



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA



# Millilandaflug um Akureyrarflugvöll

## Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2010

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2011

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

Titill: Millilandaflug um Akureyrarflugvöll  
Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2010  
Höfundar: Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

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

Númer: RMF-S-01-2011  
ISBN: 978-9979-834-94-6  
ISSN: 1670-8857

Forsíðumynd er af vélum Icelandair á Akureyravelli meðan á gosi stóð Í Eyjafjallajökli.  
Ljósmynd: EJB

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 hjá**  
**Iceland Express sumarið 2010**

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Edward H. Huijbens

RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ FERÐAMÁLA

JANÚAR 2011



<b>1 Inngangur</b> .....	<b>1</b>
1.1 Bakgrunnur könnunar .....	2
1.2 Markmið .....	3
1.3 Gögn og aðferðir .....	4
1.4 Uppbygging skýrslu .....	6
1.5 Helstu niðurstöður .....	7
<b>2 Farþegaflutningar með flugi</b> .....	<b>9</b>
2.1 Farþegaflutningar með flugi í Evrópu .....	11
2.2 Farþegaflutningar með flugi á Íslandi .....	13
2.3 Áhrif eldgosanna .....	18
2.4 Farþegafjöldi á Akureyrarflugvelli .....	20
2.5 Framtíð millilandaflugsins .....	22
<b>3 Flugvellir</b> .....	<b>25</b>
3.1 Ferðamennska og flugvellir .....	26
3.2 Lággjaldaflugfélög .....	29
3.2.1 Farþegar með lággjaldaflugfélögum .....	30
3.3 Flugvellir á jaðarsvæðum .....	32
3.4 Markaðssetning íslenskra flugvalla og Norðurlands .....	35
<b>4 Þátttakendur könnunarinnar</b> .....	<b>39</b>
<b>5 Niðurstöður könnunar</b> .....	<b>45</b>
5.1 Almennt um Íslandsferðina .....	45
5.2 Ferðamynstur á Norðurlandi .....	53
5.3 Útgjöld á sólarhring á Norðurlandi .....	62
5.3.1 Metin heildarútgjöld á norðurlandi og Íslandi .....	66
5.4 Mat á gæðum þjónustu og upplifun af Norðurlandi .....	68
5.5 Upplýsingaþörf og -notkun .....	72
<b>6 Samantekt úr niðurstöðum</b> .....	<b>77</b>
<b>Lokaorð</b> .....	<b>79</b>
<b>Heimildir</b> .....	<b>83</b>
<b>Viðauki 1 Visitor Survey in North Iceland 2010</b> .....	<b>89</b>

## LISTI YFIR MYNDIR

Bls

Mynd 1 Sveiflur í hagnaði flugfélaga í heiminum .....	9
Mynd 2 Umfang alþjóðlegs flugrekstrar í heiminum:.....	10
Mynd 3 Fjöldi flugfarþega í Evrópulöndum árið 2008 .....	12
Mynd 4 Millilandafarþegar um íslenska áætlunarflugvelli 2000-2009 og fragt .....	14
Mynd 5 Millilandafarþegar um íslenska áætlunarflugvelli 2009 .....	15
Mynd 6 Fjöldi erlendra gesta 1983-2010 .....	16
Mynd 7 Fjöldi ferðamanna á Íslandi eftir mánuðum 2008, 2009 og 2010.....	17
Mynd 8 Fjöldi Íslendinga á ferð til útlanda eftir mánuðum 2008-2009.....	18
Mynd 9 Fjöldi flugfarþega um Akureyrarflugvöll 2000-2010.....	20
Mynd 10 Fjöldi millilandafarþega um Akureyrarflugvöll 2000-2010 .....	21
Mynd 11 Deiliskipulagstillaga um Akureyrarflugvöll 2010 .....	24
Mynd 12 Tengsl flugsamgangna og ferðamennsku – þættir sem þarf að skoða .....	27
Mynd 13 Tengsl viðskiptamódelu flugfélaga og áfangastaða .....	28
Mynd 14 Búsetuland svarenda 2010 og 2009 .....	41
Mynd 15 Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku 2010 .....	42
Mynd 16 Um hvaða flugvöll komstu til Íslands.....	46
Mynd 17 Hefurðu komið áður til Íslands? .....	47
Mynd 18 Hversu oft hefurðu komið til Íslands? .....	47
Mynd 19 Hver skipuleggur ferð? .....	48
Mynd 20 Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands?.....	49
Mynd 21 Með hverjum ferðast þú? .....	51
Mynd 22 Hvað gistirðu margar nætur á Íslandi?.....	51
Mynd 23 Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?.....	52
Mynd 24 Hefurðu komið áður á Norðurland?.....	54
Mynd 25 Ef þú hefur komið á Norðurland áður, á hvaða árstíma hefur þú komið? .....	55
Mynd 26 Hvað gistirðu margar nætur á Norðurlandi? .....	56
Mynd 27 Fjöldi gistinguátta á Norðurlandi 2010 eftir því hvar var komið til landsins .....	57
Mynd 28 Hvaða gistimöguleika nýttirðu þér á Norðurlandi? .....	58
Mynd 29 Hvaða ferðamáta nýttirðu þér á Norðurlandi? .....	59
Mynd 30 Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð?.....	60
Mynd 31 Hvaða afþreyingu nýttirðu þér á Norðurlandi?.....	62
Mynd 32 Hvernig metur þú heildarupplifun þín af Norðurlandi?.....	69
Mynd 33 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Náttúra .....	70
Mynd 34 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Afþreying .....	70

Mynd 35 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Fólki.....	70
Mynd 36 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Menning .....	71
Mynd 37 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Staðir .....	71
Mynd 38 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Óflokkað.....	71
Mynd 39 Hvar leitaðir þú að upplýsingum?.....	74
Mynd 40 Hvers konar upplýsingar notaðir þú á ferð þinni um Norðurland?.....	75

## LISTI YFIR TÖFLUR

Bls

Tafla 1 Áhersluatriði við greiningu á samsetningu ferðamanna .....	4
Tafla 2 Stærðarflokkar flugvalla í Evrópu 2006 .....	12
Tafla 3 Félags- og efnahagslegt hlutverk flugsamgangna samkvæmt IATA og ATAG.....	25
Tafla 4 Það sem ólíkir hópar ferðafólks aðhafast.....	30
Tafla 5 Yfirlit yfir svarendur kannananna 2009 og 2010.....	39
Tafla 6 Yfirlit yfir svarendur með búsetu í Danmörku úr könnunum 2009 og 2010.....	43
Tafla 7 Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða til Íslands .....	50
Tafla 8 Hvaða landshlutar voru heimsóttir borið saman við hvar var komið inn í landið 2010 .....	53
Tafla 9 Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða á Norðurland.....	54
Tafla 10 Skipting útgjaldaliða og notað viðmið fyrir sólarhringseyðslu .....	64
Tafla 11 Metin heildarútgjöld miðað við meðalfjölda gistinguáttu á Norðurlandi og Íslandi 2010 og samanburður við niðurstöður 2009 .....	66





# 1 INNGANGUR

Fyrir einu ári gaf Rannsóknamiðstöð ferðamála út fyrstu skýrsluna sem lýsti niðurstöðum könnunar meðal erlendra gesta sem nýttu sér beint flug til Akureyrar yfir sumarið 2009 (Eyrún J. Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Lýsti sú skýrsla þeim miklu væntingum sem bundnar eru við beint millilandaflug á Akureyrarflugvöll, en það ár var beðið eftir lengingu flugbrautar, sem var raunin síðsumars 2009. Lengi hafði verið barist fyrir lengingu hennar og hún var talin ryðja úr vegi einni stærstu hindruninni hvað varðar tækifæri í millilandaflugi um flugvöllinn (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Beint flug til Akureyrar frá stórborgum eins og Lundúnum og Kaupmannahöfn er talið gefa ferðaheildsölum ný tækifæri þar sem um nýja flugleið inn í landið er að ræða, sem býður uppá ótal möguleika í vöruþróun. Auk þess hafa ferðaskrifstofur sýnt áhuga á að kynna Akureyri sem nýjan áfangastað og selja þangað ferðir. Sumarið 2006 hóf Iceland Express að fljúga á milli Akureyrar og Kaupmannahafnar. Fyrirkomulaginu var vel tekið og hefur flugfélagið haldið úti flugi tvisvar sinnum í viku á flugleiðinni á hverju sumri síðan þá. Væntingar voru um það að sumarið 2010 myndi Iceland Express bjóða upp á reglubundið flug milli Kaupmannahafnar og Akureyrar annars vegar og Lundúna og Akureyrar hins vegar, eitt flug á viku til hvors áfangastaðar. Af þessari framboðsaukningu varð ekki og niðurstaðan að flogið var einu sinni í viku milli Akureyrar og Kaupmannahafnar, alla laugardaga frá 5. júní til 28. ágúst, sumarið 2010.

Það sumar endurtók Rannsóknamiðstöð ferðamála könnun meðal brottfararfarþega í millilandaflugi frá Akureyrarflugvelli, sem fyrr í samvinnu við ISAVIA, Viðskiptadeild Háskólans á Akureyri og sveitarfélög á Eyjafjarðarsvæðinu. Um var að ræða könnun meðal erlendra farþega í áætlunarflugi Iceland Express milli Akureyrar og Kaupmannahafnar á tímabilinu 5. júní – 28. ágúst. Könnuninni var ætlað að kanna ferðavenjur, neyslumynstur og upplifun þeirra erlendu gesta sem fara frá Íslandi um Akureyraflugvöll og kortleggja ferðamynstur þeirra um Norðurland. Niðurstöður þessarar könnunar eru kynntar í þessari skýrslu.

## 1.1 BAKGRUNNUR KÖNNUNAR

Könnunin er beint framhald á könnun sem var gerð meðal farþega á leið frá landinu á Akureyrarflugvelli sumarið 2009 og fjallað var um í áðurnefndri skýrslu RMF um millilandaflug á Akureyri frá því í fyrra. Könnuninni var vel tekið bæði meðal farþega og ferðaþjónustuaðila á Norðurlandi og var því ákveðið að endurtaka könnunina. Spurningalistanum var að mestu leyti haldið óbreyttum og auðveldar það samanburð við niðurstöður könnunarinnar frá árinu á undan. Engu að síður var spurningalistinn uppfærður og hann samlagaður nýjum áherslum í upplýsingaþörf sem myndaðist í kjölfar niðurstaðna könnunarinnar 2009. Helstu breytingar eru kynntar nánar í kafla 1.3 um gögn og aðferðir.

Kannanir sem þessar geta verið þýðingamiklar fyrir skipuleggjendur og hagsmunaaðila ferðaþjónustu á áfangastað og geta niðurstöðurnar veitt mikilvæga innsýn inn í þann markhóp sem sækir svæðið heim. Þetta er ekki síst mikilvægt þegar verið er að byggja upp nýjan áfangastað. Að þekkja sína gesti, þ.e. skilningur á hvata ferðafólks og ánægjustigi þeirra eftir heimsókn eru lykilatriði í skipulagningu og markaðssetningu áfangastaða og ef gögn um þetta liggja ekki fyrir verður öll stefnumótun og uppbygging mögulega tilviljunum háð (Prideaux og Crosswell, 2005). Hvað varðar ferðaþjónustu á Norðurlandi þá hafa markaðsrannsóknir bent til þess að ýmsir möguleikar séu í uppbyggingu og vöruþróun í ferðaþjónustu fyrir hendi utan háannar. Kannanir hafa t.d. bent til þess að möguleikar séu fyrir hendi að bjóða Dönnum upp á skíðaferðir til Akureyrar og að beint flug til Akureyrar sé lykillinn að þeim markaði, þar sem ferðalag um Keflavíkurlugvöll væri mun síðri kostur í ljósi lengri ferðatíma, dýrara ferðalags og annars óhagræðis (Guðmundur Oddsson og Hjördís Sigursteinsdóttir, 2006).

Almennt séð eru rannsakendur í ferðamálum í öfundsverðri stöðu á Íslandi. Nánast allir sem koma til landsins og fara frá því fara um Leifsstöð. Aðrir fara um höfnina á Seyðisfirði og brotabrot kemur um aðra flugvelli, s.s. Akureyri eða Egilsstaði (sjá mynd 5). Það sem við vitum um þá sem koma til landsins byggjum við á gögnum aflað um það fólk sem fer frá landinu. Ferðamálastofa, sem er stjórnsýsluarmur ráðuneytis ferðamála

(iðnaðarráðuneytis) og stýrist af nefnd sem kölluð er ferðamálaráð, heldur úti talningu á þeim sem fara frá landinu og er merkt við þjóðerni eftir því hvaða vegabréf fólk sýnir við öryggishliðið. Þannig höfum við nokkuð ítarlegar tölur um ferðafólk á Íslandi, en árið 2010 fóru 459.252 einstaklingar með erlent ríkisfang frá landinu (Ferðamálastofa, 2011). Augljóst er þó að farandverkamenn og fólk í viðskiptaerindum er talið hér með, þó vissulega megi líta megi á báða hópa sem ferðafólk.

Eitt af því sem er mikilvægt að komast að er í hvaða tilgangi fólk er að ferðast, hvaða þjónustu það nýtir sér, hvert það fer og hve lengi það gistir. Til að komast að því þarf að spyrja fólk. Ferðamálastofa hefur gert stöku kannanir en síðan 2004 hefur einkafyrirtækið Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) spurt fólk á Leifsstöð um þessa þætti og fleiri. Sumarið 2010 samdi Ferðamálastofa við fyrirtækið um að fá að koma að nokkrum spurningum í könnuninni, en annars eru öll gögn sem safnast í þessum könnunum í eigu fyrirtækisins. Gögnin ættu að geta gefið nokkuð góða almenna mynd að ferðafólki sem til landsins kemur. Hafa ber þó í huga að aðeins er spurt í Leifsstöð (þó stöku sinnum á Seyðisfirði) og ekki sjálfgefið að einstök svæði, fyrirtæki eða sveitarfélög geti nýtt sér upplýsingarnar. Þannig er mikilvægt að spyrja við alla brottfararstaði, en ekki síður þar sem ferðafólk er að finna á ferðum sínum um landið.

## 1.2 MARKMIÐ

Markmið könnunarinnar á Akureyrarvelli sumarið 2010 er að átta sig á hverjir þeir erlendu gestir sem nýta sér þetta flug eru, hvaðan þeir koma, kanna ferðavenjur þeirra og kortleggja ferðamynstur, neyslu og upplifun þeirra. Verður þessari könnun framhaldið sumarið 2011 og næstu sumur eftir því sem fjárhagur RMF leyfir en með því móti fást upplýsingar sem eru ómetanlegar fyrir ferðaþjónustuna á Norðurlandi og víðar að því leyti að betri skilningur fæst á samspili flugvalla og þróunar ferðaþjónustu á tilteknum svæðum, með öðrum orðum hvernig nýir áfangastaðir geta mögulega orðið til.

### 1.3 GÖGN OG AÐFERÐIR

Erlendir farþegar Iceland Express voru beðnir um að svara spurningalista um Íslandsferðina í brottfararsal Akureyrarflugvallar – þar sem ætla má að komið sé að lokum ferðarinnar. Könnunin var lögð fyrir farþegana á laugardögum á tímabilinu 5. júní – 28. ágúst. Starfsfólk Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sá um að leggja könnunina fyrir með góðri hjálp starfsfólks ISAVIA á Akureyri. Þær 24 spurningar sem voru á spurningalistanum, sem var á ensku, dönsku og þýsku (sjá spurningalista í viðauka 1), vörðuðu ferðina um Ísland og þá sérstaklega um Norðurland og eru í grunninn þær sömu og lagðar voru fyrir sumarið 2009. Hér að neðan er gert grein fyrir þeim breytingum sem voru gerðar.

Til að kanna samsetningu ferðamanna og ferða- og neysluvenjur þeirra var tölfræðilegum upplýsingum varðandi ferðamennina safnað og ferðir þeirra kannaðar. Cooper o.fl. (2005) mæla með að lögð sé áhersla á þau atriði sem koma fram í töflu 1.

**Tafla 1** Áhersluatriði við greiningu á samsetningu ferðamanna  
*Heimild:* Cooper o.fl. 2005: 88, þýðing höfundu

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

Þátttakendur voru beðnir um að gefa grunnupplýsingar um sig sjálfa, þ.e. aldur, kyn, búsetu, menntun og tekjustig í heimalandi viðkomandi, líkt og í könnuninni 2009. Í könnuninni var ekki spurt um atvinnu/starfstétt en í stað þess var spurt um menntunarstig og um ferðafélaga. Á grundvelli þessara grunnupplýsinga er hægt að greina aðrar spurningar spurningalistans enn frekar og bera saman við niðurstöður könnunarinnar 2009. Að öðru leyti skiptist spurningalistinn í fimm hluta eftir áherslum. Í fyrsta lagi voru nokkrar almennar spurningar um Íslandsferð svarenda,

sem gefa gleggri mynd af ferðamynstri þátttakenda um áfangastaðinn Ísland. Í þessum hluta var t.a.m. spurt um tilgang ferðar, ferðafélaga, dvalarlengd, hvar viðkomandi komi inn í landið og hvaða landshlutar aðrir en Norðurland voru sóttir heim í ferðinni. Ein ný spurning bættist við þennan hluta spurningalistans í könnuninni 2010. Hún varðaði hver hefði skipulagt ferðina. Við úrvinnslu niðurstaðna könnunarinnar 2009 kom í ljós að þörf væri á að safna þessum upplýsingum til þess að geta betur aðgreint þá sem voru hér á eigin vegum og þá sem voru í hópferð/pakkaferð.

Í öðru lagi voru sérstakar spurningar sem er ætlað að gefa vísbendingar um ferðamynstur farþeganna um Norðurland á meðan á Íslandsdöl stóð. Hér var sérstaklega spurt um hvaða staðir eða svæði á Norðurlandi voru heimsótt, fjölda gistinátta, gistimáta, samgöngumáta og nýtta afþreyingu. Fjórar nýjar spurningar bættust við þann hluta könnunarinnar sem snéri að ferðum farþeganna á Norðurlandi. Spurt var um hvort farþegarnir hefðu komið áður á Norðurland, ef svo var þá hve oft, á hvaða árstíma og hvort þeir hefðu komið inn í landið gegnum Akureyrarflugvöll. Auk þess var spurt hvort farþegarnir hefðu áhuga á að koma aftur á Norðurland á öðrum árstíma.

Í þriðja lagi var spurt um helstu útgjaldaliði. Að þessu sinni var spurt um átta mismunandi útgjaldaliði; gistingu, veitingastaði/kaffihús (matur, drykkur o.þ.h.), verslun í matvörubúðum, afþreyingu, samgöngur (fargjöld, bílaleigubíla, eldsneyti, leigubíla o.þ.h.), aðra verslun, minjagrip og annað ótilgreint. Í könnuninni 2009 var spurt um sömu útgjaldaliði, að undanskilum liðnum um minjagrip, sem þýðir að niðurstöður er varða útgjöld gesta eru sambærilegar á milli ára. Í fjórða lagi voru spurningar um mat á gæðum þjónustu og upplifun þátttakenda af Norðurlandi. Í fimmta og síðasta lagi voru spurningar um upplýsingaþörf og -notkun þátttakenda könnunarinnar bæði fyrir ferð og í ferðinni. Þær spurningar tóku smávægilegum breytingum á milli ára en eru engu að síður samanburðarhæfar.

Niðurstöður könnunarinnar er m.a. hægt að nota sem mælikvarða sem á árangur af þeirri markaðssetningarvinnu sem þegar hefur verið unnin í

tengslum við flugleiðina milli Akureyrar og Kaupmannahafnar. Má þar nefna:

- Mat á heildarfjölda ferðamanna sem kemur til Akureyrar með beinu flugi
- Fjölda ferðafólks eftir þjóðerni
- Lengd dvalar
- Tekjur af ferðafólki
- Fjölda ferðafólks á einstökum áfangastöðum á Norðurlandi

Í greiningu er fyrst og fremst um lýsandi tölfræðiúrvinnslu að ræða, en niðurstöður eru jafnframt greindar út frá bakgrunnsbreytunum kynferði, aldur, búseta og tekjustig. Niðurstöður greininga eru settar fram í myndum, eftir því sem við á, sem sýna svarhlutföll einstakra þátta ásamt stuttri túlkun. Marktækni og áreiðanleiki niðurstaðna í þessari rannsókn er metinn með viðeigandi tölfræðilegum aðferðum í hvert sinn og er tekið mið af slíkri greiningu í umræðu um tengsl milli svara við einstökum spurningum og þeirra bakgrunnsbreyta sem til skoðunar eru. Tölfræðileg úrvinnsla var unnin í SPSS, en myndir og töflur í Excel.

#### 1.4 UPPBYGGING SKÝRSLU

Skýrslan skiptist í fimm kafla auk samantektar og lokaorða. Í fyrsta kafla er greint frá bakgrunni og markmiðum könnunarinnar auk helstu niðurstaðna. Í öðrum kafla er farið yfir þróun síðustu ára hvað varðar fjölda í farþegaflutningum með flugi, bæði á heimsvísu og á Íslandi sem og framtíðarhorfur. Er sjónum sérstaklega beint að Akureyrarflugvelli og farið yfir þróun millilandaflugs um Akureyrarflugvöll í evrópsku og hnattrænu samhengi. Í þriðja kafla er samantekt rannsókna á hlutverki flugvalla í þróun áfangastaða gerð skil. Í fjórða kafla eru þátttakendur könnunarinnar kynntir til sögunnar og farið yfir svörun og grunnbreytur og í fimmta kafla er farið yfir niðurstöður könnunarinnar.

## 1.5 HELSTU NIÐURSTÖÐUR

Könnunin sem framkvæmd var á Akureyrarvelli sumarið 2010 er ætlað að skýra hvaða ferðafólk kemur gegnum völlinn, hvað það gerir og hvað það skilur eftir sig. Könnunin skiptist í fimm hluta. Í fyrsta lagi voru nokkrar almennar spurningar um Íslandsferð svarenda. Í öðru lagi voru sérstakar spurningar sem er ætlað að gefa vísbendingar um ferðamynstur farþeganna um Norðurland á meðan á Íslandsdvöl stóð. Í þriðja lagi var spurt um helstu útgjaldaliði. Í fjórða lagi voru spurningar um mat á gæðum þjónustu og upplifun þátttakenda af Norðurlandi. Í fimmta og síðasta lagi voru spurningar um upplýsingaþörf og -notkun þátttakenda könnunarinnar bæði fyrir ferð og í ferðinni.

Það sem könnunin sýnir er að þeir gestir sem koma um Akureyrarvöll eru fólk sem býr í næsta nágrenni við Kastrup í Kaupmannahöfn, er nálægt fimmtugu vel menntað og vel stætt. Rúmur helmingur var að koma í fyrsta skiptið til landsins og þeir fengu upplýsingar af interneti, úr ferðahandbókum, frá vinum eða ættingjum, eða voru í ferð á vegum ferðaskrifstofu. Þeir sem hafa komið áður nota internetið og skipuleggja sína ferða mest sjálfir. Þeir sem komu til að heimsækja vini og ættingja hafa komið áður til landsins aðrir eru að koma í frí til að upplifa náttúru.

Þeir sem svara könnuninni eru flestir (72%) að fara í frí með fjölskyldu og vinum og felst fríið í að skoða náttúru landsins í um vikutíma. Þeir staðir sem standa uppúr af þeim sem fólk heimsækir eru austan Eyjafjarðar í Mývatnssveit og Þingeyjarsýslum. Hvað varðar sérstöðu Norðurlands er kemur að náttúru má ráða að fossarnir Goðafoss og Dettifoss skapa sérstöðu ásamt náttúrufari Mývatnssveitar en einnig hvalaskoðun á Húsavík (myndir 30 og 31).

Það sem vekur althygli er að þeir sem koma með flugi til Akureyrar fara margir (48%) ekkert út fyrir Norðurland, og ef einhverjir aðrir landshlutar eru sóttir heim þá er það Austurland helst. Svo virðist sem fólk sé töluvert bundið nærsvæði flugvallar og rennir það stoðum undir þær hugmyndir að hægt sé að búa til nýjan áfangastað á Íslandi á Norður- og Austurlandi með beinu flugi.

