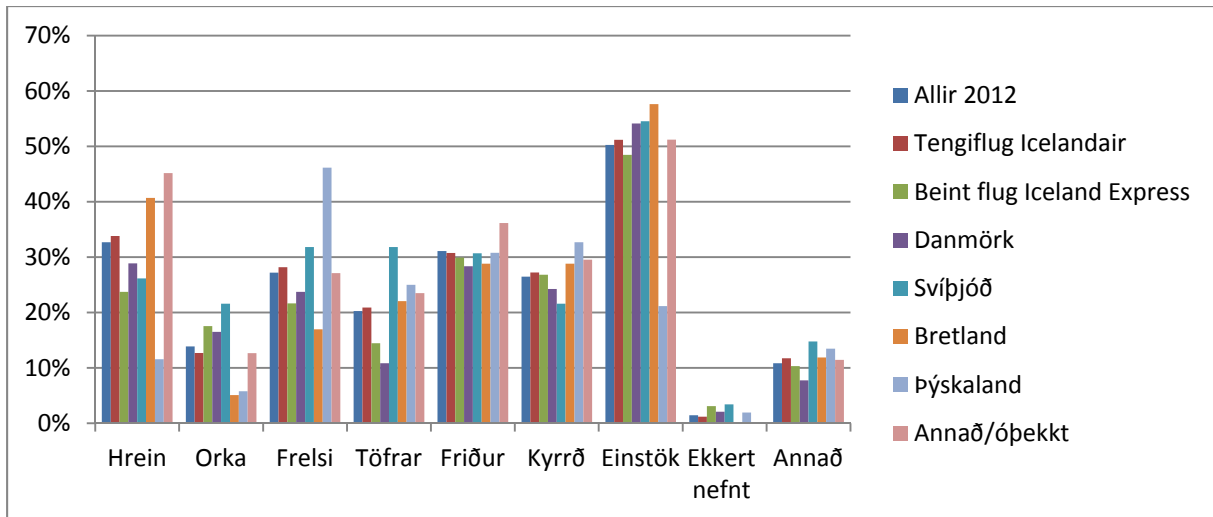
og vinnufundar um ímynd Norðurlands sem Markaðsstofan boðaði til í Hofi á Akureyri 28. febrúar 2011 og fjallað var um í skýrslu RMF um niðurstöður könnunar 2011.

Á mynd 44 má sjá að helmingur svarenda könnunar vill nota orðið „einstök“ til að lýsa upplifun sinni, sem er nákvæmlega sama hlutfall og var í könnuninni 2011. Þar á eftir fylgja orðin „hrein“, „friður“, „frelsi“ og „kyrrð“ og hefur röðin riðlast aðeins frá árinu áður en þá voru orðin í þessari röð: „frelsi“, „friður“, „hreinleiki“ og „kyrrð“. Einnig má sjá á mynd 44 að ef svör þeirra, sem hafa komið áður til landsins eru skoðuð þá riðlast röðin aðeins og röðin verður: „frelsi“, „einstök“, „friður“, „kyrrð“ og „hreinleiki“. Einnig riðlast röðin aðeins frá fyrra ári ef svör þeirra, sem voru eingöngu á Norðurlandi, eru skoðuð. Þá verður röðin: „einstök“, „hrein“, „friður“, „frelsi“ og „kyrrð“. Ef rýnt er í það sem fólk tiltekur sem önnur hugtök sem lýsa upplifun þeirra, þá má sjá að um 8% þeirra sem tiltaka annað nefna fiskveiðar, sama hlutfall nefnir „vinallegt“ og sömuleiðis sama hlutfall sem nefnir einfaldlega náttúru. Aðrir og færri tala um fegurð, vini og fjölskyldu og dýralíf.



Mynd 44: Hvaða orð ná utan um upplifun þína?
Svarhlutfall 2011: 95%, 2012: 94%.

Á mynd 45 er að sjá svör við hvaða orð ná utan um upplifun greind eftir hópum og búsetu svarenda. Sjá má að hugtökin „einstök“ og „hreinleiki“ standa upp úr hjá svarendum frá Bretlandi og svarendur frá Þýskalandi nota mest hugtakið „frelsi“.



Mynd 45: Hvaða orð ná utan um upplifun þína? Skipt eftir hópum og búsetu svarenda. Svarhlutfall: Allir 2012: 94%, tengiflug: 95%, beint flug: 94%, Danmörk: 93%, Svíþjóð: 93%, Bretland: 97%, Þýskaland: 96%, annað/óþekkt: 93%.

Spurt var í opinni spurningu hvaða þjónustuþætti mætti bæta í ferðapjónustu á Norðurlandi. Höfðu svarendur frelsi til að skrifa það sem þeim datt í hug, allt að þrjú atriði. Þessi atriði voru flokkuð og greind nánar. Listana í heild sinni má finna í viðauka 2. Alls svöruðu 185 manns þessari spurningu og voru skrifuð alls 280 atriði.

Flestir telja til eitt atriði (31%), 12% skrifa atriði í annað sæti og einungis 5% skrifa þrjú atriði. Þessi atriði voru flokkuð og þemagreind þar sem greina mátti nokkur meginstef í svörum farþeganna. Tíu helstu stefin, sem koma fyrir í svörunum eru talin upp í stafrófsröð í töflu 15. Önnur stef koma sjaldnar fyrir.

Tafla 15: Atriði er varða ferðapjónustu á Norðurlandi sem mætti færa til betri vegar.

	1. svar	2. svar	3. svar
Almenningssamgöngur	15%	23%	7%
Flugvöllur	4%	3%	3%
Gistiaðstaða	7%	3%	0%
Kort og merkingar	3%	4%	0%
Millilandafflug	6%	3%	0%
Upplýsingar til ferðafólks	21%	9%	20%
Vegakerfi	4%	3%	3%
Veitingar	8%	4%	7%
Verðlag	4%	0%	13%
Þjónusta	7%	9%	20%

Eins og sjá má á töflu 15 telja svarendur helst að bæta megi úr upplýsingagjöf til ferðafólks. Í svörum kemur fram að þörf er á umbótum á upplýsingum á öðrum tungumálum s.s. ensku, dönsku, sænsku og þýsku. Í nokkrum tilfellum skrifa svarendur að þörf er á upplýsingum á erlendum tungumálum á söfnum. Algengt er að svarendur skrifi einfaldlega að þörf er á fleiri

eða betri skiltum og upplýsingatöflum fyrir ferðafólk og betri skiltum um það sem er skoðunarvert. Þessu nátengt er einnig flokkurinn „kort og merkingar“, en í því samhengi benda svarendur aðallega á þörf á umbótum á skiltum og upplýsingum við gönguleiðir og áhugaverða staði. Jafnframt er algengt að svarendur nefni atriði er varða almenningssamgöngur. Þessi atriði koma fyrir sem fyrsta svar hjá 15% þeirra, sem svara spurningunni, hjá 23% sem annað svar og hjá 7% sem þriðja svar. Algengt er að svarendur hafi einfaldlega skrifað orðið „almenningsamgöngur“ án frekari útskýringa. Í mörgum tilfellum er þó bent á að bæta þarf tengingar á milli staða og auka tíðni ferða í áætlunarferðum. Í því samhengi er í sumum tilfellum talað um að það þurfi að vera áætlunarferðir alla vikuna, þar með talið yfir helgar. Í nokkrum tilfellum er nefnt að þörf er á almenningssamgangnatengingu alveg að flugvelli. Einnig er nokkuð áberandi að svarendur nefni atriði er varða flug eða flugvöll. Annars vegar er áberandi að svarendur óska eftir aukinni tíðni eða stöðugri tengingu í millilandaflugi við Akureyri ýmist allt árið, yfir veturinn, milli Keflavíkur og Akureyrar eða við ákveðna staði erlendis. Hins vegar nefna svarendur að þörf er á bættri þjónustu á flugvelli þ.m.t. við innritun og starfsmannafjölda en einnig að þörf sé á skutluþjónustu (e. *shuttle bus*) til og frá flugvelli. Meðal svara í flokkinum „veitingar“ er talin þörf á að auka fjölbreytni í mat og að of mikið sé af skyndibitamat. Í svörum í flokkinum sem hér er nefndur „gistiðstaða“ er m.a. talað um viðkunnanleika á hótelum og umbótaþörf á aðstöðu á tjaldssvæðum. Hvað „vegakerfi“ varðar þá nefna svarendur oftast almennt vegina án þess að tilgreina nánar við hvað er átt en þó er m.a. nefnt að ekki ættu að vera neinir malarvegir á þjóðvegi 1. Jafnframt nefna nokkrir að þörf er á betri vegaskiltum eða leiðbeiningum við vegina. Í svörum í flokkinum sem hér er nefndur „verðlag“ er yfirleitt talað um að það sé of hátt. Sem dæmi um svör má nefna að ferðir ættu að vera ódýrari, leiga á bílaleigubílum ætti að vera ódýrari, verð fyrir fluguveiði sé of hátt og verðlag ætti almennt að vera samræmt. Að lokum er flokkurinn sem hér er nefndur „þjónusta“, sem er samtíningur atriða er varða ýmiss konar þjónustu, vankanta þar á eða vöntun að mati svarenda. Má þar nefna að svarendur tiltaka tækifæri til þess að leigja reiðhjól eða báta, þörf á fleiri hraðbönkum og bensínstöðvum, skort á vinalegheitum og þjónustulund starfsfólks í verslunum og veitingastöðum og opnunartíma safna, verslana og veitingastaða.

4.3 Mæling á hagrænum áhrifum

Það sem brennur á flestum þegar ferðaþjónustu ber á góma er hvort hún skapi einhverjar tekjur. Í fyrri skýrslum höfum við farið í saumana á hvernig eyðsla gesta er metin í þjóðhagslegu samhengi. Hér lýsum við niðurstöðum könnunar frá 2012 í samanburði við fyrri ár.

Útgjöld brottfararfarþega á sólarhring

Farþegar voru beðnir um að segja til um hvort þeir hefðu verið í pakkaferð (ferðakostnaður og þjónusta innifalið) sumarið 2012 eða ekki. Samhliða var spurt hvað hún kostaði í heild, fyrir hvað marga var greitt og hvað var innifalið. Þeir sem sögðust ekki hafa verið í pakkaferð voru

hinsvegar beðnir um að svara næstu spurningu sem var um heildarútgjöld eftir nýu mismunandi útgjaldaliðum, sem tilgreindir eru í inngangi.

Í hvorri spurningu fyrir sig var hægt að gefa upp svör í ólíkum gjaldmiðlum og allar fjárhæðir voru svo umreiknaðar í íslenskar krónur eftir á.⁵ Þeir sem sundurliðuðu sín útgjöld miðað við seinni spurninguna voru einnig spurðir fyrir hvað marga hefði verið greitt. Niðurstöður þessara spurninga eru ekki greindar út frá búsetu svarenda þar sem í sumum flokkum verða einstök svör mjög fá og því ómarktæk. Alls sögðust 46% vera í fyrirframgreiddri pakkaferð og 47% sögðust vera á eigin vegum. Í tengiflugi voru 46% í fyrirframgreiddri pakkaferð og 35% þeirra sem voru í beinu flugi.

Pakkaferð

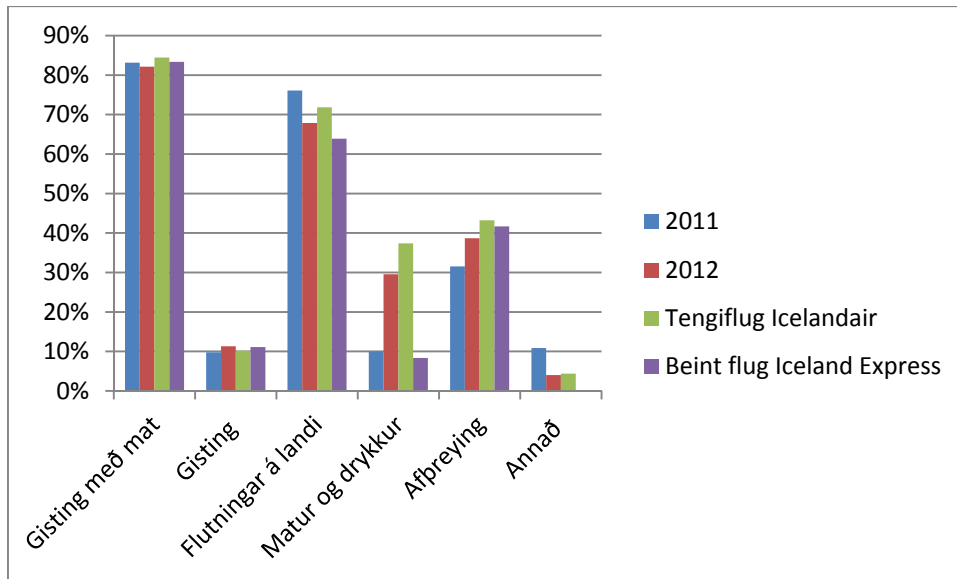
Meðaltal þeirrar upphæðar, sem allir farþegar sem voru í pakkaferð greiddu var 240.494 krónur, en miðgildi 211.680 krónur. Ef meðaltali er deilt niður á meðalfjölda gistinguáttu á Norðurlandi (tafla 11) og á Íslandi (tafla 9) fæst að pakkaferðin skilaði á sólarhring á Norðurlandi 32.281 krónum, en 26.198 í Íslandsferð (tafla 16). Hjá farþegum í tengiflugi kostaði pakkaferðin að meðaltali 265.799 krónur (miðgildi 211.680), sem gerir 35.112 krónur á sólarhring á Norðurlandi og 30.000 á sólarhring í Íslandsferð. Hjá farþegum í beinu flugi kostaði pakkaferðin að meðaltali 175.023 krónur (miðgildi 141.826), sem gerir 23.121 krónur á sólarhring á Norðurlandi og 19.754 krónur á sólarhring í Íslandsferð. Ætla má að stærstur hluti þessarar upphæðar verði eftir hjá söluaðila erlendis og flugfélagi (tafla 16).

Tafla 16: Heildareyðsla, þeirra sem voru í pakkaferð, skipt eftir ferðamáta og dvalarlengd.

