



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA



# Skemmtiferðaskip á Akureyri

Könnun meðal farþega 2018

Þórný Barðadóttir  
2019

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2019

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

Titill: Skemmtiferðaskip á Akureyri: Könnun meðal farþega 2018  
Höfundur: Þórný Barðadóttir  
Verkefnið var styrkt af Akureyrarstofu

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála

Númer: RMF-S-02-2019  
ISBN: 978-9935-437-93-8  
ISSN: 1670-8857

Forsíðumynd: Fyrirlögn spurningalista meðal farþega skemmtiferðaskipa við Akureyrarhöfn 2018 © Þórný Barðadóttir

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

## FARÞEGAKÖNNUN VIÐ AKUREYRARHÖFN 2018

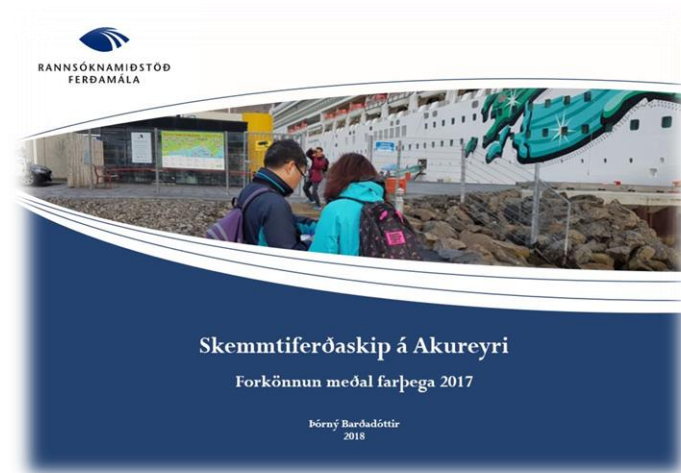
### INNGANGUR

Umferð skemmtiferðaskipa hefur aukist mikið á heimsvísu undanfarin ár og er greinin gjarnan tilgreind sem einn þeirra anga alþjóðlegrar ferðaþjónustu sem er í hvað mestum vexti (sjá t.d. Dowling og Weeden, 2017). Hér við land hefur árlegur fjöldi skemmtiferðaskipa og farþega farið sívaxandi undanfarin ár (Mælaborð, e.d.) auk þess sem móttökuhöfnum skipa hefur fjölgað á allra síðustu árum (Þórný Barðadóttir, 2017).

Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur undanfarin ár beint rannsóknnum sínum að umfangi þjónustu og áhrifum af auknum komum skemmtiferðaskipa til landsins. Einn liður í þeirri þekkingaröflun var viðtalsrannsókn meðal þjónustuaðila skemmtiferðaskipa (Þórný Barðadóttir, 2017) auk þess sem áður hafði verið reynt að meta raunveruleg efnahagsleg áhrif af komum skemmtiferðaskipa (Edward H. Huijbens og Kristinn Berg Gunnarsson, 2014).

Sumarið 2017 réðst RMF í framkvæmd forkönnunar meðal farþega skemmtiferðaskipa á Akureyri. Meginmarkmiðið var þá að skoða hvort og hvernig best mætti ná til farþega og fá þá til að svara spurningakönnun. Niðurstaða forkönnunarinnar var að vel gekk að ná til farþeganna og að könnun sem þessi væri vel framkvæmanleg. Samantekt sem greindi frá helstu niðurstöðum var gefin út í árslok 2018 (Þórný Barðadóttir, 2018).

Í framhaldinu var ráðist í framkvæmd könnunar meðal farþega skemmtiferðaskipa á Akureyri sumarið 2018 og greinir samantektin hér frá helstu niðurstöðum hennar. Í viðauka samantektarinnar eru töflur sem sýna niðurstöður út frá bakgrunni svarenda auk marktækar niðurstaðna eftir því sem við á.



Mynd 1. Samanteknar niðurstöður forkönnunar 2017 - forsíða  
© Rannsóknamiðstöð ferðamála

Starfsmönnum Akureyrarhafnar eru færðar þakkir fyrir veitta aðstoð og aðstöðu. Lilja Rögnvaldsdóttir á Rannsóknasetri HÍ á Húsavík og Pálmar Þorsteinsson á Hagstofu Íslands fá þakkir fyrir aðstoð við framsetningu spurningalista og túlkun niðurstaðna og Helga Einarsdóttir Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri og RMF fyrir tölulega úrvinnslu. Síðast en ekki síst fá spýrlar RMF, Aðalheiður Anna Atladóttir, Valeriya Posmitnaya og Natasja Qvist Flavet þakkir fyrir þeirra góðu vinnu. Sérstakar þakkir fá Valeriya, Lera fyrir umsjón fyrirlagnar og Natasja fyrir hennar stóra þátt í jafnt undirbúningi, framkvæmd sem og úrvinnslu könnunarinnar.

Könnunin var unnin með styrk frá Akureyrarstofu.



## EFNISYFIRLIT

Inngangur .....	1
Myndaskrá .....	3
Aðferð og framkvæmd .....	4
Niðurstöður .....	5
Upplýsingar um svarendur .....	5
Ferðamáti til landsins .....	6
Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu .....	7
Athafnasemi í landlegu .....	8
Skipulögð afþreying í landi .....	9
Upplýsingaleit .....	11
Upplýsingaleit og kaup á skipulögðum ferðum .....	12
Ánægja með viðkomu á Akureyri .....	13
Endurkoma .....	14
Útgjöld .....	15
Hápunktur viðkomu á Akureyri .....	16
Opin ummæli svarenda .....	17
Samantekt .....	18
Heimildir .....	20
Viðaukar: Niðurstöðutöflur .....	21



Mynd 2. Spyrill RMF við fyrirlögn lista við Akureyrarhöfn 2018  
© Þórný Barðadóttir



## MYNDASKRÁ

Mynd 1. Samanteknar niðurstöður forkönnunar 2017 - forsíða .....	1
Mynd 2. Spyrill RMF við fyrirlögn lista við Akureyrarhöfn 2018 .....	2
Mynd 3. Spyrjar RMF að störfum við Akureyrarhöfn 2018. ....	3
Mynd 4. Farþegi og spyrill RMF við svörum spurningalista 2018 .....	4
Mynd 5. Grunnupplýsingar um svarendur .....	5
Mynd 6. Hvernig ferðaðist þú til Íslands?.....	6
Mynd 7. Hver er helsta ástæða þess að þessi sigling var valin? .....	7
Mynd 8. Hvað aðhafðist þú í viðkomunni á Akureyri? .....	8
Mynd 9. Keyptir þú skipulagða ferð í viðdvölinni á Akureyri? .....	9
Mynd 10. Hvenær gekkstú frá kaupum á skipulagðri ferð? .....	10
Mynd 11. Hvers vegna keyptir þú ekki skipulagða ferð?.....	10
Mynd 12. Hvar leitaðir þú upplýsinga um Ísland? .....	11
Mynd 13. Upplýsingaleit um Ísland: samanburður út frá kaupum á skipulagðri ferð .....	12
Mynd 14. Hversu ánægð(ur)/óánægð(ur) ertu með viðdvölinna á Akureyri?.....	13
Mynd 15. Hversu líklegt er að þú munir mæla með Akureyri sem áfangastað? .....	13
Mynd 16. Hversu líklegt er að þú heimsækir Ísland á ný?.....	14
Mynd 17. Líklegur ferðamáti í endurtekinni heimsókn til Íslands? .....	14
Mynd 18. Meðalútgjöld farþega .....	15
Mynd 19. Orðaský sem sýnir það sem hæst bar hjá svarendum.....	16
Mynd 20. Orðaský sem sýnir vægi opinna athugasemda svarenda .....	17
Mynd 21. Spurningalistum svarað við Akureyrarhöfn 2018.....	18
Mynd 22. Stór skipadagur á Akureyri, ágúst 2018 .....	19



Mynd 3. Spyrjar RMF að störfum við Akureyrarhöfn 2018.  
© Þórný Barðadóttir



## AÐFERÐ OG FRAMKVÆMD

Markmið farþegakönnunar sumarið 2018 var að afla upplýsinga um ferðahegðun, ákvarðanir og útgjöld farþega sem sækja Ísland heim.

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

Í aðdraganda könnunar sumarið 2018 var spurningalistinn endurskoðaður og orðalag spurninga umorðað til að svörin gætu verið samanburðarhæf við kannanir meðal landferðamanna hérlendis. Það átti ekki hvað síst við um spurningar sem tóku til upplýsingaleitar og afþreyingar farþega í landi. Að auki var horft til opinna athugasemda svarenda sumarið 2017.

Við útfærslu spurninga um útgjöld farþega var horft til framsetninga spurninga í svæðisbundnum útgjaldakönnunum sem RMF og Rannsóknasetur HÍ á Húsavík hafa staðið fyrir undanfarin ár (sjá t.d. Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2015; 2018).

Forkönnunin sýndi að vel gafst að bjóða spurningalistana á ensku og þýsku og var því fyrirkomulagi haldið við fyrirlögn könnunar sumarið 2018. Þá var haldið því lagi við framkvæmd könnunar að spyrjar komu sér fyrir við öryggishlið um 2,5 tímum fyrir auglýsta brottför, en ferðaáætlun skipa má sjá á vef Hafnarsamlags Norðurlands (Hafnarsamlag, e.d.). Með því var hægt að spyrja farþega hvað þeir hefðu gert í heimsókn sinni frekar en að spyrja hvað þeir hefðu hug á að gera.



Mynd 4. Farþegi og spyrill RMF við svörun spurningalista 2018  
© Þórný Barðadóttir

Hafist var handa við gagnaöflun í júlíbyrjun 2018 og stóð hún yfir fram í september. Þá hafði verið safnað 493 listum. Þar af voru 36 frá áhafnar meðlimum sem skilgreindir eru sem starfsmenn en ekki dægurgestir (Eurostat, 2014) og eru svör þeirra því ekki greind með í niðurstöðum auk þess sem 8 listar reyndust ekki uppfylla skilyrði til úrvinnslu.

Hér verður því gerð grein fyrir niðurstöðum 449 farþega sem svöruðu spurningalistum RMF við brottför þeirra frá Akureyrarhöfn. Ekki var öllum listum svarað í heild en sjá má fjölda svara við hverri spurningu (N) á niðurstöðutöflum í viðauka samantektarinnar.



## NIÐURSTÖÐUR

### UPPLÝSINGAR UM SVARENDUR

Við fyrirlögn spurningalista sumarið 2018 fengust svör frá 449 farþegum og eru bakgrunnsupplýsingar þeirra teknar saman á mynd 5.