Þegar spurt var hvort farþegarnir hefðu áhuga á að heimsækja Norðurland á öðrum árstíma en sumri kom í ljós að flestir höfðu áhuga á því. Í ljós kom að 42% höfðu áhuga á að koma að vetri, 41% svarenda hafði áhuga á að koma að vori og 37% að hausti. Tæplega 32% svarenda hafði ekki áhuga á að koma aftur á Norðurland á öðrum árstíma. Ekki var mikill munur á svörum hvað varðar árstíma er þau voru greind út frá tilgangi ferðar og eftir kyni. Mest áberandi var þó að 80% þeirra, sem vildu ekki koma aftur á öðrum árstíma, voru hér í fríi.

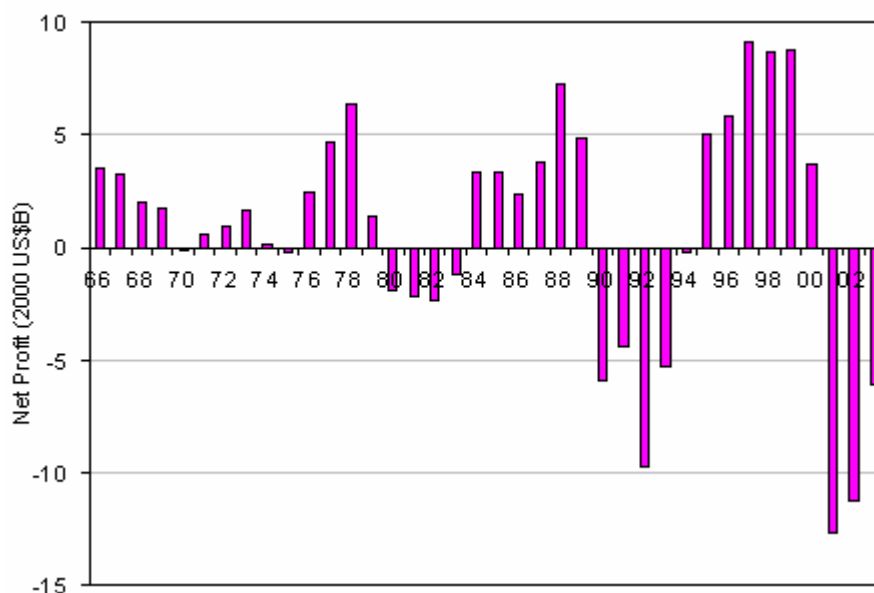
Gestir sem komu með beinu flugi um Akureyravöll voru að eyða að meðaltali rúmum 29.000 krónum á sólarhring. Ef tekið er mið af meðaldvalarlengd og meðalferðahóp má draga þá ályktun að meðalferðalangur á ferð með vísitöluþjölkskyldu sé að eyða rúmum 221.000 ef aðeins var dvalist á Norðurlandi en um 265.000 ef allt landið var undir. Þessir gestir eru ánægðir með upplifun af svæðinu, horfa til náttúrunnar og afþreyingar henni tengdri.

Flestir leituðu sér einhverra upplýsinga um Norðurland áður en lagt var af stað í ferðina. Þrjár upplýsingaveitir voru vinsælastar þ.e. internetið, vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn og ferðabækur. Í sjálfri ferðinni voru vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn og ferðabækur áfram vinsælar upplýsingaveitir en einnig bættust við bæklingar, þá sérstaklega bæklingar ferðaþjónustufyrirtækja.



## 2 FARÞEGAFLUTNINGAR MEÐ FLUGI

Fyrir að verða 110 árum fóru menn fyrst að fljúga og alla 20. öldina var mikill vöxtur og ör tækniþróun í flugsamgöngum sérstaklega í kjölfar síðari heimstyrjaldarinnar. Viðgangur flugfélaga síðustu áratug hefur þó verið nokkuð brokkgengur eins og sjá má í sveiflum í hagnaði þeirra (mynd 1). Á nýliðnum áratug hafa kreppur, stríð og farsóttir í kjölfar 11. september 2001 dregið úr vextinum og tækniþróun fékk bakslag þegar Concorde þotunum var lagt 2003 og þróun Dreamliner véla Boeing (787) sem og Airbus A380 lenti í ógöngum (Bowen, 2010 og Goetz & Graham, 2004).

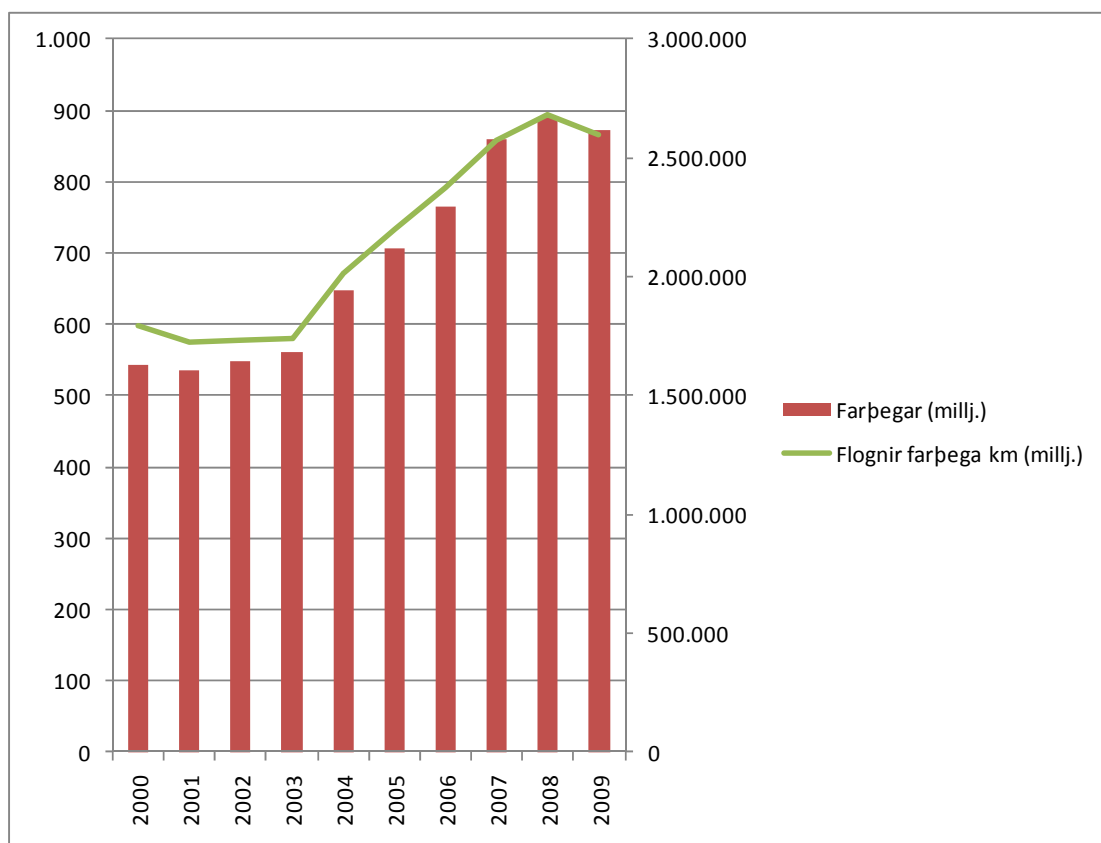


Mynd 1 Sveiflur í hagnaði flugfélaga í heiminum

(Heimild: Jiang og Hansman, 2006, bls. 3)

Jiang og Hansman (2006) sýna með tölfræðigreiningum hvernig þær sveiflur sem sýndar eru á mynd 1 munu aðeins magnast. Undirliggjandi þessum brokkgenga iðnaði er nefnilega sú staðreynd að samfélög heimsins eru að verða sífellt vanari því að geta farið flugleiðis milli staða og flugsamgöngur að verða æ almennari. Einn drifkraftur þessa er að reglum stjórnvalda á flugsamgöngur fer stöðugt fækkandi, s.s. um fargjöld, leiðir, þjónustustig og ýmis samkeppnishöft hafa verið numin úr gildi. Einkavæðing þjóðarflugfélaga og almenn markaðssvæðing gera það að verkum að nýjar leiðir verða til og ný flugfélög spretta upp um allt, sem

keppast um að ná til sín fleiri viðskiptavinum (Bowen, 2010). Í ársskýrslu Alþjóðaflugmálastofnunarinnar fyrir 2009 (ICAO, 2010) kemur fram að umfang millilandaflugs í heiminum vex, þrátt fyrir samdrátt í hagnaði flugfélaga á sama tíma. Á mynd 2 má sjá fjölda borgandi farþega í heiminum og hve mikið þeir fljúga (á hægri ás).



**Mynd 2** Umfang alþjóðlegs flugrekstrar í heiminum:  
Farþegar og flognir km (hægri ás)

(Heimild: ICAO, 2010, bls. 106)

Á mynd 2 má sjá smávægilega stöðnun undanfarin tvö ár. Hagnaðarsamdrætti flugfélaga virðist þó vera að ljúka og Alþjóðasamtök flugfélaga (IATA, 2010) spáir vexti í flugrekstri um nærri 7% á hverju ári næstu ár og segja í ársskýrslu sinni: „bjartsýni á varfærni grunni er að koma aftur. Áskoranir eru að engu að síður framundan.“ (IATA, 2010a, bls. 6).

Sá vöxtur sem sést á mynd 2 er í takt við að á heimsvísu hefur erlendum ferðamönnum fjölgað á undanfönum árum. Árið 2009 voru komur erlendra ferðamanna í heiminum (e. *international tourist arrivals*) 885

milljónir sem er samdráttur um 4% frá árinu á undan (UNWTO, 2011). Spáð var að árið 2009 yrði eitt það erfiðasta í sögu ferðaþjónustunnar vegna alþjóðlegs efnahagssamdráttar. Þetta erfiðleikatímabil virðist hinsvegar að baki og komum erlends ferðafólks hefur fjölgað í heiminum um 7%, í 935 milljónir 2010, samkvæmt nýjum tölum Alþjóðaferðamálastofnunar Sameinuðu Þjóðanna (UNWTO, 2011). Þessi stutta niðursveifla endurspeglar þó þá staðreynd að ferðaþjónustan er afar viðkvæm fyrir utanaðkomandi áhrifum, sem hafa í sjálfu sér ekkert með ferðaþjónustuna að gera, en geta engu að síður haft þýðingarmikil áhrif á framboð og eftirspurn til skemmri tíma. Utanaðkomandi áhrif eru t.d. kreppur, náttúruhamfarir, stríð, pólitískur óstöðugleiki og hryðjuverk (Mill og Morrison, 1998) og jafnvel farsóttir eins og svínainflúensan. Ljóst er að efnahagssamdrátturinn og inflúensufaraldurinn hafði áhrif á eftirspurn í ferðaþjónustu síðastliðin ár, en aðeins til skemmri tíma eins og búist var við (UNWTO, 2009).

Alþjóðleg ferðalög fara mest fram með flugi. Þannig bendir allt til þess að enn fremur en 20. öldin verði sú 21. öld flugsamgangna og flugvelli verði þannig í lykilstöðu, ekki aðeins sem hlið inn á tiltekna staði, heldur og hvatar efnahagslífs og samfélagsþróunar. Charles, Barnes, Ryan og Clayton (2007) taka saman hugmyndir um uppbyggingu iðnaðar og þjónustu í kringum flugvelli og nefna slíka uppbyggingu „flugborgir“ (e. *aerotropolis*), sem þeir segja að byggist víða og gegni mikilvægu hlutverki í dag. Nánar verður vikið að þeim og hlutverki flugvalla í svæðisbundinni þróun í kafla 3.

## 2.1 FARÞEGAFLUTNINGAR MEÐ FLUGI Í EVRÓPU

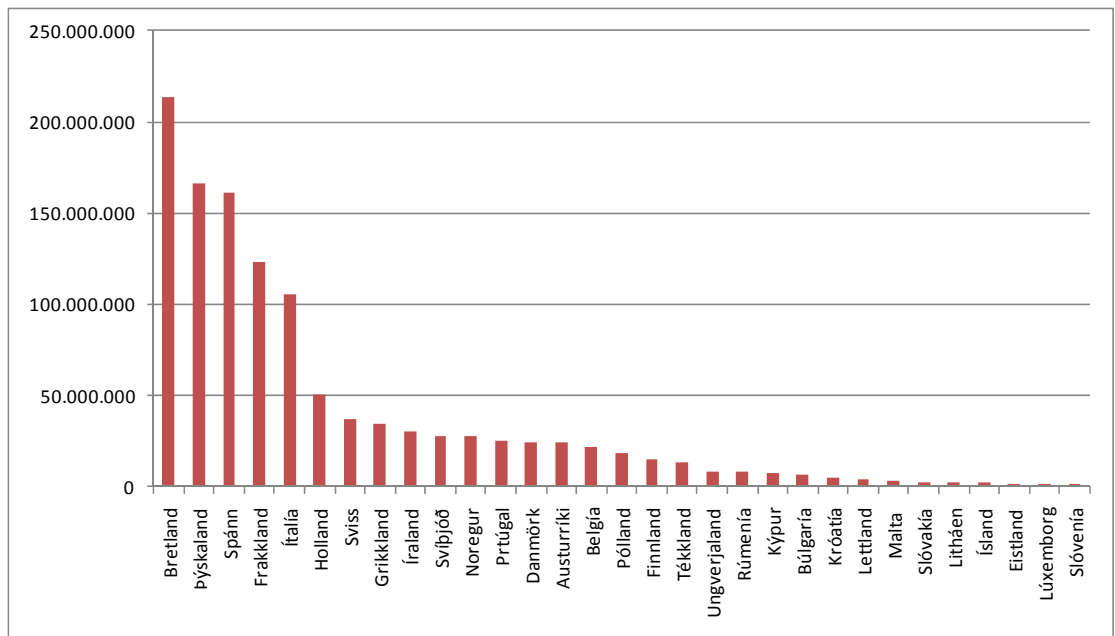
Flugvelli í Bandaríkjunum eru þær stærstu og umsvifamestu í heimi, þó svo að einn og einn flugvöllur í SA-Asíu sé nú að ná þeim. Í Evrópu eru um 2.100 flugvelli opnir fyrir farþegaumferð, en um 35 þeirra stærstu fer rúmur helmingur af allri umferð innan álfunnar. Flestir þeirra eru í námunda við borgir og fylgir tíðni fluga um hvern völlum íbúabéttleika og atvinnustarfsemi, nema á stöðum þar sem um sérstakt aðdráttarafl

ferðafólks er að ræða (Eurocontrol, 2007). Eurocontrol (2007) lýsir fimm stærðarflokkum flugvalla og er fjallað um þá í töflu 2.

**Tafla 2** Stærðarflokkar flugvalla í Evrópu 2006  
 Heimild: Eurocontrol, 2007

	Mjög stór	Stór	Miðlungs	Lítill	Mjög lítill
Brottfarir á ári í þús.	200-500	50-200	20-50	5-20	1-5
Fjöldi flugvalla í flokki	6	37	56	146	283
Ráðandi flug	Áætlunar flug	Lággjald a félög	Fragtflug	Viðskipta- og leiguflug	Her- og einkaflug

Stærstu vellir í Evrópu eru: London (Heatrow), París (Charles de Gaulle), Frankfurt (Main), Amsterdam (Schiphol) og Madrid (Barajas) í þessari röð. Um þá fara á milli 40 og 70 milljón farþegar árlega. Á mynd 3 hér að neðan má sjá að stærstu vellirnir eru í þeim löndum þar sem almennt er mest umferð flugfarþega á ári.



**Mynd 3** Fjöldi flugfarþega í Evrópulöndum árið 2008

(Heimild: Eurostat, 2010, bls. 502)

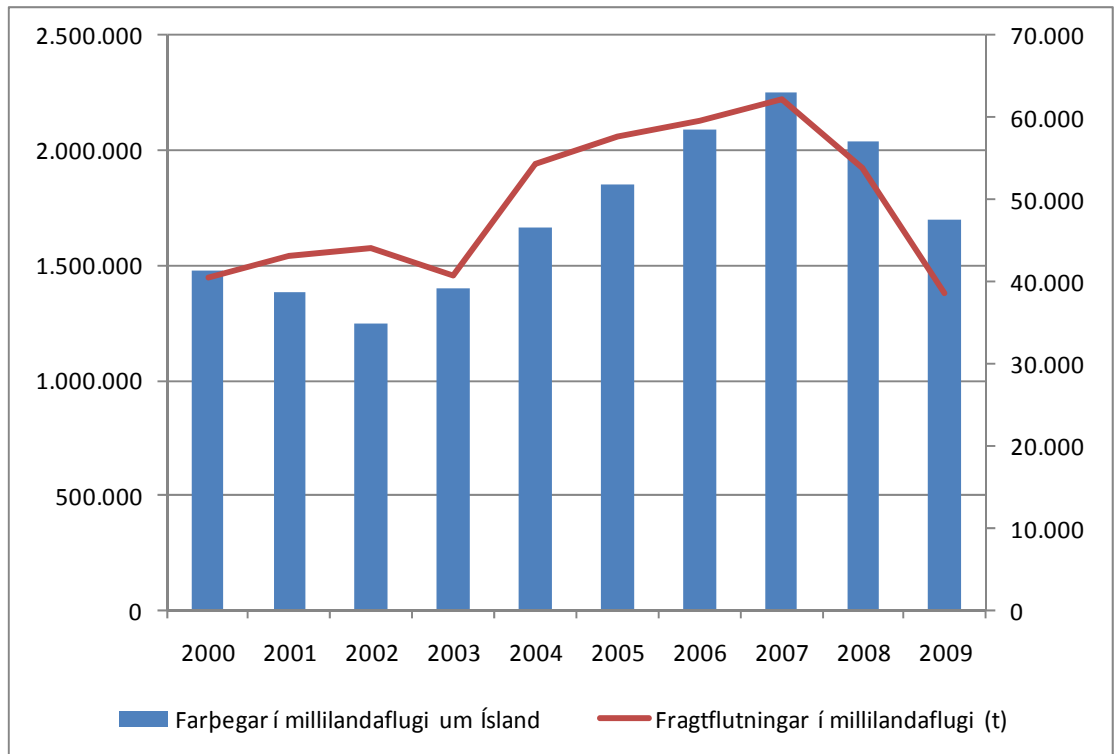
Í mynd 3, eru tölur um fjölda flugfarþega sem fara um Evrópulöndin árið 2008. Um Ísland fara 2.241.000 flugfarþegar í öllu flugi samkvæmt

yfirlitinu en þær tölur eru frá 2006. Má sjá að Ísland er í fjórða neðsta sæti í Evrópu hvað varðar fjölda flugfarþega sem um landið fara.

Ekki er allt flug vegna ferðafólks á leið til framandi staða. Í töflu 2 er getið um ráðandi flug á ólíkum völlum, en Eurocontrol (2007) skiptir flugi upp í sjö markaðshluta. Hver þeirra sækir á nokkuð ólíka flugvelli. Þannig sækir her- og einkaflug á minnstu vellina, viðskiptaflugferðir fara um minni velli ásamt leiguflugi, fragtflug fer að mestu um miðlungsvelli, lággjaldaflugfélög nýta sér stóru vellina og venjubundið áætlunarflug er á þeim stærstu. Reyndar er tekið fram að allar tegundir flugs eigi sér stað á öllum völlum, en þær tegundir sem eru nefndar, eru áberandi eða jafnvel einkennandi fyrir tiltekna velli. Þannig má sjá að ef skoðað er aðeins út frá fjölda brottfara á hverjum degi, sést að á öllum tegundum valla er venjubundið áætlunarflug ráðandi (Eurocontrol, 2007).

## 2.2 FARÞEGAFLUTNINGAR MEÐ FLUGI Á ÍSLANDI

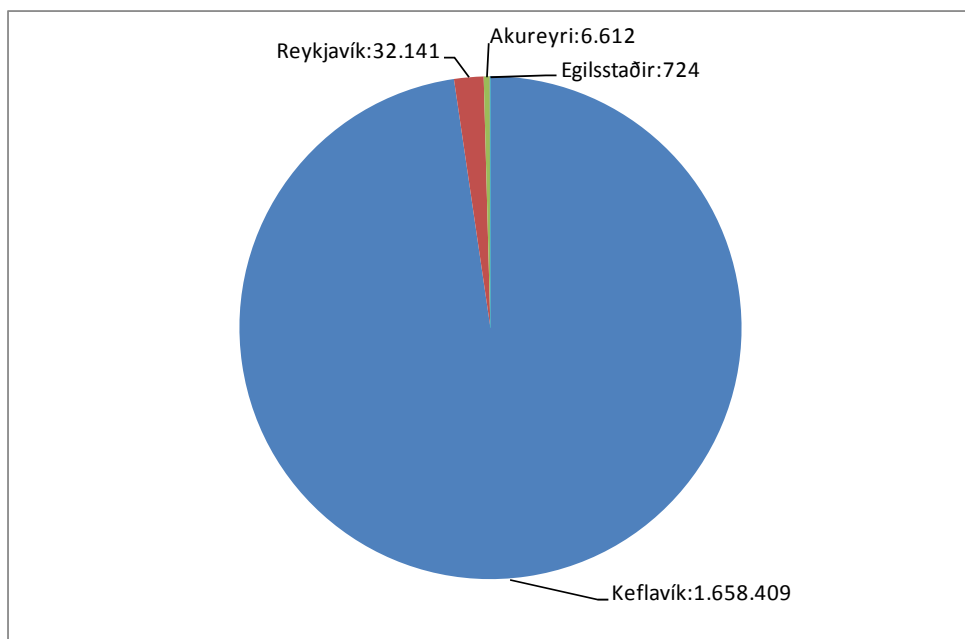
Á undanförunum árum hefur flugfarþegum til og frá Íslandi fjölgað jafnt og þétt. Árið 2009 fóru 1.697.888 millilandaþegar um íslenska flugvelli, eða um 17% færri en árið á undan (ISAVIA, 2010). Má sjá á mynd 4 hvernig þróunin í farþegaflutningum í millalandaflugi hefur verið um íslenska flugvelli, en einnig er sýnt á myndinni hve mikið af fragt hefur farið til og frá landinu.



**Mynd 4** Millilandaferðir um íslenska áætlunarflugvelli 2000-2009 og fragt  
(Heimild: ISAVIA, 2010)

Árið 2009 fóru rúmlega 97,7% millilandaferðinga<sup>1</sup> á Íslandi í gegnum Keflavíkurflugvöll, eins og sjá má á mynd 5. Annar stærsti flugvöllurinn, hvað varðar fjölda millilandaferðinga var Reykjavíkurflugvöllur með 1,9% hlutdeild á síðasta ári. Sá þriðji var Akureyrarflugvöllur með 0,4% hlutdeild. Samanborið þá kemst Eurocontrol (2007) að því að næststærsti flugvöllur í hverju landi í Evrópu hafi 10-20% af allri flugumferð í landinu.

<sup>1</sup> Millilandaferðir = komu-, brottfarar-, áningar- og skiptiferðir

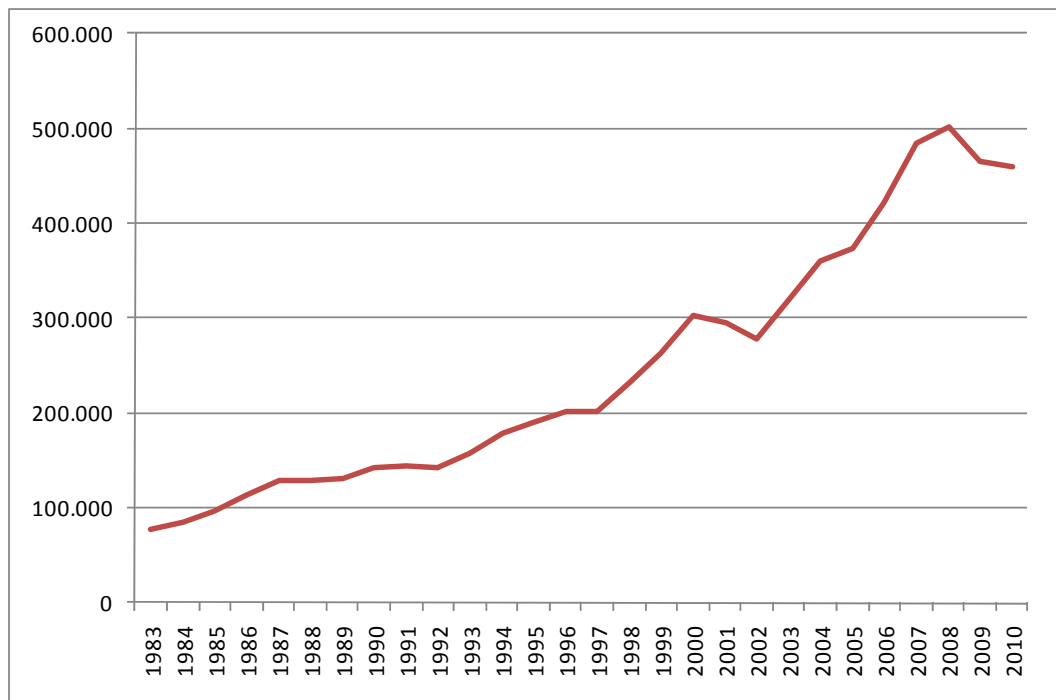


**Mynd 5** Millilandafarþegar um íslenska áætlunarflugvelli 2009

(Heimild: ISAVIA, 2010)

Til að nálgast hlutföll Eurocontrol (2007) þarf að skoða flughreyfingar um vellina í Keflavík, Reykjavík og á Akureyri má sjá að árið 2009 voru þær 23.416 í Keflavík, 56.069 í Reykjavík og 14.819 á Akureyri. Flughreyfing felur í sér landingu og brottför, og ef þessum tölum er því deilt í tvo og þær bornar saman við töflu 2 má sjá að Keflavík og Akureyri teljast litlir flugvellar á evrópskum mælikvarða en Reykjavíkuvöllur miðlungs.