Allir farþegar 2012	Meðaltal	Miðgildi	Á nótt á Norðurlandi	Á nótt á Íslandi
Allir	240.494	211.680	32.281	26.198
Í beinu flugi	175.023	141.826	23.121	19.754
Í tengi flugi	265.799	211.680	35.112	30.000

Ef skoðað er hvað svarendur í pakkaferð sögðu að væri innifalið í því verði sem þeir greiddu fyrir ferðina þá má sjá á mynd 46 að í langflestum tilfellum (82%) var um að ræða gistingu með mat og flutning á landi (68%). Í tveimur af hverjum fimm pakkaferðum er afþreying innifalin. Í um þriðjung er aðeins matur og drykkur, og í einni af hverju tíu er aðeins gisting innifalin. Hlutföllunum svipar mjög til þeirra sem voru árið 2011, að frátöldum flokknum mat og drykk.

⁵ Upphæðirnar voru umreiknaðar á eftirfarandi gengi: 1 DKK=21,168 ISK, 1 EUR=157,45 ISK, 1 SEK=18,357 ISK, 1 NOK=21,172 ISK, 1 USD=128,99, 1 GBP=199,28 miðað við gengisskráningu Seðlabanka Íslands 13. júlí 2012.



Mynd 46: Hvað var innifalið í pakkaferðinni?

Um 60% þeirra sem segjast vera í pakkaferð svöruðu einnig spurningu um heildareyðslu meðan á dvöl þeirra stóð. Gera má ráð fyrir að svarendur séu að sundurliða það sem ekki var innifalið í þeirra pakka. Þannig sést á töflu 17 að samtals hafa þeir verið að eyða **18.423 krónum á sólarhring** utan þess sem innifalið var í pakkaferð, sem er aðeins lægri upphæð en var árið 2011. Í töflunni eru bæði meðaltal og miðgildi sýnd. Skýrist það af því að frávik í upphæðum eru í sumum tilfellum mjög há. Þar geta hæstu og lægstu gildi skekkt myndina af hegðun hópsins og þá kann miðgildi að vera betri vísir fyrir hópinn en meðaltalið, var það prófað með Komolgorov-Smirnov prófi og eins og sést í töflu 17 er miðgildi notað í sjö af níu flokkum (undir 0.05 fyrir Asymp. Sig. (2-tailed)). Í töflu 17 má líka sjá sundurliðað fyrir þá sem voru í tengiflugi og beinu flugi. Af þeim sem eru í pakkaferð og voru í tengiflugi eyddu þeir 18.420 krónum á sólarhring utan þess sem var innifalið í pakkaferðinni. Af þeim sem voru í beinu flugi og í pakkaferð eyddu þeir 28.213 krónum á sólarhring.

Tafla 17: Heildareyðsla, þeirra sem voru í pakkaferð á sólarhring eftir útgjaldaliðum utan þess sem innifalið var í pakkaferð.

Allur hópurinn	Samgöngur		Samgöngur		Matvöru-		Matvöru-		Matvöru-	
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur	annað	Veitingastaðir	verslun	Afþreying	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	11,3%	14,2%	3,6%	38,3%	28,5%	13,5%	31,0%	18,6%	5,1%	
Meðaltal	7.586 kr.	4.898 kr.	1.286 kr.	1.697 kr.	1.503 kr.	1.321 kr.	2.277 kr.	1.024 kr.	4.089 kr.	
Miðgildi	6.048 kr.	3.374 kr.	969 kr.	1.020 kr.	742 kr.	763 kr.	1.500 kr.	714 kr.	1.459 kr.	
Notað	6.048 kr.	4.898 kr.	969 kr.	1.020 kr.	742 kr.	763 kr.	1.500 kr.	1.024 kr.	1.459 kr.	
(Notað 2011)	13.701 kr.	1.591 kr.	1.022 kr.	1.591 kr.	766 kr.	1.771 kr.	1.812 kr.	1.361 kr.	2.607 kr.	
Norðurland (7,45)	45.058 kr.	36.490 kr.	7.219 kr.	7.599 kr.	5.528 kr.	5.684 kr.	11.175 kr.	7.629 kr.	10.870 kr.	
Ísland (9,18)	55.521 kr.	44.964 kr.	8.895 kr.	9.364 kr.	6.812 kr.	7.004 kr.	13.770 kr.	9.400 kr.	13.394 kr.	

Farþegar í tengiflugi	Samgöngur		Samgöngur		Matvöru-		Matvöru-		Matvöru-	
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur	annað	Veitingastaðir	verslun	Afþreying	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	13,1%	10,7%	2,4%	35,4%	30,1%	13,1%	26,2%	15,5%	4,9%	
Meðaltal	6.541 kr.	6.250 kr.	1.073 kr.	1.767 kr.	1.633 kr.	1.533 kr.	1.847 kr.	726 kr.	3.655 kr.	
Miðgildi	6.048 kr.	5.501 kr.	1.000 kr.	1.058 kr.	761 kr.	787 kr.	1.092 kr.	527 kr.	625 kr.	
Notað	6.048 kr.	6.250 kr.	1.073 kr.	1.058 kr.	761 kr.	787 kr.	1.092 kr.	726 kr.	625 kr.	
Norðurland (7,57)	45.783 kr.	47.313 kr.	8.123 kr.	8.009 kr.	5.761 kr.	5.958 kr.	8.266 kr.	5.496 kr.	4.731 kr.	
Ísland (8,86)	53.585 kr.	55.375 kr.	9.507 kr.	9.374 kr.	6.742 kr.	6.973 kr.	9.675 kr.	6.432 kr.	5.538 kr.	

Farþegar í beinu flugi	Samgöngur		Samgöngur		Matvöru-		Matvöru-		Matvöru-	
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur	annað	Veitingastaðir	verslun	Afþreying	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	5,9%	25,0%	7,4%	47,1%	23,5%	14,7%	44,1%	27,9%	5,9%	
Meðaltal	14.634 kr.	3.149 kr.	1.499 kr.	1.535 kr.	999 kr.	746 kr.	3.128 kr.	1.527 kr.	5.173 kr.	
Miðgildi	13.777 kr.	907 kr.	938 kr.	756 kr.	603 kr.	450 kr.	2.268 kr.	1.799 kr.	4.606 kr.	
Notað	14.634 kr.	907 kr.	1.499 kr.	756 kr.	999 kr.	450 kr.	2.268 kr.	1.527 kr.	5.173 kr.	
Norðurland (8,57)	125.413 kr.	7.773 kr.	12.846 kr.	6.479 kr.	8.561 kr.	3.857 kr.	19.437 kr.	13.086 kr.	44.333 kr.	
Ísland (11,48)	167.998 kr.	10.412 kr.	17.209 kr.	8.679 kr.	11.469 kr.	5.166 kr.	26.037 kr.	17.530 kr.	59.386 kr.	

Sólarhringseyðsla þeirra sem eru í pakkaferð utan þess sem greitt er fyrir pakkann er um 18.500 krónur og er metin heildareyðsla þeirra á Norðurlandi því um 137.000 krónur (miðað við 7,45 nætur) og um 169.000 krónur í Íslandsferð (miðað við 9,18 nætur). Þetta er þónokkur lækkun frá árinu á undan og nemur breytingin á milli ára um 16% miðað við útgjöld á sólarhring. Hins vegar má sjá að þar sem gisting með mat og flutningar á landi eru innifaldir í pakkaferð verður það að teljast til tekna sem eftir verða á svæðinu. Ef við gefum okkur að það sem heyri til þessara flokka úr meðaleyðslu gesta sem ekki eru í pakkaferð (tafla 18) komi að auki til má sjá að pakkaferðalangur skilur rúmar 36.000⁶ krónur eftir sig á sólarhring. Gera verður þó ráð fyrir að þessir útgjaldaþættir fáið með einhverjum afslætti í pakkaferðinni.

Ekki í pakkaferð

Í töflu 18 er lýst heildareyðslu á sólarhring eftir útgjaldaliðum, eins og þeir svara henni sem *ekki* sögðust vera í pakkaferð. Af þeim 47% sem sögðust vera á eigin vegum svara 66% spurningu um útgjöld. Tafla 18 sýnir meðaltal og miðgildi útgjalda á sólarhring eftir útgjaldaliðum umreiknað með tilliti til fjölda þeirra sem greitt er fyrir.

⁶ (18.500+7.873+5.714+1.400+1.836+907)

Tafla 18: Heildareyðsla þeirra sem ekki voru í pakkaferð á sólarhring eftir útgjaldaliðum.

Allur hópurinn	Samgöngur			Matvöru					
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur annað	Veitingastaðir	-verslun	Afbreyting	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	38,7%	39,4%	27,0%	50,7%	39,4%	31,2%	33,0%	21,3%	3,9%
Meðaltal	9.847 kr.	10.279 kr.	5.115 kr.	3.523 kr.	1.340 kr.	4.641 kr.	3.421 kr.	1.517 kr.	6.079 kr.
Miðgildi	7.873 kr.	5.714 kr.	1.400 kr.	1.836 kr.	907 kr.	931 kr.	1.661 kr.	436 kr.	625 kr.
Notað	7.873 kr.	5.714 kr.	1.400 kr.	1.836 kr.	907 kr.	931 kr.	1.661 kr.	436 kr.	625 kr.
(Notað 2011)	8.532 kr.	9.474 kr.	1.806 kr.	2.058 kr.	1.245 kr.	1.042 kr.	1.429 kr.	530 kr.	5.136 kr.
Norðurland (7,45)	58.654 kr.	42.569 kr.	10.430 kr.	13.678 kr.	6.757 kr.	6.936 kr.	12.374 kr.	3.248 kr.	4.656 kr.
Ísland (9,18)	72.274 kr.	52.455 kr.	12.852 kr.	16.854 kr.	8.326 kr.	8.547 kr.	15.248 kr.	4.002 kr.	5.738 kr.

**Farþegar í
fengiflugi**

Farþegar í fengiflugi	Samgöngur			Matvöru					
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur annað	Veitingastaðir	-verslun	Afbreyting	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	41,9%	40,0%	26,5%	51,6%	36,7%	31,2%	32,6%	21,4%	3,3%
Meðaltal	10.911 kr.	11.888 kr.	6.471 kr.	4.084 kr.	1.409 kr.	5.475 kr.	3.799 kr.	1.826 kr.	7.313 kr.
Miðgildi	9.053 kr.	6.174 kr.	1.575 kr.	2.362 kr.	875 kr.	934 kr.	1.664 kr.	486 kr.	625 kr.
Notað	9.053 kr.	6.174 kr.	1.575 kr.	2.362 kr.	875 kr.	934 kr.	1.664 kr.	486 kr.	625 kr.
Norðurland (7,57)	68.531 kr.	46.737 kr.	11.923 kr.	17.880 kr.	6.624 kr.	7.070 kr.	12.596 kr.	3.679 kr.	4.731 kr.
Ísland (8,86)	80.210 kr.	54.702 kr.	13.955 kr.	20.927 kr.	7.753 kr.	8.275 kr.	14.743 kr.	4.306 kr.	5.538 kr.

**Farþegar í
beinu flugi**

Farþegar í beinu flugi	Samgöngur			Matvöru					
	Gisting	Samgöngur	Samgöngur annað	Veitingastaðir	-verslun	Afbreyting	Önnur verslun	Minjagripir	Annað
Svarhlutfall	23,3%	35,0%	23,3%	43,3%	43,3%	26,7%	33,3%	20,0%	6,7%
Meðaltal	4.611 kr.	4.238 kr.	890 kr.	1.642 kr.	1.039 kr.	1.853 kr.	2.331 kr.	397 kr.	3.919 kr.
Miðgildi	2.509 kr.	4.536 kr.	680 kr.	1.192 kr.	847 kr.	849 kr.	1.319 kr.	353 kr.	710 kr.
Notað	2.509 kr.	4.238 kr.	680 kr.	1.192 kr.	1.039 kr.	849 kr.	1.319 kr.	397 kr.	710 kr.
Norðurland (8,57)	21.502 kr.	36.320 kr.	5.828 kr.	10.215 kr.	8.904 kr.	7.276 kr.	11.304 kr.	3.402 kr.	6.085 kr.
Ísland (11,48)	28.803 kr.	48.652 kr.	7.806 kr.	13.684 kr.	11.928 kr.	9.747 kr.	15.142 kr.	4.558 kr.	8.151 kr.

Samtals eyddu þeir gestir sem ferðuðust á eigin vegum og fóru með millilandaflugi frá Akureyrarvelli sumarið 2012 að meðaltali **21.383 krónum á sólarhring**, sem er sýnu lægra en árið 2011 þegar meðaleyðsla var rúmar 31.000 krónur. Farþegar í tengiflugi eyddu 23.748 krónum á sólarhring og farþegar í beinu flugi eyddu töluvert minna, eða 12.933 krónum á sólarhring.

Tafla 19 tekur saman það sem tafla 18 sýnir sundurliðað og varðar heildarútgjöld í ferð þeirra sem skipuleggja hana sjálfir miðað við meðalgistináttafjölda á Norðurlandi annars vegar og á Íslandi hins vegar og ber saman við árin 2009, 2010 og 2011.

Tafla 19: Metin heildarútgjöld þeirra sem **ekki** voru í pakkaferð miðað við meðaldvalalengd á Norðurlandi og Íslandi, borið saman við 2009-2011.