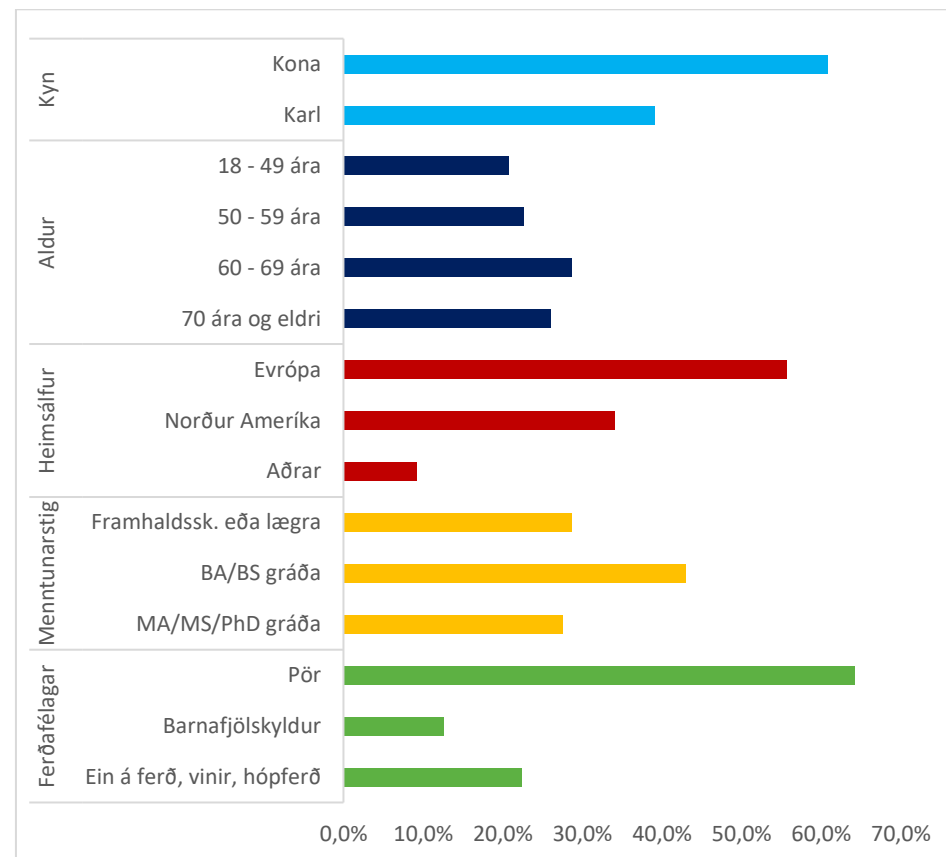
Konur voru 61% svarenda á móti 39% karla. Einungis tveir svarendur völdu svarmöguleikann *annað* við spurningu um kyn og því ekki unnt að greina svör þeirra sérstaklega.

Meðalaldur svarenda reyndist 59 ár. Í úrvinnslu var svarendum skipt upp í fjóra nokkuð jafna aldursflokka. Flestir falla í aldursflokkinn 60-69 ára (29%) en fæstir í yngsta aldursflokkinn (21%) þrátt fyrir að þar séu teknir saman allir svarendur frá 18 að 49 ára aldri.

Flestir komu frá Evrópu (56%) og Norður Ameríku (34%). Samanlagt hlutfall íbúa annarra heimsálfa var innan við 10% og eru svör þeirra því sett saman í einn flokk, *aðrar* [heimsálfur].

Flestir höfðu lokið háskólanámi eða 72%. Þar af höfðu 29% lokið framhaldsprófi úr háskóla. 28% voru með framhaldsskólapróf eða lægra menntunarstig.

Langflestir svarenda reyndust ferðuðust í þörum (64%, e. *spouse, girlfriend, boyfriend*) meðan þeir sem ferðuðust með börnum innan 18 ára töldu innan við 13% og eru hér flokkaðir í hópinn barnafjölskyldur. Einir á ferð töldust innan við 3% sem var of lágt hlutfall fyrir nánari greiningu. Þá reyndust flestir þeirra sem sögðust ferðast með vinum einnig hafa merkt við valkostinn hóp og því var niðurstaðan sú að setja þessa þrjá flokka saman (22%) í greiningu svara.



Mynd 5. Grunnupplýsingar um svarendur



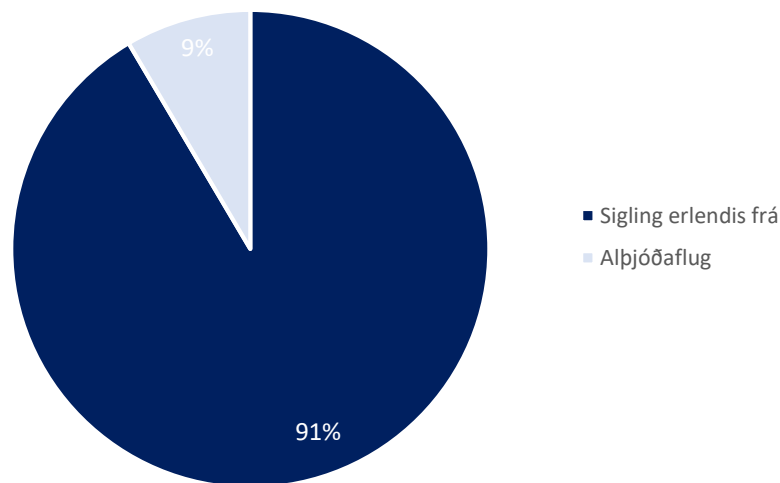
## FERÐAMÁTI TIL LANDSINS

Nokkur hluti farþega, eða 9% hafði komið til landsins með alþjóðaflugi og farið um borð í viðkomandi skip í Reykjavík (mynd 6).

Þegar niðurstöðurnar eru skoðaðar út frá bakgrunni svarenda kemur í ljós að 22% Norður Ameríkana komu með flugi til landsins og 12% íbúa annarra heimsálfa, en Evrópubúar komu allir komið til landsins með viðkomandi skipi.

Hlutfall þeirra sem ferðuðust með flugi var lægst í yngsta aldurshópnum (2%) en hæst í elsta aldurshópnum (15%). Hlutfall þeirra sem komu með flugi var jafnframt lægst meðal þeirra sem hafa lægst menntunarstig (2%) en hæst í hópi þeirra með hæsta menntunarstigið (12%).

Engin þeirra sem ferðaðist með barn eða börn undir 18 ára kom til landsins með flugi en 10% þessa og 12% flokksins *einir/vinir/hópur* komu flugleiðina til landsins og lögðu upp í siglingu með viðkomandi skipi frá Reykjavíkurböfn.



Mynd 6. Hvernig ferðaðist þú til Íslands?





## ÁSTÆÐA FYRIR VALI Á VIÐKOMANDI SIGLINGU

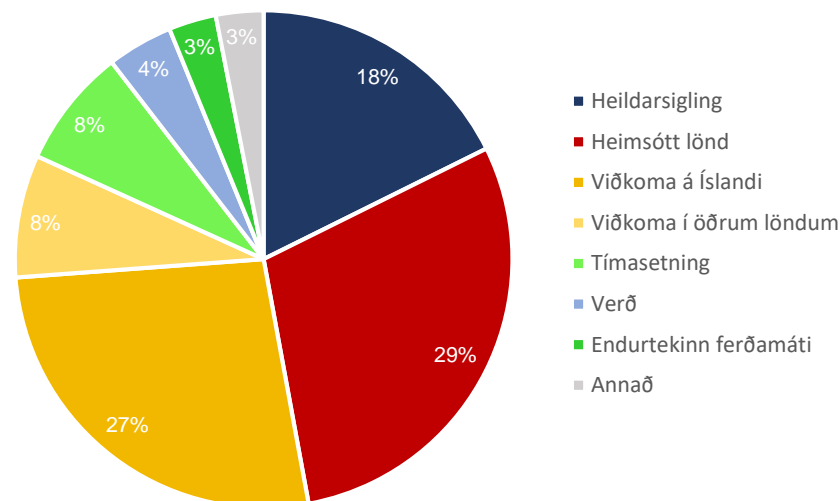
Tæpur þriðjungur svarenda sagðist hafa valið siglinguna sem þeir voru í, vegna landa á viðkomuleið skipsins og nánast sama hlutfall sagði viðkomandi siglingu hafa orðið fyrir valinu vegna viðkomunnar á Íslandi (mynd 7). Þá tilgreindi tæpur fjórðungur siglinguna í heild sem helstu ástæðu fyrir vali á viðkomandi siglingu.

Ekki kom fram mikill munur á svörum út frá bakgrunni svarenda. Þó voru Evrópubúar helst á því að heimsótt lönd væri helsti áhrifavaldurinn fyrir vali á viðkomandi ferð á meðan tæplega 32% íbúa annarra heimsálfa svöruðu því til. Þeir síðarnefndu sýna hins vegar hæsta hlutfall þess að *viðkoma á Íslandi* hafi haft áhrif á val á siglingu (66%) meðan Íslandsheimsókn hafði mun minni áhrif á ákvörðun Norður Ameríkana (44%) og Evrópubúa (50%).

Valkosturinn *heildarsiglingin* var sjaldnast valinn af Evrópubúum (23%) og barnafjölskyldum (24%) en oftast af íbúum Norður Ameríku (46%) og svarenda á sjötugsaldri (36%).

*Tímasetning* siglingar hefur helst ráðið einhverju meðal svarenda með hæst menntunarstig (21%) en síst meðal íbúa annarra heimsálfa (7%).

*Verð* virðist ekki hafa ráðið miklu um val svarenda á siglingu. Hæst var svörunin meðal íbúa annarra [heimsálfa] og þeirra hæst menntunarstig (12%) en lægst meðal þeirra sem ferðast einir, með vinum og/eða í hópferð (2%). Síðasttaldi hópurinn sýndi jafnfram hæst hlutfall þeirra sem sögðu *aðrar ástæður* en gefna svarmöguleika hafa ráðið mestu um val á siglingu eða rétt rúm 11%, meðan enginn svarenda íbúa annarra [heimsálfa] merkti við þann valkost.



Mynd 7. Hver er helsta ástæða þess að þessi sigling var valin?



## ATHAFNASEMI Í LANDLEGU

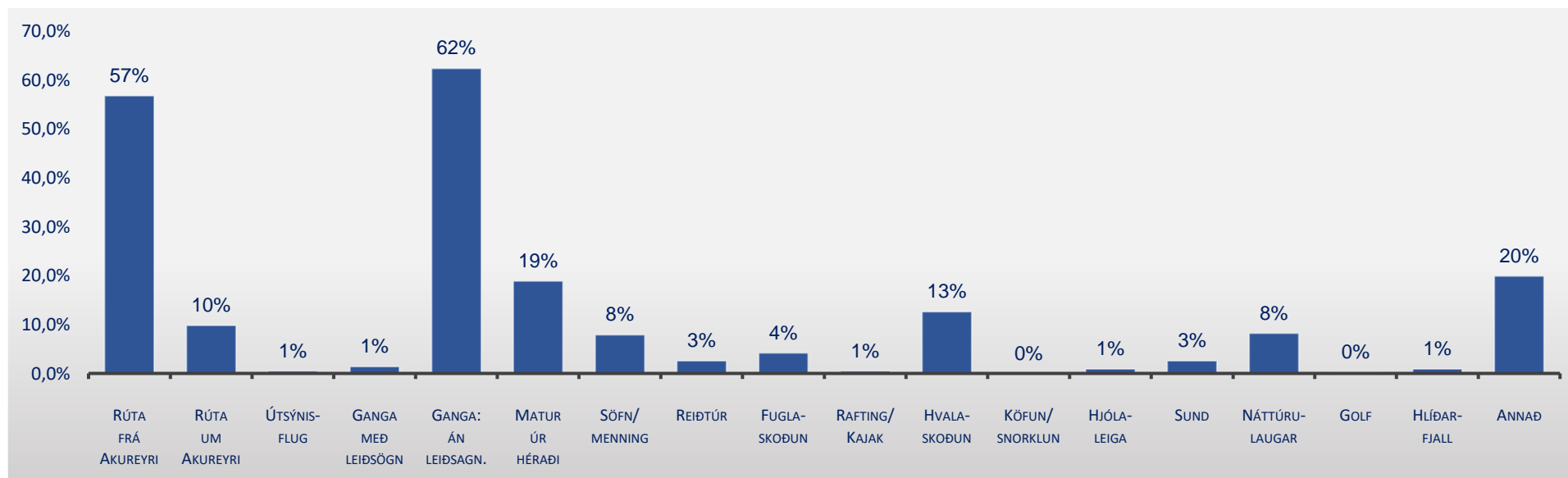
Við spurningu um það hvað svarendur hafi tekið sér fyrir hendur í viðkomunni á Akureyri, voru gefnir voru 17 valkostir svara. Þar var hægt að velja fleiri en einn valkost sem þýðir að í niðurstöðum fer samanlögð heild yfir 100% (mynd 8).