Mynd 4 má bera saman við mynd 6 sem sýnir fjölda þeirra farþega sem sýna erlent vegabréf við brottför frá Keflavíkurflugvelli og Ferðamálastofa telur. Er þeim tölum, sem lesa má úr mynd 6, jafnan haldið á lofti sem þeim árlega fjölda ferðafólks sem sækir landið heim. Meðalfjölgun í gestakomum til landsins milli ára, á því tímabili sem mynd 6 nær yfir, hefur verið rétt rúm 7% og hefur verið nokkuð stöðugur ef frá eru talin árin 2001 og 2002 og 2009-2010. Í fyrra tilfallinu fækkaði milli ára um 2% (2000-2001) og svo 6% (2001-2002), og milli 2008 og 2009 var samdráttur 7,5% og milli 2010 og 2009, rétt rúmt prósent. Þennan samdrátt má einnig sjá á mynd 4, þó að þar sé um nokkuð hærri prósentur að ræða, eða 6,7% (2000-2001) og 11,3% (2001-2002) og svo 10,4% (2007-2008) og 20,3% (2008-2009).



Mynd 6 Fjöldi erlendra gesta 1983-2010<sup>2</sup>

(Heimild: Ferðamálastofa, 2011)

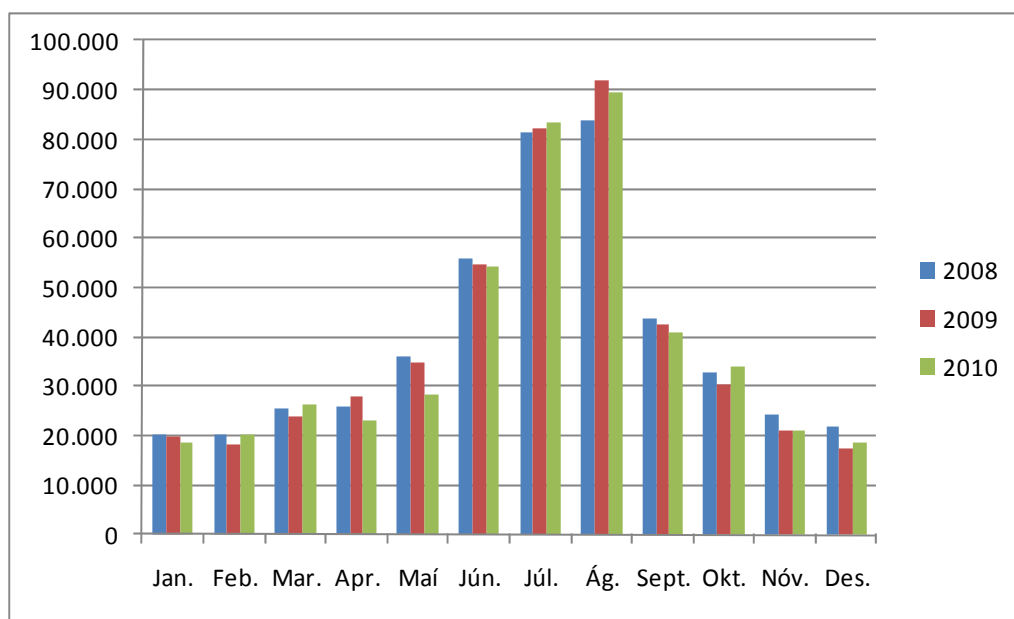
Erlendu ferðafólki á Íslandi hefur þannig fjölgað í takt við þróun í fjölda millilandafarþega er fara um landið á undanförunum árum, sem staðfestir það sterka samband sem Bieger og Wittmer (2006, bls. 41) lýsa að sé milli fjölda ferðafólks og fjölda fluga. Farþegum í millilandaflugi hefur að meðaltali fjölgað um 1,2% á ári síðastliðin 5 ár og 3,1% ef miðað er við síðastliðin 10 ár (ISAVIA, 2010). Ljóst er að meirihluti erlends ferðafólks kemur til Íslands um Keflavíkurflugvöll. Ferðamálastofa hefur spáð 8,3% árlegri aukningu í fjölda ferðamanna á Íslandi að jafnaði í samræmi við það sem hefur verið síðustu ár (Ferðamálastofa, 2010). Miðað við þessa framtíðarspá Ferðamálastofu má því gera ráð fyrir 1,2 milljónum ferðamanna til Íslands árið 2020. Miðað við þann vöxt sem hefur átt sér stað á undanförunum árum er mögulegt að þessar spár eigi eftir að rætast.

Efnahagssamdrátturinn í heiminum olli samdrætti í ferðaþjónustu fyrir árið 2009 hér á Íslandi sem annars staðar. Þegar tölur um fjölda erlendra ferðamanna á Íslandi árin 2008 og 2009 eru skoðaðar kemur í ljós fækkun milli ára í flestum mánuðum, en þó ekki öllum (sjá mynd 7). Greinileg

<sup>2</sup> Ferðamálastofa áætla að þessar tölur nái yfir 96% erlendra gesta sem koma til landsins, þ.e. 4% komi um aðra flugvelli, með Norrænu og öðrum skipum



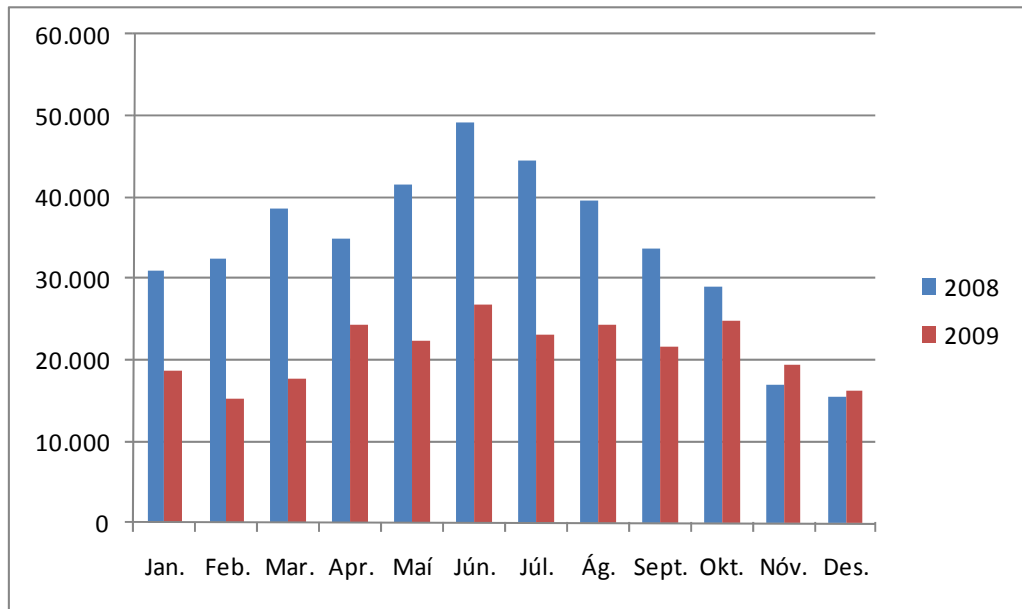
fjölgun er milli ára í apríl (6,5%), júlí (1,2%) og í ágúst (9,6%). Ísland var annað tveggja landa í Norður-Evrópu sem tilkynnti Alþjóðaferðamálastofnuninni um fjölgun erlendra ferðamanna á tímabilinu maí-júlí 2009 (European Travel Commission, 2009). Þar að auki komu í ágústmánuði 2009 rúmlega 92.000 erlendir gestir til Íslands og með því var sett nýtt met hvað varðar fjölda gesta á einum mánuði. En ef á heildina er litið þá hefur fjöldi erlendra ferðamanna einungis dregist saman um 1,7% á milli árunna 2008 og 2009. Það er töluvert minni samdráttur í samanburði við um 4% samdrátt í ferðaþjónustu í heiminum fyrir árið 2009.



**Mynd 7** Fjöldi ferðamanna á Íslandi eftir mánuðum 2008, 2009 og 2010.  
(Heimild: Ferðamálastofa, 2011)

Ef hinsvegar árin 2009 og 2010 eru borin saman má sjá að frá janúar fer ferðaþjónustan að rétta úr kútnum og bætir í ef marsmánuðir 2008 og 2010 eru bornir saman. Þar er vafalítið gosinu á Fimmvörðuhálsi að þakka sem dró nokkurn fjölda til landsins, þó erfitt sé að segja til um nákvæmlega hvað marga. Stærri gosið í Eyjafjallajökli hafði hinsvegar klárlega neikvæð áhrif, enda mörg flug til og frá landinu felld niður og var samdráttur milli árunna 2009 og 2010 rúm 17% að meðaltali í apríl, maí og júní. Í framhaldinu réttir ferðaþjónustan úr kútnum miðað við 2009. Samantekið varð því fækkun í gestakomum til landsins milli 2010 og 2009 1,1%.

Hluti af þeirri umferð sem talin er á myndum 4 og 5 eru ferðir Íslendinga til útlanda. Milli ára 2008 og 2009 hafa ferðir Íslendinga til útlanda dregist verulega saman (sjá mynd 8). Þó má greina fjölgun milli ára í nóvember (15,5%) og í desember (3,4%). Heilt yfir drógust ferðir Íslendinga saman um rúm 37,4% á milli ára 2008 og 2009.



**Mynd 8** Fjöldi Íslendinga á ferð til útlanda eftir mánuðum 2008-2009  
(Heimild: Ferðamálastofa, 2011)

Nærtækast er að finna skýringar á þessum mikla samdrætti í hruni fjármálakerfisins og nærri frjálsum falli krónunnar á hluta tímabilsins. Með vaxandi stöðugleika má þó búast við að fjöldi ferða aukist eitthvað og vísbending þar um er að ferðum fjölgaði á fyrstu sex mánuðum ársins 2010 að jafnaði um 6,95% milli mánaða (Ferðamálastofa, 2010). Aftur virðist sem áhrif kreppunnar á ferðaþjónustu verði skammlíf.

### 2.3 ÁHRIF ELDGOSANNA

Það sem klárlega gerir árið 2010 ólíkt öðrum hvað varðar flugsamgöngur og ferðaþjónustu eru eldgosin sem urðu á Fimmvörðuhálsi og í Eyjafjallajökli. Hið fyrra hófst 21. mars 2010 og þótti ekki markvert á jarðfræðilegan mælikvarða en fljótt var ljóst að það var stórfenglegt og

aðgengilegt. Ferðaþjónustuaðilar voru fljótir að átta sig og kepptust við að auglýsa gosið og ferðir að því, Kynnisferðir auglýstu meðal annars:

a great selection of Volcano Day Tours. Volcano Super Jeeps, Volcano Bus tours, Volcano Helicopter tours and even Volcano Snowmobile tours (Kynnisferðir, 2010).

Allrahanda auglýsti nýjar ferðir þar sem gestir gátu séð “Volcano in Action” og sögðu:

Proven once again, Iceland is truly the land of fire and ice. The people of Iceland are really used to the forces of nature, since there have been constant reports of volcanic activities throughout the history of our beautiful island (Allrahanda, 2010)

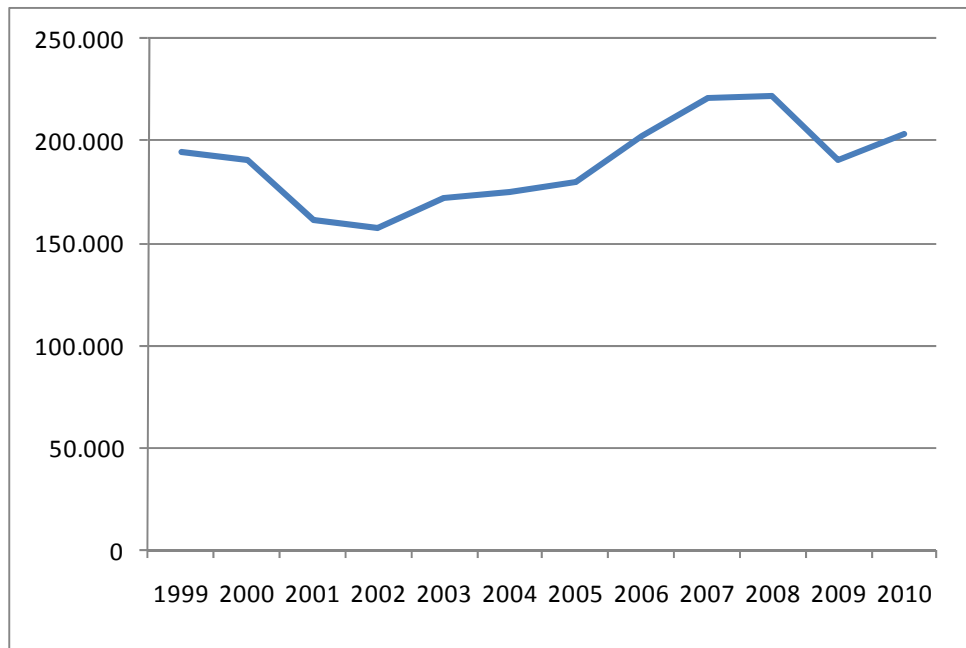
Eins og lýst var að ofan og sjá má á mynd 7, fjölgaði gestum í mars 2010 miðað við mars 2008. Í ljósi þessa töldu ferðaþjónustuaðilar að nú yrði metið frá ágúst árið 2009 slegið og enn fleiri gestir kæmu til landsins sumarið 2010 en ella.

Ekki reyndist sumarið verða met, þar sem degi eftir að gosinu á Fimmvörðuhálsi var formlega lokið 13. apríl 2010, hófst gjóskugos í Eyjafjallajökli. Þó gosið hafi ekki verið neitt óvenjulegt miðað við önnur gos um aldir í jöklinum og síst með þeim stærri sem orðið hafa, hafði það ófyrirséðar afleiðingar. Sterk, ríkjandi norðanáttin dagana eftir gos bar fingerða ösku frá gjóskustróknum í háloftunum suður um höf og til Evrópu. Vikuna 15. til 23. apríl voru nær allar flugsamgöngur um norðanverða álfuna lamaðar og þar með víða um heim. Þegar vindar breyttust og rofaði til í Evrópu fór gosið að hafa áhrif hér heima og næstu vikur var iðulega nær öllu millilandaflugi Icelandair beint um Akureyrarflugvöll og Glasgow varð skiptistöð þeirra sem flugu með Icelandair yfir hafið milli Evrópu og Ameríku. Sömuleiðis beindi Iceland Express nokkrum af sínum vélum til Akureyrar þegar ekki var hægt að lenda í Keflavík. Afleiðingin fyrir Akureyraflugvöll varð fyrst og fremst sú að aldrei höfðu fleiri millilandaferðar farið um völlinn þetta ár eða um 15.588. Þó að þessi fjöldi sé svipaður og fór um völlinn árið 2006 (mynd 10) urðu raddir nú háværar um að stækka þyrfti flugstöðina og flughlaðið

enda væri það alltof lítið til að geta sinnt hlutverki sínu þegar svo mikið gekk á líkt og þá daga sem millilandaflug Icelandair og Iceland Express fór um völinn.

## 2.4 FARÞEGAFJÖLDI Á AKUREYRARFLUGVELLI

Á mynd 9 hér að neðan má sjá fjölda heildarfjölda farþega (bæði komu- og brottfararfarþega) um Akureyri á 10 ára tímabili 2000-2010.



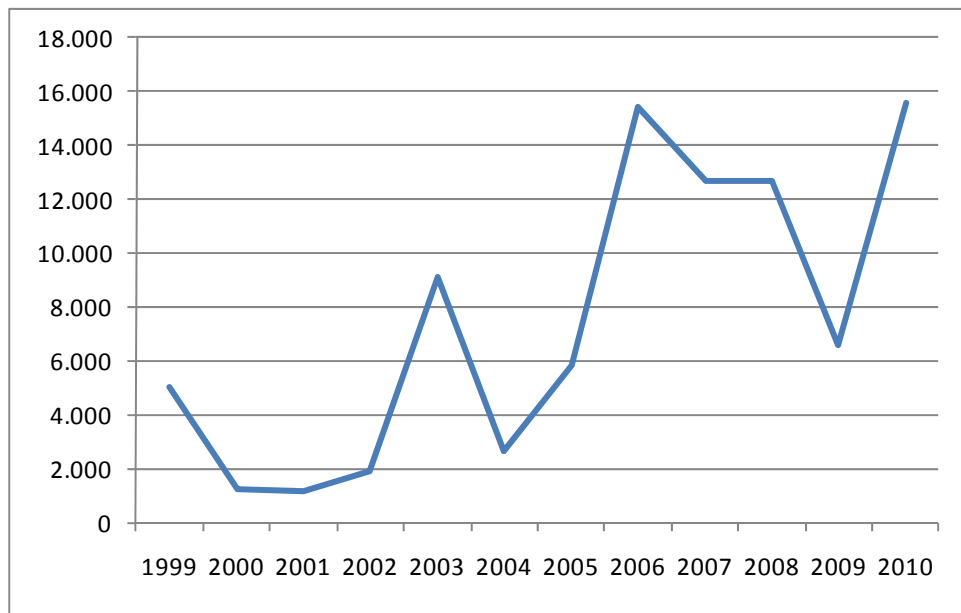
Mynd 9 Fjöldi flugfarþega um Akureyrarflugvöll 2000-2010

(Heimild: ISAVIA, 2011)

Eins og sjá má á mynd 9 hefur umferð um völinn aukist jafnt og þétt á undanförunum árum, ef frá er talin fækkun 2009 frá árinu á undan. Annars má sjá á myndinni svipaða þróun og á myndum 2, 4 og 6. Þó má bæta við einni skýringu er varðar samdrátt árunna 2000-2003. Árið 2000 hætti Íslandsflug áætlunarflugi milli Reykjavíkur og Akureyrar og fækkaði farþegum töluvert í kjölfarið fram til ársins 2003. Síðan þá hefur farþegum fjölgað að meðaltali um 3,6% á ári. Árið 1999 voru farþegar tæplega 195.000 en tíu árum síðar voru þeir 190.230, en milli 2008 og 2009 fækkaði farþegum um 14% líklegast af sömu ástæðum og flugfarþegum fækkaði almennt. Þeim fjölgar svo aftur upp í 203.337 árið 2010, þrátt fyrir að eldgosíð hafi lokað völinum og verkfall slökkviliðsmanna hafi

valdið því að flug fór gegnum Húsavík á tímabili. Mest umferð var 2007 og 2008, eða rúmlega 221.000 farþegar hvort árið.

Mynd 10 hér að neðan sýnir fjölda farþega í millilandaflugi á síðustu 10 árum en töluverðar sveiflur hafa verið í fjölda farþega í millilandaflugi. Þessar sveiflur er að mestu leyti hægt að skýra út frá framboði millilandaflugs á tímabilinu sem hefur verið nokkuð stopult. Árið 2003 fjölgaði millilandafarþegum um rúmlega 380% frá árinu á undan, en það ár bauð Air Greenland upp á áætlunarflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar. Árið þar á eftir fækkaði farþegum aftur. Aftur jókst umferðin mikið þegar Iceland Express hóf áætlunarflug sumarið 2006, en í kjölfar kreppunnar og hinnar almennu fækkunar flugfarþega, sem lýst hefur verið að ofan, fækkaði mikið í millilandaflugi um Akureyrarvöll 2009. Hefði líklegast svo haldist ef ekki hefði verið fyrir gosið í Eyjafjallajökli. Vegna gossins hafa aldrei farið jafn margir farþegar um flugvöllinn í millilandaflugi og árið 2010 eða tæplega 16.000 farþegar og munar um 148 fleiri farþega en árið 2006. Fjölgunin nam 136% frá árinu á undan. Síðustu 11 ár hefur farþegum þannig fjölgað að meðaltali um 59%.



**Mynd 10** Fjöldi millilandafarþega um Akureyrarflugvöll 2000-2010

(Heimild: ISAVIA, 2011)

Eins og sjá má af mynd 9 virðist umferð farþega um Akureyrarvöll almennt vera tengd þeim drifkröftum sem hafa áhrif á ferðir fólks í heiminum. Mynd 10 sýnir hinsvegar að aðrir þættir stýra umferð

millilandaferþega um völinn og er sú þróun, sem sýnd er á myndinni, ekki í neinu samhengi við það sem greina má úr myndum 2, 4, 6 og 9. Eurocontrol (2007) lýsir þeim flugvöllum sem sýna mikla árstíðarsveiflu sem „broddgalta“ flugvöllum og í þeim flokki eru allir helstu áfangastaðir ferðafólks í Miðjarðarhafi, Adríahafi og Eyjahafi. Miðað við mynd 10 má velta fyrir sér hvort Akureyrarvöllur tilheyri þeim flokki. Klárlega er mest umferð millilandaflugs yfir sumarmánuðina. Hinsvegar þær sveiflur sem sjá má á mynd 10, eru annars eðlis og hafa með fyrst og fremst með framboð flugs að gera sem og þá staðreynd að völinn er varaflugvöllur fyrir Keflavík.