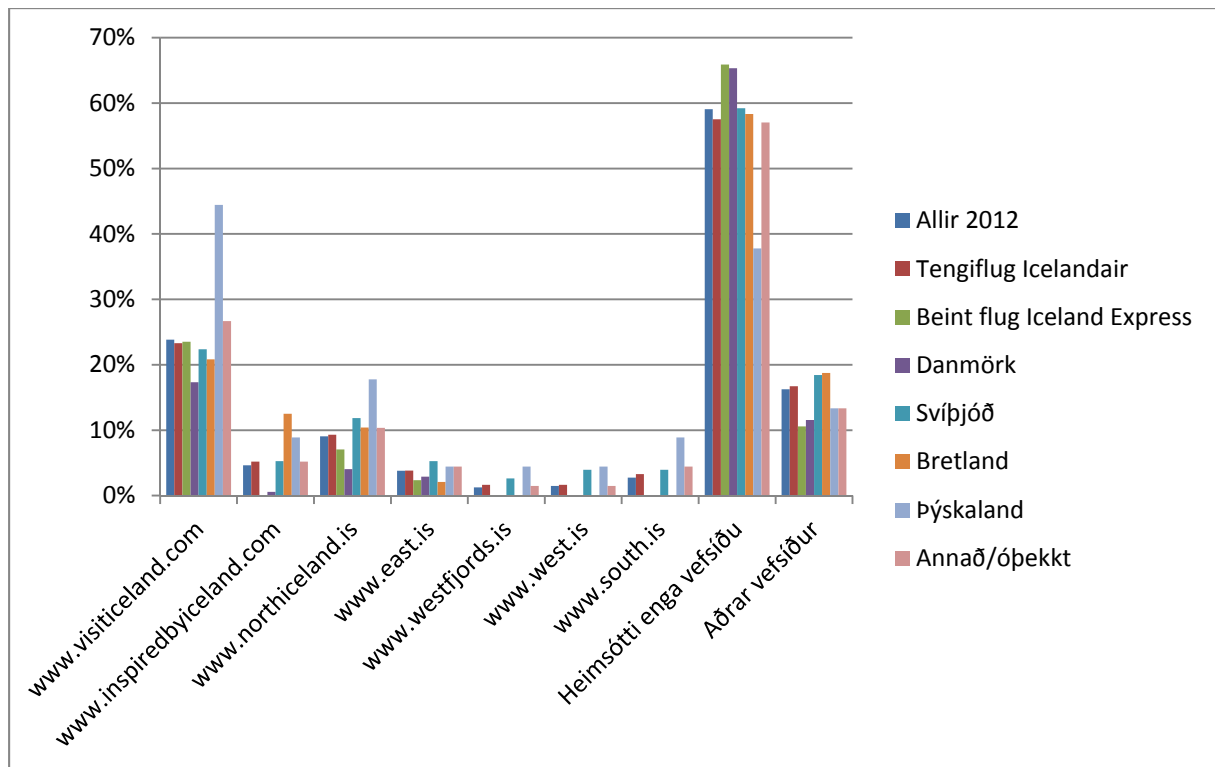
	2009	2010	2011	2012	Breyting 2011-12
Meðalútgjöld	34.624 kr.	29.103 kr.	31.252 kr.	21.383 kr.	-32%
Dvalarlengd á Norðurlandi	251.370 kr.	221.370 kr.	232.824 kr.	159.303 kr.	-32%
Dvalarlengd á Íslandi	317.156 kr.	264.834 kr.	289.076 kr.	196.296 kr.	-32%

Árið 2012 eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu vegna millilandaflugs til Akureyrar rúmar 21.000 krónur á sólarhring, sem er töluvert minna en árið áður og er nemur breytingin um 32% á milli ára. Sé þessi upphæð margfölduð með meðaldvalarlengd farþeganna eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu á Norðurlandi um 159.000 krónur á hvern farþega miðað við 7,45 gistinætur á meðaltali. Ef litið er til heildardvalarlengdar á Íslandi þá hækka heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu í rúmar 196.000 krónur (9,18 nætur) vegna hvers farþega. Hvað varðar farþega í tengiflugi þá eru metin heildarútgjöld þeirra vegna verslunar og þjónustu tæpar 24.000 krónur á sólarhring, sem gera tæpar 180.000 krónur á Norðurlandi miðað við meðaldvalarlengd þeirra (7,57 nætur) á Norðurlandi og rúmar 210.000 á Íslandi miðað við meðaldvalarlengd þeirra (8,86 nætur) á Íslandi. Metin heildarútgjöld farþega í beinu flugi eru tæpar 13.000 krónur á sólarhring og gerir það tæpar 111.0000 krónur á Norðurlandi miðað við meðaldvalarlengd þeirra þar (8,57 nætur) og rúmar 148.000 krónur á Íslandi miðað við meðaldvalarlengd þeirra á Íslandi (11,48 nætur).

4.4 Upplýsingaveitur

Farþegarnir voru spurðir um notkun upplýsingaveita (e. *information sources*) fyrir ferð þeirra og í sjálfri ferðinni. Spurt var um tilteknar vefsíður og hvort þær hefðu verið notaðar sem upplýsingaveitur fyrir ferð eða í sjálfri ferðinni. Spurt var um sjö vefsíður, sem allar hafa þann tilgang að kynna Ísland og/eða landshlutana en auk þess var boðið upp að svarendur gætu tilgreint aðrar vefsíður eða merkja við að engar vefsíður hefðu verið skoðaðar fyrir ferð eða í

ferð. Ekki hefur verið spurt að þessu áður og því enginn samanburður við fyrri ár. Niðurstöður má sjá í mynd 47.



Mynd 47: Notaðirðu einhverja af þessum heimasíðum fyrir ferð eða í ferð þinni?

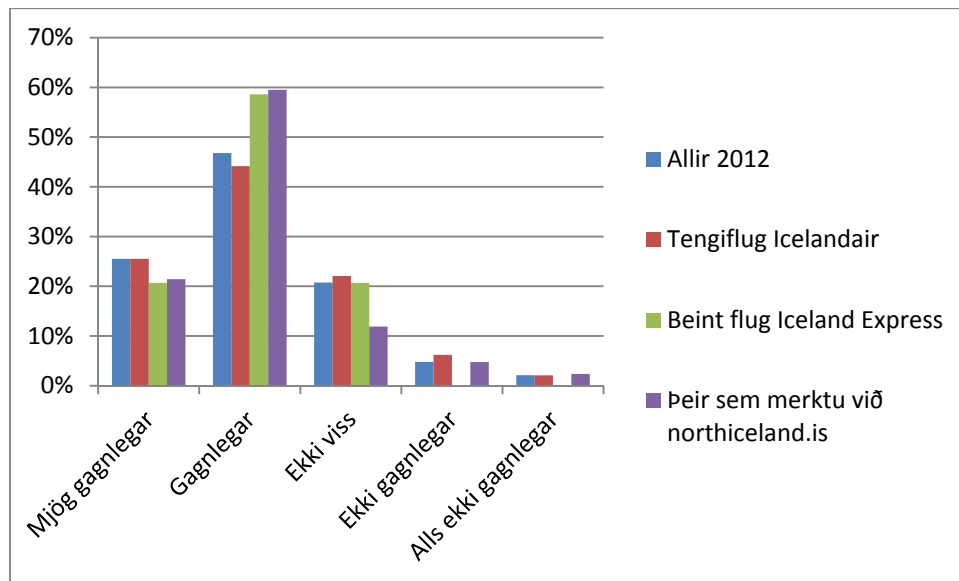
Svarhlutfall allir 2012: 80%, tengiflug: 81% og beint flug: 83%.

Svarhlutfall Danmörk: 84%, Svíþjóð: 80%, Bretland: 79% og Þýskaland: 83%, Annað/óþekkt 75%.

Athygli vekur að langflestir, eða um það bil 60% nota ekki neinar vefsíður til að finna upplýsingar fyrir ferð eða í ferðinni. Af mynd 47 má dæma að stærstur hluti þeirra, sem segist hafa heimsótt einhverja af hinum upptöldu vefsíðum hafa heimsótt heimasíðu Visit Iceland, einkum þó þeir sem búa í Þýskalandi. Vefsíðan www.northiceland.is, sem Markaðsstofa Norðurlands heldur úti, hefur verið skoðuð mest af landshlutasíðunum, en hlutfall þeirra sem skoða þessa síðu er um og yfir 10%. Um 16% segjast hafa skoðað aðrar vefsíður en þær sem taldar voru upp. Nefndar voru 29 vefsíður í 59 svörum, þar af 15% sem nefndu visitakureyri.is og 15% sem nefndu ferðaskrifstofur í Danmörku. Um 14% höfðu skoðað upplýsingar um veður á netinu s.s. www.vedur.is og 14% höfðu skoðað vefsíður hjá fyrirtækjum sem vinna með hesta s.s. www.hestanet.is, www.polarhestar.is og www.jfhestar.is. Aðrar vefsíður komu sjaldnar fyrir.

Þeir sem höfðu notast við þessar eða aðrar vefsíður voru spurðir hversu gagnlegar þær hefðu verið fyrir skipulagningu ferðar þeirra. Voru svarendur beðnir um að meta það á fimm atriða kvarða, allt frá því að heimasíðurnar væru mjög gagnlegar og yfir í að vera alls ekki gagnlegar. Niðurstöðurnar er að sjá á mynd 48. Ekki eru teknar saman niðurstöður svara út frá búsetu svarenda þar sem mjög fáir einstaklingar eru á bak við hvern svarmöguleika. Mynd 48 gefur til kynna að langflestir telja þær vefsíður, sem þeir skoðuðu, hafi verið gagnlegar eða

mjög gagnlegar. Hlutfall þeirra sem telja vefsíðurnar ekki vera gagnlegar eða alls ekki gagnlegar er 8% eða minna.

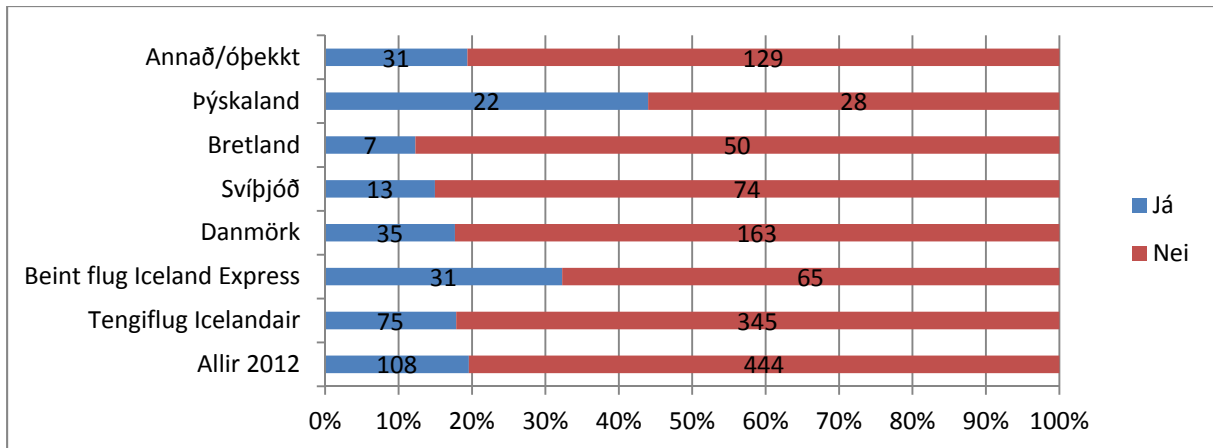


Mynd 48: Hversu gagnlegar voru þessar vefsíður í heildina litið að þínu mati fyrir skipulagningu ferðar þinnar?

Svarhlutfall allir 2012: 97%, tengiflug: 94% og beint flug: 100% og þeir sem merktu við northiceland.is: 98%.

4.5 Notkun á samgöngum

Fjórar spurningar könnunarinnar vörðuðu notkun samgangna á Íslandi og tilheyrir gagnaöflun fyrir verkefnið TransTourism sem Rannsóknamiðstöð ferðamála er aðili að (sjá nánar um verkefnið í inngangi skýrslu). Fyrst var spurt hvort gestir hefðu notfært sér almenningssamgöngur á ferðinni um Ísland. Ekki hefur verið spurt að þessu áður og því enginn samanburður við fyrri ár til en niðurstöður má sjá í mynd 49. Einn af hverjum fimm (20%) hafði notað almenningssamgöngur á ferð sinni um Ísland en aðrir (80%) höfðu ekki gert það. Rúmlega 30% svarenda sem eru með beinu flugi Iceland Express hafa notað almenningssamgöngur og um 44% svarenda sem búa í Þýskalandi hafa notað almenningssamgöngur á Íslandi, hlutfallslega flestir allra.

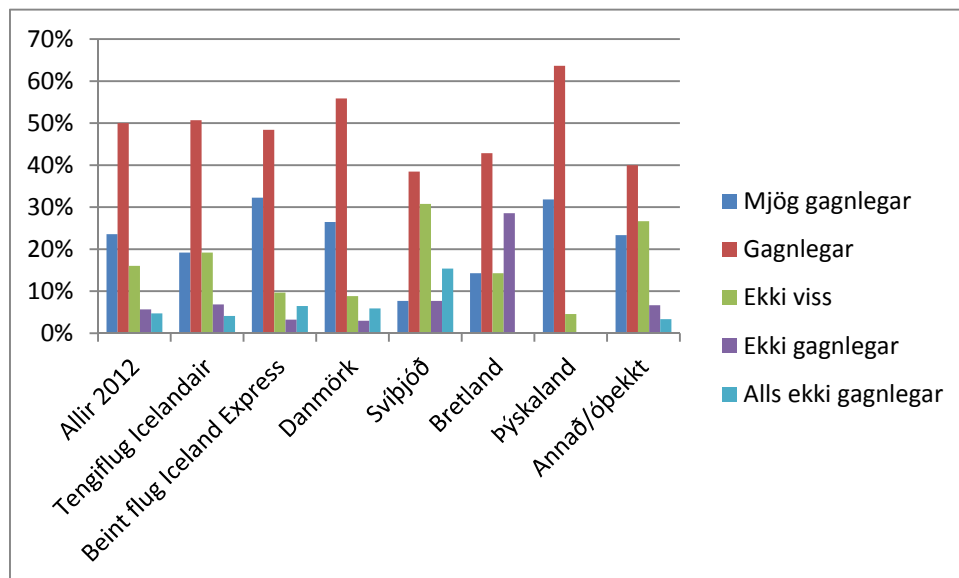


Mynd 49: Notaðirðu almenningssamgöngur á Íslandi.

Svarhlutfall allir 2012: 93%, tengiflug og beint flug: 93%.

Svarhlutfall Danmörk: 96%, Svíþjóð: 92%, Bretland og Þýskaland: 93%, Annað/óþekkt 89%.