Rúm 77% svarenda höfðu farið í skipulagða rútuferð, þar af 57% frá Akureyri og 10% innanbæjar. Flestir sögðust þó hafa farið í göngu án leiðsagnar (62%) meðan einungis 1% svarenda merkti við valkostinn ganga með leiðsögn. Fimmtungur hafði smakkað á mat úr héraði og 13% höfðu farið í hvalaskoðun. Þá merktu 8% við valkostina söfn/menning annars vegar og náttúruleugar hinsvegar. Þá sagðist fimmtungur svarenda hafa tekið sér annað fyrir hendur en gefnir valkostir gáfu upp. Í athugasemdum var þar oftast skráð heimsókn í Lystigarð og Akureyrarkirkju.

Evrópubúar (49%) sýndu lægri svörum rútuferða út frá Akureyri en Norður Ameríkanar (67%) og mun lægri en íbúar annarra heimsálfa (73%). Þá voru rútuferðir sjaldnast valdar af yngsta aldurshópnum (36%) en oftast af fólki á sjötugsaldri (67%) meðan á hópur sýndi lægsta svörum göngu án leiðsagnar (57%) þar sem svarendur á sextugsaldri sýndu hæsta svörum (68%).

Barnafjölskyldur höfðu síður farið í rútuferðir út úr bænum (43%) en pör (60%) og aðrir flokkar (57%), en þær höfðu hins vegar oftast farið í hvalaskoðun (21%) en pör (12%) og aðrir ferðalangar (9%).

Einungis 3% svarenda á sextugsaldri hafði notið safna og menningar en 11% svarenda á sjötugsaldri. Þá hafði enginn í elsta aldurshópnum farið í reiðtúr meðan 8% yngsta aldurshópsins hafði gert það.



Mynd 8. Hvað aðhafðist þú í viðkomunni á Akureyri?



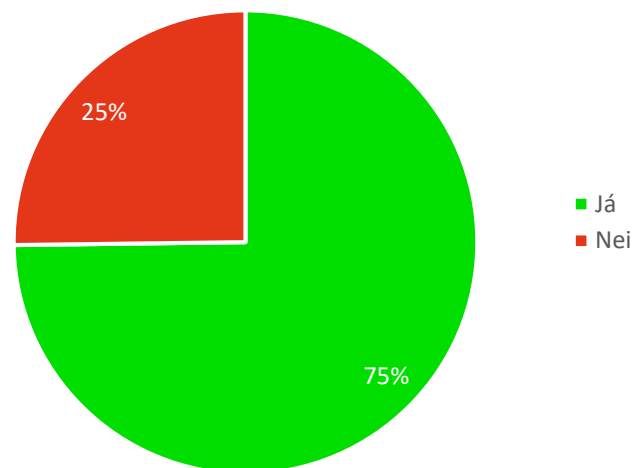
## SKIPULÖGÐ AFÞREYING Í LANDI

Rétt tæp 75% svarenda hafði keypt skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri (mynd 9).

Ekki kom fram allur munur á svörun eftir bakgrunni svarenda.

Þó var svörun um kaup á skipulagðri ferð hæst meðal Norður Ameríkana, eða 81%, meðan 72% Evrópubúa og 75% íbúa annarra heimsálfa sögðust hafa farið í skipulagða ferð í viðdvöl sinni á Akureyri.

Íbúar á sjötugsaldri (79%) höfðu oftari farið í skipulagða ferð en yngsti aldurshópurinn (70%), meðan mjög lítil munur sást út frá því með hverjum svarendur ferðuðust. Hæst var hlutfallið meðal þeirra sem ferðuðust einir, með vinum og/eða í hóp (77%) en lægst meðal barnafjölskyldna (73%).



Mynd 9. Keyptir þú skipulagða ferð í viðdvölinni á Akureyri?



### KAUP Á SKIPULAGÐRI FERÐ

Tæpur helmingur þeirra sem keypti skipulagða ferð í landlegunni á Akureyri, hafði gengið frá kaupunum af viðkomandi skipafélagi auk þess sem tæpur þriðjungur sagði skipulagða afþreyingu hafa verið hluta af heildarferðalagi (mynd 10).

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

Umtalsverður munur sást á kauphegðun út frá búsetu. Meðan einungis rúm 6% Evrópubúa hafði keypt afþreyingu beint af ferðaþjónustuaðilum, var hlutfallið 16% meðal íbúa Norður Ameríku og 24% meðal íbúa annarra heimsálfa.

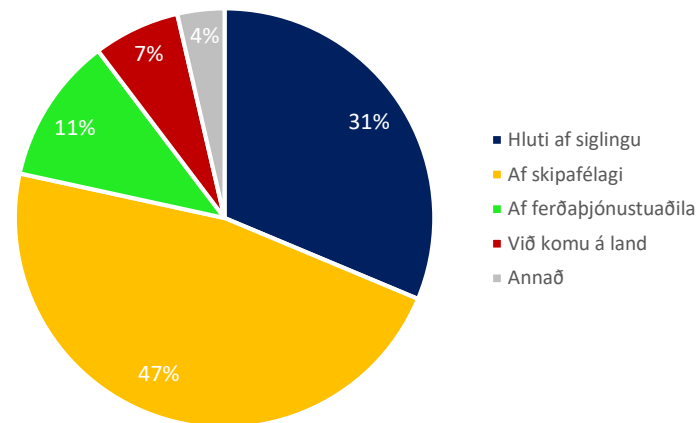
### SKIPULÖGÐ FERÐ EKKI KEYPT

Þegar spurt var um ástæðu þess að ekki hafði verið keypt skipulögð ferð í viðdvölinni á Akureyri, svaraði rúmur fjórðungur svarenda því til að allar ferðir hafi verið of dýrar meðan tæpur fjórðungur sagðist hafa viljað vera út af fyrir sig. Fáir merktu við aðra svarmöguleika og rúmur þriðjungur sagði ástæðuna vera aðra en gefna valkosti (mynd 11).

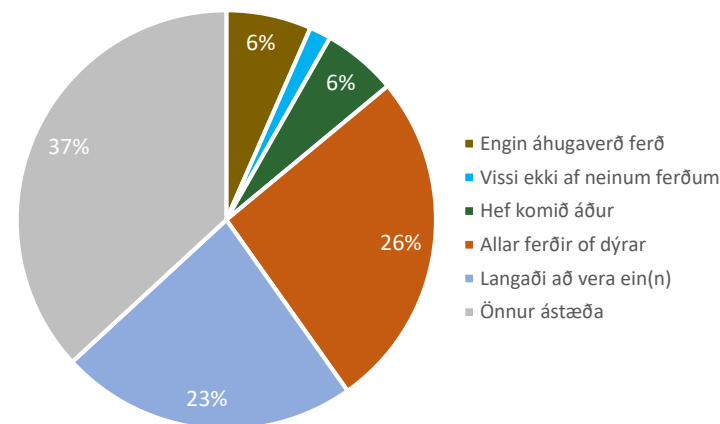
Yngsti aldurshópurinn var helst á því að hátt verð hefði komið í veg fyrir kaup (45%) meðan elsti aldurshópurinn var mun síður á því (16%). Evrópubúar (40%) voru mun líklegri til að setja verðið fyrir sig en íbúar íbúar Norður Ameríku (12%) og nokkuð líklegri en íbúar annarra heimsálfa (29%)

Yngsti aldurshópurinn sagðist ekki hafa fundið áhugaverða ferð (14%) mun oftast en elsti aldurshópurinn (5%) og raunar gaf enginn svarenda á sjötugsaldri þá skýringu.

Evrópubúar sögðust oftast hafa viljað vera einir (37%) meðan einungis 7% Norður Ameríkana gáfu þá ástæðu fyrir því að hafa ekki keypt skipulagða ferð í landi.



Mynd 10. Hvenær gekkstú frá kaupum á skipulagðri ferð?



Mynd 11. Hvers vegna keyptir þú ekki skipulagða ferð?



## UPPLÝSINGALEIT

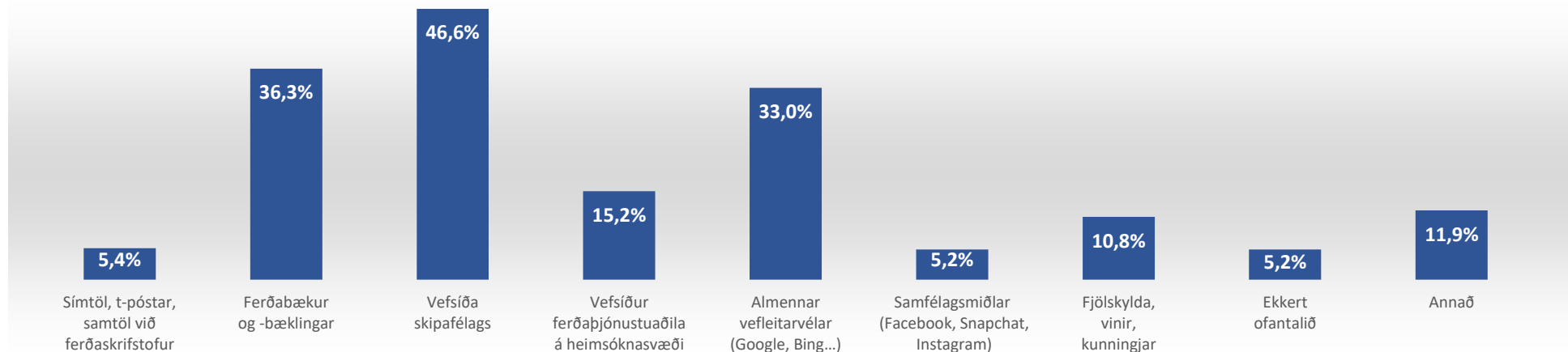
Farþegar voru spurðir að því hvar þeir hefðu leitað upplýsinga um Ísland og gátu valið alla þá flokka sem við áttu. Það þýðir að samanlögð svörun fer vel yfir 100% (mynd 12).

Flestir höfðu leitað upplýsinga á vefsíðum viðkomandi skipafélags (47%) meðan rúmur þriðjungur hafði skoðað ferðabækur- og bæklinga og þriðjungur notað almennar vefleitarvélur svo sem Google, Bing og Yahoo.

Einungis 5% höfðu notað samfélagsmiðla til upplýsingaleitar eða sama hlutfall og nýtti símtöl, viðtöl og tölvupósta til ferðaskrifstofa. Leit á samfélagsmiðlum, það er Facebook, Snapchat, Instagram o.s.frv. var hins vegar hæst meðal yngsta aldurshópsins (9%) og lægst meðal svarenda á sjötugsaldri (2%), meðan það var helst elsti aldurshópurinn sem notaðist við persónuleg samskipti við ferðaskrifstofur (7%) en síst yngsti aldurshópurinn (4%).

Nokkur hluti svarenda (15%) hafði leitað upplýsinga á vefsíðum ferðapjónustuaðila á heimsóknasvæði. Hlutfallið þar var hæst meðal yngsta aldurshópsins (24%) en lægst meðal elsta aldurshópsins (8%). Þá höfðu barnafjölskyldur (21%) og þeir sem voru einir á ferð, í hópferð og með vinum (19%) frekar leitað upplýsinga hjá ferðapjónustuaðilum á heimsóknarsvæðum en þör (13%).