## 2.5 FRAMTÍÐ MILLILANDAFLUGSINS

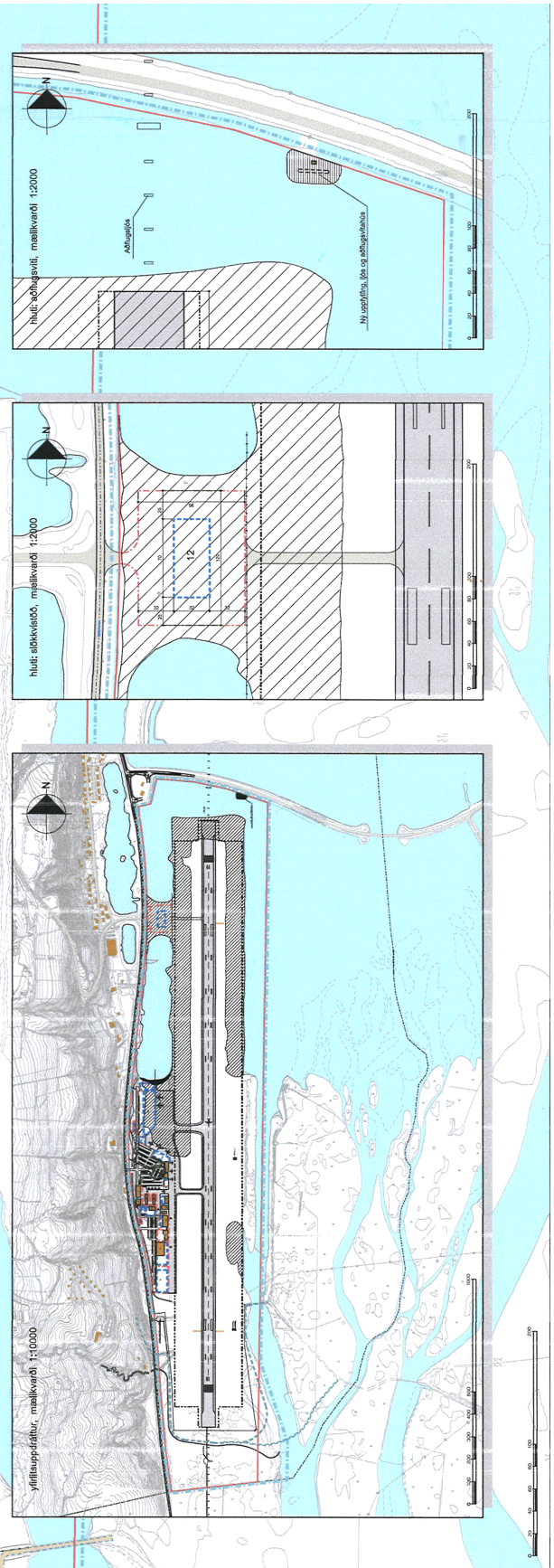
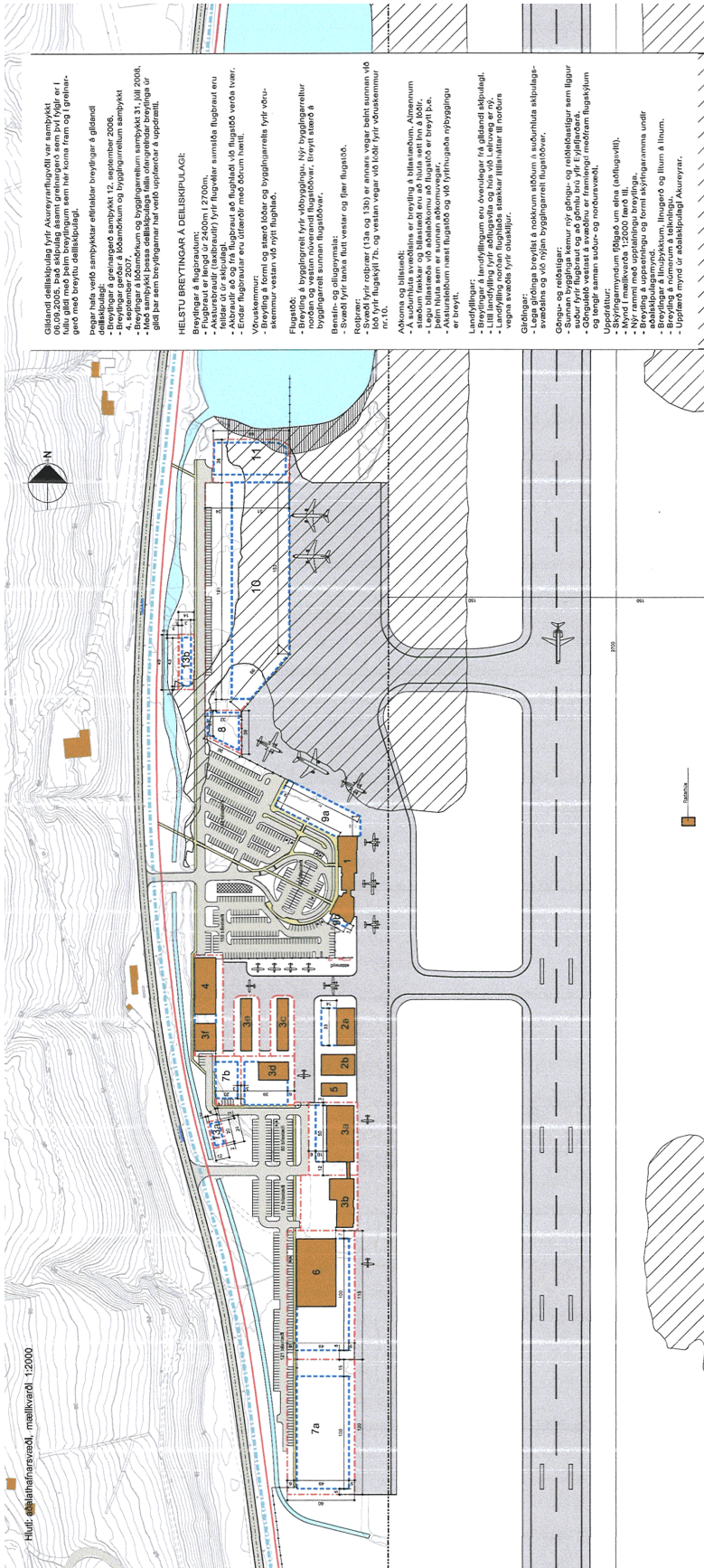
Ekki er annað að sjá við lok ársins 2010 en að Iceland Express muni bjóða upp á flug til Kaupmannahafnar sumarið 2011 með sama sniði og sumarið 2010, þ.e. einu sinni í viku á laugardögum. Fyrirætlanir þeirra um vikulegt Lundúnaflug sumarið 2010 voru felldar niður um það bil mánuði fyrir fyrsta flug, að sögn forsvarsmanna félagsins vegna gossins í Eyjafjallajökli (Vísir, 2010). Í sömu tilkynningu var sagt að fluginu væri frestað um ár, en ekki er útlit fyrir að af því verði sumarið 2011 þrátt fyrir bata í gestakomum sem lýst hefur verið að ofan.

Eldgosið í Eyjafjallajökli virðist einnig hafa gefið ferðapjónustuaðilum og öðrum hagsmunaaðilum um uppbyggingu flugvallarins byr undir báða vængi. Þá daga sem Akureyrarvöllur var notaður sem miðstöð millilandaflugs til og frá landinu sást glögglega að ef Keflavíkurflugvöllur lokast hafa varaflugvellirnir vegna smæðar ekki fyllilega getu til þess sinna allri þeirri umferð flugvéla um vellina sem Keflavíkurflugvöllur annars gerir á hverjum degi. Þó vissulega hafi umferðin um Akureyrarflugvöll gengið og allt lánast, þá var það á kostnað öryggis enda vélum raðað þétt saman á lítið flughlað. Að allt lánaðist var mikið til einstakri veðurbliðu þessa vordaga að þakka, þolinmæði ferþega og greiðvikni starfsfólksins á flugvellinum. Þannig hafa hagsmunaaðilar talað fyrir nauðsyn þess að stækka flugstöðina svo hægt sé að afgreiða millilandaflug samtímis áætlunarflugi innanlands og flughlað stækkað svo að fleiri stórar flugvélar

geti verið við flugstöðina samtímis. Þegar þetta er skrifað liggur fyrir skipulagsnefnd Akureyrarbæjar tillaga að deiliskipulagi slíkrar stækkunar og má sjá þær hugmyndir á mynd 11 hér að neðan.

Jafnvel þó að farið verði í allar þessar framkvæmdir er ekki tryggt að á komist reglulegt millilandaflug til Akureyrar. Til þess á ferðaþjónusta á svæðinu eftir að vinna ítarlega heimavinnu, þar sem ferðafólk sækir sjaldnast áfangastaði heim vegna þess að þar er góður flugvöllur. Í köflum 4 og 5 hér á eftir verður farið vandlega yfir þær ástæður sem liggja að baki komu þeirra gesta sem sumarið 2010 nýttu sér millilandaflug um völinn. Það að skilja væntingar þeirra og upplifun af því sem í boði er, er hinsvegar aðeins fyrsta skrefið í að byggja vöru í ferðaþjónustu. Næst verður kafað nánar í væntingar hagsmunadila og þá orðræðu sem liggur að baki þeim er varðar vöxt og viðgang flugvallarins.





Mynd 11 Deiliskipulagstillaga um Akureyrarflugvöll 2010 (Heimild: Akureyrarbær, 2011)



### 3 FLUGVELLIR

Eins og lýst var í fyrri skýrslu (Eyrún J. Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010) eru miklar væntingar hagsmunaðila í ferðaþjónustu á Eyjafjarðarsvæðinu bundnar við beint millialandaflug. Á það víða við og til dæmis á eyggi St. Vincent í Karíbahafi (íbúafj. um 125.000) hafa heimamenn lengi talið að þar sem enginn er alþjóðaflugvöllurinn hafi ferðaþjónusta ekki náð að blómstra í samkeppni við aðrar eyjar í kring. Af þeim sökum er nú miklu fé varið í að byggja flugvöll á eyjunni sem verður klár í lok þessa árs og er uppbygging hans aðaláherslan í stefnumótun ferðaþjónustu (Bishop, 2010). Glögglega má sjá sambærilegar væntingar sem bundnar eru við uppbyggingu flugvallar og flugsamgöngur almennt í rannsókn sem Alþjóðasamtök flugfélaga (IATA, 2010b) studdu Air Transport Action Group (ATAG, 2008) við að gera. Var áherslan á félags- og efnahagslegt hlutverk flugvallar. Þær væntingar sem Alþjóðasamtök flugfélaga og áhugafólk um flug (ATAG) vilja leggja áherslu á má sjá í töflu 3:

**Tafla 3** Félags- og efnahagslegt hlutverk flugsamgangna samkvæmt IATA og ATAG  
*Heimild:* IATA, 2010b, þýðing höfundar

Almennt	Efnahagslegur ávinningur	Félagslegur ávinningur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flugsamgöngur eru drifkraftur hagrænna og félagslegra framfara</li> <li>- Þær tengja fólk, lönd og menningarheima</li> <li>- Veita aðgengi að alþjóðlegum mörkuðum</li> <li>- Skapa forsendur verslunar og ferðaþjónustu</li> <li>- Skapa tengsl milli þróaðra og þróunarlanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flugsamgöngur eru eina hnattræna samgöngukerfið</li> <li>- Flytja nærri 2 milljarða manna á ári</li> <li>- Flytja 35% af útflutningsverðmætum</li> <li>- 40% ferðafólks ferðast með flugi</li> <li>- Flugsamgöngur skapa um 7,5% af vergri landsframleiðslu heimsins</li> <li>- 25% af sölu fyrirtækja er háð flugsamgöngum</li> <li>- 70% fyrirtækja segja að lykilhagur flugs sé að þau nái til stærri markaða</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flugsamgöngur víkka sjóndeildarhring og reynsluheim fólks með því að koma þeim til framandi staða á ódýran hátt</li> <li>- Bætir lífsgæði og eyðir fátækt gegnum ferðamennsku</li> <li>- Er oft eina samgönguleið fjarlæggra staða</li> <li>- Stuðlar að sjálfbærri þróun, m.a. gegnum verslun og ferðaþjónustu, hagvöxt, atvinnusköpun, skatta og varðveislu viðkvæmra svæða</li> <li>- Auðveldar afhendingu hjálpargagna</li> <li>- Hraðar för lyfja, lækninga og líffæra</li> </ul>

Rétt er að geta þess að IATA og ATAG hafa beina hagsmuni af eflingu flugsamgangna. ATAG (2008, bls. 2) lýsir því sem sínu hlutverki að

„koma á framfæri sjálfbærum vexti flugs í þágu okkar hnattræna samfélags“.

Svipaðar væntingar og lýst er í töflu 3 má þó einnig sjá hjá opinberum aðilum, s.s. stofnunum Evrópusambandsins, þar sem talið er að „geta til að viðhalda hröðum og áreiðanlegum tengslum við birgja, kúnna og neytendur er lífsnauðsynleg í tímastílltum framleiðsluháttum dagsins í dag“ (ESPON, 2010, bls. 36). Þannig eru góð samgönguinnviði lykll að svæðisbundinni þróun í stefnuþlögum ESB.

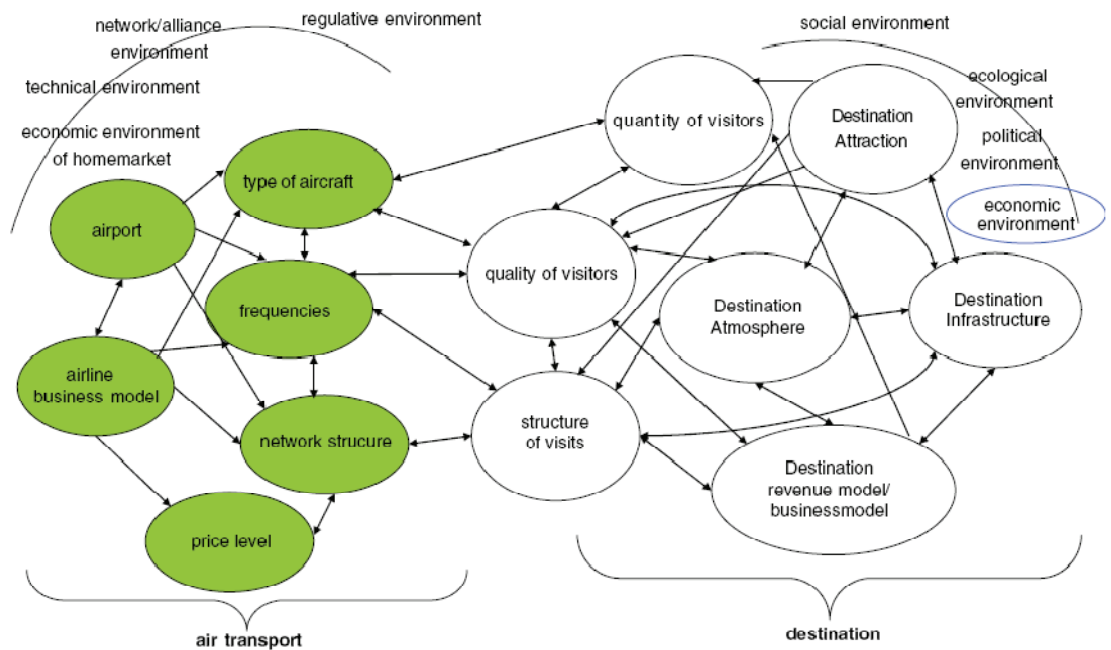
Ekki er ástæða til að rengja það sem fram kemur í töflu 3 þó það sé vissulega nokkuð einhliða. En hinsvegar segja Graham og Shaw (2008) að margt af því sem talið er til hins félagslega ávinnings sé harla léttvægt á móti þeim umhverfisáhrifum sem fjölgun fluga með vexti lágjaldafflugfélaga hefur haft. Að auki þarf að hafa í huga að flug eitt og sér stendur ekki undir þeim væntingum sem að ofan er lýst. Charles, Barnes, Ryan og Clayton (2007) benda þannig á að uppbygging flugvalla komi ekki í stað annarrar uppbyggingar og þróunar í efnahagslífi heldur vaxi samhliða þeim.

### 3.1 FERÐAMENNSKA OG FLUGVELLIR

Einn af stærstu þáttum efnahagslífs á Íslandi er ferðamennska. Hún er ein af þremur meginstöðum atvinnulífs í landinu og er í þriðja sæti hvað varðar útflutningstekjur sem landið aflar (Jóhannesson og Huijbens, 2010 og Jóhannesson, Huijbens og Sharpley, 2010). Ekki er því að furða að þegar talað er um efnahagslegt og samfélagslegt mikilvægi flugvalla beinist sjónir fólks að ferðaþjónustu.

Eurocontrol (2007) nefna í yfirferð sinni um flugvelli í álfunni, að um einhverja velli fari mun meiri umferð en íbúapétteleiki og atvinnustarfsemi gefi tilefni til. Er þar um að ræða sérstakt aðdráttarafl ferðafólks (sjá einnig ESPON, 2010, bls. 40). 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. Það sem þeir leggja til grundvallar eru

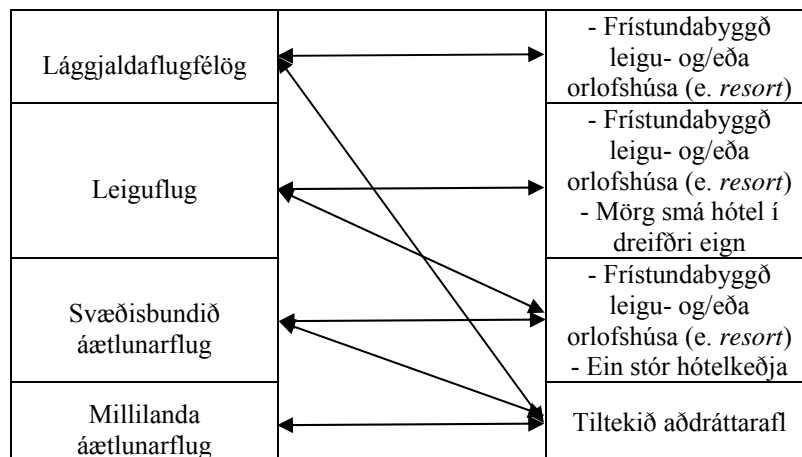
Samfélagsbreytingar sem Gibbons (2003) segir að einkennist af vaxandi hreyfanleika fólks, upplýsingatækniþróun og hnattvæðingu menningar sem nærast á ólíkum samfélögum og býr til hópa heimsborgara með veika landfræðilega sjálfsmynd og hinna sem þekkja bara rætur sínar. Þetta þýðir einfaldlega að fólk hefur í meira mæli sveigjanlegri vinnutíma, möguleika á að vinna utan skrifstofu með hjálp netsins og hefur þörf fyrir að komast úr ys og þys borgarlíf út í náttúru eða það sem það skynjar sem upprunalegt eða rólegt. Með vaxandi hreyfanleika fólks eykst krafa um aðgengi og búseta dreifist. Þessar samfélagsbreytingar næra þörfina á bættum flugsamgöngum en jafnframt verða mögulegar vegna bættra flugsamgangna. Það sem Bieger og Wittmer (2006) leggja áherslu á þegar þetta samspil er skoðað má sjá á mynd 12.



**Mynd 12** Tengsl flugsamgangna og ferðamennsku – þættir sem þarf að skoða  
(Heimild: Bieger og Wittmer, 2006, bls. 43)

Myndin er úr grein Bieger og Wittmer (2006) þar sem þeir vilja sýna fram á tengsl flugsamgangna og ferðamennsku og þannig hvernig vaxandi hreyfanleiki fólks stafar af og veldur aukningu í flugi. Hvað varðar flugsamgöngur og vinstri helming myndar 12, 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, flugvellingum sjálfum og gerð flugvéla. Ef horft er á hægri helming myndar 12 má sjá hvernig innviðir, andrúmsloft, aðdráttarafl og tilgangur og magn heimsóknna á tiltekin áfangastað skiptir máli. Það sem Bieger og Wittmer vilja leggja áherslu á með mynd 12 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. Mynd 13 er endurgerð myndar í grein þeirra Bieger og Wittmers (2006) þar sem dregin eru fram helstu viðskiptamódel áfangastaða og flugfélaga og hvernig þau tengjast.



**Mynd 13** Tengsl viðskiptamóðela flugfélaga og áfangastaða  
(Gert eftir: Bieger og Wittmer, 2006, bls. 45)

Það sem mynd 13 gengur út á að sýna í nokkuð einfaldaðri mynd er að eftir því hvernig flugfélög hugsa sínar markaðsaðferðir og viðskiptalíkön koma ólíkir hópar ferðafólks með. Á móti fer það einnig eftir eðli áfangastaðar hvaða flugfélög eru tilbúin að þjónusta hann.

Af mynd 13 má ráða að ef tiltekið aðdráttarafl er vel skilgreint og dregur að sér stöðugan fjölda fólks þá er líklegt að búið sé að koma upp áætlunarflugi, sem oft lággjaldaflugfélög fara að keppa við. Leiguflug keppa svo við lággjaldaflugfélög en þá oft á lengri leiðum þar sem fólk er flutt í stórum stíl í sumarleyfisparadísir eða borgarferðir. Svæðisbundið áætlunarflug þjónustar viðskiptaferðalanga en einnig þá sem fara reglulega í orlofshúsið sitt til að vinna að heiman í friði fyrir áreiti hversdagsins. Þetta eru aðeins nokkur dæmi sem byggja á Bieger og Wittmer (2006). Það

sem dæmin undirstrika er aðeins það að afar mikilvægt að skilja rekstrarlíkan þess flugfélags sem laða á til áfangastaðar og stemma það við það framboð sem raunverulega er á áfangastað. Sú áskorun sem blasir við í uppbyggingu ferðapjónustu felst þannig ekki í að safna öllum þeim aukum sem þarf til endalausrar uppbyggingar, heldur í því að átta sig á hvað einkennir áfangastaðurinn og hvernig hægt er að varðveita þá upplifun sem talin er eftirsóknarverð til að bjóða svo tilteknum flugrekstraraðilum sem líklegir eru til að flytja slíka farþega.

### 3.2 LÁGGJALDAFLUGFÉLÖG

Eftir að Evrópa fylgdi fyrirmynd N. Ameríku og opnaði loftrými sitt fyrir frjálsu framtaki 1997 hafa ný flugfélög rutt sér til rúms (sjá sögulegt yfirlit í Papatheodorou, 2002). Þau eru einu nafni kölluð lággjaldaflugfélög (e. *low cost carrier LCC*) og verður sjónum nú beint að þeirra rekstrarlíkani til að skilja þann hluta samspils ferðamennsku og flugvalla. Ástæðan fyrir því að sjónum er beint að þessum flugfélögum er sú að Iceland Express, sem haldið hefur uppi flugi með ferðafólk á Akureyri síðan 2006, fellur í þennan flokk og horfa hagsmunaaðilar til þeirra, sem og annarra álíka í Evrópu til að halda uppi fluginu til Akureyrar.

Helstu einkenni reksturs lággjaldaflugfélaga eru samkvæmt Graham og Vowles (2006):

- Geta tekið marga farþega
- Nota lágmarks fjölda í áhöfn sem leyfilegur er
- Þjónusta um borð er aðeins veitt gegn gjaldi
- Lítil biðtími vélar á jörðu niðri
- Stigar notaðir til að koma farþegum úr og í vél, en ekki ranar
- Skilgreindir vinnuferlar til að hámarka sparnað við flugtak og bremsun í lendingu, í samræmi við lengd flugbrauta
- Beint flug frá brottfararstað á áfangastað
- Engin fragt flutt
- Hagkvæm gjaldskrá flugvalla sem notaðir eru
- Leggir helst ekki lengri en tveir tímar til að hámarka not af vélinni
- Rafræn bókun til að borga ekki þóknun til ferðaskrifstofa
- Umbun fyrir að borga með greiðslukorti
- Vandaðar heimasíður með miklu magni upplýsinga um þjónustu og áfangastaði
- Yfirleitt floti einsleitra véla, þó það sé að breytast

Ítarlega umfjöllun umfjölum um rekstur lággjaldaflugfélaga er að finna í greinasafni sem ritstýrt er af Groß og Schröder (2007).

### 3.2.1 FARÞEGAR MEÐ LÁGGJALDAFLUGFÉLÖGUM

Til að átta sig á þeim farþegum sem nýta sér flug lággjaldaflugfélaga er rétt að byrja á að skýra skiptingu helstu hópa ferðafólks líkt og gert er í töflu 4.

**Tafla 4** Það sem ólíkir hópar ferðafólks aðhafast  
*Heimild:* Poel, Masurel og Nijkamp, 2006, bls. 221, byggt á McIntosh, Goeldener og Brent Richie, 1995

Markaðshluti	Grunnathafnir	Aðrar athafnir
Viðskiptaferðir	- Ráðgjöf, ráðstefnur, skoðunarferðir	- Borða á veitingastöðum, afþreying, verslun, skoðunarferðir, heimsækja vini og ættingja
Heimsókn til vina og ættingja	- Blanda geði, borða heima, skemmta sér	- Borða á veitingastöðum, afþreying, verslun, skoðunarferðir, skemmtanalífið
Önnur einkaerindi	- Versla, heimsækja lögfræðing, heimsækja lækni	- Borða á veitingastöðum, heimsækja vini og ættingja
Skemmtiferð	- Afþreying, skoðunarferðir, borða á veitingastöðum	- Heimsækja vini og ættingja, ráðstefna, viðskipti, verslun

Graham og Shaw (2008) benda á að þar sem heimasíður lággjaldaflugfélagana eru aðaláherslan í markaðssetningu er mikið í þær lagt og er þar iðulega að finna marga tengla í aðrar upplýsingar og þjónustu, t.d. um áfangastaðinn. Það þýðir að markhópar verða mjög fjölbreyttir og ekki endilega miðaðir á tiltekna ástæðu til ferðar, heldur getur hver og einn fundið eitthvað við sitt hæfi. Graham og Shaw (2008) lýsa því að líkt og hjá áætlunarflugfélögum eru um þriðjungur farþega hjá lággjaldaflugfélögum að ferðast í viðskiptaerindum. Hinir eru á leið í friið eða að heimsækja vini og ættingja.