Þeir sem höfðu notað almenningssamgöngur á Íslandi voru beðnir um að meta hversu gagnlegar þessar samgöngur eru. Fjórir valmöguleikar voru í boði, allt frá því að vera mjög gagnlegar yfir í alls ekki gagnlegar. Þar að auki var boðið upp á valmöguleikann „ekki viss“ fyrir þá sem höfðu notað almenningssamgöngur á Íslandi en gátu ekki tekið afstöðu til spurningarinnar. Sjá má niðurstöðurnar á mynd 50. Í ljós kemur að um það bil tveir þriðju (74%) telja almenningssamgöngur á Íslandi vera mjög gagnlegar eða gagnlegar. Ekki er mikill munur á milli hópa og heldur ekki ef svör eru skoðuð útfrá búsetu svarenda.



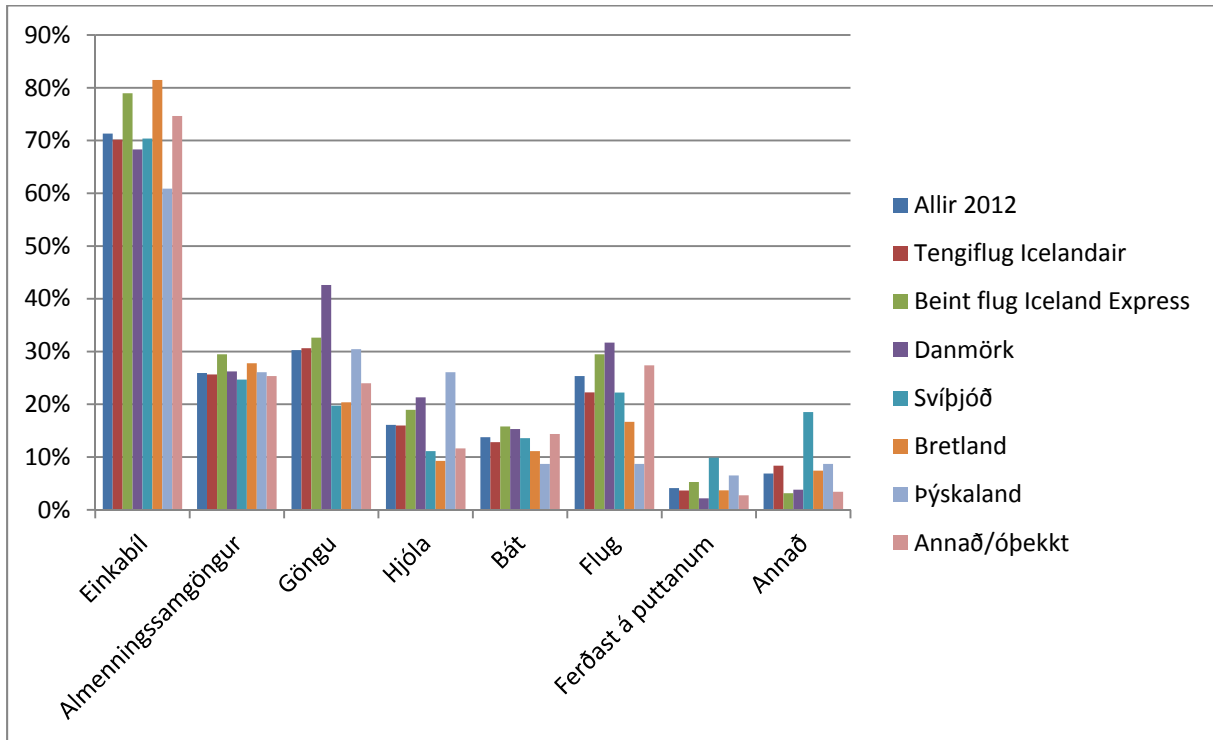
Mynd 50: Hversu gagnlegar voru almenningssamgöngur á Íslandi að þínu mati?

Svarhlutfall allir 2012: 98%, tengiflug: 97% og beint flug: 100%.

Svarhlutfall Danmörk: 97%, Svíþjóð, Bretland og Þýskaland: 100%, Annað/óþekkt 97%.

Næst var spurt hvaða ferðamáta gestirnir veldu helst þegar farið er um innan tiltekins áfangastaðar. Boðið var upp á sjö mismunandi valkosti auk valkostsins „annað“ og gestir þá

beðnir um að tilgreina það nánar. Auk þess mátti í þessari spurningu merkja við eins marga valkosti og tilefni var til. Niðurstöður eru settar fram í mynd 51. Eins og sjá má er einkabíllinn sá ferðamáti sem svarendur kjósa helst að notast við þegar farið er um innan áfangastaðar. Hlutfall þeirra, sem kjósa almenningssamgöngur, er nokkuð jafnt sé það borið saman á milli hópa og út frá búsetu svarenda, eða í kringum 25%. Hlutfall þeirra sem kjósa að ganga er í kringum 30% og hlutfall þeirra sem kjósa að fljúga er oftast á bilinu 20-30%. Af þeim sem merktu við „annað“ kjósa 43% að fara á hestbak.

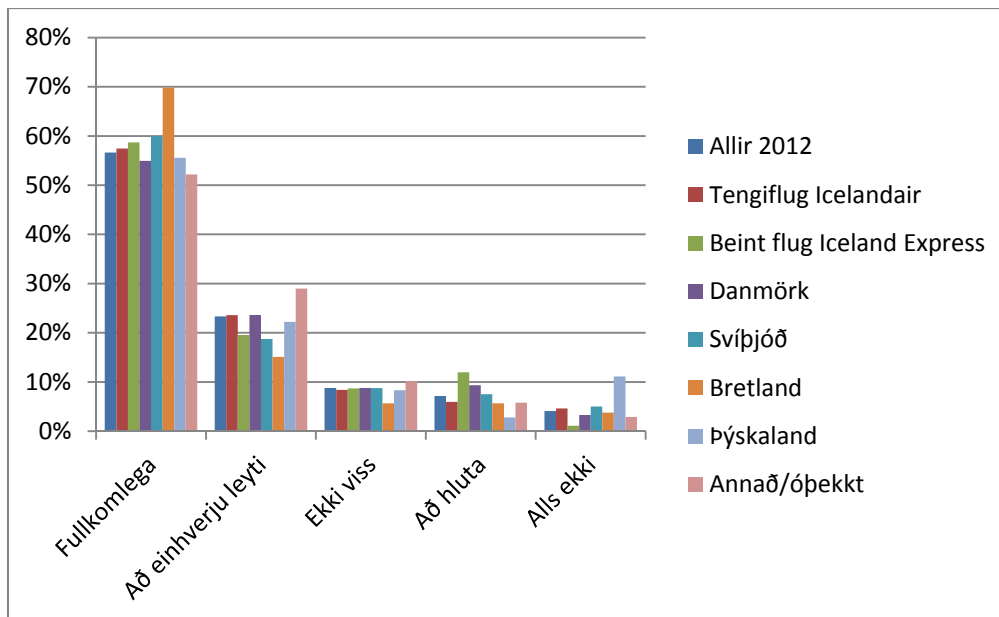


Mynd 51: Hvaða ferðamáta kýst þú helst þegar ferðast er innan áfangastaðar?

Svarhlutfall allir 2012: 85%, tengiflug: 85% og beint flug: 92%.

Svarhlutfall Danmörk: 88%, Svíþjóð: 85%, Bretland: 89%, Þýskaland: 85%, Annað/óþekkt 82%.

Að lokum var í þessum hluta spurt hvort gestirnir hefðu fundið samgöngumáta við þeirra hæfi á ferð þeirra um Ísland og má sjá skiptingu svara á mynd 52. Boðið var upp á fimm valmöguleika sem gætu lýst svari þeirra, allt frá „fullkomlega“ yfir í „alls ekki“. Einn hlutlaus valmöguleiki, „ekki viss“, var í boði. Sjá má að meira en helmingur svarenda (57%) getur fundið samgöngumáta sem er fullkomlega við þeirra hæfi að þeirra mati. Svarendur sem búa í Bretlandi eru hvað ánægðastir með þennan hluta, en 70% þeirra telja sig hafa fundið samgöngumáta sem er fullkomlega við þeirra hæfi. Um það bil einn af hverjum fjórum telur sig hafa fundið samgöngumáta sem er að einhverju leyti við þeirra hæfi. Ef skoðaðir eru eingöngu þeir, sem kjósa að notast við almenningssamgöngur þegar ferðast er innan áfangastaðar, kemur í ljós að meðal þeirra eru 38% sem telja sig hafa fundið samgöngumáta sem er fullkomlega við þeirra hæfi og 30% sem telja sig hafa fundið samgöngumáta sem er að einhverju leyti við þeirra hæfi.



Mynd 52: Gastu fundið samgöngumáta við þitt hæfi á ferð þinni um Ísland?

Svarhlutfall allir 2012: 82%, tengiflug: 82% og beint flug: 89%.

Svarhlutfall Danmörk: 88%, Svíþjóð: 84%, Bretland: 87%, Þýskaland: 67%, Annað/óþekkt 77%.

4.6 Samantekt

Það kemur skýrt fram í könnuninni að þeir gestir sem fara um Akureyrarflugvöll, hvort sem um er að ræða í beinu flugi eða tengiflugi, er fólk sem býr í næsta nágrenni við flugvelli sem hafa tengingar til Íslands. Ef hópurinn er skoðaður í heild sinni má segja að þetta fólk sé á milli fertugs og fimmtugs, vel menntað og vel stætt og býr í Danmörku, Svíþjóð, Þýskalandi eða Bretlandi. Rúmlega helmingur þessa fólks var að koma í fyrsta skiptið til landsins og tveir af hverjum fimm voru í ferð á vegum ferðaskrifstofu eða ferðaheildsala. Ríflega helmingur svarenda er að koma til Íslands í frí. Meginþorri þeirra sem voru í frí á Íslandi (68%) hafði aldrei komið áður til Íslands. Flestir þeirra, sem voru á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, höfðu komið til Íslands áður, þar af höfðu nærri átta af hverjum tíu sem ferðuðust til landsins í þeim tilgangi komið til Íslands einu sinni eða oftar.

Þeir sem svara könnuninni eru flestir að ferðast í hóp og rímar það ágætlega við hlutfall þeirra sem er í keyptum skipulögðum ferðum. Að öðru leyti ferðast fólk með vinum, maka og/eða fjölskyldu og er dvalið á landinu í tæpa 10 daga. Meðalgistináttafjöldi á Norðurlandi 2012 var 7,45 og er það nákvæmlega sama meðaldvalarlengd og árið 2011 og afar svipað því sem var 2009 og 2010. Ferðavísir fyrir allan hópinn í heild sinni 2012 er 81,2% en árið 2011 var hann 80,5% en þetta bendir til þess að Norðurland er að mestu áfangastaður gesta. Samanburður á dvalarlengd á Íslandi og dvalarlengd á Norðurlandi leiðir í ljós að eftir því sem dvalarlengd í landinu er lengri, því lengri tíma er varið í gistingu á Norðurlandi.

Þeim, sem dvelja eingöngu á Norðurlandi, hefur fækkað nokkuð á milli ára og voru þeir 34% árið 2012 á meðan flestir aðrir landshlutar sækja í sig veðrið s.s. höfuðborgarsvæðið, Suðurland, Vesturland og Vestfirðir. Gefur það til kynna að þeir gestir sem fóru frá Akureyrarflugvelli hafi að þessu sinni farið víðar um landið en fyrri kannanir hafa gefið til

kynna. Engu að síður er vert að minnast þess að ferðafólkið hefur tiltölulega langa viðdvöl á Norðurlandi miðað við landið í heild, eins og fram kom hér að ofan og gefur það vísbendingu um að fólk sé þrátt fyrir allt töluvert bundið nærsvæði flugvallar og rennir það enn frekari stöðum undir þær hugmyndir að hægt sé að búa til nýjan áfangastað á Íslandi á Norður- og Austurlandi með beinu flugi.

Af þeim stöðum sem eru sóttir heim á Norðurlandi eru Akureyri, Mývatn og Goðafoss meðal þeirra vinsælustu auk Húsavíkur og Dettifoss. Sumar byggðir hafa bætt við sig á milli ára og má þar nefna. Blönduós, Ólafsfjörð og Húsavík. Hlutfallsleg fækkun hefur átt sér stað í Borgarfirði eystri en undanfarin ár hefur danska ferðaskrifstofan Topaz travel boðið upp á gönguferðir um Víknaslóðir. Ef sá hópur er skoðaður nánar sést að 85% af þeim 12% sem merkja við Bakkagerði/Borgarfjörð eystri eru í ferð á vegum ferðaskrifstofu.

Af nýtttri afþreyingu má sjá að hvalaskoðun eykur við sig aftur eftir að hafa dottið niður milli áranna 2010 og 2011. Fimm aðrir afþreyingarmöguleikar bæta við sig hlutfallslega á milli ára en þeir eru selaskoðun, næturlíf, rafting og lax- og silungsveiði. Samanlagt eru 94% svarenda sem telja upplifun sína af Norðurlandi yfir meðallagi og ekki er hægt að greina neinn mun eftir því hvaða landshluta fólk sótti heim, sem segir að þessa lýsingu er hægt að heimfæra á landið allt hvað þetta ferðafólk varðar í það minnsta. Að auki var rýnt í hvort þessi afstaða breyttist eitthvað ef fólk hafði komið áður til landsins, en enginn munur var á afstöðu eftir því.

Þegar spurt var hvaða þjónustupætti mætti bæta í ferðaþjónustu á Norðurlandi kom í ljós að gestum þótti helst mega færa upplýsingar til ferðafólks til betri vegar. Í því samhengi var m.a. talað um þörf á umbótum á upplýsingum á erlendum tungumálum eða að þörf væri á fleiri eða betri skiltum og upplýsingatöflum fyrir ferðafólk og betri skiltum um það sem er skoðunarvert. Algengt var að svarendur hafi skrifað orðið „almenningsamgöngur“ án frekari útskýringa en í mörgum tilfellum var þó bent á að þörf er bættum tengingum á milli staða og á aukinni tíðni ferða í áætlunarferðum.