Barnafjölskyldur höfðu oftast leitað upplýsinga hjá eigin tengslaneti, það er fjölskyldu, vinum og kunningjum (19%) en síst íbúar annarra [heimsálfa] (7%).



Mynd 12. Hvar leitaðir þú upplýsinga um Ísland?



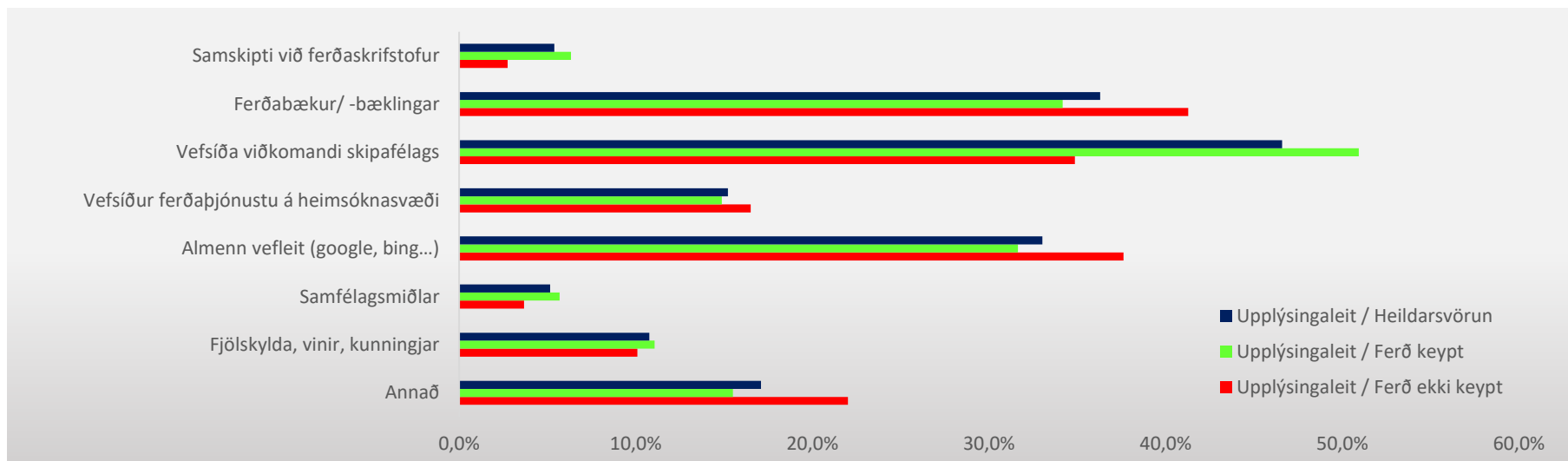
## UPPLÝSINGALEIT OG KAUP Á SKIPULÖGÐUM FERÐUM

Upplýsingaleit farþega um Ísland fyrir siglingu voru keyrðar saman við niðurstöður um kaup á skipulögðum ferðum í viðkomu á Akureyri og líkt og sjá má á mynd 13, kemur þar fram ákveðinn munur.

Bláu súlurnar sýna heildarsvörun könnunar um upplýsingaleit fyrir Íslandsferð. Grænu súlurnar sýna upplýsingaleit þeirra sem keyptu skipulagða ferð í viðkomunni á Akureyri en rauðu súlurnar sýna upplýsingaleit þeirra sem það gerðu ekki.

Þeir sem keyptu skipulagða ferð í landi leituðu upplýsinga á vef viðkomandi skipafélags umfram heildarsvörun og langt umfram þá sem ekki keyptu afþreyingu á Akureyri. Þeir sem ekki keyptu afþreyingu nýttu ferðabækur og –bæklinga sem og almenna vefleit mun meira en heildarsvörun og nokkuð meira en sjá mátti meðal þeirra sem keyptu skipulagða ferð.

Hvað varðar leit á vefsíðum ferðabjónustuaðila á heimasvæði og upplýsingaleit í eigin tengslaneti, þ.e. meðal fjölskyldu, vina og kunningja, þá sýnir myndin að lítil munur kemur fram á hópunum þremur.



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



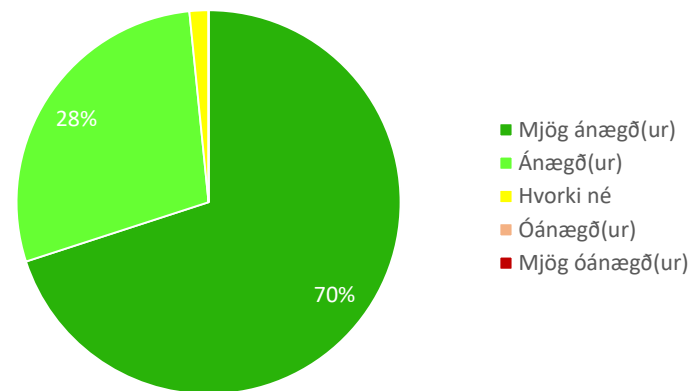
## ÁNÆGJA MEÐ VIÐKOMU Á AKUREYRI

Mikil ánægja var meðal svarenda með viðkomu þeirra á Akureyri (mynd 14).

Samtals voru 98% gesta ánægð eða mjög ánægð með viðvölinu. Enginn sagðist óánægður hvað þá mjög óánægður en innan við 2% sögðust hvorki ánægð né óánægð.

Það var helst að einhverju munaði á því hvort svarendur segðust ánægðir eða mjög ánægðir.

Konur sögðust oftast mjög ánægðar (74%) en karlar (65%) meðan karlar sögðust oftast ánægðir (33%) en konur (21%). Eins var elsti aldurshópurinn oftast mjög ánægður með heimsóknina (77%) en sá yngsti (63%) og út frá búsetu voru íbúar Norður-Ameríku oftast mjög ánægðir (73%) en ánægðir (22%) meðan því var öfugt farið meðal Evrópubúa (65% mjög ánægðir, 32% ánægðir).

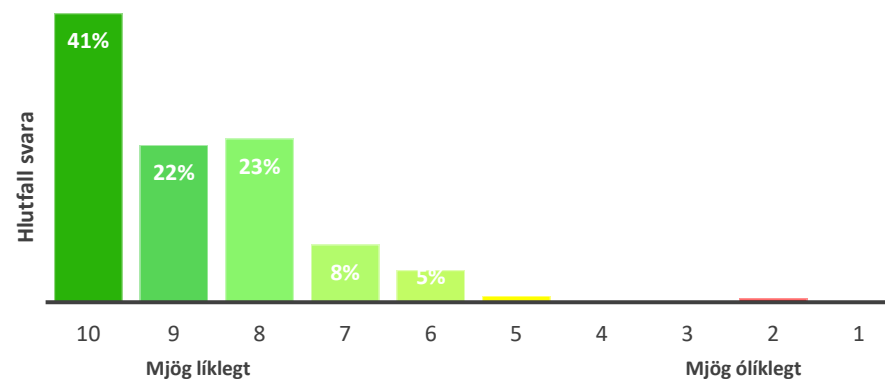


Mynd 14. Hversu ánægð(ur)/óánægð(ur) ertu með viðvölinu á Akureyri?

### LÍKINDI MEÐMÆLA

Mikill meirihluti svarenda taldi líklegt að þeir myndu mæla með Akureyri sem áfangastað (mynd 15).

Það voru einungis sárafáar barnafjölskyldur sem gáfu einkunnina 2 (af 10). Þá voru það helst íbúar annarra heimsálfa en Evrópu og Norður Ameríku sem gáfu einkunnina 5 og 6 um líkindi þess að mælt yrði með Akureyri sem áfangastað. Engu að síður gaf svo rúmur helmingur þeirra einkunnina 10 (54%) á móti 40% Evrópubúa og 44% íbúa Norður Ameríku, þar sem svör þeirra síðartöldu dreifðust nokkuð jafnt yfir einkunn 8 til 10.



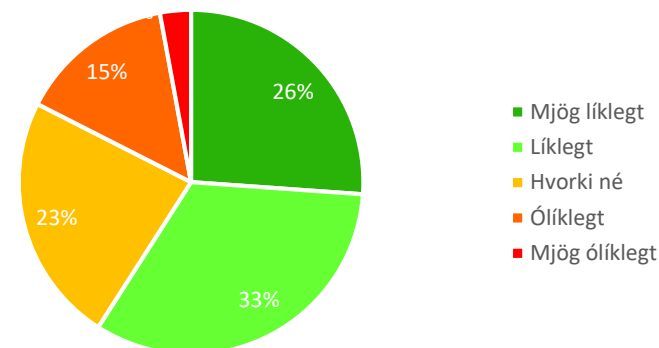
Mynd 15. Hversu líklegt er að þú munir mæla með Akureyri sem áfangastað?



## ENDURKOMA

Yfir 60% svarenda taldi líklegt eða mjög líklegt að þeir myndu heimsækja Ísland á ný, meðan 17% sögðu það ólíklegt eða mjög ólíklegt (mynd 16).

Hlutfall þeirra sem töldu það líklegt eða mjög líklegt að þeir heimsæki Ísland á ný var hæst í yngsta aldurshópnum (73%) meðan það voru helst þeir sem annars vegar tilheyrðu elsta aldurshópnum (34%) og hins vegar þeir sem fjærst búa Íslandi, það er íbúar annarra [heimsálfa] (24%) sem töldu ólíklegt eða mjög ólíklegt að þeir kæmu aftur til Íslands.



Mynd 16. Hversu líklegt er að þú heimsækir Ísland á ný?

## LÍKLEGUR FERÐAMÁTI VIÐ ENDURKOMU

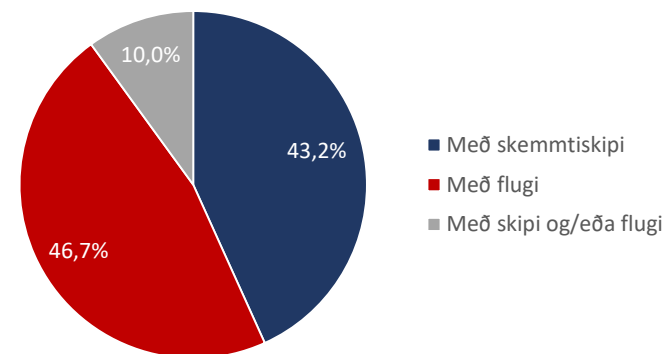
Svarendur sem töldu líklegt eða mjög líklegt að þeir kæmu aftur til landsins voru beðnir um að taka afstöðu til þess hvort þeir teldu líklegra að þeir kæmu næst með skemmtiferðaskipi eða með alþjóðaflugi (mynd 17).

Íbúar Norður Ameríku töldu líklegra að næst myndu þeir koma með flugi (51%) en íbúar annarra svæða skiptust nokkuð jafnt í þá sem myndu koma með flugi annars vegar og með skipi hins vegar (um 40%).

Rúmur helmingur yngsta aldurshópsins taldi líklegt að við næstu heimsókn yrði flug fyrir valinu meðan 52% svarenda á sjötugsaldri sagðist aftur myndi velja siglingu.

Svarendur með framhaldsskólapróf eða lægra menntunarstig sýndu hæsta svörun við val á siglingu í næstu heimsókn (61%) meðan ríflega helmingur svarenda með framhaldspróf úr háskóla taldi líklegt að næst yrði ferðast til landsins með flugi.

Það voru hins vegar barnafjölskyldur sem sýndu hæsta svörun allra hópa varðandi val á flugi í næstu heimsókn (61%) umfram siglingu (26%). Sléttur helmingur para sagðist myndi velja siglingu á ný umfram flug (42%) meðan því var öfugt farið meðal annarra ferðalanga (einir á ferð, vinir, hópferð) þar sem sléttur helmingur myndi velja flug í næstu ferð en 37% siglingu.