Til að skilja flugfarþega sérstaklega er nauðsynlegt að horfa framhjá hefðbundnum skiptingum um tilgang ferðar og hinnar hefðbundnu skiptingu; ferðafólk og viðskiptaferðalangar. Teichert, Shehu og von Wartburg (2008) benda á að þegar skilja skuli þarfir og væntingar viðskiptavina flugfélaga, spili þar saman verðið, áætlunin sem í boði er,

sveigjanleiki, þjónusta um borð og á jörðu niðri, stundvísi og viðskiptahollusta t.d. gegnum flugpunkta. Með því að greina þessar breytur eftir úrtaki fá þeir fimm hópa í stað þeirra sem oftast er miðað við í töflu 4. Fyrst er um ræða þá sem horfa til skilvirkni og stundvísi, næst þeir sem horfa til þæginda, svo þeir sem horfa á verð, þarnaest þeir sem horfa á frammistöðu og verð og að síðustu þeir sem eru afar opnir fyrir því sem í boði er.

Það sem kaupendur flugmiða lággjaldaflugfélaga virðast eiga sameiginlegt er sparnaður og að horfa aðeins í verðið. Þeir virðast líta þannig hjá öðrum þáttum svo sem áreiðanleika, gæðum, uppsetningu áætlna, tengimöguleikum, hollustuviðurkenningum og þægindum (O'Connell og Williams, 2005). Þegar skoðaðar eru niðurstöður úr könnun meðal flugfarþega Iceland Express, sem gerð var fyrstu vikuna í febrúar 2008 á öllum 22 flugleiðum félagsins frá Keflavíkflugvelli sést að 66% þeirra horfðu í verðið þegar ákveðið var með hvaða flugfélagi skyldi flogið, næst kom áfangastaðurinn (10%) (Jóhanna Björk Kristinsdóttir, 2009). Rímar það næstum fullkomlega við könnun O'Connell og Williams (2005), en hjá þeim réði verðið um ákvörðun 65%. Þeir hinsvegar benda á að svarendur hafi ekki einu sinni litið á önnur flugfélög, sem þeir segja að bendi til hollustu við og trú á vörumerki lággjaldaflugfélaga.

Graham og Shaw (2008) vitna til úttektar flugmálayfirvalda í Bretlandi (e. *Civil Aviation Authority* (CAA)) þegar þeir segja að þvert á það sem margir halda, þá eru ekki fleiri sem geta flogið með tilkomu lággjaldaflugfélaga, heldur eru það þeir sem hafa góðar tekjur og eru í efri lögum samfélagsins, sem fljúga núna oftar og styttra en áður með tilkomu lággjaldaflugfélaganna. Af Mill og Morrison (1998) að dæma má sjá að sú þróun að sífellt fleiri ferðamenn fari í fleiri en eina ferð á ári, hafi verið um nokkurt skeið og fólk fer gjarnan fleiri styttri ferðir í stað einnar langrar ferðar í sumarfríinu (Baum og Hagen, 1999). Í könnun Jóhönnu Bjarkar Kristinsdóttur (2009) meðal farþega á flugleiðum Iceland Express kom einnig fram að fimmtungur var í viðskiptaferð, rúm 40% í fríi og 25% að heimsækja vini og ættingja. Ef fundir, ráðstefnur, sýningar og nám er sett í flokk viðskiptaferða verða þær 27%. Hvað varðar tíðni ferða fara 38% eina

til tvær ferðir, 34%, þrjár til fimm ferðir og 21% sex ferðir eða fleiri á ári með flugi. Tveir þriðju farþega eru yngri en 50 ára.

Að því gefnu að ferðir séu bæði styttri og fleiri og að flugfarþegar lággjaldaflugfélaga horfi fyrst og fremst í kostnað má telja mikilvægt að ferðatími til áfangastaðarins sé sem stystur og að ferðamáti sé sem ódýrastur svo að ferðamaðurinn sjái sér hag í því að velja þennan tiltekna áfangastað fram yfir annan. Jafnframt má búast við því að ferðamenn í stuttri ferð vilji fá sem mest út úr þeim tíma sem þeir hafa til ferðarinnar og nota hann til að öðlast gæðaríkar upplifanir á áfangastaðnum í stað þess að eyða miklum tíma í að komast til og frá áfangastaðnum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2008). Papatheodorou (2002) mælir með því að flugfélög vinni með ferðaskrifstofum og ferðaskipuleggjendum á áfangastað til að efla vitund markaðarins um áfangastaðinn.

### 3.3 FLUGVELLIR Á JAÐARSVÆÐUM

Mason og Alamdari (2007) lýsa niðurstöðum Delphi könnunar<sup>3</sup> meðal evrópskra sérfræðinga um flugmál og spá því að árið 2015 verði aðeins fimm áætlunarflugfélög í Evrópu, tvö til þrjú lággjaldaflugfélög, fyrsta eða viðskiptafarrými heyri sögunni til á styttri flugleiðum og frístundaferðafólk muni fara fleiri og styttri ferðir, líkt og sagt var að ofan.

Það verður því á herðum fárra en stórra aðila að þjónusta þá flugvelli sem tíundað var að ofan hve mikilvægir væru í svæðisbundinni þróun. Hinsvegar virðast önnur lögmál ráða á jaðarsvæðum og t.a.m. bendir ESPON (2010) á að þegar kemur að jaðarsvæðum, t.d. Norðurlandanna,

---

<sup>3</sup> Delphi rannsóknaraðferðin var fyrst þróuð 1948 og síðar notuð í þróunarvinnu af fyrirtækinu Rand á árunum 1950-1963 (Helmer, 1966). Aðferðin er kennd við véfréttina í Delphi á Grikklandi til forna og felur í sér gagnvirk spásagnarkerfi sem byggir á viðhorfum ólíkra sérfræðinga á hverju því sviði sem kanna skal. Gupta og Clarke (1996, bls. 185) skýra aðferðina sem „langtíma eigindleg spásagnartækni sem nær fram, lagar og byggir á sameiginlegu viðhorfi og sérþekkingu valina sérfræðinga“. Aðferðin er því hönnuð til að ná fram skoðunum þeirra sem hvað mest eru inni í því sem kanna skal um hvert stefnir til framtíðar. Þessi áhersla á framtíðina gerir aðferðina gagnlega fyrir skipulags og þróunarvinnu, sérstaklega þar sem margir þurfa að koma að, líkt og við þróun áfangastaða í ferðamennsku. Gupta og Clarke (1996, bls. 186) draga saman:

Markmið með delphi könnun er ekki að laða fram eitt ákveðið svar eða ná fram einhverri sameiginlegri niðurstöðu, heldur einfaldlega að nálgast eins mörg góð og vonduð svör og viðhorf eins og mögulegt er um tiltekið málefni frá völdum sérfræðingum til að bæta ákvarðanatöku (byggt á Gutierrez, 1989).



virðist sem aðgengi sé ekki ráðandi þáttur í þróun þeirra. Þar hafi árangur náðst með nýtingu samskiptatækni, rannsóknum, menntun og hagnýtingu þess umhverfis sem þar er að finna. Engu að síður geta góð tengsl slíkra jaðarsvæða við sína næstu samgöngumiðstöð (e. *hub*) ráðið miklu um hvert stefnir í framhaldinu.

Flugvellir er þannig ekki lykill að þróun svæða á jaðri Evrópu en hafa ákveðnu hlutverki að gegna hvað varðar framtíðarþróun. Ef tækifæri svæðisins liggja í ferðamennsku geta flugvellir auðveldað aðgengi að svæðum sem annars myndu vera óaðgengileg mögulegum mörkuðum – svæði sem ferðamaðurinn þarf að eyða dýrmætum tíma og töluverðri fyrirhöfn til að komast á (Schürmann og Talaat, 2000). Þetta á einkum við áfangastaði sem leitast við að vera samkeppnishæfir á alþjóðlegum markaði og væri flugleiðin einn raunhæfasti samgöngukosturinn til þess. Í ljósi þess að flugvellir leika ekki ráðandi hlutverk í svæðisbundinni þróun jaðarsvæða er varasamt að líta á flugvöll sem allsherjarlausn ferðabjónustu, þrátt fyrir að hann geti annað alþjóðlegri flugumferð. Önnur umgjörð ferðabjónustunnar; nauðsynleg grunngerð og þjónusta þarf líka að vera til staðar. Þannig er flugvöllurinn ekki hin eiginlega „ferðabjónustuvara“ (e. *tourism product*) heldur hluti hennar, þar sem flugvöllur er hlið áfangastaðarins. Ferðabjónustuvaran er ákveðin heild gæða, vöru og þjónustu sem er í boði á áfangastað, þar með talið flugvöllurinn. Til að tryggja samhengi ferðavörunar er samvinna hagsmunaaðila innan ferðabjónustunnar á áfangastaðnum nauðsynleg til að þróun og vöxtur ferðabjónustunnar þar geti borið ávöxt (Saarinen, 2003). Um leið og meiri áhersla er lögð á að efla erlenda ferðamennsku á heilsársgrunni fær aðgengi að svæðinu æ meira vægi. Markaður ferðamenskunnar er síkvikur og samkeppnin hörð. Ólíkt kjarnasvæðum hafa áfangastaðir á jaðarsvæðum átt undir högg að sækja sökum fjarlægðar, einangrunar og oft á tíðum erfiðs aðgengis (Mykletun, Crotts og Mykletun, 2001). Þetta takmarkar þau tækifæri sem flugvellir hafa hvað varðar þróun þjónustu í tengslum við flug og geta flugvellir þurft að grípa til nýsköpunar í markaðssetningu sem miðar að því að laða að nýja

flugrekstraraðila eða viðhalda þeim flugleiðum sem þegar eru til staðar (Halpern, 2010).

Ýmsar leiðir hafa verið farnar til þess að laða flugrekstraraðila að flugvöllum á jaðarsvæðum til að bæta aðgengið. Halpern (2010) hefur kannað flugvelli á jaðarsvæðum Evrópu (þ.m.t. flugvelli á Íslandi) og hvaða leiðir hafa verið farnar til þess að laða að flugrekstraraðila. Meðal þess sem kom í ljós eru leiðir eins og:

- Breytingar á aðstöðu eða þjónustu á flugvöllum
- Að auglýsa þekkt vörumerki (e. *brand*)
- Miða markaðssetningu að flugrekstraraðilum til þess að benda á nýjar flugleiðir eða leiðir sem þegar eru til
- Safna og veita markaðsupplýsingar
- Þrýsta á að dregið verði úr hindrunum fyrir flug til flugvallarins
- Byggja öflug tengslanet með lykilhagsmunaaðilum í ferðaþjónustu
- Sveigjanleiki í verðlagningu
- Þátttaka í samstarfsverkefnum um auglýsingar eða markaðs-herferðir
- Að veita flugfarþegum aðstoð við skipulagningu ferða
- Bæta rekstrar- og stjórnunarferli

Könnun Halperns leiddi í ljós að þær leiðir sem hafa hvað oftast orðið fyrir valinu eru breytingar á aðstöðu eða þjónustu á flugvöllum, byggja öflug tengslanet með lykilhagsmunaaðilum í ferðaþjónustu og miða markaðssetningu að flugrekstraraðilum, m.ö.o. sníða vöruna að viðskiptamódeli flugrekstraraðila (sbr. mynd 12). Þær þrjár leiðir sem voru síst valdar voru að auglýsa þekkt vörumerki, þrýsta á að dregið verði úr hindrunum fyrir flug til flugvallarins og sveigjanleiki í verðlagningu. Halpern bendir jafnframt á að nýsköpun í markaðssetningu gangi betur á flugvöllum sem eru sjálfstæðar rekstrareiningar en þeim sem er stýrt á lands- eða svæðisvísu. Engu að síður bendir Halpern á að stærri flugvellir eyði að jafnaði aðeins meira púðri í nýsköpun við markaðssetningu þó svo að munurinn á milli flugvalla sé sáralítill.

Eitt þekktasta dæmið um markaðssetningu flugvallar á jaðarsvæði sem hefur borið árangur er af flugvöllum í Rovaniemi í Lapplandi, Finnlandi – einnig þekktur sem flugvöllur jólasveinsins, Santa Claus Airport. Markaðssetning flugvallarins í Rovaniemi er talin hafa haft þau áhrif að

flugfélög hafa sýnt flugvellingum meiri áhuga en áður (Halpern, 2005). Þetta er einkum athyglisvert í ljósi þess að áhugi ferðamanna á því að heimsækja heimkynni jólasveinsins í Rovaniemi hefur farið vaxandi á adventu sem er nú orðin að háannatíma ferðaþjónustunnar á svæðinu. Halpern (2005) telur að flugvöllurinn skipti svæðið sköpum til að viðhalda samkeppnishæfni svæðisins í samanburði við aðra sambærilega áfangastaði sem bjóða upp á ferðaþjónustu í tengslum við jólasveininn eða vetrartengda afþreyingu. Ákveðin svæði í Noregi Svíþjóð, Grænlandi og jafnvel hér á Íslandi (Dimmuborgir í Mývatnssveit) hafa einnig verið markaðssett sem heimkynni jólasveina.

### 3.4 MARKAÐSSETNING ÍSLENSKRA FLUGVALLA OG NORÐURLANDS

Markaðssetning flugvalla á Íslandi hefur hingað til verið af skornum skammti. Keflavíkurflugvöllur er sá flugvöllur sem er talinn vera kominn lengst í markaðssetningu íslenskra flugvalla (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Í febrúar 2009 setti iðnaðarráðherra á laggirnar starfshóp til að móta aðkomu ferðamenskunnar að markaðssetningu Keflavíkurflugvallar, þar sem talið var að íslensk ferðaþjónusta þyrfti að koma sterkar að markaðssetningu flugvallarins. Þótti mikilvægt að geta boðið heildstæða pakka á helstu kaupstefnum sem flugvallaryfirvöld sækja og skilgreina hvaða þjónustu væri hægt að bjóða þeim flugfélögum sem hefðu áhuga að fljúga til Íslands og hvað Ísland hefði upp á að bjóða sem áfangastaður ferðafólks. Tæpum fimm mánuðum eftir að hópurinn var skipaður var hópnunum tilkynnt að honum væri jafnframt ætlað að huga að öðrum flugvöllum á Íslandi í þessu sambandi. Vann hópurinn út frá því að heimfæra mætti verkefnið upp á aðra flugvelli á Íslandi.

Starfshópurinn skoðaði verkefni frá hinum Norðurlöndunum sem hafa gengið út á eflingu samstarfs milli aðila í ferðaþjónustu sem hafa hag af því að auka flugumferð til þeirra svæða sem flugvellirnir eru hluti af. Þau verkefni, sem hópurinn skoðaði, virðast öll hafa gengið út á að koma á samstarfi milli flugvalla og þeirra höfuðborga, sem eru í nágrenni við þá. Í Svíþjóð var það verkefnið Stockholm Access, í Noregi Oslo Region Marketing Project auk verkefna milli Kastrup flugvallar, Wonderful

Copenhagen og annarra aðila sem hafa hagsmuni af fjölgun erlendra gesta í Kaupmannahöfn og í Helsinki milli Vantaa-flugvallar, Finnavia, ferðamálayfirvalda í Helsinki og Visit Finland. Að baki þeirra verkefna (áætlunum og stuðningsaðgerðum), sem hópurinn skoðaði, liggur ítarleg greiningarvinna sem m.a. nær til kortlagningar á helstu markaðssvæðum út frá viðskiptum, flæði ferðamanna og mats á því til hvaða markaðssvæða væri ákjósanlegt að hefja flug. Flestir þessara flugvalla bjóða upp á hvatakerfi (e. *incentive programme*) eða upphafsástoð (e. *start up aid*) sem felur í sér að þau flugfélög sem hefja flug á nýjar flugleiðir gangi inn í verkefni til tveggja til þriggja ára að uppfylltum ákveðnum skilmálum s.s. um heimshluta, flugtíma, flugtíðni o.fl. Í verkefnunum var einnig skoðað hvernig þeir flugrekendur, sem nú þegar nýta sér flugvöllina, geta nýtt flugvöllina til frekari sóknar s.s. með flugi frá nýjum áfangstöðum eða fjölgun tengifluga. Stærð flugvallanna kann að hafa áhrif á hvaða leiðir eru farnar, en flestir hinna stærri flugvalla, sem hópurinn skoðaði, buðu upp á afslátt af landingar og farþegagjöldum annars vegar og hins vegar bónuskerfi í tengslum við fjölgun farþega t.d. umfram sett markmið um fjölgun.

Tillögum starfshópsins hafði verið beðið með nokkurri eftirvæntingu þegar þær voru kynntar í stuttri samantekt í nóvember 2009. Lagði hópurinn til að metið yrði hvort unnt sé að koma á sambærilegum samstarfsvettvangi og viðmiðunarlöndin hafa stofnað til með t.d. Ferðamálastofu, Keflavíkurflugvöll, Fjárfestingastofu, Þróunarfélag Keflavíkurflugvallar, sveitarfélög á Suðurnesjum og Samtök ferðaþjónustunnar innanborðs. Slíkt tilraunaverkefni yrði til þriggja ára að undangenginni undirbúningsvinnu, en skilgreina þyrfti fjármögnun aðgerða og fjárhagslega aðkomu samstarfsaðila. Einnig var lagt til að farið yrði í ítarlega greiningarvinnu til að skilgreina vænlegustu markaðina og flugfélögin og á grunni þeirrar vinnu væri hægt að skilgreina mögulegar stuðningsaðgerðir. Hópurinn lagði jafnframt til að öðrum alþjóðaflugvöllum á Íslandi og aðstandendum þeirra yrði kynnt sú aðferðafræði sem væri lögð til grundvallar markaðsaðgerðum í þágu Keflavíkurflugvallar.

Þegar þetta er skrifað hefur þessi samstarfsvettvangur ekki verið settur á fót. Hinsvegar hefur nú ISAVIA, í kjölfar breytinga á rekstrarfyrirkomulagi þess 1. maí 2010, byrjað að líta frekar á sig sem aðila í markaðssetningu landsins sem áfangastaðar. Er þetta haft eftir Elínu Árnadóttur framkvæmdastjóra fjármálasviðs ISAVIA, á fundi sem haldinn var 13. janúar 2011 í Hofi á Akureyri, en ekki er neitt um þetta að finna í gögnum á heimasíðu hins nýja félags.

Á Norðurlandi starfar Markaðsskrifstofa ferðamála með stuðningi sveitarfélaga og ferðaþjónustufyrirtækja á svæði sem nær frá Hrutafirði í vestri að Bakkafirði í austri (Edward H. Huijbens og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2008). Sú skrifstofa hefur leitt vinnu við markaðssetningu svæðisins síðastliðin ár og með tilkomu nýs framkvæmdastjóra haustið 2008 var áherslan sett á flugvöllinn. Væntingar ferðaþjónustuaðila á Norðurlandi til flugsins eru síst minni í dag en áður, en áherslan í dag er á að fá flugið inn á veturinn og er það í anda þeirra áherslna sem nú eru í íslenskrri ferðaþjónustu á vetrarferðamennsku. Markaðsstofa ferðamála á Norðurlandi fékk til liðs við sig á haustmánuðum 2010 fyrrverandi bæjarstýru Akureyrar; Sigrúnu Björk Jakobsdóttur, til að leiða vinnu við markaðssetningu flugvallarins. Var hún ráðin til sex mánaða í október. Að hennar undirlagi var fundurinn, sem nefndur var að ofan haldinn í Hofi 13. janúar 2011, en markmið hans var að stofna klasa um málið, í líkingu við þann sem settur var á fót um ferðamál með stuðningi Vaxtarsamnings Eyjafjarðar 2004-2007. Fundurinn í Hofi 13. janúar var hugsaður til að fá sjálfboðaliða af Norðurlandi öllu til að leiða slíkan klasa. Samhliða því á að vinna að skilgreiningum á ímynd Norðurlands hefur verið blásið til eins dags ráðstefnu á vegum Markaðsskrifstofunnar 28. febrúar 2011 þar sem m.a. á að fá álit erlendra ráðgjafa á því hver ímynd svæðisins er og hverju beri að halda á lofti í markaðssetningunni.

Þegar þetta er skrifað er ekki alveg ljóst á hvað svæðið vill leggja áherslu í markaðssetningu og á hvaða forsendum laða ætti flugrekstraraðila að flugvellinum á öðrum tíma en sumrinu. En eins og er virðist meira tilviljun og hagur Iceland Express ráða því hvernig og hvenær þeir fljúga til Akureyrar og er framhaldið óljóst eftir því.



## 4 ÞÁTTTAKENDUR KÖNNUNARINNAR

Eins og fram kom í inngangi skýrslunnar voru erlendir farþegar Iceland Express beðnir um að svara spurningalista um Íslandsferðina í brottfararsal Akureyrarflugvallar sumarið 2010 og var sama fyrirkomulag viðhaft og sumarið 2009. Alls fengust útfyllt svarblöð frá 398 manns. Þetta samsvarar því að 51% erlendra farþega í brottför á Akureyrarflugvelli á tímabili könnunarinnar hafi tekið þátt. Þetta er nokkru betra svarhlutfall en náðist úr könnuninni 2009 en þá náðust 415 svör sem samsvaraði rúmlega 43% svarhlutfalli. Tafla 5 gefur yfirlit yfir samsetningu svarenda út frá þeim grunnbreytum sem eru í könnuninni. Sömu grunnbreytur frá 2009 eru einnig í töflunni til samanburðar.