Gestir sem fóru með beinu flugi um Akureyrarflugvöll voru að eyða rúmum 21.000 krónum á sólahring í sinni ferð. Þetta er töluvert lægri upphæð en var árið áður og nemur breytingin um 32% á milli ára. Ef þeir voru í pakkaferð má búast við að útgjöld hafi verið í kringum 18.000 krónur á sólahring utan þess sem tilheyrði pakkaferðinni sjálfri. Ef horft er til þeirra sem skipuleggja sína ferð sjálfir og tekið er mið af meðaldvalarlengd má draga þá ályktun að meðalferðalangur sé að eyða um 159.000 ef aðeins var dvalist á Norðurlandi en um 196.000 ef allt landið var undir sem eru nokkuð lægri krónutölur en sáust 2011. Pakkaferðalangur er hinsvegar að eyða um 240.000 krónum í pakkann.

Þegar notkun upplýsingaveita fyrir ferð og í ferð er skoðuð kemur í ljós að fáir nýta sér vefsíðurnar. Vefsíðan www.northiceland.is var skoðuð mest af landshlutasíðunum. Tæplega einn af hverjum fimm skoðaði aðrar vefsíður en þær sem gefnar voru upp í könnuninni og er þar helst að nefna síðuna www.vedur.is en auk þess voru vefsíður hjá fyrirtækjum sem vinna með hesta vinsælar s.s. www.hestanet.is, www.polarhestar.is og www.jfhestar.is.

Niðurstöður úr síðasta hluta könnunarinnar gefa til kynna að einn af hverjum fimm hafa notað almenningsamgöngur á ferð sinni um Ísland og telja langflestir þeirra þessar samgöngur hafa

verið mjög gagnlegar eða gagnlegar. Ef gestir mættu velja sér ferðamáta á áfangastað kemur í ljós að einkabíllinn er sá ferðamáti sem þeir kjósa helst að notast við þegar farið er um innan áfangastaðar. Taldi meira en helmingur svarenda sig hafa fundið samgöngumáta við sitt hæfi á ferð sinni um Ísland.

5 Greining niðurstaðna

Helsta markmið þessarar skýrslu er að draga upp mynd af samsetningu þess erlenda ferðafólks, sem nýtir sér flugleiðina til Akureyrar, hvort sem um er að ræða beint flug eða tengiflug. Þetta felur jafnframt í sér að dreginn er fram sá munur sem mögulega er á milli þeirra farþega sem koma í beinu flugi og þeirra sem koma með tengiflugi. Samkvæmt Bieger og Wittmer (2006) ætti ferðahegðun og neysla þessara farþega að endurspeglja þau tvö viðskiptalíkön sem liggja til grundvallar þeim ólíku flugfélögum sem gerðu út á Akureyri sumarið 2012 og fjallað er nákvæmlega um í kafla 2. Hér að neðan er farið í gegnum niðurstöður könnunarinnar til að varpa ljósi á það sem ólíkt er milli þessara hópa.

Mikilvægt er að skilja rekstrarlíkan þess flugrekstraraðila sem laða á til áfangastaðar og stemma það við það sem raunverulega er í boði á áfangastað og hvernig gestir eru að nýta sér það. Þeir sem standa fyrir uppbyggingu ferðaþjónustu á áfangastað standa því frammi fyrir þeirri áskorun að átta sig á hvað einkennir áfangastaðinn og hvernig hægt sé að varðveita þá upplifun sem talin er eftirsóknarverð, samhliða því hvernig hægt er að laða að tiltekna flugrekstraraðila sem líklegir eru til að flytja farþega sem sækjast í það sem metið er eftirsóknarvert. Því er ekki úr vegi að skilja hvaða farþegar koma nú gegnum þau tvö ólíku líkön flugrekstrar sem þjónustuðu Akureyrarflugvöll.

5.1 Hverjir komu?

Greinilegt er að hópurinn í beina fluginu er að langmestu leyti Danir, líkt og verið hefur síðustu ár. Þetta kemur ekki á óvart enda er um að ræða beint aðgengi að Norðurlandi frá aðalflugvelli landsins í Kaupmannahöfn. Í kafla 3, auk fyrri kannana hefur það sýnt sig að ferðalangar sem koma beint inn á Norðurland, koma helst af nærsvæði flugvalla sem tengjast Akureyrarflugvelli. Samanborið við allan hópinn (tafla 5) virðist hópurinn í beina fluginu vera í yngri kantinum (hlutfallsleg aukning meðal yngri hópa) og með lægra menntunar- og tekjustig en bein tengsl eru milli ungs aldurs og menntunarstigs.

Með Akureyrartengingu Icelandair við leiðakerfi félagsins hefur opnast ný leið inn á Norðurland fyrir stærri hóp fólks en beina flugið býður. Þetta sýnir sig helst í því að fólk í tengiflugi er af fjölbreyttari þjóðernum og önnur samsetning hópsins margbrotnari en áður hefur sést í könnunum RMF á flugvöllinum. Danir halda engu að síður áfram að vera stærsti einstaki hópurinn hvort sem er í beinu flugi eða tengiflugi (mynd 6). Hvað varðar tengiflugið þá var ferðafólk af rúmlega tuttugu þjóðernum úr fjórum heimsálfum sem gefur ennfremur vísbindingar um að fólk hafi nýtt sér þær breiðu tengingar sem Icelandair hefur við önnur flugfélög umfram sitt leiðakerfi. Það mun verða áhugavert hvernig samsetning hópsins á Norðurlandi mun þróast á næstu árum ef tengifluginu verður haldið áfram. Í því samhengi verður einkum áhugavert að fylgjast með þróun í fjölda Bandaríkjamanna, Bretar, Þjóðverja, Svía, Norðmanna auk Dana.

Af þeim þjóðernum, sem eru tekin sérstaklega til skoðunar í þessari skýrslu, er athyglisvert að sjá mismun kynjahlutfalla, einkum hjá Bretum (langmest karlar) og Þjóðverjum (langmest konur). Kynjahlutfall er mun jafnara meðal annarra þjóða (tafla 6). Ef þessir tveir hópar eru

skoðaðir nánar kemur í ljós að 11% Breta tilgreindu veiði sérstaklega sem tilgang ferðar, þar af voru 83% karlar. Breskir karlar fóru frekar í lax- og silungsveiði (89%). Breskir karlar fóru einnig frekar út að skoða næturlífið (88%), í göngu með leiðsögn (71%) og í fuglaskoðun (70%). Þýsku konurnar fóru hinsvegar frekar á söguslóðir (82%) og í hestaferðir (78%).

Þegar kemur að vali á brottfararstað frá landinu standa tvö atriði upp úr. Annars vegar hagkvæm staðsetning og að bóúð var að skipuleggja brottför þaðan af ferðaskrifstofu eða flugfélagi, sem réði því að Akureyrarvöllur varð fyrir valinu (mynd 12). Séu þessir þættir skoðaðir nánar kemur í ljós að þeir, sem horfa í hagkvæma staðsetningu flugvallar, hafa langflestir komið áður til Íslands. Aftur á móti hafði rúmlega helmingur (54%) þeirra sem sögðu hagkvæma staðsetningu flugvallar hafa skipt mestu máli við val á brottfararstað, ekki komið áður á Norðurland. Tveir þriðju þeirra sem tilgreina að brottför hefði verið skipulögð af öðrum (ferðaskrifstofu/flugfélagi), höfðu ekki komið áður til Íslands. Fjórir af hverjum fimm þeirra sem sögðu að brottfararstaður hefði verið skipulagður af öðrum hafði ekki komið áður á Norðurland. Þetta gefur vísbendingar um að þeir, sem hafa komið áður og vita hvert þeir ætla sér að fara hafi frekar skoðun á því hvernig flugleiðinni er háttað en þeir sem eru að koma í fyrsta skipti. Þeir síðarnefndu horfi hinsvegar frekar til aðgengis að svæðinu í gegnum skipulag flugfélaganna, með því móti að einhver annar ákveði brottfararstaðinn.

Ferðalangar í beinu flugi horfa meira á hagkvæma staðsetningu flugvallar en aðrir (mynd 12). og þeir hafa frekar komið áður til Íslands (mynd 16) og þá oftár. Þeir eru einnig mun frekar að heimsækja vini og ættingja og í ferð með fjölskyldu (mynd 20). Á móti kemur að þeir sem eru í tengiflugi eru að koma frekar en hinir vegna viðskipta, námskeiða eða menntunar. Báðir hópar eru þó mest að koma í frí (mynd 18) og þeir eru helst að koma í fyrsta skiptið (tafla 8).

Báðir hópar dveljast helst 4-7 nætur en þeir eru þó fleiri í beinu flugi sem dveljast lengur (15-21 nótt) (mynd 23) það þýðir að dvalarlengd þeirra sem koma með beinu flugi er að meðaltali lengri en þeirra sem er í tengiflugi (tafla 9) og eru þeir frekar bara á Norðurlandi (mynd 25) og jafnvel aðeins á Eyjafjarðarsvæðinu (mynd 31). Þrátt fyrir það er hinn svokallaði ferðavísir hærri fyrir farþega í tengiflugi (tafla 11). Ferðavísirinn gefur til kynna að af heildardvalartíma fólks á Íslandi hafi tengiflugsfarþegar frekar eytt bróðurpartinum af dvalartímanum á Norðurlandi en farþegar í beinu flugi. Skýring á þessum mun liggur í heildardvalarlengd hópanna á Íslandi og því hvort aðrir landshlutar voru heimsóttir í ferðinni. Ljóst er að þrátt fyrir að hópurinn í beina fluginu fari frekar út fyrir landshlutann er þó líkleggra að hann hafi góða viðdvöl Norðurlandi og skemmri tíma í öðrum landshlutum, eins og ferðavísirinn (tafla 11) gefur til kynna. Hins vegar ef meðaldvalarlengd þessara tveggja hópa er skoðuð í ljósi þess hvort aðrir landshlutar voru sóttir heim í ferðinni kemur fram að hópurinn í beina fluginu virðist hafa haft lengri viðdvöl í öðrum landshlutum en hópurinn í tengifluginu. Ef reiknuð er meðaldvalarlengd þeirra sem voru í beinu flugi og fóru í aðra landshluta kemur í ljós að þeir voru að jafnaði 13,8 nætur á Íslandi, þar af var 8,58 nóttum að jafnaði eytt á Norðurlandi. Þetta gefur þessum hópi ferðavísi upp á 62%. Ef reiknuð er meðaldvalarlengd þeirra sem voru í tengiflugi og fóru í aðra landshluta má sjá að þeir voru að jafnaði 9,4 nætur á Íslandi, þar af 7,7 á Norðurlandi. Það gefur þeim hópi ferðavísi upp á 82% sem sýnir jafnframt að þessi hópur eyddi meirihluta tímans á Norðurlandi þrátt fyrir að hafa farið í aðra landshluta líka.

Einnig vekur athygli að ef dvalarlengd ofangreindra hópa á Norðurlandi er borin saman við þá gesti sem dvöldu eingöngu á Norðurlandi kemur í ljós að dvalarlengdin var að jafnaði 7,7 nætur (tengiflugsfarþegar) og 8,5 nætur (beint flug). Með öðrum orðum: Þeir sem fóru í aðra landshluta voru með sömu meðaldvalarlengd á Norðurlandi og þeir sem fóru ekki út fyrir landshlutann.

5.2 Hverju voru þeir að eyða og í hvað?

Þegar kemur að þjónustu og afþreyingu gista flestir í beinu flugi hjá vinum og/eða ættingjum eða sumarhúsum (mynd 36), nýta sé bíla þeirra eða bílaleigubíla (mynd 38) og fara helst í sund, sjóstöng (líklega með hvalaskoðun) og ganga án leiðsagnar (mynd 40). Þeir sem eru í tengifluginu gista hinsvegar á hótelum, gistiheimilum eða hjá ferðaþjónustu bænda (mynd 36), ferðast frekar en hinir í hópþjónustu (mynd 38) og stunda lax- og silungsveiði ásamt göngu með leiðsögn og fara frekar á söfn (mynd 40). Hin grófa mynd sem hér virðist birtast og lýsir tengiflugfarþegum sem frekari þjónustuþegum er studd tölum um útgjöld. Hvort heldur sem er í pakkaferð (töflur 16 og 17) eða ferð á eigin vegum (tafla 18) er ljóst að þeir sem eru í beinu flugi eru að eyða umtalsvert minna en hinir. Hinsvegar er einnig sláandi hve meðaltal eyðslu alls hópsins sumarið 2012 er lægra en sumarið 2011 og undanfarin ár. Farþegar í millilandaflugi til Akureyrarflugvallar voru að eyða 32% minna að meðaltali miðað við krónutölu milli ára. Þetta þýðir að hækkað verðlag hefur ekki skilað sér, en frá júlí 2011 til júlí 2012 hefur samræmd vísitala neysluverðs innanlands hækkað um 5,4% (úr 160,4 í 169,1) (Hagstofa Íslands, 2013). Að auki hefur gengi krónu gagnvart myntkölfu erlendra gjaldmiðla (XDR), veikst um 3,56% frá 15. júlí 2011 til 15. júlí 2012 (Seðlabanki Íslands, 2013). Rennir þetta stoðum undir vangaveltur þess efnis að gestum fjölgi en tekjur af þeim standi í stað.