Mynd 17. Líklegur ferðamáti í endurtekinni heimsókn til Íslands?



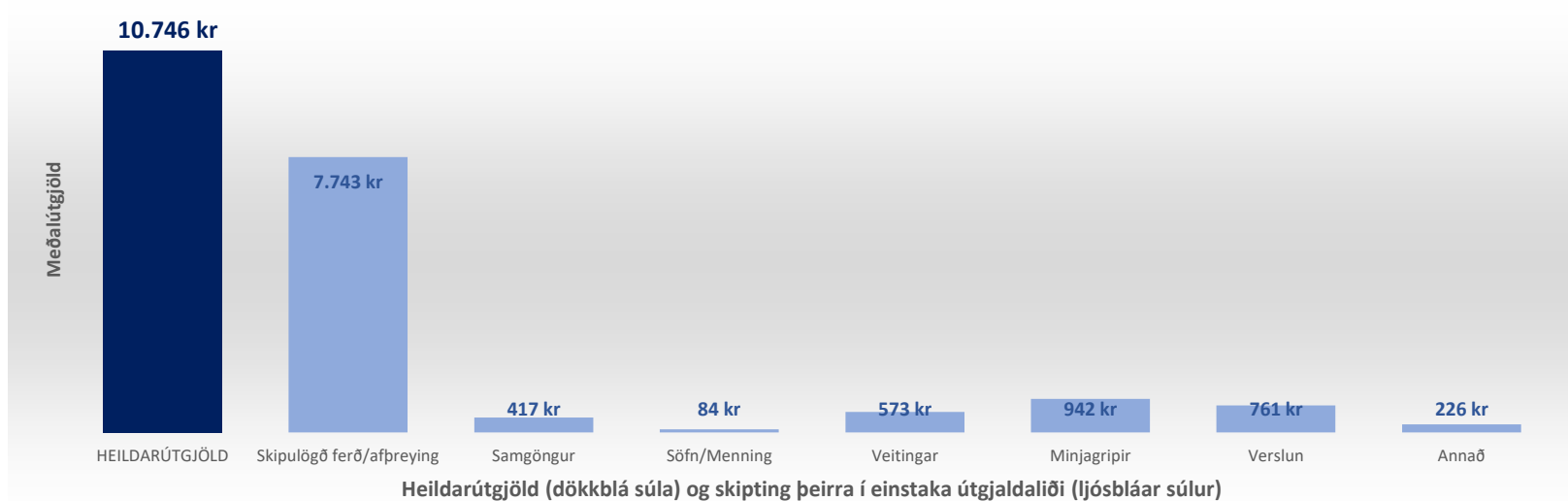


## ÚTGJÖLD

Hver farþegi eyddi að meðaltali 10.746 krónum í viðkomunni á Akureyri (mynd 18)<sup>1</sup>. Þar af voru að jafnaði greiddar 7.743 kr. fyrir skipulagða afþreyingu, 942 kr. fyrir minjagripir og 573 kr. fyrir veitingar. Þá greiddu farþegar að meðaltali 417 kr. fyrir samgöngur, 761 kr. fyrir almenn innkaup og fatnað auk þess sem hver farþegi hefur greitt að meðaltali 226 kr. fyrir óskilgreinda verslun. Lægstur útgjaldaliða reyndist vera söfn/menning þar sem meðalútgjöld voru einungis 84 kr. á hvern farþega.

Sumarið 2018 komu 120.400 farþegar til Akureyrar samkvæmt tölum frá Mælaborði ferðapjónustunnar (Mælaborð, e.d.-a). Þegar meðalútgjöld farþega samkvæmt könnuninni eru reiknuð á heildarfjölda farþega til Akureyrar, jafngilda tölurnar því að farþegar skemmtiferðaskipa hafi eytt rétt tæplega 1,3 milljarði í komum til Akureyrar sumarið 2018.

Þar af telja útgjöld til skipulagðar afþreyingar langhæst eða rúm rúmlega 930 milljónir, minjagripir rúmlega 113 milljónum og verslun 92 milljónum. Liðurinn söfn/menning skilar hins vegar samanlagt einungis ríflega 10 milljónum króna.



Mynd 18. Meðalútgjöld farþega

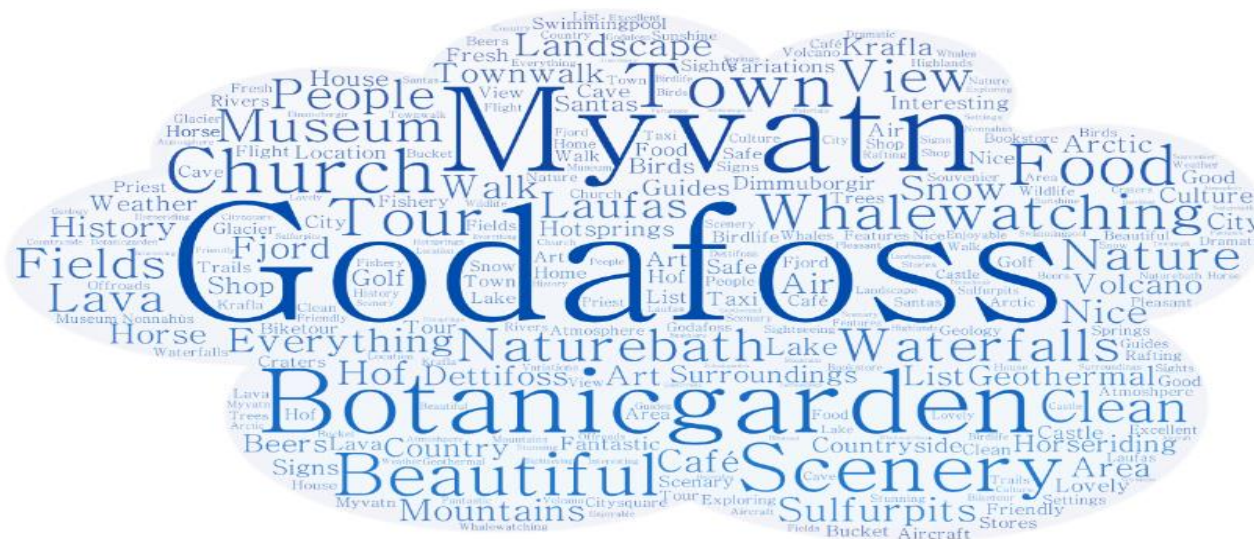
<sup>1</sup> Meðalútgjöld á hvern útgjaldalið reiknast á alla sem veittu svör við viðkomandi útgjaldaliði, hvort sem greitt hafði verið fyrir eður ei. Upphæðir í erlendri mynt voru umreiknaðar í íslenskar krónur miðað við miðgengi Seðlabanka Íslands 16. júlí 2018.



## HÁPUNKTUR VIÐKOMU Á AKUREYRI

Í spurningalista var opin spurning þar sem svarendur voru beðnir um að nefna hvað stæði uppúr í viðkomunni á Akureyri. Mynd 19 sýnir svörin sett fram með orðaskýi, þar sem orðin verða því stærri því oftar sem þau hafa komið fyrir.

Heitin Goðafoss, Mývatn, Lystigarður og Náttúruböðin eru fyrirferðamikil í huga farþega við brottför, auk þess sem óskilgreindir fossar eru nefndir sérstaklega. Þá eru áberandi lýsingaorðin fallegt, fínt og hreint (e. *beautiful, clean, nice*) sem og orðin landslag, matur og hvalaskoðun (e. *scenery, food og whalewatching*).



Mynd 19. Orðaský sem sýnir það sem hæst bar hjá svarendum





## SAMANTEKT

Niðurstöður farþegakönnunarinnar sýna hátt ánægjustig svarenda með viðvölinu á Akureyri, ánægjustig sem er vel sambærilegt og jafnvel ívið hærra en meðal landferðamanna hér á landi (Mælaborð, e.d.-c). Heilt yfir var það mikil náttúrufergurð og snyrtimennska á heimsóknasvæðum auk greiðvikni og glaðlegs viðmóts heimamanna sem stóð upp úr hjá gestunum. Það sem helst þótti skorta var aðgengi að almenningssalernum auk almenningssamgangna og betri leiðbeiningar að söfnum.

Svarendur voru flestir fullorðin, vel menntað fólk. Konur svöruðu mun fleiri listum en karlmenn. Engu að síður voru flestir á ferðalagi með maka eða öðrum „makker“ og því spurning hvort hvort hið háa hlutfall kvenkyns svarenda megi að einhverju leyti skrifa á verkaskiptingu paranna. Evrópubúar voru rúmur helmingur svarenda, Norður Ameríkanar þriðjungur meðan samanlagt hlutfall íbúa annarra heimsálfa var innan við tíundi hluti.

Tveir þriðjuhlutar svarenda töldu líklegt að þeir heimsæki Ísland á ný, þó síst þeir sem búsettir eru lengst frá Íslandi og elsti aldurshópurinn. Yngsti hópurinn taldi líklegt að í næstu heimsókn yrði ferðast til landsins með flugi meðan elsti aldurshópurinn sagðist fremur myndi velja að sigla með skemmtiferðaskipi á ný. Þá er athyglisvert að um leið og enginn meðal barnafjölskyldna hafði komið til landsins með flugi, voru þær sá hópur sem var ákveðnastur í því að ferðast með flugi komi til Íslandsferðar á ný.

Þrjú fjórðuhlutar svarenda hafði keypt skipulagða afþreyingu í viðvölinni á Akureyri og var afþreying langstærsti einstaki útgjaldaliður könnunarinnar. Þegar athafnasemi í landi er skoðuð með hliðsjón af opnum athugasemdum farþega, eru ekki hvað síst áhugaverð ítrekuð ummæli um skort á upplýsingum um söfn Akureyrar og lélegt aðgengi að þeim. Þá er í ljósi athugasemda einnig umhugsunarvert hvort og þá hvernig hægt væri að veita greinarbetri upplýsingar um heimsóknasvæði um borð í skipunum.

Átta af hverjum tíu svarendum hafði gengið frá kaupunum af eða í gegnum viðkomandi skipafélag og/eða ferðaskrifstofur um borð í skipum.



Mynd 21. Spurningalistum svarað við Akureyrarhöfn 2018  
© Þórný Barðadóttir

Fyrri rannsóknir hafa sýnt að í ferðum sem keyptar eru af skipafélagi rennur allt að helmingi upphæðar beint til skipafélags (Edward H. Huijbens, 2015) enda ferðir og annað sem skipafélögin selja um borð helsta tekjulind þeirra, langt umfram siglinguna sjálfa (Þórný Barðadóttir, 2017). Það verður því að draga í efa að niðurstaða útgjaldahluta könnunarinnar sýni upphæðir sem skili sér óskipt á svæðin sem heimsótt voru.

Hér hefur verið gerð grein fyrir helstu niðurstöðum farþegakönnunarinnar 2018, en töflur í viðauka samantektarinnar gera lesendum kleift rýna nánar í niðurstöðurnar út frá eigin þörfum. Hér verða nefnd nokkur dæmi um það sem lesa má úr niðurstöðutöflum.



Tveir þriðjuhlutar svarenda á sjötugsaldri fóru í rútuferð frá Akureyri en einungis þriðjungur yngsta aldurshópsins. Þá fór innan við helmingur Evrópubúa í rútuferð út úr bænum á móti rúmlega tveimur þriðjuhlutum Norður Ameríkana og íbúa annarra heimsálfa.