**Tafla 5** Yfirlit yfir svarendur kannananna 2009 og 2010

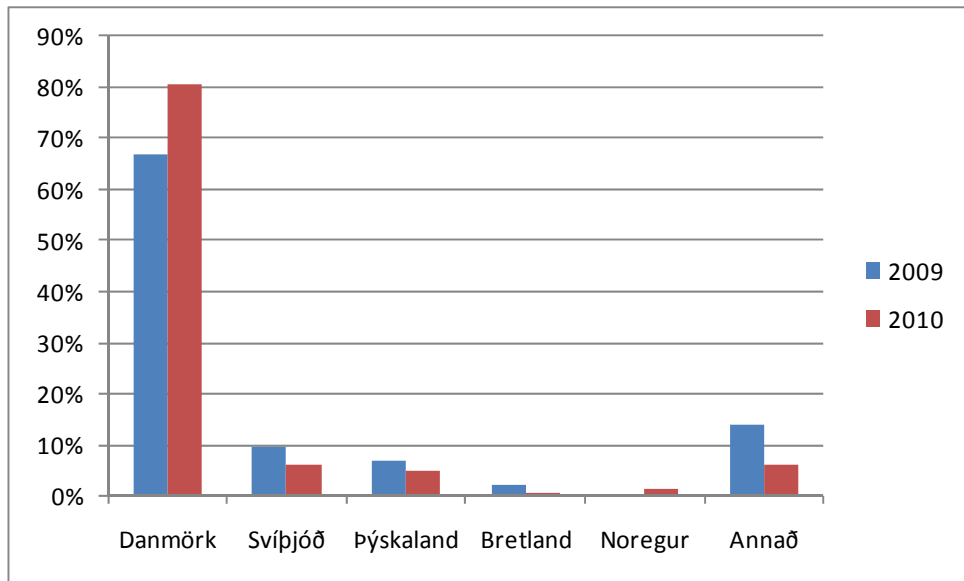
	2009		2010	
	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
<b>Kyn</b>				
Karl	195	47,1%	137	34,4%
Kona	219	52,9%	261	65,5%
<b>Aldur</b>				
≤11	1	0,2%	3	0,8%
12-20	43	10,3%	35	8,8%
21-30	47	11,4%	56	14,1%
31-40	66	15,9%	64	16,1%
41-50	68	16,4%	82	20,7%
51-60	91	22%	105	26,4%
61-70	86	20,8%	47	11,8%
≥ 71	12	2,9%	5	1,3%
<b>Menntun</b>				
Grunnskólamenntun	61	15%	59	15,1%
Framhaldsskólamenntun	92	22,6%	75	19,2%
Iðmenntun	35	8,6%	42	10,8%
Háskólapróf, grunnmenntun	102	25,1%	110	28,2%
Háskólapróf, framhaldsmenntun	116	28,6%	104	26,7%
<b>Tekjustig</b>				
Undir meðallagi	41	10,5%	53	13,9%
Í meðallagi	196	50,1%	191	50,1%
Yfir meðallagi	115	29,4%	115	30,2%
Hátt	39	10%	22	5,8%

Hlutfall kvenna var nokkuð hærra en karla, eða rúm 65%. Það er nokkur breyting frá könnuninni 2009 þar sem kynjahlutfallið var jafnara þó svo að konur hafi einnig verið í meirihluta svarenda þá. Svarendur könnunarinnar voru á aldrinum 10-83 ára. Einungis þrír farþegar, sem svöruðu könnuninni, voru undir 12 ára aldri. Við 12 ára aldur greiðir

einstaklingur fullorðingsgjald fyrir sæti hjá flugfélaginu og í farþegatalningum telst slíkur einstaklingur til fullorðinna. Í töflunni hér að ofan hefur verið notast við sömu aldurstakmörk og Iceland Express notar, þ.e. að farþegar yngri en 12 ára teljist sem börn. Meðalaldur svarenda var 43,8 ár. Meðalaldur svarenda hefur lækkað um tæp tvö ár á milli ára (meðalaldur 2009 var 45,6 ár). Meðalaldur karla var 43,8 ár og kvenna 43,7 ár. Eins og sjá má í töflu 5 er menntunarstig áfram nokkuð hátt. 54,9% höfðu lokið háskólaprófi, sem er mjög svipað og var 2009. Tekjustig farþeganna er einnig mjög líkt því sem sást 2009. Helmingur þátttakenda mat tekjustig sitt í meðallagi miðað við tekjustig í heimalandi þeirra. Einnig er áberandi fjöldi þeirra sem taldi tekjur sínar yfir meðallagi (30%) eins og í könnuninni 2009

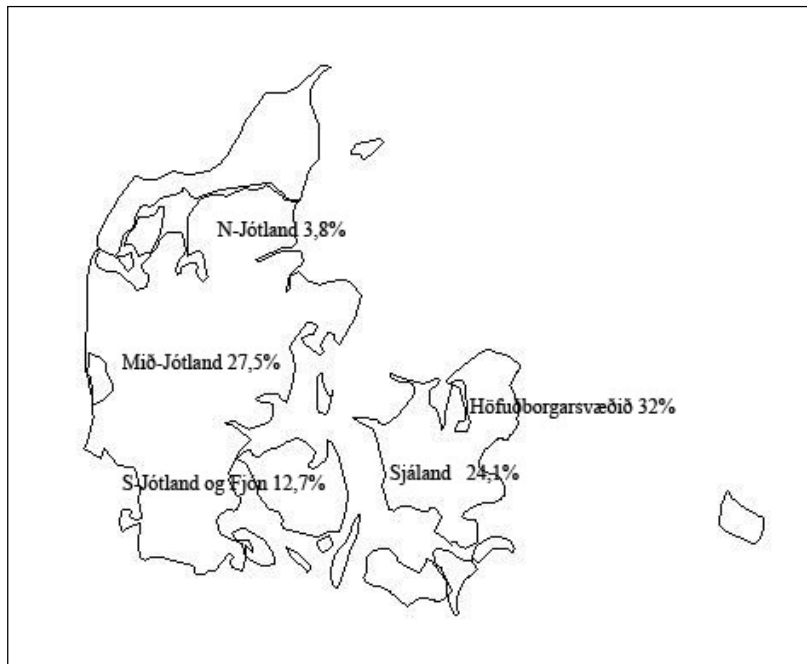
Á mynd 14 má sjá búsetuland þátttakenda könnunarinnar auk samanburðar við niðurstöðurnar 2009. Þátttakendur voru af 19 þjóðernum (voru 29 árið 2009). Eins og sést á myndinni höfðu flestir búsetu í Danmörku (81%) og hefur þeim þátttakendum, sem búa í Danmörku, fjölgað um 15% á milli ára. Þeim sem voru búsettir í Danmörku verða gerð nánari skil hér síðar. Hlutfallsleg fækkun er á þátttakendum/gestum af öðrum þjóðernum milli ára, nema Norðmönnum, sem hafa bætt lítillega við sig. Það búsetuland sem næst Danmörku kom var Svíþjóð en 6% komu þaðan og er það nokkur fækkun frá árinu 2009. Þar á eftir kom Þýskaland sem búsetuland en 5% svarenda komu þaðan.





**Mynd 14** Búsetuland svarenda 2010 og 2009  
Svarhlutfall 2009 og 2010: 100%

Stærsti hópurinn, þ.e. þeir sem höfðu búsetu í Danmörku, var skoðaður nánar, líkt og gert var 2009. Á mynd 15 má sjá yfirlit yfir hlutfallslega skiptingu danska hópsins eftir búsetu í landshlutum í Danmörku. Á myndinni má sjá að flestir, eða 56% voru búsettir á Kaupmannahafnarsvæðinu eða á Sjálandi. Það er stystur tími fyrir farþegana landleiðina til Kastrup-flugvallar. Hlutfallslega komu aðeins færri af þessu svæði sumarið 2010 borið saman við sumarið 2009 þegar 59% sögðust hafa búsetu á þessu svæði. Tæp 13% komu frá S-Jótlandi, sem bætir við sig um 2 prósentustig á milli ára. Rúmur fimmtungur (27,5%) komu frá Mið-Jótlandi og er engin hlutfallsleg breyting þar á milli ára. Aftur á móti hefur þeim fjölgað örlítið hlutfallslega sem komu frá Norður-Jótlandi, eða úr 2,2% upp í 3,8%.



**Mynd 15** Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku 2010

Einnig var rýnt í póstnúmer þeirra sem skráðu búsetuland sitt í Svíþjóð eða Þýskalandi. Af póstnúmeraskráningu þeirra sem nefna Svíþjóð má greina að 67% þeirra sem komu þaðan voru búsettir í innan við 110 kílómetra fjarlægð frá flugvelli. Af póstnúmeraskráningu Þjóðverjanna má sjá að flestir þeirra voru búsettir í innan við 300 kílómetra fjarlægð frá flugvelli.

Tafla 6 gefur yfirlit yfir þá þátttakendur könnunarinnar sem höfðu búsetu í Danmörku.

**Tafla 6** Yfirlit yfir svarendur með búsetu í Danmörku úr könnunum 2009 og 2010

	2009		2010	
	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
<b>Kyn</b>				
Karl	123	44,2%	111	34,6%
Kona	154	55,8%	210	65,4%
<b>Aldur</b>				
≤11	0	0%	3	0,8%
12-20	26	9,4%	33	10,3%
21-30	19	6,8%	38	11,8%
31-40	36	12,9%	47	14,6%
41-50	39	14%	65	20,2%
51-60	75	27%	91	28,3%
61-70	76	27,3%	41	12,8%
≥ 71	7	2,5%	3	0,9%
<b>Menntun</b>				
Grunnskólamenntun	57	21%	55	17,5%
Framhaldsskólamenntun	54	19,9%	62	19,7%
Iðnmenntun	27	10%	27	8,6
Háskólapróf, grunmenntun	63	23,2%	90	28,7%
Háskólapróf, framhaldsmenntun	70	25,8%	80	25,5%
<b>Tekjustig</b>				
Undir meðallagi	26	9,6%	47	15,3%
Í meðallagi	137	50,7%	162	52,8%
Yfir meðallagi	80	29,6%	83	27%
Hátt	27	10%	15	4,9%

Af þeim sem höfðu búsetu í Danmörku voru tæp 35% karlar og rúm 65% konur. Þessi hlutföll hafa breyst nokkuð á milli ára. Konum hefur fjölgað hlutfallslega um 36% á milli ára á meðan körlum hefur fækkað örlítið. Meðalaldur svarenda búsettum í Danmörku var 44,2 ár sem er mjög svipaður meðalaldri allra þátttakenda könnunarinnar. Þó er meðalaldur svarenda búsettum í Danmörku nokkuð lægri í könnuninni 2010 en 2009 þegar meðalaldur svarenda búsettum í Danmörku var 49 ár. Menntunar- og tekjustig þeirra sem höfðu búsetu í Danmörku er afar svipuð borð saman við alla þátttakendur könnunarinnar; meirihluti þátttakenda er með háskólapróf og metur tekjur sínar í eða yfir meðallagi. Ekki er mikill munur á milli ára að undanskildu einu atriði: Þeir sem eru búsettir í Danmörku 2010 og meta tekjur sínar háar eru nokkuð færri miðað við árið á undan. Á móti kemur að í könnuninni 2010 voru fleiri sem mátu tekjur sínar undir meðallagi.



## 5 NIÐURSTÖÐUR KÖNNUNAR

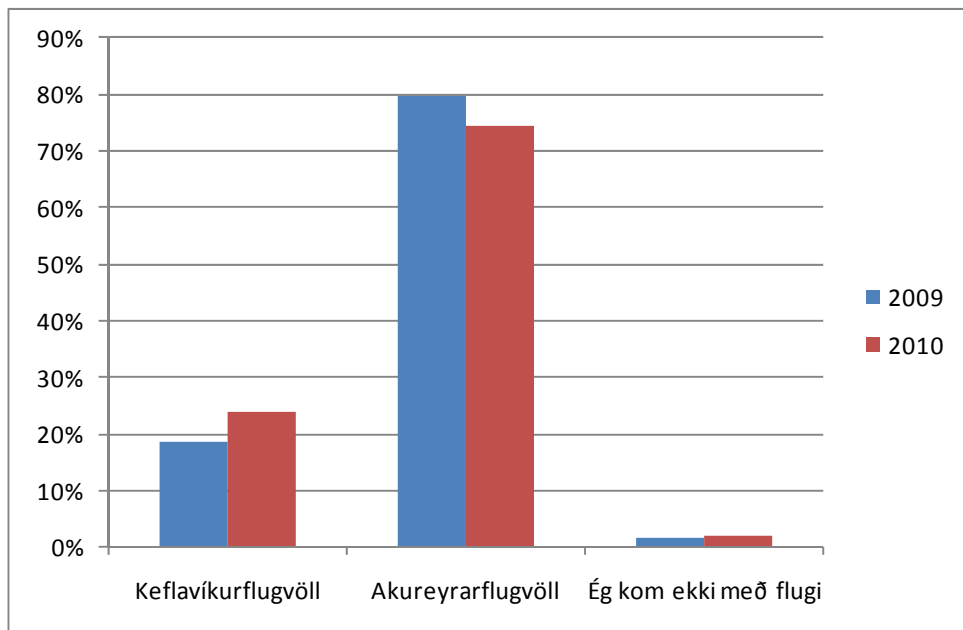
Í eftirfarandi kafla er farið yfir niðurstöður könnunarinnar spurningu fyrir spurningu. Kaflinn skiptist í fimm hluta eftir áhersluatriðum könnunarinnar. Í skýrslu RMF sem innihélt niðurstöður könnunarinnar frá 2009 voru niðurstöðurnar bornar saman við eldri kannanir Ferðamálaráðs Íslands um ferðavenjur frá árunum 2002 og 2004. Þær kannanir voru gerðar í Leifsstöð og á Seyðisfirði. Að þessu sinni verða niðurstöður könnunarinnar bornar saman við niðurstöðurnar frá 2009. Rétt er þó að benda á að Ferðamálastofa (2010) hefur síðan 2009 tekið saman í tölfræðibæklingi upplýsingar um ferðaþjónustu á Íslandi. Þar er að finna upplýsingar um fjölda erlendra ferðamanna og ferðahegðun þeirra. Þær upplýsingar hafa þó takmarkað notagildi m.t.t. samanburðar við niðurstöður könnunarinnar á Akureyrarflugvelli og verða því ekki notaðar í þeim tilgangi hér.

Hér á eftir verður fyrst farið yfir þær niðurstöður er snúa að Íslandsferð gestanna, því næst verður ferðamynstur þeirra á Norðurlandi skoðað. Í þriðja hluta kaflans verða kynntar niðurstöður er varða útgjöld gestanna á sólarhring á Norðurlandi. Í fjórða hluta verður farið yfir mat gestanna á gæðum þjónustu og upplifun af Norðurlandi og að lokum verður upplýsingaþörf og -notkun gestanna lýst.

### 5.1 ALMENNT UM ÍSLANDSFERÐINA

Langflestir, eða 74% svarenda, höfðu komið til landsins í gegnum Akureyrarflugvöll og 24% komu í gegnum Keflavíkflugvöll, eins og sjá má á mynd 16. Samanburður við niðurstöðurnar 2009 leiðir í ljós að þeim sem komu í gegnum Akureyrarflugvöll hefur fækkað örlítið á milli ára og á móti hefur Keflavíkflugvöllur bætt við sig. Hlutfallsleg fjölgun þeirra sem komu til landsins í Keflavík er 24% á milli ára. Hugsanlega má skýra þessar breytingar þannig að sumarið 2010 var einungis boðið upp á eitt flug á viku milli Akureyrar og Kaupmannahafnar í stað tveggja sumarið á undan. Þetta þýðir að sumarið 2010 voru helmingi færri möguleikar í vali gestanna á flugtíma. Það getur því verið að einhverjir gestanna kjósi að

halda í valfrelsið og sveigjanleikann. Þ.e.a.s. í stað þess að binda sig við eina flugið á viku til Akureyrar þá komi gestirnir þess í stað frekar inn í landið í Keflavík þar sem möguleikarnir á flugtíma eru langtum fleiri. Þetta er þó ekki hægt að vita með vissu án þess að spyrja gestina. Örfáir (2%) brottfararfarþeganna komu ekki til Íslands með flugi, sem er örlítill fjölgun frá því árið á undan. Líkt og sumarið 2009 er vitað um farþega sem komu með skemmtiferðaskipum og fóru burt með flugi. Einnig er vitað um einstaka farþega sem komu til landsins með Norrænu.

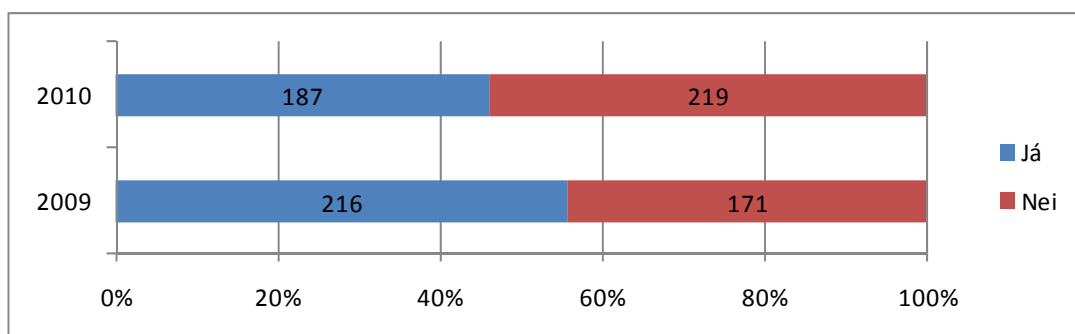


**Mynd 16** Um hvaða flugvöll komstu til Íslands  
Svarhlutfall 2009 og 2010: 99%

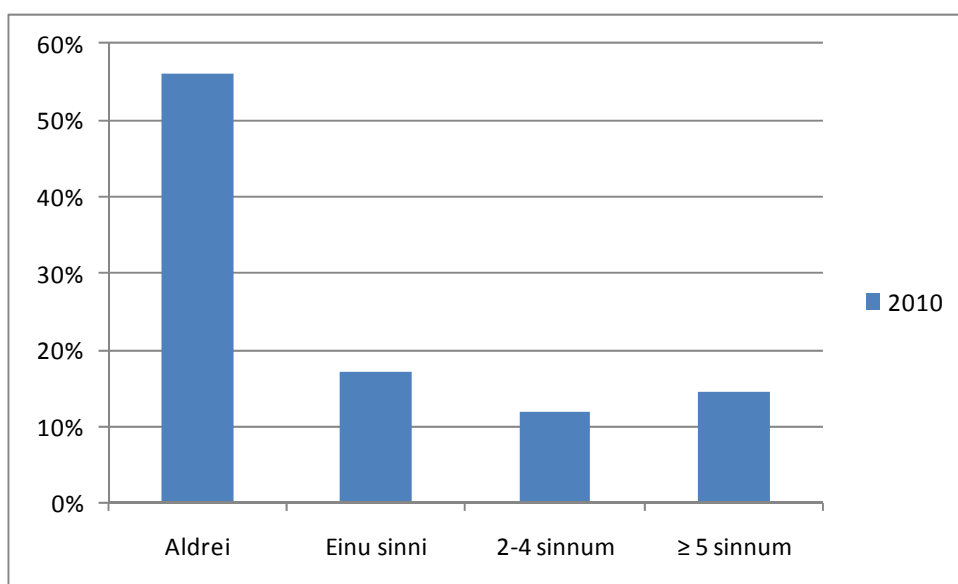
Flestir gestanna (56%) höfðu ekki komið til Íslands áður, sem er töluverð breyting frá sumrinu 2009 (mynd 17). Þá höfðu 46% gestanna ekki komið áður. Fjölgunin á þeim sem hafa ekki komið áður nemur 17% á milli ára.

Sumarið 2009 sást að meirihluti þeirra, sem ferðuðust um Akureyrarflugvöll höfðu einhverja þekkingu á landinu og/eða svæðinu. En sumarið 2010 virðist breyting hafa orðið þar á þar sem, minna en helmingur höfðu komið áður til landsins (mynd 17). Bendir það til þess að nýr hópur ferðamanna sé að nýta sér flugið um Akureyrarflugvöll, þ.e. hópur ferðamanna, eða nýr markaður, sem er að koma til Íslands í fyrsta skipti.

Ef þeir sem höfðu komið áður eru skoðaðir nánar má sjá að 17% svarenda höfðu komið einu sinni áður til Íslands, 12% höfðu komið 2-4 sinnum og 15% höfðu komið fimm sinnum eða oftar (mynd 18). Í könnuninni 2009 voru þeir sem höfðu komið áður einnig beðnir um að tilgreina hversu oft þeir hefðu komið. Kom þá í ljós að af þeim sem höfðu komið áður höfðu 38% komið einu sinni áður, 34% höfðu komið 2-4 sinnum og 28% höfðu komið fimm sinnum eða oftar. Ekki er hægt að prófa samanburðinn milli ára þar sem grundvallarmunur var á því hvernig óskað var eftir þessum upplýsingum í spurningalistunum.



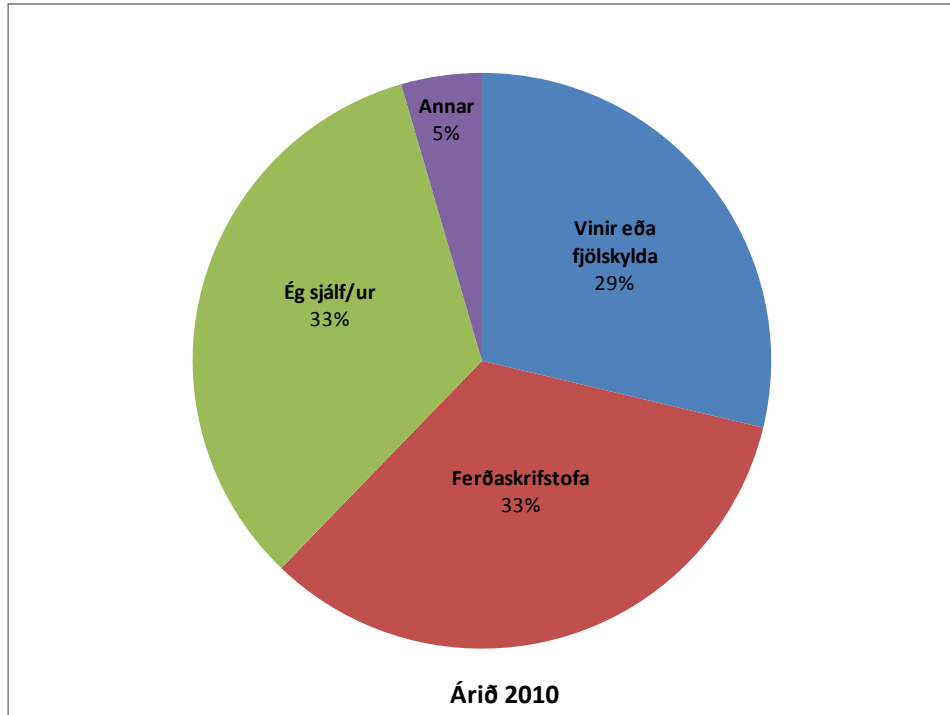
**Mynd 17** Hefurðu komið áður til Íslands?  
Svarhlutfall 2009: 97%; 2010: 98%



**Mynd 18** Hversu oft hefurðu komið til Íslands?  
Svarhlutfall: 98%

Sumarið 2010 var spurt um hver hefði skipulagt ferðina og má sjá niðurstöður svara á mynd 19 hér að neðan. Sjá má að í grófum dráttum er

um þrískiptingu að ræða; um þriðjungur skipulagði ferðina sjálfur, um þriðjungur ferða var skipulagður af vinum eða fjölskyldu og um þriðjungur ferða var skipulagður af ferðaskrifstofu. Nokkrir farþeganna merktu við valmöguleikann „annar“ og var þar algengast að ferðirnar hefðu verið skipulagðar af klúbbum.



**Mynd 19** Hver skipuleggur ferð?  
Svarhlutfall: 94%

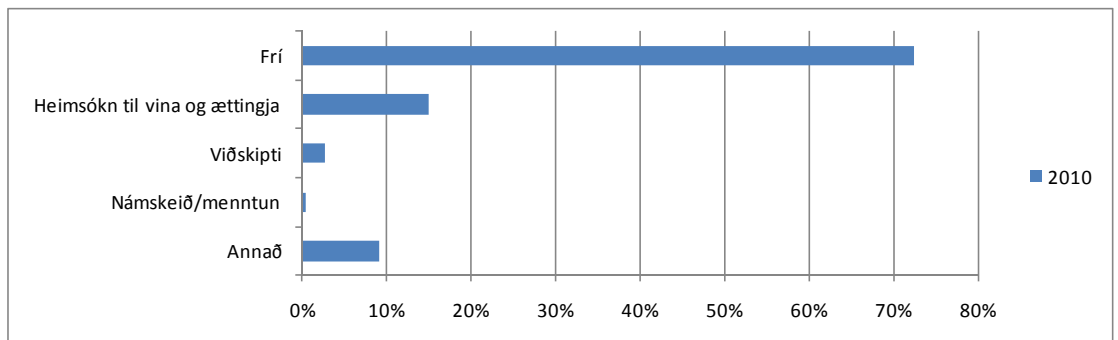
Farþegar voru spurðir um megintilgang ferðarinnar til Íslands og má sjá dreifingu svara á mynd 20. Ljóst er af svörunum að langflestir, eða 72%, voru á Íslandi í fríi. Þar á eftir komu heimsóknir til vina og ættingja en 15% komu til Íslands til þess. Afar fáir, eða 3% voru hér í viðskiptaerindum og 1% vegna námskeiða eða menntunar. Um tíundi hluti (9%) svarenda tilgreindu annan tilgang s.s. hestaferð, tónlist, veiði, vinabæjarheimsókn, fermingu og millilendingu á Íslandi vegna ferðar til Grænlands.

Sumarið 2009 var einnig spurt um tilgang ferðar en þá máttu svarendur könnunarinnar merkja við fleiri en einn valmöguleika ef tilefni var til. Fjölmarginir svarendur könnunarinnar nýttu sér þann kost en þar sem í boði var að merkja við fleiri en einn möguleika eru niðurstöðurnar ekki



samanburðarhæfar á milli ára. Þó má geta þess að árið 2009 sögðust 66% vera í frí og 34% svarenda sögðust vera í heimsókn hjá vinum og ættingjum. Fimmtungur (20%) svarenda merktu við báða þessa möguleika í könnuninni 2009.

Í niðurstöðum könnunarinnar 2009 voru leiddar líkur að því að hinn svokallaði VFR-markaður (e. *visiting friends and family*) væri sterkur á Norðurlandi þar sem hlutfall þeirra sem voru í þeim tilgangi var mjög hátt í samanburði við fyrri kannanir Ferðamálaráðs Íslands (Ferðamálaráð Íslands, 2002; Ferðamálaráð Íslands, 2004). Þrátt fyrir að niðurstöður kannananna 2009 og 2010 séu ekki samanburðarhæfar milli ára gefa niðurstöðurnar sumarið 2010 engu að síður áfram til kynna að VFR-markaðurinn virðist vera sterkur á Norðurlandi. Þó má heldur ekki gleyma að hlutfall þeirra, sem eru hér í frí, er áfram hátt.