Í þessu ljósi má enn fremur spyrja hvort þeir afþreyingarmöguleikar sem hafa bæst við milli ára séu ekki að hafa áhrif, t.d. selaskoðun, næturlíf, rafting og lax- og silungsveiði. Dæmi eru um að aðilar í ferðaþjónustu og tengdum greinum hafi séð tækifæri í fluginu og farið að þróa þjónustu til að mæta farþegum. Í fyrri skýrslum hafa áhrif ferðaþjónustuaðila á Austurlandi sem hefur boðið upp gönguferðir á sínu svæði, glögglega sýnt sig. Sá hefur sótt sína gesti á flugvöllinn á Akureyri og sniðið sitt vöruframboð að ferðum flugsins. Vísbendingar eru uppi um að aukningin í lax- og silungsveiði sé annað dæmi um slíkt, þar sem hægt er að koma þeim gestum sem fara í slíka veiði beint inn á svæðið. Sumarið 2012 sögðust 9% svarenda könnunarinnar hafa farið í lax- eða silungsveiði, nær allir voru Bretar eða Svíar. Þó svo að fjölgunin milli árána 2011 og 2012 sé ekki hlutfallslega mælanleg er sjáanlegt í gögnunum að raunfjölgunin er þónokkur. Höfundar hafa óformlegar heimildir fyrir því að fyrirtæki, félög og einstaklingar sem tengjast lax- og silungsveiði hafi komið með veiðimenn í gegnum tengiflugsmöguleika Ícelandair. Þar að auki hefur sést til þrautreyndra og þekktra leiðsögumanna á flugvellinum í því skyni að sækja eða skila þangað veiðimönnum. Nánari skoðun á niðurstöðum könnunarinnar leiðir í ljós að 94% þeirra sem komu í lax- og silungsveiði voru í tengiflugi og 44% voru á Norðurlandi eingöngu í lax- og silungsveiði og tóku sér enga aðra afþreyingu fyrir hendur. Þetta síðastnefnda kemur einnig í ljós þegar tilgangur ferðar þessara einstaklinga er skoðaður. Þar kemur í ljós að 48% segjast vera hér á

landi í frí og þriðjungur (33%) segir megintilgang ferðarinnar vera stangveiði. Meðaldvalarlengd þessa hóps á Íslandi var 6,9 nætur (staðalfrávik 2,3) og dvalarlengd á Norðurlandi var að jafnaði 6,7 nætur (staðalfrávik 2,3). Þetta þýðir að tímanum hefur að mestu leyti verið eytt á Norðurlandi. Langflestir þessara veiðimanna (87%) eru karlar og rúmur helmingur (56%) var á ferð með vinum eða fjölskyldu. Rúmlega helmingur (54%) þessara veiðimanna hafði aldrei komið áður til Íslands og sama hlutfall hafði aldrei komið áður á Norðurland. Rúmlega þriðjungur veiðimannanna hafði komið tvisvar eða oftar á Norðurland. Ef einhver afþreying önnur en veiðin sjálf var nýtt var það helst að fara í sund/jarðböð (26%), hvalaskoðun (22%) göngu án eða með leiðsagnar (17% og 15%) eða fara út og skoða nátturlífið (15%). Í ljósi þess að tekjur virðast ekki aukast milli ára má velta fyrir sér hvernig verðlagningu og samsetningu þessara vörupakka fyrir gestina er háttað?

5.3 Ofmetnar upplýsingaveitur?

Niðurstöður könnunarinnar gefa til kynna að tæplega 60% gesta nota ekki neinar vefsíður til að finna upplýsingar fyrir ferð eða í ferðinni (mynd 47) og virðist einu gilda hvort fólk kom með beinu flugi eða tengiflugi á svæðið. Það vekur athygli að þær vefsíður, sem spurt var um, hafi ekki verið meira heimsóttar en könnunin vitnar til um. Einn af hverjum fjórum sagðist hafa skoðað vefsíðu Visit Iceland, sem kallast á við það sem hefur komið fram í könnun Ferðamálastofu meðal erlendra gesta sumarið 2011, þar sem 24% svarenda hafði skoðað vefsíðu Visit Iceland (Markaðs og miðlarannsóknir, 2012).⁷ Önnur vefsvæði, þ.m.t. vefsíða Inspired by Iceland – átaksins og vefsvæði markaðsstofa landshlutanna, voru skoðuð töluvert minna. Undanfarin ár hefur mikið þúður verið lagt í upplýsingaveitur á netinu og þannig hefur markaðssetning gengið í endurnýjun lífdaga. Internetið hefur breytt því hvernig ferðatengdum upplýsingum er dreift og hvernig fólk skipuleggur ferðir sínar (Buhalis og Law, 2008). Í árdaga markaðssetningar ferðaþjónustu á netinu hélt Pollock (1995, í Benkendorff og Black, 2000) því fram að internetið myndi hafa mikil áhrif á það hvernig áfangastaðir yrðu markaðssettir af því að upplýsingar væru grundvallaratriði í viðskiptum í ferðaþjónustu. Með fyrstu gerðum internetsins var áskorunin að koma kynningar- og markaðsefni á rafrænt form til að miðla. Margar af þeim heimasíðum, sem spurt var sérstaklega um í könnuninni virðast einmitt hafa það hlutverk fyrst og fremst og má setja spurningamerki við það hvort – og þá að hvaða leyti – slíkt efni þjóni þeim tilgangi sem ferðafólk leitast eftir.

Þrátt fyrir þessar niðurstöður hafa fjölmargar kannanir og rannsóknir gefið það til kynna að ferðafólk notar internetið sem upplýsingaveitur í miklum mæli. Til dæmis kom það skýrt fram í könnun RMF á flugvellingum 2010 að rafrænar upplýsingaveitur eru ein af mikilvægustu upplýsingaveitunum fyrir ferð þar sem rúmlega helmingur svarenda hafði nýtt sér netið við upplýsingaleit (Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens, 2011). Í könnun Ferðamálastofu meðal erlendra gesta sumarið 2011 segjast rúmlega 75% svarenda hafa farið á netið fyrir ferð til að afla upplýsinga (Markaðs- og miðlarannsóknir, 2012). Samskonar niðurstöður er að finna í mörgum erlendum rannsóknum (sjá t.d. Xiang, Wöber og Fesenmeier, 2008 og Pan og Fesenmeier, 2008). Af þessum sökum kemur á óvart að þegar

⁷ Í könnun Ferðamálastofu var ekki spurt um aðrar vefsíður en heimasíðu Visit Iceland.

spurt er um einstakar vefsíður við upplýsingaleit eru svör ferðafólks um að engar vefsíður hafi verið skoðaðar á skjön við það sem annars staðar hefur komið fram varðandi upplýsingaleit.

Það liggur beinast við að spyrja hvað ferðafólk er þá að skoða á netinu – eða öllu heldur *hvernig* ferðafólk notar internetið við upplýsingaleit. Svör við þessum spurningum eru ekki einhlít en mögulega er einhverjar vísbendingar að finna í þeim vefsíðum, sem svarendum sjálfum gafst kostur á að nefna til sögunnar (mynd 47) s.s heimasíður ferðaskrifstofa, fyrirtækja (hestafyrirtæki) og heimasíða Veðurstofu Íslands. Einnig er ljóst að þörf er á því að taka vefsíður og internetnotkun í ferðaþjónustunni til nánari skoðunar til þess að komast að því hvernig ferðaþjónustan getur mætt þörfum ferðafólks við upplýsingaleit á netinu.

Ýmislegt bendir til þess að ferðaþjónustan sé ekki komin vel á veg með að þróa vefsvæði á þann hátt sem mætir þörfum ferðafólks við upplýsingaleit og –notkun á netinu. Netnotkun hefur aukist gífurlega í heiminum á síðustu árum og hefur aðgengi að neti sífellt farið batnandi. Til að mynda gera snjallsímar fólki kleift að komast á netið nánast hvar sem er og hvenær sem er (Lange-Faria og Elliot, 2012). Það ber þó að varast að líta á internetið eingöngu sem miðil fyrir upplýsingar eða skilaboð frá sendanda til notanda. Notandi getur einnig haft áhrif á það efni sem sett er fram á netinu, bætt við það og breytt því og jafnvel búið til sitt eigið (e. *user generated content*). Þetta gerir það að verkum að sendandi (hvort sem það er fyrirtæki, hagsmunaaðili, samtök o.s.frv. sem stendur á bak við upplýsingarnar) hefur ekki lengur vald yfir því hvað er sett út á netið. Þetta form, sem oft er kennt við aðra kynslóð internetsins (web 2.0), býður upp á nýjar leiðir fyrir neytendur/ferðafólk til þess að deila sinni upplifun/reynslu með öðrum á ýmsan máta s.s. með því að setja inn ferðasögur og deila myndefni (Xiang og Gretzel, 2010).

Hér á landi hafa aðilar í ferðaþjónustu verið að prófa sig áfram með að þróa vefsvæði þar sem fólk getur farið sínar eigin leiðir í öflun upplýsinga og túlkun og samsetningu markaðsefnisins. Slíkar annarrar kynslóðar vefsíður er helst að finna á heimasíðu *Inspired by Iceland* átaksins, en eins og glögglega má sjá á mynd 47 voru innan við 5% sem fóru á hana. Enn og aftur er ljóst að þörf er á frekari rannsóknum í þessa átt til þess að kanna hvers konar árangur slík vefsvæði hafa. Þessi kynslóð internetsins (web 2.0), sem er samofin samfélagsmiðlum þar sem fólk getur komið á framfæri eigin framsetningu á sjálfu sér, smekk sínum og skoðunum, virðist ekki höfða til þeirra sem koma á Norðurland. Niðurstöður könnunarinnar svara því þó ekki hvort fólk sé engu að síður mögulega að notfæra sér web 2.0-tæknina til þess að deila ferðareynslu með öðrum eða leita í reynslubanka annarra ferðalanga til að leita upplýsinga, einfaldlega vegna þess að ekki var spurt um það. Markaðsfræðin hefur lengi vitað að traustustu meðmæli vöru eða þjónustu eru frá vinum, ættingjum eða einhverjum nákomnum sem við treystum. Þannig hefur markmið ábyrgra fyrirtækja verið að skapa sér traust orðspor. Með háhraða tengingum internetsins berst nú orðspor manna í millum með aðeins einum músarsmelli, í stað þess að fólk þurfi að finna sér stað og stund til að deila skoðunum sínum. Þetta hefur orðið til þess að markaðsfólk hefur alið með sér miklar væntingar til samfélagsmiðla og að í gegnum þá verði hægt að miðla orðspori, það eina sem þurfi er að koma því á framfæri. Gert er ráð fyrir því að skilaboð geti borist manna í millum og verða það sem markaðsfólk kallar „viral“, smitandi, að því marki að enginn veit

nákvæmlega hvernig hugmyndin komst til manns. Ferðaþjónustuaðilar hér á landi virðast vera að stíga sín fyrstu skref í þessum málum og á þessari stundu er ekki ljóst að hvaða leyti þetta form myndi höfða til gesta á Norðurlandi.

6 Lokaorð

Þessi skýrsla hefur fyrst og fremst að geyma samantekt niðurstaðna úr könnun meðal brottfararfarþega í millilandaflugi frá Akureyrarflugvelli sumarið 2012 (7. júní til 30. september). Er henni þannig ætlað að vera náma þeirra sem vilja leita sér upplýsinga um og skilnings á þeim gestum sem fóru frá landinu með þeim flugum sem boðið var uppá frá vellingum.

Útgagnspunktur okkar í greiningu var að skilja mun á farþegum sem komu með beinu flugi lágjaldaflugfélagsins Iceland Express og þeirra sem nýttu sér viðamiknið kerfi markaðssetningar og samgangna sem Icelandair er hluti af. Farið er ítarlega yfir mun þessara hópa í kaflanum hér að ofan, en uppúr stendur hve mikil munur er á eyðslu þessara tveggja hópa. Svo virðist sem þeir sem koma með tengiflugi Icelandair gangi inn í skipulagðari neyslu og ferðaþjónustu en þeir sem koma með beinu flugi. Þeirra tilgangur virðist vera meira í ætt við hinn hefðbundna ferðalang sem vill skoða sig um og kaupa þá þjónustu sem í boði er. Þeir virðast lausari við, í þeim skilning að þeir eru ekki fastir á einum stað, en halda sig þó frekar á Norðurlandi. Það er ekki hægt að fullyrða í ljósi þessa að þeir gestir sem koma með tengiflugi séu á einhvern hátt „betri“ gestir en þeir sem koma með beina fluginu. Það sem skiptir meginmáli er að til sé þjónusta sem tekið getur við gestum sem koma í leit að henni og má þá mögulega einu gilda hvernig þeir komast á svæðið. Líklegast er að stopulleiki skipulags ferða hjá Iceland Express hafi gert það að verkum að það eru þeir sem til þekkja og vita hvert þeir geta farið og til hverra þeir geta leitað sem nýta sér það flug, þegar það býðst. Þeir sem koma með tengiflugi byggja á áreiðanleika og skipulagi víðfeðmara nets og öflugra markaðsstarfs og því næst til breiðari hóps, sem er líkari hefðbundnum hugmyndum okkar um ferðafólk.

Áherslan er á vöruframboðið og líkt og með ferðaþjónustu austur á fjörðum sem byggðist á flugum Iceland Express og fyrri skýrslur hafa lýst, þá tókst einnig með tengifluginu að byggja vörur. Hinsvegar má velta fyrir sér verðlagningu og samsetningu þessara vörupakka í ljósi þessa að ekki virðast tekjur aukast af gestum. Þegar upp er staðið verður lykilinn að árangri af millilandaflugi á Akureyraflugvöll, að á svæðinu séu ferðavörur sem kallist á við þarfir þess hóps sem kemur með flugi og þeim tímasetningum sem flugið notar. Markaðs- og kynningarmál á vefsíðum og svo ekki sé minnst á gegnum samfélagsmiðla einstakra fyrirtækja eða samtaka þeirra virðast ekki endilega vera lykill að árangri en brýn þörf er á að taka þau til nánari skoðunar. Sjálfsagt er að fyrirtæki hafi upplýsingasíður um sig og sína starfsemi og fólk virðist nýta sér það, en þegar kemur að markaðssetningu svæðisins er mikilvægara að í boði sé flugleið, sem vissulega er kynnt gegnum stærri aðila, og að á móti henni sé vönduð ferðavara. Það leggur aftur þá siðferðislegu skyldu á herðar flugrekstraraðila að flugáætlun sé áreiðanleg langt fram í tímann. Þannig tekst að koma varanlegum grunni undir ferðaþjónustu á nýjum áfangastað sem sannanlega til verður með nýju hliði inn til Íslands.