Barnafjölskyldur reyndust síður hafa farið í rútuferð út úr bænum en pör og þeir sem ferðuðust einir eða með vinum. Barnafjölskyldur sýndu engu að síður svipað hlutfall og aðrir ferðahópar í kaupum á skipulagðri afþreyingu. Þær virðast hins vegar velja aðra afþreyingu en hefðbundnar rútuferðir. Það má sjá á því að þær sýna hæsta svörun allra í valkostinum *annað* í spurningum um athafnasemi, auk þess sem þær sýna hærri svörun en aðrir hópar í valkostunum heimsókn í náttúrulegar og hvalaskoðun. Hvalaskoðunarferð reyndist annars fá hæsta svörun meðal yngsta aldurshópsins en lægsta meðal þess elsta. Þá höfðu Norður Amerikanar fremur farið í hvalaskoðun en íbúar Evrópu og annarra heimsálfa.

Hjólátúr var helst valinn af barnafjölskyldum, reiðtúr af vinahópum og þeim sem voru einir á ferð og flúðasigling af pörum frá Norður Ameríku, meðan golf var einungis valið af pörum sem búa utan Norður Ameríku og Evrópu.

Þegar kom að söfnum og menningu sýndu eldri aldurshóparnir tveir umtalsvert hærri svörun en yngri hóparnir tveir. Þá höfðu einungis íbúar Evrópu og Norður Ameríku heimsótt söfn og aðra menningu, en enginn af íbúum annarra heimsálfa merkti við þann valkost.

Yngsti hópurinn hafði helst leitað upplýsinga um Ísland á samfélagsmiðlum, þó sú upplýsingaspretta hafi heilt yfir ekki haft stórt vægi meðal svarenda. Um fjórðungur yngsta aldurshópsins hafði leitað upplýsinga um Ísland á vefsíðum ferðapjónustuaðila á heimsóknarsvæði meðan fáir í elstu aldurshópnum tveimur nýttu þá aðferð. Yngsti aldurshópurinn nýtti einnig almenna vefleit langt umfram þá sem eldri eru.

Þá má sjá að þrátt fyrir að yngsti hópurinn hefði síst keypt skipulagða afþreyingu, var það sá aldursflokkur sem helst keypti afþreyinguna beint af ferðapjónustuaðilum í héraði.



Mynd 22. Stór skipadagur á Akureyri, ágúst 2018  
© Þórný Barðadóttir

Samantekið sýna niðurstöðurnar hér að það er tengt aldri, búsetu og ferðatilhögun hvernig farþegar taka ákvarðanir, hvort og þá hvar þeir leita sér upplýsinga, hvernig þeir haga ferðum sínum og hvaða athafnasemi verður fyrir valinu í viðkomu skipa á landi.

Í ljósi mikillar aukningar í komum jafnt skipa og farþega til landsins er ljóst að þörf fyrir þekkingu á þessum anga ferðapjónustunnar hefur vaxið samhliða. Með þessari könnun hefur orðið til fyrsti vísir að því. Hins vegar er einnig ljóst að ákvarðanir, athafnasemi og útgjöld farþega hljóta að vera háð aðstæðum á hverju heimsóknarsvæði, þar með talið þjónustugetu og framboði afþreyingar. Betur má því ef duga skal og mikil þörf er enn á áframhaldandi þekkingaröflun um skemmtiferðaskip og farþega þeirra í hinum fjölmörgu höfnum og heimsóknarsvæðum landsins.



## HEIMILDIR

- Caribbean tourism organization. (n.d.) Visitor survey. Sótt af <https://www.onecaribbean.org/content/files/survey.pdf>
- Destination NSW. (2014) Sidney cruise ship passenger survey 2013 - 2014. Sótt af <http://www.destinationnsw.com.au/wp-content/uploads/2014/08/Sydney-Cruise-Passenger-Survey-2014.pdf?x15361>
- Dowling, R., og Weeden, C. (2017). The world of cruising. Í R. Dowling og C. Weeden (ritstjórar), *Cruise ship tourism, 2 útg.*, (bls. 1–39). Oxfordshire: CABI.
- Edward H. Huijbens. (2015). Cruise tourism in Iceland and the North Atlantic: Gateways to the Arctic and the challenges to port readiness programs. *Tourism in Marine Environments*, 10(3–4), 241–254. Doi: 10.3727/154427315X14181438892928
- Edward H. Huijbens og Kristinn Berg Gunnarsson (2014). *Skemmtiferðaskip við Ísland. Úttekt á áhrifum*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eurostat (2014). *Manuals and guidelines: Methodological manual for tourism statistics, 2014 edition*. Sótt af <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6454997/KS-GQ-14-013-EN-N.pdf>
- Hafnarsamlag. (e.d.-b) Skemmtiferðaskip. Heimsóknir. Sótt 12. febrúar 2019 af <https://www.port.is/isl/index.php?pid=84&w=v>
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir. (2016). *Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála
- Mælaborð ferðaþjónustunnar, (e.d.-a). Farþegar: Skemmtiferðaskip. Sótt 12. desember 2018 af <https://www.maelaborðferdathjonustunnar.is/is/farþegar/skemmtiferðaskip>
- Mælaborð ferðaþjónustunnar (e.d.-b). Landamærakönnun. Sótt 9. nóvember 2018 af <https://www.maelaborðferdathjonustunnar.is/is/kannanir/landamaerakonnun>
- Mælaborð ferðaþjónustunnar. (e.d.-c). Netkönnun. Sótt 26. mars 2019 af <https://www.maelaborðferdathjonustunnar.is/is/kannanir/netkonnun>
- Observatório. (2015). *Survei to international cruise passengers. Porto de Lisboa*. Sótt af [http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL\\_PORTO\\_LISBOA\\_ING/CRUZ\\_EIROS/STATISTICS/Survey%20to%20Cruise%20Passengers\\_2015.pdf](http://www.portodelisboa.pt/portal/page/portal/PORTAL_PORTO_LISBOA_ING/CRUZ_EIROS/STATISTICS/Survey%20to%20Cruise%20Passengers_2015.pdf)
- Tourism Tasmania. (2017). *Tasmanian cruise ship passenger survey December 2016 – April 2017*. Sótt af [https://www.tourismtasmania.com.au/data/assets/pdf\\_file/0010/58645/Cruise-Survey-Report-2016-17.pdf](https://www.tourismtasmania.com.au/data/assets/pdf_file/0010/58645/Cruise-Survey-Report-2016-17.pdf)
- Þórný Barðadóttir. (2017). *...það er bara, hver á að taka af skarið... Móttaka skemmtiferðaskipa við Norðurland: niðurstöður viðtalsrannsóknar*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Þórný Barðadóttir. (2018). Skemmtiferðaskip á Akureyri: Forkönnun meðal farþega 2017. Sótt af <http://www.rm.is/static/research/files/forkonnun-2017.pdf>



## VIÐAUKAR: NIÐURSTÖÐUTÖFLUR

Viðauki 1. Bakgrunnur svarenda .....	22
Viðauki 2. Ferðamáti til landsins .....	22
Viðauki 3. Ástæða fyrir vali á viðkomandi siglingu .....	23
Viðauki 4. Athafnasemi í landlegu .....	23
Viðauki 5. Skipulögð afþreying í landi .....	24
Viðauki 6. Kaup á skipulagðri ferð í landi .....	24
Viðauki 7. Ástæða þess að ekki var keypt skipulögð ferð í landi .....	24
Viðauki 8. Upplýsingaleit um Ísland .....	25
Viðauki 9. Ánægja með viðdvöl á Akureyri .....	26
Viðauki 10. Líkindi þess að mælt verði með Akureyri sem áfangastað .....	26
Viðauki 11. Líkindi þess að Ísland verði heimsótt á ný .....	27
Viðauki 12. Líklegur ferðamáti verði Ísland heimsótt á ný .....	27



## VIÐAUKI 1. BAKGRUNNUR SVARENDA

Svarendur		N		%		Svörun	
		N	%	Kona	Karl		
		442	100,0%	60,9%	39,1%		
Aldur	18 - 49 ára	92	20,8%	62,0%	38,0%		
	50 - 59 ára	100	22,6%	62,0%	38,0%		
	60 - 69 ára	127	28,7%	63,8%	36,2%		
	70 ára og eldri	115	26,0%	55,7%	44,3%		
Heimsálfur	Evrópa	246	55,7%	62,6%	37,4%		
	Norður Ameríka	151	34,2%	58,3%	41,7%		
	Aðrar	41	9,3%	61,0%	39,0%		
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	127	28,7%	66,9%	33,1%		
	BA/BS gráða	190	43,0%	62,1%	37,9%		
	MA/MS/PhD gráða	122	27,6%	52,5%	47,5%		
Skipulögð ferð frá Akureyri	Já	327	74,0%	61,5%	38,5%		
	Nei	111	25,1%	59,5%	40,5%		
Ferðafélagar***	Pör	284	64,3%	55,3%	44,7%		
	Barnafjölskyldur	56	12,7%	58,9%	41,1%		
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	99	22,4%	78,8%	21,2%		

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk

## VIÐAUKI 2. FERÐAMÁTI TIL LANDSINS

Svarendur		N		%		Svörun	
		N	%	Sigling erlendis frá	Alþjóðaflug		
		445	100,0%	91,5%	8,5%		
Kyn	Kona	269	60,4%	91,4%	8,6%		
	Karl	173	38,9%	91,9%	8,1%		
Aldur***	18 - 49 ára	92	20,7%	97,8%	2,2%		
	50 - 59 ára	100	22,5%	97,0%	3,0%		
	60 - 69 ára	128	28,8%	87,5%	12,5%		
	70 ára og eldri	116	26,1%	85,3%	14,7%		
Heimsálfur***	Evrópa	248	55,7%	100,0%	0,0%		
	Norður Ameríka	152	34,2%	78,3%	21,7%		
	Aðrar	41	9,2%	87,8%	12,2%		
Menntunarstig*	Framhaldssk. eða lægra	128	28,8%	97,7%	2,3%		
	BA/BS gráða	192	43,1%	90,6%	9,4%		
	MA/MS/PhD gráða	122	27,4%	86,1%	13,9%		
Ferðafélagar*	Pör	287	64,5%	90,9%	9,1%		
	Barnafjölskyldur	56	12,6%	100,0%	0,0%		
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	99	22,2%	87,9%	12,1%		