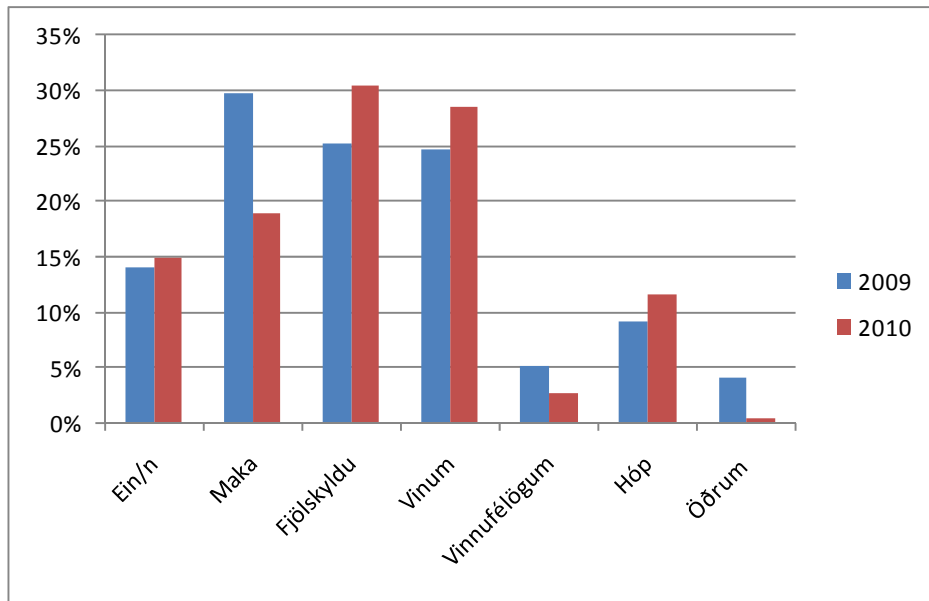
**Mynd 20** Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands?  
Svarhlutfall: 98%

Svör við spurningunni um tilgang ferðar til Íslands voru borin saman við svör ferðamanna um hversu oft þeir hefðu komið til Íslands. Eins og sjá má á niðurstöðunum, sem eru settar fram í töflu 7, hafði stór hluti þeirra sem voru á Íslandi í frí (75%) aldrei komið áður til Íslands. Einnig er ljóst af töflunni að flestir þeirra, sem voru á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, höfðu komið til Íslands, þar af hafði um tveir þriðju hluti svarenda komið til Íslands tvisvar sinnum eða oftar.

**Tafla 7** Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða til Íslands

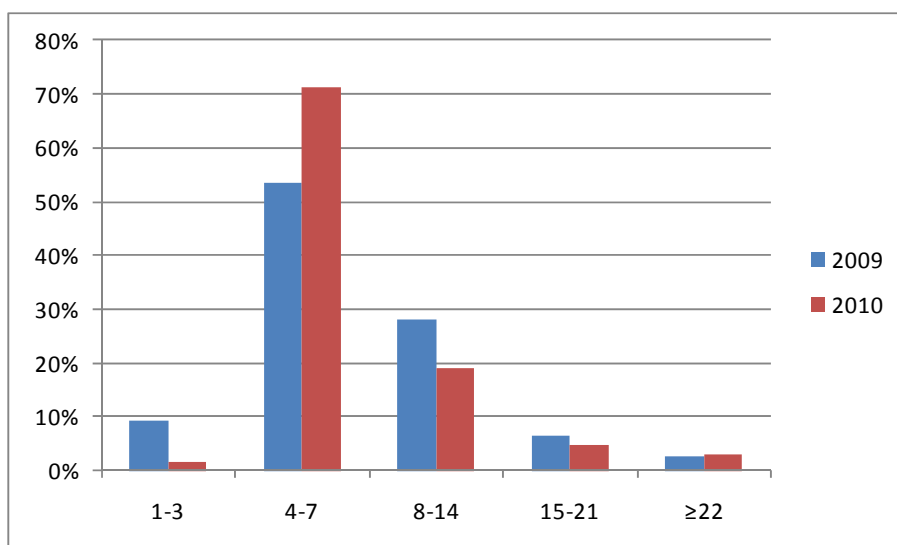
Tilgangur ferðar	Hefur þú komið áður til Íslands?			
	Aldrei	Einu sinni	2-4 sinnum	≥ 5 sinnum
<b>Frí</b>	64%	16%	11%	10%
<b>Heims. vini og ættingja</b>	22%	17%	21%	40%
<b>Viðskipti</b>	30%	40%	20%	10%
<b>Námskeið/menntun</b>	0%	100%	0%	0%
<b>Annað</b>	60%	17%	9%	14%

Spurt var um ferðafélaga og má sjá dreifingu svara á mynd 22, þar sem einnig má sjá samanburð við niðurstöðurnar frá 2009. Sumarið 2010 voru 15% svarenda einir á ferð, 19% ferðuðust með maka, 30% ferðuðust með fjölskyldu og 25% með vinum. Eins og sjá má á mynd 22 eru þetta nokkuð breytt hlutföll frá sumrinu 2009 þar sem makinn var helsti ferðafélaginn á eftir fjölskyldu og vinum. Jafnframt virðist vera nokkur hlutfallsleg fjölgun meðal þeirra sem ferðuðust í hóp (12% árið 2010 og 9% 2009). Í spurningunni um ferðafélaga var svarendum gefinn kostur á að merkja við fleiri en einn valmöguleika sem útskýrir að samanlagt hlutfall valmöguleikanna á myndinni er meira en 100%. Bryddað var upp á þeirri nýbreytni í könnuninni sumarið 2010 að þeir, sem sögðust vera á ferð með fjölskyldu, voru beðnir um að tilgreina fjölda fullorðinna og fjölda barna undir 18 ára aldri sem væru með í ferðinni. Að jafnaði var fjöldi fullorðinna 2,2 (miðgildi 2) og fjöldi barna undir 18 ára aldri 1,6 (miðgildi 2).



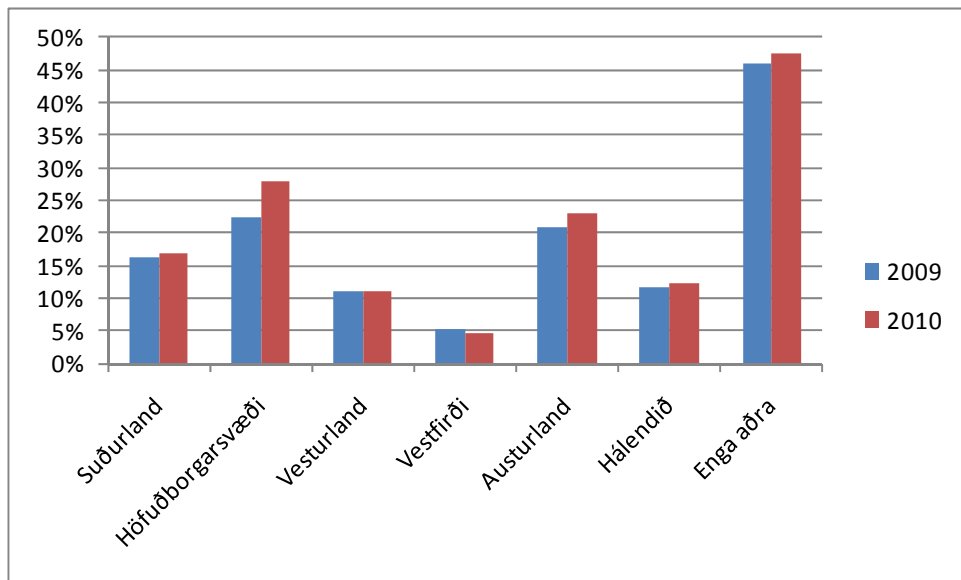
**Mynd 21** Með hverjum ferðast þú?  
Svarhlutfall 2009: 99%; 2010: 100%

Næst var spurt um dvalarlengd á Íslandi og má sjá hlutfall svara á mynd 22 auk samanburðar við niðurstöðurnar 2009. Meðalgistináttafjöldi 2010 var 9,1 nótt. Þetta hlutfall er afar líkt og í könnuninni 2009 þar sem meðaldvalarlengd var 9,2 nætur og er munurinn á milli ára ekki marktækur. Miðgildi var 7 nætur. Hlutfall þeirra sem gistu í 7 og 14 nætur á Íslandi var skoðað sérstaklega (m.t.t. þess að flogið var einu sinni í viku um Akureyrarflugvöll) og kom í ljós að 64% svarenda gistu í 7 nætur og 7,4% gistu í 14 nætur á Íslandi.



**Mynd 22** Hvað gistirðu margar nætur á Íslandi?  
Svarhlutfall 2009: 96%; 2010: 98%

Líkt og í könnuninni 2009 voru farþegarnir spurðir hvaða landshluta aðra en Norðurland þeir hefðu sótt heim í Íslandsferðinni til þess að kanna ferðamynstur þeirra út fyrir landshlutann. Farþegarnir voru beðnir um að merkja við alla þá möguleika sem við átti og var stuðst við lítið Íslandskort sem sýndi landshlutaskiptinguna. Mynd 23 sýnir hlutfall svara við þessari spurningu auk samanburðar við niðurstöðurnar 2009.



**Mynd 23** Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?  
Svarhlutfall 2009: 88%; 2010: 89%

Líkt og árið 2009 vekur athygli hve hátt hlutfall farþeganna dvaldi eingöngu á Norðurlandi og fór ekki í aðra landshluta, eða 48%. Árið 2009 voru það 46% sem fóru ekki í aðra landshluta. Ef skoðað er hvert fólk fór ef það fór í aðra landshluta sést að það er heldur ekki mikil breyting á milli ára. Höfuðborgarsvæðið og Austurland eru áfram þeir tveir landshlutar sem standa upp úr en hafa jafnframt bætt við sig örlítið hlutfallslega á milli ára. Tæplega þriðjungur (28%) svarenda kom á Höfuðborgarsvæðið og 23% komu á Austurland í ferðinni. Um fimmtungur (17%) komu á Suðurland og 11% á Vesturland. Enginn fór í alla þá landshluta sem hringvegurinn liggur um en 2% svarenda gerðu það sumarið 2009.

Ef skoðuð eru ákveðin ferðamynstur m.t.t. hvaða landshlutar voru heimsóttir má sjá að af þeim 23% sem fóru á Austurland voru 72% sem sögðust hafa bara sótt þann landshluta heim fyrir utan Norðurland. Séu

heimsóknir í landshlutana skoðaðar með tilliti til hvar ferðamennirnir komu inn í landið, eins og gert er í töflu 8 þá kemur í ljós að meirihluti þeirra sem sögðust hafa komið á Suðurland og Höfuðborgarsvæðið í ferðinni komu til Íslands í Keflavík. Mjög margir, eða 73% þeirra sem fóru á Austurland, komu til landsins á Akureyri. Nær allir, eða 92% þeirra, sem fóru ekki út fyrir Norðurland, komu til landsins á Akureyri.

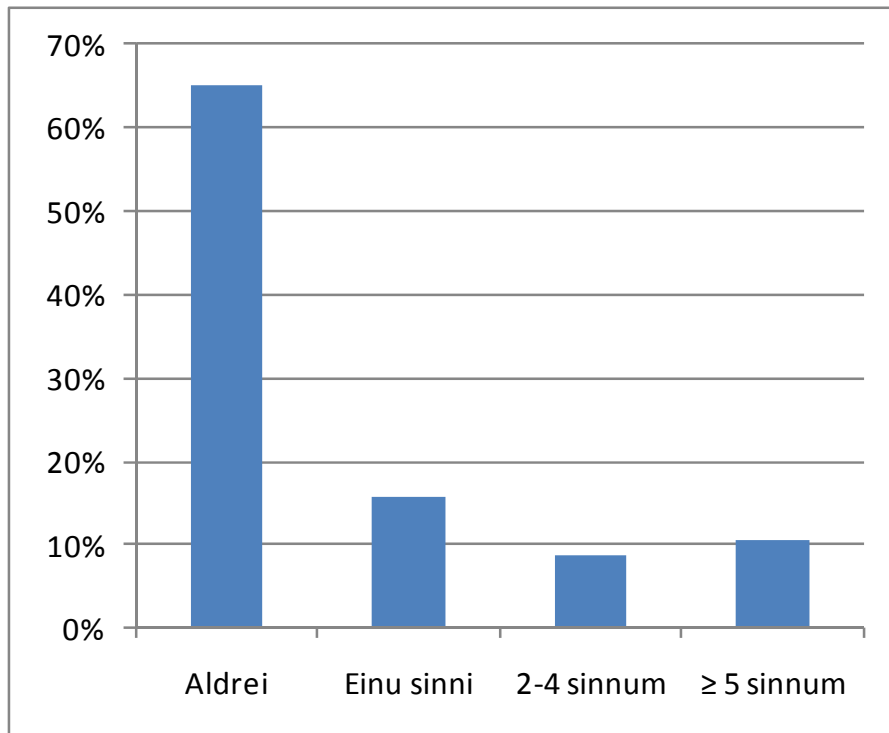
**Tafla 8** Hvaða landshlutar voru heimsóttir borið saman við hvar var komið inn í landið 2010

	<b>Landshlutar heimsóttir</b>						
	<b>Suðurland</b>	<b>Höfuðborgarsv.</b>	<b>Vesturland</b>	<b>Vestfirðir</b>	<b>Austurland</b>	<b>Hálendið</b>	<b>Bara Norðurl.</b>
<b>Keflavíkurflugv.</b>	72%	78%	53%	53%	23%	45%	6%
<b>Akureyrarflugv.</b>	22%	19%	47%	40%	73%	48%	92%
<b>Ekki m. flugi</b>	5%	3%	0%	7%	4%	7%	2%

Af töflu 8 má ljóst vera að fólk dvelur á og skoðar þá landshluta sem næst flugvelli eru og eins og sjá má í tilfelli Norðurlands, virðist sem svo að landshlutinn verði áfangastaður þeirra sem flugið til og frá Akureyrarvelli nota.

## 5.2 FERÐAMYNSTUR Á NORÐURLANDI

Eins og sjá má á mynd 24 höfðu 65% svarenda könnunarinnar aldrei komið áður á Norðurland. Þar fyrir utan höfðu 16% komið einu sinni, 9% höfðu komið 2-4 sinnum og 11% höfðu komið fimm sinnum eða oftar. Ekki var mikill munur á svörum eftir kynjum. Hlutfall þeirra sem höfðu aldrei komið áður á Norðurland var skoðað í samhengi við þá sem höfðu komið áður til Íslands. Eins kom fram kom í kafla 5.1 hér á undan höfðu 44% svarenda komið áður til Íslands. Þar af höfðu 21% aldrei komið áður á Norðurland. Hlutfall þeirra sem hafði komið einu sinni áður til Íslands en aldrei fyrr á Norðurland var 16% og 5% þeirra sem hafði komið oftar en einu sinni til Íslands hafði aldrei áður komið á Norðurland.



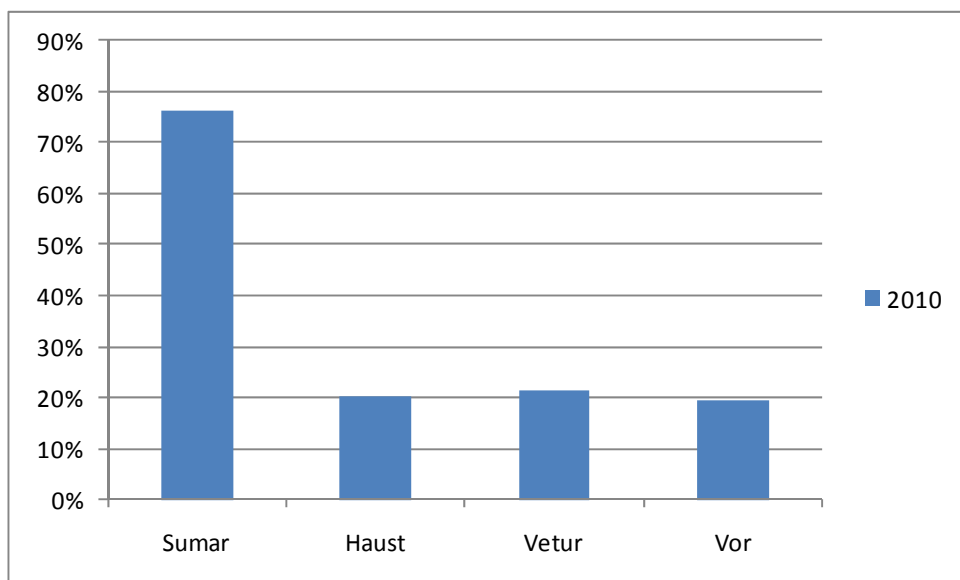
**Mynd 24** Hefurðu komið áður á Norðurland?  
Svarhlutfall 2010: 99%

Svör við spurningunni um hversu oft ferðamennirnir hefðu komið á Norðurland voru borin saman við svör þeirra um tilgang ferðar. Eins og sjá má á niðurstöðunum, sem eru settar fram í töflu 9, hafði stór hluti þeirra sem voru á Íslandi í fríi (75%) aldrei komið áður á Norðurland. Einnig er ljóst af töflunni að flestir þeirra, sem voru á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, höfðu komið áður á Norðurland, þar af rúmlega 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 9** Tilgangur ferðar borinn saman við fjölda ferða á Norðurland

Tilgangur ferðar	Hefur þú komið áður á Norðurland?			
	Aldrei	Einu sinni	2-4 sinnum	≥ 5 sinnum
<b>Frí</b>	75%	13%	6%	6%
<b>Heims. vini og ættingja</b>	25%	22%	19%	34%
<b>Viðskipti</b>	45%	27%	18%	9%
<b>Námskeið/menntun</b>	50%	50%	0%	0%
<b>Annað</b>	58%	22%	8%	11%

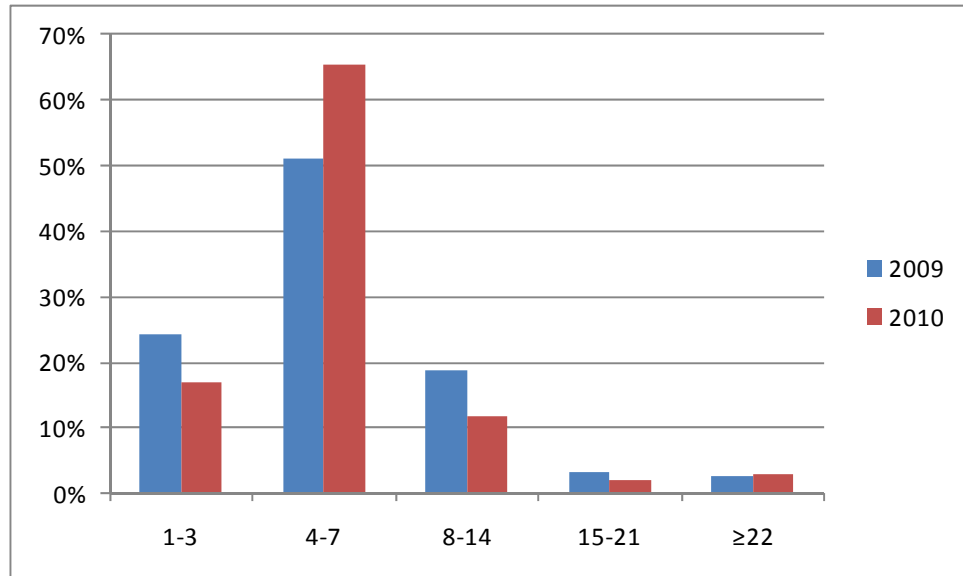
Í framhaldi spurningarinnar um hvort ferðamennirnir hefðu komið áður á Norðurland voru þeir, sem sögðust hafa komið beðnir um að tilgreina á hvaða árstíma þeir hefði komið og hvort þeir hefðu komið til Íslands áður í gegnum Akureyrarflugvöll (mynd 25). Í ljós kom að flestir, eða 76% höfðu komið áður að sumri til, 20% höfðu komið að hausti, 21% höfðu komið að vetri til og 20% að vori. Sumir (14%) svarenda höfðu komið áður á öllum árstíðunum. Nánari skoðun á þeim hópi leiddi í ljós að allir þeir, sem höfðu komið á öllum árstíðum, höfðu komið á Norðurland fimm sinnum eða oftar. Rétt rúmlega helmingur þeirra var á Íslandi til þess að heimsækja vini og ættingja, aðrir voru hérna í fríi. Sex af hverjum tíu, sem höfðu komið áður á Norðurland, höfðu áður komið í gegnum Akureyrarflugvöll.



**Mynd 25** Ef þú hefur komið á Norðurland áður, á hvaða árstíma hefur þú komið?  
Svarhlutfall 2010: 96%

Farþegarnir voru spurðir hve lengi þeir dvöldu á Norðurlandi í ferðinni. Á mynd 26 hér að neðan er hægt að sjá hlutfall fyrir dreifingu svara um fjölda gistinguátta á Norðurlandi auk samanburðar við niðurstöðurnar 2009. Meðalgistinguáttafjöldi á Norðurlandi 2010 var 7,6 nætur. Þetta hlutfall er afar líkt og í könnuninni 2009 þar sem meðaldvalarlengd var 7,3 nætur og er munurinn á milli ára ekki marktækur. Miðgildi var 7 nætur. Hlutfall þeirra sem gistu í 7 og 14 nætur á Norðurlandi var skoðað sérstaklega (m.t.t. þess að flogið var einu sinni í viku um Akureyrarflugvöll) og kom í

I ljós að 54% svarenda gistu í 7 nætur og 3,7% gistu í 14 nætur á Norðurlandi



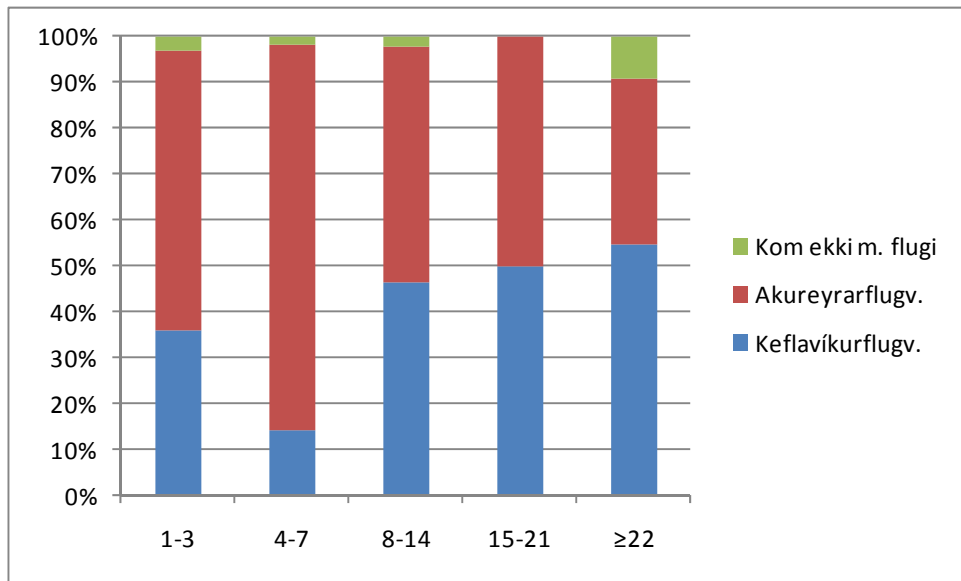
**Mynd 26** Hvað gistirðu margar nætur á Norðurlandi?  
Svarhlutfall 2009: 91%; 2010: 93%

Dvalarlengd ferðamannanna á Norðurlandi var skoðuð út frá því hvar þeir komu inn í landið og má sjá niðurstöðurnar á mynd 27. Þegar einsök gildi gistináttafjölda eru skoðuð kemur í ljós að af þeim, sem gistu í 7 eða 14 nætur á Norðurlandi, komu níu af hverjum tíu til landsins á Akureyrarflugvelli. Gisting í 7 nætur eða 14 nætur eru þeir tveir möguleikar sem koma til greina hafi þeir nýtt sér þetta eina flug á viku milli Akureyrar og Kaupmannahafnar, sem var í boði. Þegar einstök gildi gistináttafjölda eru skoðuð og miðað er við þá svarendur sem komu til landsins í gegnum Keflavíkurflugvöll kemur í ljós að önnur gildi en 7 og 14 nætur voru algengari. Sem dæmi má nefna að 81% þeirra sem gistu 2-4 nætur eða 10-12 nætur á Norðurlandi komu í gegnum Keflavíkurflugvöll. Þetta bendir til þess að hluti gestanna kys að halda í valfrelsið og sveigjanleikann sem Keflavíkurflugvöllur býður upp á umfram Akureyrarflugvöll m.t.t. flugtíma.