Heimildir

- Albers, S., Koch, B. og Ruff, C. (2005) Strategic alliances between airlines and airports – theoretical assessment and practical evidence. *Journal of Air Transport Management*, 11, 49-58.
- Alderighi, M., Cento, A., Nijkamp, P. og Rietveld, P. (2007) Assessment of New Hub-and-Spoke-and Point-to-point Airline network configurations. *Transport Reviews*, 27(5), 529-549.
- Anna Guðrún Tómasdóttir (2009) *Flugstarfsemi og rekstrarmódel. Breytingar, fargjöld og reglur. Óútgefin MS-ritgerð*. Reykjavík: Háskóli Íslands.
- Auerbach, S. og Delfmann, W. (2005) Consolidating the network carrier business model in the European airline industry. Í: Delfmann, W., Baum, H. Auerbach, S. og Albers, S. (ritstj.). *Management in the Aviation Industry* (bls. 65-96). Aldershot: Ashgate.
- Benckendorff, P.J. og Black, N.L. (2000) Destination marketing on the internet: A case study of Australian Regional Tourism Authorities. *The Journal of Tourism Studies*, 11(1), 11-21.
- Bieger, T. og Wittmer, A. (2006) Air transport and tourism – Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transport Management*, 12, 40-46.
- Buhalis, D. og Law, R. (2008) Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – the state of eTourism research. *Tourism Management*, 12, 609-623.
- Caves, D.W., Christensen, L.R og Tretheway, M.W (1984) Economies of Density versus Economies of Scale: Why Trunk and Local Service Airline Costs Differ. *The RAND Journal of Economics*, 15(4), 471-489.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. og Wanhill, S. (2005) *Tourism Principles and Practice*. Essex: Pearson Education Limited.
- Crompton, J.L., Lee, S. og Shuster, T.J. (2001) A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example. *Journal of Travel Research*, 40, 79-87.
- Duval, D.T. (2012) Critical issues in air transport and tourism. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, iFirst, 1-17, doi: 10.1080/14616688.2012.675581.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason (2011) *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún J. Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens (2011) *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.

Eyrún J. Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason (2010) *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.

Forsyth, P. (2006) Aviation and tourism. Í Dwyer, L. og Forsyth, P. (ritstj.), *Handbook on the Economics of Tourism* (bls. 224-247). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Francis, G., Fidato, A. og Humphreys, I. (2003) Airport-airline interaction: the impact of low-cost carriers on two European airports. *Journal of Air Transport Management*, 9, 267-273.

Frechthling, D.C. (2006) An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research*, 45, 79-87.

Gálvez, T.G. og Lerena, A.H. (2006) Border Surveys: Some practical Applications. Í: World Tourism Organization: *Tourism Satellite Account (TSA) – Implementation Project. Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism (Volume 5)* (bls. 165-179). Madrid: World Tourism Organization.

Gibbons, M.S. (2003) Hvítarusl: Stéttvís blóraböggull fjölmeningarvitanna. *Tímarit Máls og Menningar*, 64, 32-37.

Gillen, D. og Gados, A. (2008) Airlines within airlines: Assessing the vulnerabilities of mixing business models. *Research in Transportation Economics*, 24, 25-35.

Hagstofa Íslands (2008) *Ferðapjónustureikningar 2000-2006*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.

Hagstofa Íslands (2010) *Ferðapjónustureikningar 2000-2008*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.

Hagstofa Íslands (2013) Samræmd vísitala neysluverðs. <http://www.hagstofa.is/Hagtolar/Verdlag-og-neysla/Samraemd-visitala-neysluverds>, síðast skoðað 22. janúar 2013.

Halpern, N. (2010) Marketing innovation: Sources, capabilities and consequences at airports in Europe's peripheral areas. *Journal of Air Transport Management*, 16(2), 52-58.

Henderson, J.C. (2006) Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development. *International Journal of Tourism Research*, 8, 87-99.

Holloway, J.C. (2006) *The Business of Tourism*. Essex: Pearson Education Limited.

Icelandair (2011, 14. september) *Icelandair eykur enn umsvif sín á næsta ári*. http://www.icelandair.is/information/media/newslist/detail/item541981/Icelandair_eykur_enn_umsvif_sin_a_naesta_ari síðast skoðað 15. janúar 2013.

Icelandair (2011, 19. ágúst) *Icelandair flýgur til Akureyrar næsta sumar um Keflavíkurflugvöll*. http://www.icelandair.is/information/media/newslist/detail/item529596/Icelandair_flygur_til_Akureyrar_naesta_sumar_um_Keflavikurflugvoll/ síðast skoðað 14. janúar 2013.

- Icelandair (2012) *Sumarætlun Icelandair 2012*. Reykjavík: Icelandair.
- Kaul, R.N. (1985) *Dynamics of Tourism: A Trilogy (Volume III) Transportation and Marketing*. New Delhi: Sterling Publishers.
- Koo, T.T.R., Wu, C.L. og Dwyer, L. (2012) Dispersal of visitors within destinations: Descriptive measures and underlying drivers. *Tourism Management*, 33, 1209-1219.
- Lange-Faria, W. og Elliot, S. (2012) Understanding the role of social media in destination marketing. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(1), 193-211.
- Lederer, P.J. og Nambimadom, R.S. (1998) Airline Network Design. *Operations Research*, 6(6), 785-804.
- Mail Online (2010, 6. apríl) *Ryanair confirms it WILL bring in charges for on-board toilets*. <http://www.dailymail.co.uk/travel/article-1263905/Ryanair-toilet-charges-phased-in.html> síðast skoðað 9. janúar 2013.
- Markaðs- og miðlarannsóknir (2012) *Könnun meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2011. Unnið fyrir Ferðamálastofu*. Reykjavík, MMR.
- Mason, K.J. og Morrison W.G. (2008) Towards a means of consistently comparing airline business models with an application to the 'low cost' airline sector. *Research in Transport Economics*, 24, 75-84.
- O'Connell, J.F. og Williams, G. (2005) Passengers' perceptions of low cost airlines and full service carriers: A case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 11(4), 259-272.
- Office for National Statistics (2011) *Annual Mid-year Population Estimates, 2010*. <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/pop-estimate/population-estimates-for-uk--england-and-wales--scotland-and-northern-ireland/mid-2010-population-estimates/index.html>, síðast skoðað 13. nóvember 2012.
- Oum, T.H., Zhang, A. og Zhang, Y. (1995) Airline network rivalry. *Canadian Journal of Economics*, 28(4a), 836-857.
- Ólafur Raastrick (2012) *Flug og sjálfsmynd. Menningar- og samfélagsleg áhrif greiðari flugsamgangna Íslendinga við umheiminn*. Skýrsla unnin fyrir Icelandair Group. Reykjavík: Icelandair Group.
- Page, S. (2009) *Transport and tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Pan, B. og Fesenmeier, D.R. (2008) Online information search: Vacation planning process. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 809-832.
- Papatheodourou, A. (2002) Civil aviations regimes and leisure tourism in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 8, 381-388.

- Prideaux, B (2000) The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21, 53-63.
- Reynolds-Feighan, A. (2000) The US airport hierarchy and implications for small communities. *Urban Studies*, 37, 557-577.
- Reynolds-Feighan, A. (2010) Characterisations of airline networks: A North American and European comparison. *Journal of Air Transport Management*, 16(3), 109-120.
- Ryanair (2013) *What is covered by Taxes, Fees and Charges in my reservation?*. <http://www.ryanair.com/en/questions/what-is-covered-by-taxes-fees-and-charges-in-my-reservation> síðast skoðað 9. janúar 2013.
- Seðlabanki Íslands (2013) Gengisskráning. <http://www.sedlabanki.is/gengi/gengisskraning/>, síðast skoðað 22. janúar 2013.
- Statistics Denmark (2012) *Population 1 January 1 April 1 July 1 October*. http://www.dst.dk/HomeUK/Statistics/Key_indicators/Population/pop.aspx, síðast skoðað 8. nóvember 2012.
- Statistics Sweden (2012) *Population 1 November by region, age and sex*. http://www.scb.se/Pages/SSD/SSD_SelectVariables.aspx?id=340507&rxid=4a786559-63b1-48ea-9254-bd4168461b20&px_tableid=ssd_extern%3aFolkmangdNov, síðast skoðað 13. nóvember 2012.
- Statistisches Bundesamt (2012) *Population updating 31.12.2011*. <https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/CountriesRegions/RegionalStatistics/RegionalStatistics.html>, síðast skoðað 13. nóvember 2012.
- Stynes, D.J. og White, E.M. (2006) Reflections on Measuring Recreation and Travel Spending. *Journal of Travel Research*, 45, 8-16.
- Vanhove, N. (2011) *The Economics of Tourism Destinations*. London: Elsevier.
- Wilton, J.J. og Nickerson, N.P. (2006) Collecting and using visitor spending data. *Journal of Travel Research*, 45, 17-25.
- Xiang, Z. og Gretzel, U. (2010) Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31, 179-188.
- Xiang, Z., Wöber, K. og Fesenmeier, D.R. (2008) Representation of the online tourism domain in search engines. *Journal of Travel Research*, 47(2), 137-150.

Viðauki 1



VISITOR SURVEY IN NORTH ICELAND 2012

Dear Passenger

This survey is part of research conducted by the Iceland Tourism Research Centre and the University of Akureyri in cooperation with municipalities in the Akureyri region, the North Iceland Marketing Office, Akureyri Airport and the Icelandic Aviation Authority. The objective is to gather information about our visitors, their needs and expectations in order to improve visitor services in North Iceland. We would be grateful, if you could spare 5-10 minutes of your time to respond to this survey before your departure. At the gate there is a drop-off box for the completed questionnaire.

1. Gender: Male Female

2. Year of birth: _____

3. a. Country of residence:

- Denmark Germany
 Sweden Other _____

b. Postal code: _____

4. What is your level of education?

(Only tick the highest level)

- Primary school
 Secondary school
 Vocational education (trade)
 University degree

5. What is your income compared to an average income in your home country?

- Below average
 Average
 Above average
 High

6. Which airline are you travelling with today?

- Air Iceland connecting with Icelandair
 Iceland Express
 Other, which: _____

7. Is your trip to Iceland organised by:

- A friend or family member
 By a travel agent or tour operator
 Yourself
 Other: _____

8. How many nights did you stay in Iceland?

_____ nights

9. Your travel companion(s)?

(Tick more than one if appropriate)

- None
 Spouse
 Family/incl. child (ren)
- How many 18 years of age or older: _____
- How many under 18 years of age: _____
 Friends
 A travel group
 Other, who _____

10. At which airport did you arrive in Iceland?

(Only tick one)

- Akureyri Airport
 Keflavik Airport (Reykjavik)
 I didn't arrive at any airport

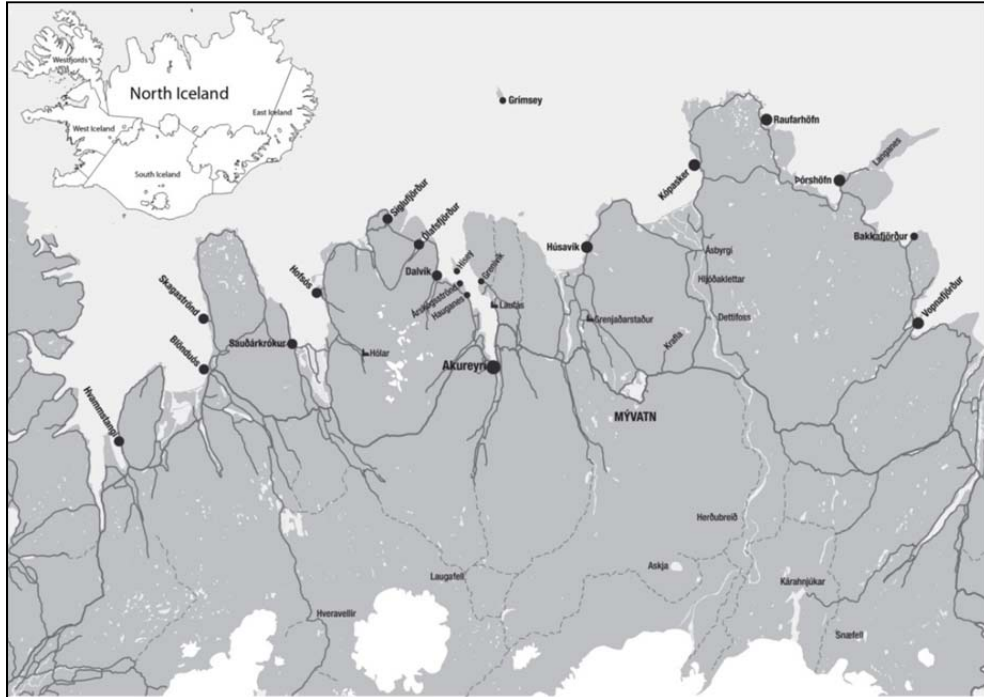
11. What is the main purpose of your visit to Iceland? (Only tick one)

- Holiday
 Visiting friends/relatives
 Business trip/education/conferences
 Events/festivals
 Other, what _____

12. Have you been to Iceland before? (Only tick one)

- Never
 Once
 2-4 times
 Over 4 times

Below are a few questions that relate to North Iceland, the area outlined on the map below.



13.a. Have you been in North Iceland before (see map)?

(Only tick one)

- Never
- Once
- 2-4 times
- Over 4 times

b. If you have been in this area, were you there during (Tick more than one if appropriate)

- Summer (June-August)
- Autumn (September-October)
- Winter (November-March)
- Spring (April-May)

14. Please tick the places/areas you have visited in North Iceland this time (see map).

- | | | | | |
|--|------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Akureyri | <input type="checkbox"/> Blönduós | <input type="checkbox"/> Herðubreið | <input type="checkbox"/> Kópasker | <input type="checkbox"/> Siglufjörður |
| <input type="checkbox"/> Árskógssandur | <input type="checkbox"/> Dalvík | <input type="checkbox"/> Hofsós | <input type="checkbox"/> Krafla | <input type="checkbox"/> Skagaströnd |
| <input type="checkbox"/> Askja | <input type="checkbox"/> Dettifoss | <input type="checkbox"/> Hólar | <input type="checkbox"/> Laugafell | <input type="checkbox"/> Varmahlíð |
| <input type="checkbox"/> Ásbyrgi | <input type="checkbox"/> Goðafoss | <input type="checkbox"/> Hrísey | <input type="checkbox"/> Mývatn | <input type="checkbox"/> Vopnafjörður |
| <input type="checkbox"/> Bakkafjörður | <input type="checkbox"/> Grenivík | <input type="checkbox"/> Húsavík | <input type="checkbox"/> Ólafsfjörður | <input type="checkbox"/> Þórshöfn |
| <input type="checkbox"/> Bakkagerði/
Borgarfjörður eystri | <input type="checkbox"/> Grímsey | <input type="checkbox"/> Hvammstangi | <input type="checkbox"/> Raufarhöfn | <input type="checkbox"/> Other _____ |
| | <input type="checkbox"/> Hauganes | <input type="checkbox"/> Hveravellir | <input type="checkbox"/> Sauðárkrókur | |

15. How many nights did you stay in North Iceland this time? _____ nights

16. What kind of accommodation did you use here in North Iceland? (Tick more than one, if appropriate)

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Camp sites | <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Youth hostel |
| <input type="checkbox"/> Farm holiday accommodation | <input type="checkbox"/> Summer house/cottage | <input type="checkbox"/> None |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse | <input type="checkbox"/> With friends and relatives | <input type="checkbox"/> Other, which _____ |

17. What mode of transportation did you use in North Iceland? (Tick more than one if appropriate)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bus (scheduled service) | <input type="checkbox"/> Scheduled ferry | <input type="checkbox"/> Tour bus |
| <input type="checkbox"/> Friend's car | <input type="checkbox"/> Scheduled flights | <input type="checkbox"/> Other, what _____ |
| <input type="checkbox"/> Rental car | <input type="checkbox"/> Taxi | |

18. Mark all aspects/activities you experienced while staying in North Iceland.

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Jeep safari (organised) | <input type="checkbox"/> Seal watching |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Local festivals/festivities | <input type="checkbox"/> Swimming pools/nature baths |
| <input type="checkbox"/> Hiking with guide | <input type="checkbox"/> Museums | <input type="checkbox"/> Trout/salmon fishing |
| <input type="checkbox"/> Hiking without guide | <input type="checkbox"/> Nightlife | <input type="checkbox"/> Whale watching |
| <input type="checkbox"/> Historical sites | <input type="checkbox"/> River rafting | <input type="checkbox"/> None of the above |
| <input type="checkbox"/> Horseback riding | <input type="checkbox"/> Sea angling | <input type="checkbox"/> Other, what _____ |

19.a. Was your trip a fully paid all inclusive package, covering travel and related services?