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk





## VIÐAUKI 3. ÁSTÆÐA FYRIR VALI Á VIÐKOMANDI SIGLINGU

Svarendur			Svörun									
			Siglingin í heild	Heimsótt lönd	Viðkoma á Íslandi	Viðkoma í öðrum löndum	Tímasetning siglingar	Verð siglingar	Endurtekinn ferðamati (siglingar)	Annað		
			N	%								
			442	100,0%	32,6%	54,3%	49,3%	14,7%	14,3%	7,9%	5,7%	5,7%
Kyn	Kona	268	60,6%	31,7%	56,7%	48,1%	12,7%	13,8%	7,5%	4,5%	7,1%	7,1%
	Karl	171	38,7%	34,5%	49,7%	52,0%	18,1%	15,2%	8,8%	7,6%	3,5%	3,5%
Aldur	18 - 49 ára	92	20,8%	30,4%	59,8%	48,9%	8,7%	12,0%	9,8%	1,1%	6,5%	6,5%
	50 - 59 ára	98	22,2%	34,7%	57,1%	44,9%	16,3%	15,3%	10,2%	6,1%	6,1%	6,1%
	60 - 69 ára	128	29,0%	35,9%	51,6%	50,8%	14,8%	16,4%	9,4%	6,3%	3,1%	3,1%
	70 ára og eldri	115	26,0%	29,6%	49,6%	53,9%	19,1%	13,9%	3,5%	7,8%	7,8%	7,8%
Heimsálfur	Evrópa	246	55,7%	22,8%	63,0%	49,6%	14,6%	13,4%	8,1%	6,1%	6,1%	6,1%
	Norður Amerika	151	34,2%	45,7%	47,0%	43,7%	13,9%	17,2%	6,6%	5,3%	6,6%	6,6%
	Aðrar	41	9,3%	43,9%	31,7%	65,9%	17,1%	7,3%	12,2%	4,9%	0,0%	0,0%
Menntunargráða	Framhaldssk. eða lægra	127	28,7%	28,3%	58,3%	46,5%	15,7%	11,8%	7,9%	5,5%	5,5%	5,5%
	BA/BS gráða	192	43,4%	32,3%	54,7%	52,6%	14,1%	12,0%	5,2%	4,2%	4,2%	4,2%
	MA/MS/PhD gráða	122	27,6%	36,9%	50,0%	47,5%	14,8%	20,5%	12,3%	7,4%	8,2%	8,2%
Ferðafélagar	Pör	287	64,9%	33,8%	54,7%	48,4%	17,1%	13,9%	9,8%	6,6%	4,2%	4,2%
	Barnafjölskyldur	55	12,4%	23,6%	63,6%	50,9%	10,9%	18,2%	7,3%	1,8%	3,6%	3,6%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	98	22,2%	34,7%	49,0%	51,0%	9,2%	13,3%	2,0%	5,1%	11,2%	11,2%

Marktekt er ekki reiknuð þegar svarendur geta valið fleiri en eitt svar

## VIÐAUKI 4. ATHAFNASEMI Í LANDLEGU

Svarendur			Svörun																			
			Rúta-út frá Akureyri	Rúta-um Akureyri	Útsýnis-flug	Ganga-með leiðsögn.	Ganga-án leiðsögn.	Matur úr héraði	Söfn	Reiðtúr	Fugla-skoðun	Flúða-sigling/Kajakferð	Hvala-skoðun	Köfun/snorklun	Hjóla-leiga	Sund	Náttúru-laugar	Golf	Hlíðar-fjall	Annað		
			N	%																		
			428	100,0%	56,8%	9,8%	0,5%	1,4%	62,4%	18,9%	7,9%	2,6%	4,2%	0,5%	12,6%	0,0%	0,9%	2,6%	8,2%	0,2%	0,9%	19,9%
Kyn	Kona	259	60,5%	56,8%	7,3%	0,0%	1,2%	61,8%	16,2%	7,3%	1,9%	4,2%	0,4%	12,4%	0,0%	0,8%	2,3%	8,5%	0,0%	0,8%	22,0%	22,0%
	Karl	167	39,0%	56,3%	13,2%	1,2%	1,8%	62,9%	22,8%	9,0%	3,6%	4,2%	0,6%	13,2%	0,0%	1,2%	3,0%	7,8%	0,6%	1,2%	16,8%	16,8%
Aldur	18 - 49 ára	89	20,8%	36,0%	7,9%	1,1%	2,2%	65,2%	24,7%	5,6%	7,9%	3,4%	1,1%	22,5%	0,0%	2,2%	2,2%	9,0%	0,0%	4,5%	25,8%	25,8%
	50 - 59 ára	95	22,2%	53,7%	8,4%	1,1%	1,1%	68,4%	16,8%	3,2%	2,1%	3,2%	0,0%	16,8%	0,0%	2,1%	3,2%	9,5%	0,0%	0,0%	17,9%	17,9%
	60 - 69 ára	124	29,0%	66,9%	9,7%	0,0%	0,0%	56,5%	20,2%	11,3%	1,6%	4,0%	0,8%	7,3%	0,0%	0,0%	2,4%	7,3%	0,8%	0,0%	18,5%	18,5%
	70 ára og eldri	112	26,2%	63,4%	12,5%	0,0%	1,8%	61,6%	14,3%	9,8%	0,0%	5,4%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%	2,7%	7,1%	0,0%	0,0%	18,8%	18,8%
Heimsálfur	Evrópa	236	55,1%	48,7%	3,8%	0,4%	0,4%	69,5%	12,7%	9,3%	3,0%	4,7%	0,0%	18,2%	0,0%	1,7%	2,1%	11,0%	0,0%	0,8%	21,6%	21,6%
	Norður Amerika	147	34,3%	66,7%	19,0%	0,7%	2,7%	55,8%	29,9%	8,2%	2,0%	4,8%	1,4%	6,1%	0,0%	0,0%	3,4%	5,4%	0,0%	0,7%	17,0%	17,0%
	Aðrar	41	9,6%	73,2%	12,2%	0,0%	0,0%	43,9%	17,1%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	22,0%	22,0%
Menntunargráða	eða lægra	121	28,3%	52,1%	5,8%	0,0%	1,7%	62,8%	9,9%	5,8%	5,0%	3,3%	0,0%	16,5%	0,0%	0,8%	2,5%	8,3%	0,0%	0,0%	15,7%	15,7%
	BA/BS gráða	185	43,2%	57,8%	9,2%	0,0%	1,1%	59,5%	20,5%	9,2%	2,2%	3,8%	0,5%	9,7%	0,0%	0,5%	4,3%	10,8%	0,5%	2,2%	20,5%	20,5%
	MA/MS/PhD gráða	120	28,0%	60,0%	15,0%	1,7%	1,7%	65,8%	25,8%	8,3%	0,8%	5,0%	0,8%	13,3%	0,0%	1,7%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	22,5%	22,5%
Ferða-	Pör	279	65,2%	59,5%	10,8%	0,7%	1,4%	60,9%	16,8%	8,6%	1,8%	5,0%	0,7%	12,2%	0,0%	0,7%	2,9%	7,9%	0,4%	1,1%	19,4%	19,4%
	Barnafjölskyldur	53	12,4%	43,4%	5,7%	0,0%	0,0%	64,2%	18,9%	7,5%	3,8%	0,0%	0,0%	20,8%	0,0%	3,8%	1,9%	11,3%	0,0%	1,9%	24,5%	24,5%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	93	21,7%	57,0%	9,7%	0,0%	2,2%	65,6%	24,7%	6,5%	4,3%	4,3%	0,0%	8,6%	0,0%	0,0%	2,2%	7,5%	0,0%	0,0%	18,3%	18,3%

Marktekt er ekki reiknuð þegar svarendur geta valið fleiri en eitt svar



## VIÐAUKI 5. SKIPULÖGÐ AFÞREYING Í LANDI

Svarendur		Svörun			
		Já	Nei		
		N	%		
		441	100,0%	74,8%	25,2%
Kyn	Kona	267	60,5%	75,3%	24,7%
	Karl	171	38,8%	73,7%	26,3%
Aldur	18 - 49 ára	92	20,9%	69,6%	30,4%
	50 - 59 ára	99	22,4%	73,7%	26,3%
	60 - 69 ára	127	28,8%	78,7%	21,3%
	70 ára og eldri	115	26,1%	74,8%	25,2%
Heimsálfur	Evrópa	246	55,8%	71,5%	28,5%
	Norður Ameríka	151	34,2%	80,8%	19,2%
	Aðrar	40	9,1%	75,0%	25,0%
Menntunarsstig	Framhaldssk. eða lægra	128	29,0%	77,3%	22,7%
	BA/BS gráða	191	43,3%	72,3%	27,7%
	MA/MS/PhD gráða	121	27,4%	76,9%	23,1%
Ferðafélagar	Pör	286	64,9%	74,5%	25,5%
	Barnafjölskyldur	56	12,7%	73,2%	26,8%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	97	22,0%	77,3%	22,7%

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\* Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\* Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk

## VIÐAUKI 6. KAUP Á SKIPULAGÐRI FERÐ Í LANDI

Svarendur		Svörun						
		Keypt sem hluti af siglingu	Keypt af/ í gegnum skipafélag	Keypt við komu á land	Keypt af ferðabjónustuaðila	Annað		
		N	%					
		323	100%	31,9%	48,0%	6,8%	11,5%	3,7%
Kyn	Kona	196	60,7%	33,2%	49,0%	6,6%	9,7%	4,1%
	Karl	124	38,4%	29,8%	46,0%	7,3%	14,5%	3,2%
Aldur	18 - 49 ára	62	19,2%	29,0%	41,9%	9,7%	14,5%	6,5%
	50 - 59 ára	73	22,6%	26,0%	54,8%	4,1%	13,7%	5,5%
	60 - 69 ára	100	31,0%	35,0%	47,0%	4,0%	12,0%	2,0%
	70 ára og eldri	81	25,1%	34,6%	48,1%	9,9%	7,4%	2,5%
Heimsálfur	Evrópa	172	53,3%	23,3%	61,6%	7,0%	6,4%	3,5%
	Norður Ameríka	120	37,2%	41,7%	35,0%	6,7%	15,8%	3,3%
	Aðrar	29	9,0%	44,8%	24,1%	3,4%	24,1%	3,4%
Menntunarsstig	Framhaldssk. eða lægra	98	30,3%	23,5%	55,1%	5,1%	11,2%	5,1%
	BA/BS gráða	134	41,5%	32,1%	48,5%	6,0%	12,7%	3,0%
	MA/MS/PhD gráða	91	28,2%	40,7%	39,6%	9,9%	9,9%	3,3%
Ferðafélagar	Pör	207	64,1%	33,3%	50,7%	6,3%	10,1%	1,4%
	Barnafjölskyldur	41	12,7%	31,7%	39,0%	2,4%	14,6%	12,2%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	74	22,9%	28,4%	45,9%	9,5%	13,5%	5,4%

Marktækt er ekki reiknuð þegar svarendur geta valið fleiri en eitt svar

## VIÐAUKI 7. ÁSTÆÐA ÞESS AÐ EKKI VAR KEYPT SKIPULÖGÐ FERÐ Í LANDI

Svarendur		Svörun							
		Engin áhugaverð ferð	Vissi ekki af neinum ferðum	Hef komið áður	Allar ferðir of dýrar	Langaði að vera ein(n)	Önnur ástæða		
		N	%						
		113	100,0%	7,1%	1,8%	6,2%	28,3%	24,8%	39,8%
Kyn	Kona	62	54,9%	9,7%	0,0%	6,5%	25,8%	25,8%	40,3%
	Karl	51	45,1%	3,9%	3,9%	5,9%	31,4%	23,5%	39,2%
Aldur	18 - 49 ára	29	25,7%	13,8%	0,0%	13,8%	44,8%	24,1%	13,8%
	50 - 59 ára	32	28,3%	9,4%	6,3%	9,4%	21,9%	31,3%	25,0%
	60 - 69 ára	32	28,3%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	18,8%	59,4%
	70 ára og eldri	19	16,8%	5,3%	0,0%	0,0%	15,8%	21,1%	73,7%
Heimsálfur	Evrópa	63	55,8%	6,3%	3,2%	11,1%	39,7%	36,5%	3,2%
	Norður Ameríka	43	38,1%	7,0%	0,0%	0,0%	11,6%	7,0%	88,4%
	Aðrar	7	6,2%	14,3%	0,0%	0,0%	28,6%	28,6%	71,4%
Menntunarsstig	Framhaldssk. eða lægra	33	29,2%	12,1%	3,0%	9,1%	21,2%	24,2%	36,4%
	BA/BS gráða	49	43,4%	6,1%	2,0%	6,1%	34,7%	24,5%	34,7%
	MA/MS/PhD gráða	31	27,4%	3,2%	0,0%	3,2%	25,8%	25,8%	51,6%
Ferðafélagar	Pör	80	70,8%	7,5%	2,5%	6,3%	21,3%	21,3%	47,5%
	Barnafjölskyldur	14	12,4%	0,0%	0,0%	0,0%	57,1%	42,9%	0,0%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	19	16,8%	10,5%	0,0%	10,5%	36,8%	26,3%	36,8%

Marktækt er ekki reiknuð þegar svarendur geta valið fleiri en eitt svar



## VIÐAUKI 8. UPPLÝSINGALEIT UM ÍSLAND

Svarendur			Svörun									
		N	%	Símtöl, t-póstar, samtöl við ferðaskrifstofur	Ferðabækur og -bæklingar	Vefsíða skipafélags	Vefsíður ferðaþjónustuaðila á heimsóknasvæði	Almennar vefleitarvélur (Google, Bing...)	Samfélagsmiðlar (Facebook, Snapchat, Instagram)	Fjölskylda, vinir, kunningjar	Ekkert ofantalið	Annað
		427	100,0%	5,4%	36,3%	46,6%	15,2%	33,0%	5,2%	10,8%	5,2%	11,9%
Kyn	Kona	258	60,4%	4,7%	37,2%	46,1%	16,3%	34,5%	4,3%	11,2%	5,4%	13,2%
	Karl	167	39,1%	6,6%	34,7%	47,3%	13,8%	31,1%	6,6%	10,2%	4,8%	10,2%
Aldur	18 - 49 ára	89	20,8%	4,5%	29,2%	43,8%	23,6%	47,2%	9,0%	16,9%	6,7%	13,5%
	50 - 59 ára	95	22,2%	5,3%	41,1%	49,5%	21,1%	40,0%	7,4%	11,6%	1,1%	12,6%
	60 - 69 ára	123	28,8%	4,9%	39,0%	48,8%	10,6%	29,3%	1,6%	9,8%	5,7%	11,4%
	70 ára og eldri	112	26,2%	7,1%	34,8%	42,9%	8,0%	17,9%	4,5%	7,1%	7,1%	10,7%
Heimsálfur	Evrópa	236	55,3%	4,2%	41,5%	47,9%	15,7%	36,0%	5,1%	11,4%	3,8%	10,2%
	Norður Ameríka	146	34,2%	5,5%	28,8%	48,6%	15,1%	28,8%	4,1%	11,0%	8,2%	13,7%
	Aðrar	41	9,6%	7,3%	31,7%	34,1%	14,6%	34,1%	9,8%	7,3%	2,4%	17,1%
Menntunarstig	Framhaldssk. eða lægra	120	28,1%	5,8%	35,0%	45,8%	12,5%	25,0%	5,0%	5,8%	4,2%	12,5%
	BA/BS gráða	185	43,3%	8,1%	37,3%	48,1%	17,8%	35,1%	4,9%	13,5%	5,4%	9,7%
	MA/MS/PhD gráða	120	28,1%	0,8%	35,8%	45,8%	13,3%	37,5%	5,8%	11,7%	5,8%	14,2%
Ferðafélagi	Pör	278	65,1%	5,4%	39,6%	47,8%	12,9%	30,9%	5,4%	9,0%	5,8%	11,2%
	Barnafjölskyldur	53	12,4%	1,9%	32,1%	47,2%	20,8%	50,9%	7,5%	18,9%	1,9%	13,2%
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	93	21,8%	7,5%	29,0%	44,1%	19,4%	30,1%	3,2%	10,8%	4,3%	14,0%

Marktekt er ekki reiknuð þegar svarendur geta valið fleiri en eitt svar



## VIÐAUKI 9. ÁNÆGJA MED VIÐDVÖL Á AKUREYRI

Svarendur		N		%		Svörun					Meðaltal
						Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hvorki né	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)	
		443	100,0%	70,0%	28,4%	1,6%	0,0%	0,0%		1,32	
Kyn*	Kona	268	60,5%	73,9%	24,6%	1,5%	0,0%	0,0%		1,28	
	Karl	172	38,8%	64,5%	33,7%	1,7%	0,0%	0,0%		1,37	
Aldur	18 - 49 ára	92	20,8%	63,0%	33,7%	3,3%	0,0%	0,0%		1,4	
	50 - 59 ára	99	22,3%	66,7%	32,3%	1,0%	0,0%	0,0%		1,34	
	60 - 69 ára	128	28,9%	74,2%	25,8%	0,0%	0,0%	0,0%		1,26	
	70 ára og eldri	116	26,2%	75,0%	22,4%	2,6%	0,0%	0,0%		1,28	
Heimsálfur*	Evrópa	247	55,8%	65,2%	32,4%	2,4%	0,0%	0,0%		1,37	
	Norður Ameríka	151	34,1%	77,5%	21,9%	0,7%	0,0%	0,0%		1,23	
	Aðrar	41	9,3%	73,2%	26,8%	0,0%	0,0%	0,0%		1,27	
Menntunarsstig*	Framhaldssk. eða lægra	128	28,9%	60,2%	35,9%	3,9%	0,0%	0,0%		1,44	
	BA/BS gráða	192	43,3%	73,4%	26,6%	0,0%	0,0%	0,0%		1,27	
	MA/MS/PhD gráða	121	27,3%	74,4%	24,0%	1,7%	0,0%	0,0%		1,27	
Ferðafélagar	Pör	287	64,8%	71,4%	27,9%	0,7%	0,0%	0,0%		1,29	
	Barnafjölskyldur	56	12,6%	60,7%	33,9%	5,4%	0,0%	0,0%		1,45	
	Ein(n) á ferð, vinir, hópfæri	98	22,1%	71,4%	26,5%	2,0%	0,0%	0,0%		1,31	

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk

## VIÐAUKI 10. LÍKINDI ÞESS AÐ MÆLT VERÐI MED AKUREYRI SEM ÁFANGASTAÐ

Svarendur		N		%		Svörun											Meðaltal
						0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		443	100,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%	0,9%	4,5%	8,1%	23,0%	22,1%	40,6%	8,8		
Kyn	Kona	268	60,5%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%	1,1%	4,9%	6,7%	18,7%	25,0%	42,9%	8,87		
	Karl	172	38,8%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	10,5%	29,7%	17,4%	37,8%	8,71		
Aldur	18 - 49 ára	92	20,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	3,3%	13,0%	27,2%	18,5%	37,0%	8,7		
	50 - 59 ára	99	22,3%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%	5,1%	6,1%	24,2%	23,2%	39,4%	8,77		
	60 - 69 ára	127	28,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	3,9%	5,5%	18,9%	24,4%	46,5%	9,01		
	70 ára og eldri	116	26,2%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	1,7%	6,0%	8,6%	20,7%	21,6%	40,5%	8,72		
Heimsálfur	Evrópa	247	55,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	1,2%	4,0%	8,5%	27,9%	21,5%	36,4%	8,72		
	Norður Ameríka	151	34,1%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	6,6%	19,2%	25,2%	44,4%	8,93		
	Aðrar	41	9,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	12,2%	12,2%	7,3%	12,2%	53,7%	8,76		
Menntunarsstig	Framhaldssk. eða lægra	128	28,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	5,5%	12,5%	22,7%	18,8%	39,8%	8,73		
	BA/BS gráða	191	43,1%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	1,0%	3,7%	5,2%	26,2%	19,9%	42,9%	8,85		
	MA/MS/PhD gráða	122	27,5%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%	4,9%	8,2%	18,0%	28,7%	38,5%	8,8		
Ferðafélagar	Pör	286	64,6%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	1,4%	3,1%	8,4%	23,8%	21,0%	41,6%	8,82		
	Barnafjölskyldur	56	12,6%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	8,9%	21,4%	19,6%	44,6%	8,82		
	Ein(n) á ferð, vinir, hópfæri	99	22,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	7,1%	22,2%	25,3%	36,4%	8,73		

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk



## VIÐAUKI 11. LÍKINDI ÞESS AÐ ÍSLAND VERÐI HEIMSÓTT Á NÝ

Svarendur		N		%		Svörun				
						Mjög líklegt	Líklegt	Hvorki né	Ólíklegt	Mjög ólíklegt
		444	100,0%	26,1%	32,9%	23,4%	14,6%	2,9%	2,4	
Kyn	Kona	269	60,6%	26,8%	36,4%	20,4%	13,0%	3,3%	2,3	
	Karl	172	38,7%	25,6%	27,9%	27,3%	16,9%	2,3%	2,4	
Aldur***	18 - 49 ára	92	20,7%	42,4%	30,4%	23,9%	2,2%	1,1%	1,9	
	50 - 59 ára	99	22,3%	38,4%	30,3%	21,2%	10,1%	0,0%	2,0	
	60 - 69 ára	128	28,8%	20,3%	39,8%	21,9%	16,4%	1,6%	2,4	
	70 ára og eldri	116	26,1%	10,3%	28,4%	26,7%	25,9%	8,6%	2,9	
Heimsálfur	Evrópa	247	55,6%	27,1%	32,8%	25,5%	12,1%	2,4%	2,3	
	Norður Ameríka	152	34,2%	27,6%	31,6%	20,4%	16,4%	3,9%	2,4	
	Aðrar	41	9,2%	14,6%	39,0%	22,0%	22,0%	2,4%	2,6	
Menntunartig	Framhaldssk. eða lægra	128	28,8%	24,2%	31,3%	28,1%	14,8%	1,6%	2,4	
	BA/BS gráða	192	43,2%	27,1%	30,7%	21,4%	18,2%	2,6%	2,4	
	MA/MS/PhD gráða	122	27,5%	27,0%	37,7%	22,1%	9,0%	4,1%	2,3	
Ferðafélagar	Pör	287	64,6%	23,0%	34,1%	25,8%	14,6%	2,4%	2,4	
	Barnafjölskyldur	56	12,6%	30,4%	35,7%	25,0%	8,9%	0,0%	2,1	
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	99	22,3%	31,3%	28,3%	16,2%	18,2%	6,1%	2,4	

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk

## VIÐAUKI 12. LÍKLEGUR FERÐAMÁTI VERÐI ÍSLAND HEIMSÓTT Á NÝ

Svarendur		N		%		Svörun		
						Með skemmtiskipi	Með flugi	Með skipi og/eða flugi
		259	100%	43,2%	46,7%	10,0%		
Kyn	Kona	163	63%	44,8%	44,8%	10,4%		
	Karl	96	37%	40,6%	50,0%	9,4%		
Aldur	18 - 49 ára	68	26%	32,4%	54,4%	13,2%		
	50 - 59 ára	68	26%	42,6%	48,5%	8,8%		
	60 - 69 ára	76	29%	52,6%	39,5%	7,9%		
	70 ára og eldri	45	17%	46,7%	42,2%	11,1%		
Heimsálfur	Evrópa	144	56%	47,2%	45,1%	7,6%		
	Norður Ameríka	89	34%	36,0%	50,6%	13,5%		
	Aðrar	24	9%	45,8%	41,7%	12,5%		
Menntunartig**	Framhaldssk. eða lægra	71	27%	60,6%	29,6%	9,9%		
	BA/BS gráða	112	43%	37,5%	49,1%	13,4%		
	MA/MS/PhD gráða	76	29%	35,5%	59,2%	5,3%		
Ferðafélagar*	Pör	164	63%	50,0%	42,1%	7,9%		
	Barnafjölskyldur	38	15%	26,3%	60,5%	13,2%		
	Ein(n) á ferð, vinir, hópferð	56	22%	35,7%	50,0%	14,3%		

\* Marktækt miðað við 5% öryggismörk. \*\*Marktækt miðað við 1% öryggismörk. \*\*\*Marktækt miðað við 0,1% öryggismörk





RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA

2019