Yes (Please answer questions 18.b., c & d) No (go to question 19)

b. How much did you pay for your trip? _____ DKK EUR Other _____

c. Please specify the number of persons paid for _____ person(s)

d. What was included in the price? (Tick more than one, if appropriate)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Accommodation incl. meals | <input type="checkbox"/> Food and beverages (at restaurants/cafés) |
| <input type="checkbox"/> Accommodation only | <input type="checkbox"/> Recreation (e.g. admission fees sightseeing tours) |
| <input type="checkbox"/> Transport (e.g. bus/ferry fares, air fares, rental car) | <input type="checkbox"/> Other, what _____ |

If there was any other spending during your trip, please specify it in answer to question 19

20. How much money did you spend in total on the following during your stay in Iceland? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right. Estimates are appreciated).

Accommodation _____

Transport (e.g. bus/ferry fares, air fares, rental car) _____

Other transport costs (e.g. fuel, maintenance) _____

Restaurants/cafés _____

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

Recreation (e.g. admission fees, sightseeing, tours) _____

Shopping (e.g. clothing, goods) _____

Souvenirs _____

Other _____

Please specify the currency

- ISK
 DKK
 SEK
 EUR
 Other _____

Please specify the number of persons included in the spending:

_____ person(s)

21.a. How would you rate your overall experience of North Iceland? (Please tick only one box)

Excellent Above average Average Below average Poor

b. Which of the following terms capture this experience?

(Please tick only one box)

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Clean | <input type="checkbox"/> Magic | <input type="checkbox"/> Unique |
| <input type="checkbox"/> Energy | <input type="checkbox"/> Peace | <input type="checkbox"/> None of the above |
| <input type="checkbox"/> Freedom | <input type="checkbox"/> Tranquillity | <input type="checkbox"/> Other, what _____ |

22. In your opinion, what three service factors should be improved by the North Icelandic Tourist Industry?

(Please write your answers on the lines below)

1) _____ 2) _____ 3) _____

23. Which regions (other than North Iceland) have you visited

(Tick more than one, if appropriate)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> South Iceland | <input type="checkbox"/> East Iceland |
| <input type="checkbox"/> Reykjavik – capital area | <input type="checkbox"/> The highlands |
| <input type="checkbox"/> West Iceland | <input type="checkbox"/> None of the above |
| <input type="checkbox"/> Westfjords | |



24. Why did you choose to depart from Akureyri Airport?

(Tick more than one if appropriate)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Already planned by e.g. travel agency | <input type="checkbox"/> Price convenience |
| <input type="checkbox"/> Airline schedule | <input type="checkbox"/> Transfer to/from Greenland |
| <input type="checkbox"/> Location convenience | <input type="checkbox"/> Other, what _____ |

Below are a few questions about your mode of transport in Iceland and the sources of information used before or during your visit

25. a. Did you use public transport on your travel in Iceland?

Yes No (Please go to question 26)

b. How would you evaluate the services offered?

Very useful Useful Not sure Not useful Not useful at all

26. a. Did you visit any of the websites listed below for information during or before your visit: (Please tick all applicable options)

- | | | |
|--|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> www.visiticeland.com | <input type="checkbox"/> www.westfjords.is | <input type="checkbox"/> Other _____ |
| <input type="checkbox"/> www.inspiredbyiceland.com | <input type="checkbox"/> www.west.is | |
| <input type="checkbox"/> www.north.is | <input type="checkbox"/> www.south.is | |
| <input type="checkbox"/> www.east.is | <input type="checkbox"/> None (go to question 27) | |

b. How would you rate their overall usefulness in planning your trip?

Very useful Useful Not sure Not useful Not useful at all

27. What are your preferred modes of transport when travelling within a visited destination?

(Please tick as many options as needed)

- | | | | |
|---|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Private car | <input type="checkbox"/> Hiking | <input type="checkbox"/> Boating | <input type="checkbox"/> Hitch-hiking |
| <input type="checkbox"/> Public transport | <input type="checkbox"/> Biking | <input type="checkbox"/> Flying | <input type="checkbox"/> Other _____ |

28. Were you able to find your preferred mode of transport during your visit?

Perfectly Somewhat Not sure Partly Not at all

Thank you very much for participating!

Viðauki 2

Hvaða þjónustubætti mætti bæta á Norðurlandi 1

	Fjöldi svara
Accommodation	1
Advertise adventure+ comfort	1
afmærkning af vandreruter	1
Airport Check in	1
Airport check-in Akureyri	1
airport check-in very unfriendly	1
Airport transportation	1
airports	1
alles gut	1
alles super! danmen hoch ;-)	1
apne tidligere (lokale museer + iskremgard) (sennilega holtsel, HB)	1
Arrival at Akureyri Airport	1
Banking	1
barnesikring i bil/buss/taxi	1
bathrooms	1
bedre afgangsinformation vedr. ændringer	1
bedre bus, flere afgange	1
bedre campingfaciliteter (bad, kökken til gæster, osv.)	1
bedre mad	1
bedre skiltning om seværdigheder	1
bedre skiltning paa andre sprog end islandsk	1
Better equipped hotels	1
better public transport - more often	1
Better service	1
Better signposts and signs	1
Better small roads	1
better websites	1
Bike rental opportunity	1
Birding locations	1
Boat rental	1
bus	2
Bus > weekend	1
Bus helt til lufthavn	1
bus i weekenden	1
Bus routes (frequency)	1
Bus transport	1
Bus Transport, difficult to go + return from anywhere in 1 day	1
Bus verbindungen	1
buses (more of them)	1
Bussruter	1
busverbindungen	1
Busverkehr	1
Campingplatze	1
can't think of any	1

Ceaper rental cars	1
cheaper tours	1
clean	1
Cleanliness in guesthouse in Reykjavík	1
cold	1
Consistent pricing	1
constant easy air access	1
cottages	1
cruise shipping	1
Daily flights from KEF to AEY	1
descriptions in english	1
dining possibilities along the road	1
Direkte fly fra DK - hele aaret.	1
Direkte fly, om vintern	1
engelsksproget skiltning pa museer m.m.	1
everything was ok	1
everything was perfect	1
Everything was perfect	1
fastfood/cafemad	1
fint som det er	1
fishing	1
Fishing information	1
FIX ALL HOUSES	1
fix the houses	1
flere buser	1
flere hoteller	1
flere informationer paa dansk	1
flere informationstavler paa dansk	1
flere minibanker	1
Flights direct to Akureyri for longer periods, appreciate weather is a problem	1
Fly fishing lisence too expensive	1
fly forhold o. vinter	1
Food	1
food facilities	1
Free Internet Access	1
Garmin GPS navigation	1
Gas stations, more of them	1
Gravel roads!	1
guides	1
Hotel (low standard)	1
hotel ammenities	1
hotel service	1
I think it is fine for me	1
Ice hotel	1
improved signage of shops + other services.	1
Increase frequency of scheduled bus services	1

info paa engelsk	1
Info vedr. Tax-free naar man flyver direkt fra Akureyri	1
Info-tekst på engelsk	1
informasjonsskilte og tekster pa museer og lign. skal være pa engelsk, kun islandsk duer ikke.	1
Information signs	1
international skiltning	1
it's good!	1
Jeep climbing	1
keine	1
kindness	1
kiosk ved Dettifoss	1
kostvariation	1
köb af lokale produkter (lambeskind, garn)	1
Laundry in hotel?	1
Less fast food in South Iceland	1
light	1
Lower prices	1
mad(bedre)	1
mehr keine cottages zum meite	1
mere information	1
mere klar beskrivelse af tax-free refund	1
mere tid paa vandreture (til fordybelse og oplevelse)	1
more busses per day	1
more direct flights to Akureyri	1
More direct flights to Akureyri from London	1
more english on signs	1
more info in swedish	1
more intern(ational)-flights from Akureyri!!!	1
more places where to eat in the remote areas	1
more restaurants, busy period	1
More shelf space in hotel bathrooms	1
mulighed for shopping	1
multi-language signs	1
museer's aabningstider i Akureyri	1
Music events	1
Mývatn hlid hostel	1
mærker paa vandreruter	1
n/a	1
N/A	1
nature tourism	1
NIC	1
no suggestions, all good.	1
none	1
None	2
none, all v. good	1
Not Applicable	1

Nothing, I am happy with all the services	1
offentlig bus hele ugen incl. week-end.	1
offentlig transport	1
ok	2
oplysning	1
p-pladser langs vejer	1
prices of food and in general	1
Prisniveauet	1
public toilets	1
public transport	2
Public transport	2
Public transport!!! It's a mess!	1
put toilets on every resting places and attractions	1
restaurant	1
Roadsigns, maybe	1
Route 1 should be NO Gravel!	1
servicen	1
Shuttle to airport (Akureyri)	1
Signage	1
Skilte	1
skilting paa andet end islandsk	1
Skraldespande	1
skrifter: museer, pa et internationalt sprog f.eks engelsk.	1
skriv pa engelsk	1
Snobbede ekspedienter	1
Souvenirs	1
större variation af maden.	1
tekste paa engelsk	1
text paa engelsk og dansk f.ex. paa museum	1
This is sparta!	1
tilstedeværelse af flere dyr	1
translate the signs in english	1
Transportation	1
Travelspots-toilet	1
turist information paa UK & tysk	1
udbredelse af information om lokale intressante steder, som varme kilder, topper man kan vandre til.	1
Unterkunft	1
vandre-ruter	1
vegetarmad	1
Vejene	2
Vogelbeobachtungen	1
wider availability of maps for walking	1
Åbningstider på museer/seværdigheder	1

Hvaða þjónustubætti mætti bæta á Norðurlandi 2

	Fjöldi svara
:(BAN WHALING!	1
Accessible	1
accessible bike rental in Akureyri	1
Accomodation	1
Airline	2
airport service	1
baad til grimsey alle dage	1
bedre bus	1
bedre guidning	1
better maps for walking	1
Better petrol pumps	1
better public transport	1
Better transport links Isafjörður -> Akureyri.	1
Bus Transport	1
Buss til flyplassen	1
Busse	1
Bussen	1
bustider	1
cars	1
cheaper prices in general	1
connection bus-plane	1
fast food restaurant	1
flere engelske tekster ved seværdigheder	1
flere skraldespande	1
flottere fiskebyer	1
free guidebooks on the aeroplane	1
guidene mere informative	1
hotelstandard	1
höyere uttaksgrense	1
ice	1
information plates	1
islandsk madkultur	1
kiosk ved Dettifoss	1
lake fishing	1
Marina for yachts	1
Mere dansk info	1
more detailed maps	1
more instructions/roadsigns on roads	1
more scenic stops on roads	1
More staff at airport	1
more uniform dark shades in rooms	1
museums	1
Names of places	1
no buses mývatn-Akureyri in the mornings :(1

off. transport mulighed	1
offentlige busser i weekend-en	1
og dansk	1
ok	1
opening hours	1
Perfect place	1
prices	1
Pris paa alkohol	1
prisen paa alkohol	1
Public service	1
put garbage pan at resting places and attractions	1
quantity of food in hotels	1
Restaurant	1
roads	1
room temperature	1
shops closer	1
Skiltning om åbningstider	1
skiltning paa andre sprog	1
Street cleanliness	1
Tackle shops	1
transport til vandreruter	2
Transport(bus)	1
Vista points	1
wellness	1
wider availability of gas for camping	1
winter sports	1

Hvaða þjónustupætti mætti bæta á Norðurlandi 3

Fjöldi svara

bedre offentlig trafik	1
betre service	1
Bus Transport!	1
complete information about VAT refund	1
english explanations	1
flere engelske tekster paa flymuseum	1
good facilities	1
Hello!	1
how to find guesthouses not on major websites	1
kommunikation (ikke saa godt engelske svært at forstaa)	1
kunstaandværk- mulighed for køb.	1
Late opened bars and restaurants	1
madniveu	1
make it more economic	1
more info of North Iceland on Reykjavik and on Keflavik	1
more open store hours	1
more tourist options	1

not easy to rent a salt water boat	1
offers and coupons in the guidebook	1
ok	1
party every night	1
population	1
Price rental car	1
Pris paa laksfiskeri	1
prisen paa laksefiskeri	1
slow motion of staff (tax free)	1
special requests for food (f.ex. gluten-free)	1
Strucutred (eiithvað) check in	1
större vild dgre liv	1
too many sticky wickets	1
transport/infrastructure	1
wider availability of compasses, all 3 of these were difficult to obtain outside Akureyri	1



**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

DESEMBER 2012