Eins og mynd 27 sýnir einnig þá hefur hluti ferðamannanna dvalið á Norðurlandi í fleiri eða færri nætur en 7 og 14 en komu þó til landsins á Akureyri. Við nánari skoðun á gistináttafjölda á Norðurlandi kom í ljós að

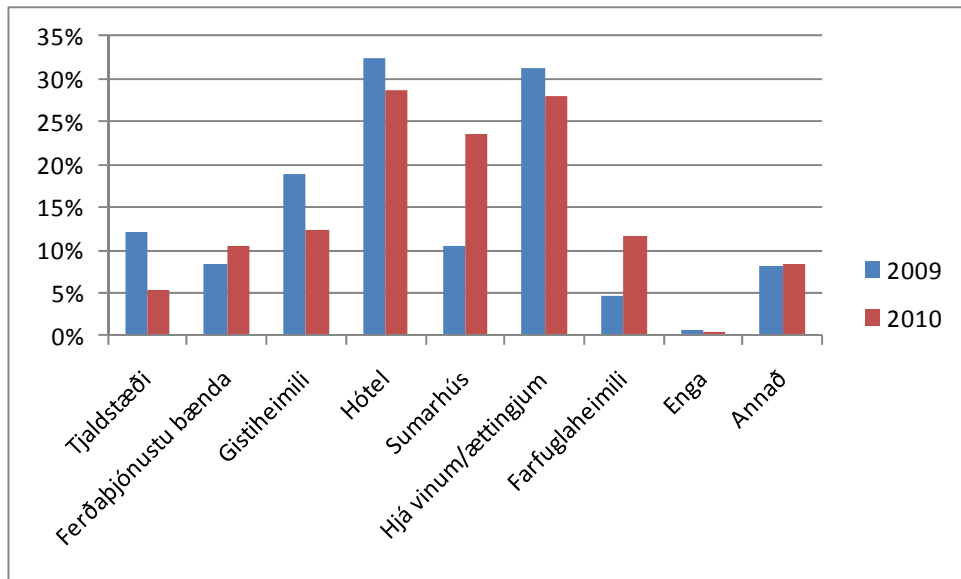


Þessir ferðamenn hafa einnig dvalið í öðrum landshlutum og gist þar hluta af ferðinni.



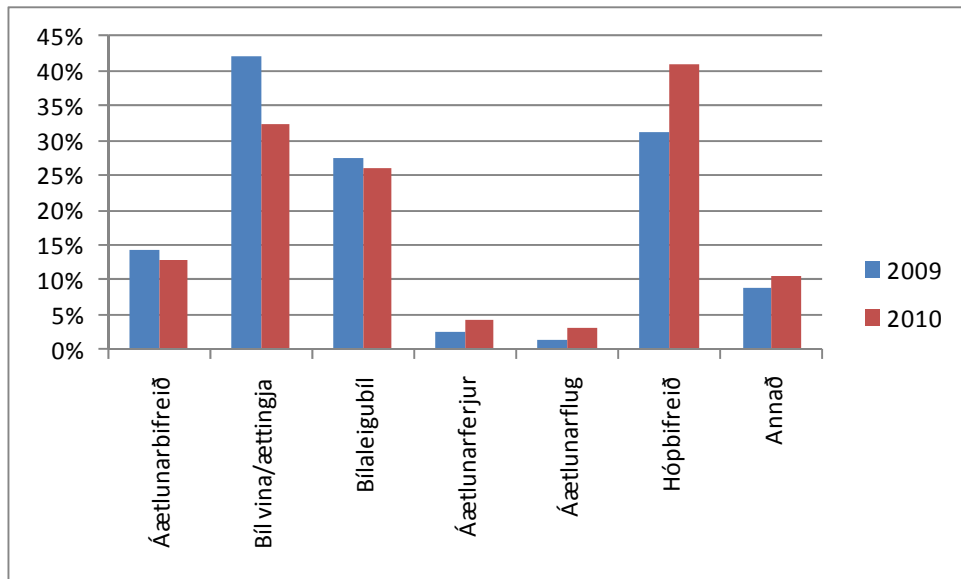
**Mynd 27** Fjöldi gistingu á Norðurlandi 2010 eftir því hvar var komið til landsins

Farþegarnir voru beðnir um að tilgreina hvaða gistinguþéttir þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni. Var þeim gefinn kostur á að merkja við fleiri en einn valmöguleika með tilliti til þeirra einstaklinga sem kynnu að hafa notfært sér fjölbreytta gistinguþéttir í ferðinni. Eins og sjá má á mynd 28 eru hótulgisting (29%) og gisting hjá vinum og ættingjum (28%) efst á lista líkt og 2009. Gisting í sumarhúsum virðist hafa aukist töluvert milli ára, eða úr 10% í 23%, sem og gisting á farfuglaheimilum (úr 5% í 12%). Aftur á móti virðast færri hafa gisti á gistiheimilum (fór úr 19% í 12%) og á tjaldstæðum (fór úr 12% í 5%). Um það bil tundi hluti (8%) merktu við annað og gerðu nánari grein fyrir svari sínu. Flestir þeirra höfðu gisti í skólahúsnæði en einnig voru skólar/fjallakofar nefndir, skemmtiferðaskip en einnig voru nokkrir sem höfðu leigt íbúð eða hús eða gistu á eigin vegum. Nokkrir merktu við fleiri en einn möguleika þar sem einstaklingar gistu t.d. í sumarhúsi og hjá vinum eða ættingjum, hóteli og sumarhúsi, á tjaldstæði og gistiheimili og ferðaþjónustu bænda og farfuglaheimili.



**Mynd 28** Hvaða gistingöguleika nýttirðu þér á Norðurlandi?  
Svarhlutfall 2009: 95%; 2010: 98%

Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða ferðamáta þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni. Í þessari spurningu mátti merkja við fleiri en einn valmöguleika með tilliti til þeirra einstaklinga sem kynnu að hafa notfært sér fjölbreytta ferðamáta í ferðinni. Eins og sjá má á mynd 29 hafa nokkrar breytingar átt sér stað á milli ára. Hlutfall þeirra, sem sagðist nýta sér bíl vana eða ættingja hefur lækkað úr 42% í 32% en á móti hefur hlutfall þeirra sem sagðist ferðast með hópþingum hækkað úr 31% sumarið 2009 í 41% sumarið eftir. Að öðru leyti hafa litlar breytingar átt sér stað. Tæpur þriðjungur svarenda hafði leigt sér bílaleigubíl og innan við 5% nýttu sér áætlunarferjur og áætlunarflug. Við „annað“ merktu 42 manns, eða 11% og tilgreindu nánar hvað það var. Hestar, leigubíll og ferðast á puttanum eru dæmi um svör sem voru skrifuð.

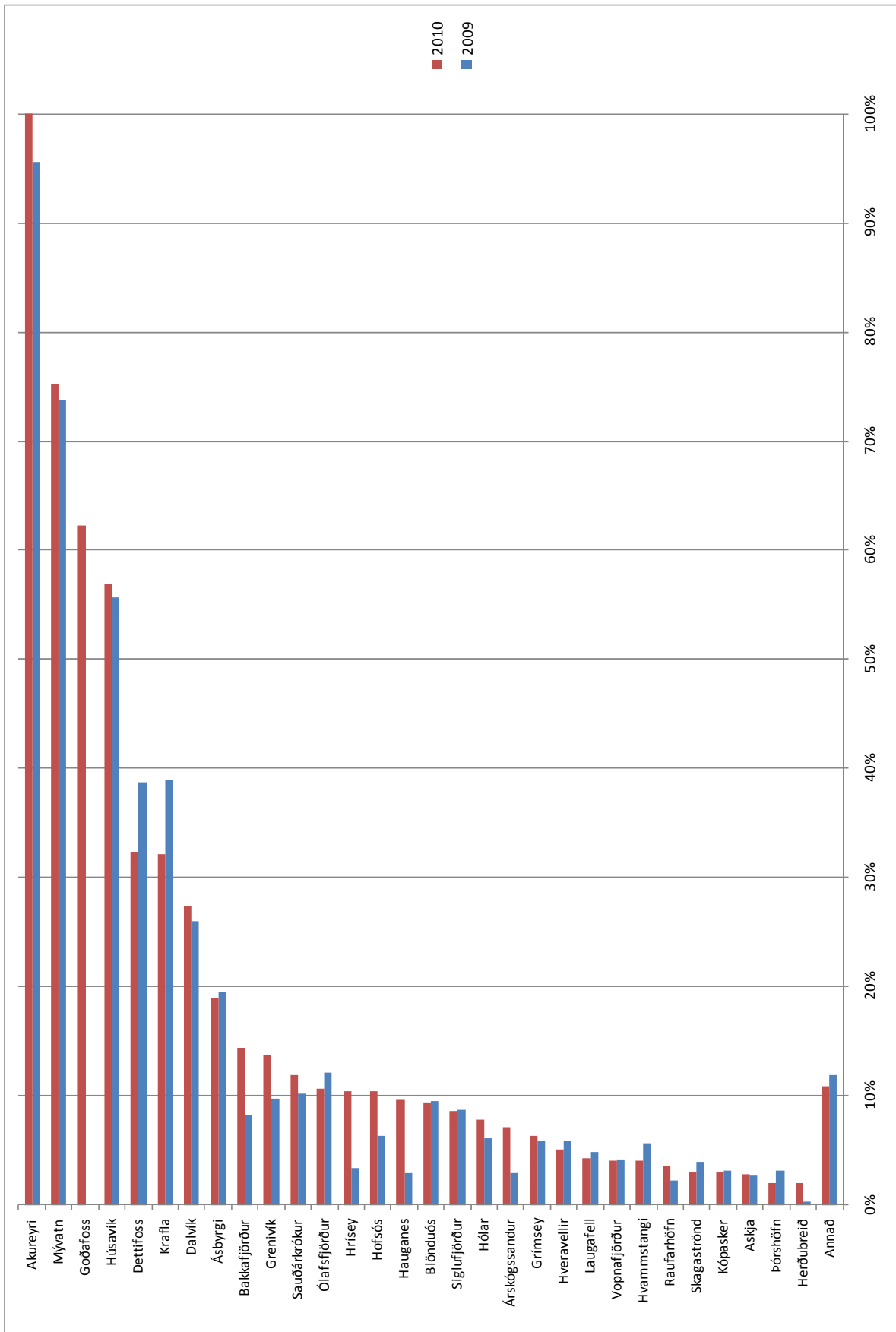


**Mynd 29** Hvaða ferðamáta nýttirðu þér á Norðurlandi?  
Svarhlutfall 2009: 95%; 2010: 99%

Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða svæði og staði á Norðurlandi þeir hefðu haft viðdvöl á í ferðinni til þess að hægt væri að greina ferðamynstur þeirra um landshlutann. Hér mátti merkja við fleiri en einn valmöguleika og gerðu það flestir. Stuðst var við kort af landshlutanum, sem sýndi helstu staði og svæði á Norðurlandi. Um 30 svæði og staðir voru listaðir auk þess sem svarendum var gefinn kostur að skrifa inn aðra staði og svæði á Norðurlandi sem þeir hefðu heimsótt. Mynd 30 sýnir dreifingu svara og samanburðar við svörin frá könnuninni 2009.

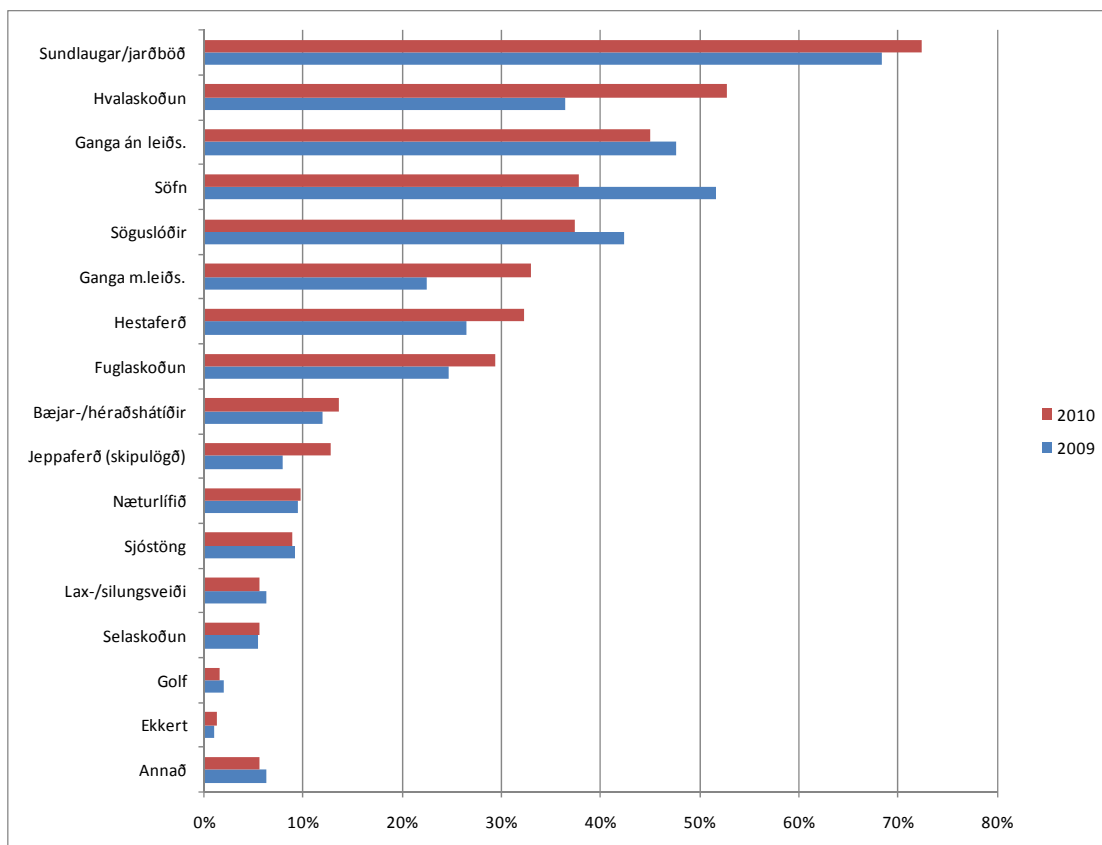
Sjá má á myndinni að nokkrir staðir voru áberandi sumarið 2010 s.s. Akureyri (100%) og Mývatn (75%), Goðafoss (62%) og Húsavík (57%). Það er hlutfallsleg fjölgun á öllum þessum stöðum á milli ára. Jafnvel þó það sé örlítill hlutfallsleg fækkun við Dettifoss og Kröflu eru það þó áfram vinsælir áfangastaðir þar sem fækkunin breytir ekki miklu um röðunina á listann.

Svo virðist sem ferðamennirnir sækja meira í staði og svæði sem eru austan við Akureyri. Ekki er alveg sömu sögu að segja um svæðin vestan við Akureyri. Þó virðist Dalvík sækja á milli ára og sóttu 27% svarenda bæinn heim sumarið 2010. Aðrir staðir og svæði, sem eru vestan við hafa um 10% eða minna.



**Mynd 29** Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð?  
Svarhlutfall 2009: 99%; 2010: 99%

Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni (mynd 31). Í þessari spurningu mátti merkja við allt sem átti við. Líkt og sumarið 2009 reyndust ferðir í sundlaugar eða jarðböð vera vinsælasta afþreyingin, en 72% höfðu nýtt sér þann möguleika. Hvalaskoðun er komin upp í annað sætið með 53% og hefur bætt töluvert við sig, en hvalaskoðun var í fimmta sæti árið á undan. Ýmsar aðrar breytingar hafa átt sér stað á milli ára eins og sjá má á mynd 31. Heimsóknir á söfn voru önnur vinsælasta afþreyingin sumarið 2009, en um helmingur svarenda könnunarinnar 2009 höfðu heimsótt söfn á Norðurlandi í ferðinni. Sumarið 2010 hefur þetta breyst, 38% svarenda höfðu heimsótt söfn og ljóst er að um nokkra fækkun er að ræða á milli ára sem gerir það að verkum að söfnin færast niður í fjóra sæti. Neðar á myndinni má greina ýmsar breytingar á röðinni. Ýmiss konar afþreying hefur bætt við sig á milli ára. Má þar nefna gönguferðir með leiðsögn (33%), hestaferðir (32%), fuglaskoðun (29%), ýmiss konar hátíðir (14%) og jeppaferðir (13%). Við „annað“ merktu 22 manns, eða 6%, og tilgreindu nánar hvað það var. Flúðasiglingar, lystigarður, jarðfræði og að leika sér í náttúrunni eru dæmi um svör sem voru skrifuð.



**Mynd 31** Hvaða afþreyingu nýttirðu þér á Norðurlandi?  
Svarhlutfall 2009: 97%; 2010: 98%

Þegar spurt var hvort farþegarnir hefðu áhuga á að heimsækja Norðurland á öðrum árstíma en sumri kom í ljós að flestir höfðu áhuga á því. Í ljós kom að 42% höfðu áhuga á að koma að vetri, 41% svarenda hafði áhuga á að koma að vori og 37% að hausti. Tæplega 32% svarenda hafði ekki áhuga á að koma aftur á Norðurland á öðrum árstíma. Ekki var mikill munur á svörum hvað varðar árstíma er þau voru greind út frá tilgangi ferðar og eftir kyni. Mest áberandi var þó að 80% þeirra, sem vildu ekki koma aftur á öðrum árstíma, voru hér í fríi.

### 5.3 ÚTGJÖLD Á SÓLARHRING Á NORÐURLANDI

Líkt og könnuninni 2009 voru farþegar beðnir um að segja til um útgjöld sín á hverjum sólarhring meðan dvalið var á Norðurlandi. Voru þeir beðnir um að skipta kostnaðinum upp eins og kostur var. Að þessu sinni var spurt um átta mismunandi útgjaldaliði; gistingu, veitingastaði/kaffihús (matur, drykkur o.þ.h.), verslun í matvörubúðum, afþreyingu, samgöngur

(fargjöld, bílaleigubíla, eldsneyti, leigubíla o.þ.h.), aðra verslun, minjagrip og annað ótilgreint. Í könnuninni 2009 var spurt um sömu útgjaldaliði, að undanskilum liðnum um minjagrip, sem þýðir að niðurstöður er varða útgjöld gesta eru sambærilegar á milli ára. Sem fyrr reyndist þessi spurning vera ein sú erfiðasta í könnuninni og oft á tíðum sátu þátttakendur könnunarinnar hvað lengst með þessa spurningu og veltu henni fyrir sér. Í könnuninni 2010 var svarendum boðið upp á að gefa upp upphæðir eftir gengi að eigin vali og var það nýbreytni frá árinu á undan. Upphæðirnar sem farþegarnir gáfu upp voru svo umreiknaðar í íslenskar krónur eftir á<sup>4</sup>.

Alls svöruðu 218 spurningunum um útgjöld, sem gefur um 55% heildarsvarhlutfall, en svarhlutfall fyrir einstaka útgjaldaliði er mismunandi, allt frá rúmum 10% og upp í tæp 65%. Til að leita skýringa á þessum svarhlutföllum voru svör allra þátttakenda könnunarinnar við þessum spurningum skoðuð ítarlega. Í ljós kom að 26% höfðu ekki svarað spurningum um útgjöld eða voru með ógild svör. Nokkru færri (14%) töldu sig ekki geta svarað þessum spurningum og gáfu þær skýringar að þeir hefðu keypt pakkaferð af ferðaskrifstofu og greiddu eina upphæð fyrir alla ferðina (gistingu, fæði, flug o.þ.h.). Fáir (5%) svarenda fylltu ekki út einstaka kostnaðarliði en gáfu upp heildarupphæðir fyrir ferðina eða sólarhring. Þessar upphæðir voru teknar saman og umreiknaðar. Í ljós kom að þessir aðilar voru að eyða að jafnaði um 25 þúsund krónum á sólarhring á Norðurlandi.

Í umfjöllun um hvern útgjaldalið hér að neðan er greint frá svörun hvers liðs, meðaltali og miðgildi (tafla 10). Rétt er að greina svör við spurningum um meðaleyðslu með það fyrir augum að finna gildi, sem mögulega gefa skýrari mynd af útgjöldum svarenda í heimsókn sinni á Norðurlandi en meðaltal eitt og sér. Frávik í upphæðum eru í sumum tilfellum mjög há. Þar geta hæðstu og lægstu gildi skekkt myndina af hegðun hópsins og þá kann miðgildi að vera betri vísir fyrir hópinn en meðaltalið. Meðaltal eða miðgildi úr hverjum útgjaldalið er notað við

---

<sup>4</sup> Upphæðirnar voru umreiknaðar á eftirfarandi gengi: 1 DKK=21,2 ISK, 1 EUR=158 ISK, 1 SEK=16,8 ISK miðað við gengisskráningu Seðlabanka Íslands 15. júlí 2010.

útreikninga á metnum heildarkostnaði ferðalangs á Norðurlandi annars vegar og heildarkostnaði í Íslandsferðinni allri hins vegar.

**Tafla 10** Skipting útgjaldaliða og notað viðmið fyrir sólarhringseyðslu

	Gisting	Samgöngur	Veitingast.	Matvöruv.	Afþreying	Minjagripir	Önnur verslun	Annað
<b>Fjöldi svara</b>	70	92	135	98	41	73	141	23
<b>Svarhlutfall</b>	32,1%	42,2%	61,9%	45,0%	18,8%	33,5%	64,7%	10,6%
<b>Meðaltal</b>	8.384 kr.	4.772 kr.	4.331 kr.	3.045 kr.	2.977 kr.	2.465 kr.	5.410 kr.	6.910 kr.
<b>Miðgildi</b>	5.450 kr.	2.900 kr.	2.100 kr.	2.100 kr.	2.000 kr.	1.200 kr.	3.000 kr.	2.000 kr.
<b>Notað</b>	<b>8.384 kr.</b>	<b>2.900 kr.</b>	<b>4.331 kr.</b>	<b>3.045 kr.</b>	<b>2.977 kr.</b>	<b>2.465 kr.</b>	<b>3.000 kr.</b>	<b>2.000 kr.</b>
<b>(Notað 2009)</b>	12.942 kr.	3.000 kr.	5.567 kr.	3.208 kr.	2.907 kr.	-	5.000 kr.	2.000 kr.

Samtals eyddu þeir gestir sem fóru með millilandaflugi frá Akureyrarvelli sumarið 2010 að meðaltali 29.103 krónum á sólarhring.

Í útgjaldalið sem snýr að gistingu flugfarþega á meðal dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra rétt rúmlega 8.000 krónur á sólarhring. Þetta er heldur minna en 2009 þegar farþegar eyddu tæpum 13.000 krónum (meðaltal) á sólarhring í gistingu. Hlutfallsleg breyting á milli ára nemur 35% en það kann að eiga sér nokkrar skýringar. Í fyrsta lagi svöruðu mun færri þessum lið sumarið 2010 eða 70 manns en sumarið 2009 svöruðu 119 manns liðnum um gistingu. Jafnframt ber að hafa í huga að 34% svarenda voru í ferð skipulagðri af ferðaskrifstofu og að stór hópur vildi gjarnan svara þessum lið en treysti sér ekki til þess þar sem greidd hafði verið ein heildarupphæð fyrir ferðina. Sumir höfðu þó heildarupphæð á hreinu fyrir hvern sólarhring eða alla ferðina en ekki sundurliðað eftir útgjaldaliðum. Útreiknaður heildarkostnaður vegna gistingar hvers farþega á Norðurlandi er tæpar 64.000 krónur miðað við 7,6 gistinætur að jafnaði á Norðurlandi. Heildarkostnaður á Íslandi á hvern komu- og brottfararfarþega sem ferðaðist um Akureyrarflugvöll er þannig metinn um 76.000 krónur miðað við að meðaltal gistinátta í ferðinni allri er 9,1 nótt.

Meðalkostnaður vegna samgangna eru rétt tæpar 3.000 krónur, sem er svipað og 2009, en þá var einnig notast við miðgildi. Metin heildarútgjöld vegna samgangna hvers farþega á Norðurlandi eru þá um 22.000 krónur



miðað við 7,6 gistinætur en sé horft til Íslandsferðarinnar allar þá eru metin heildarútgjöld rétt rúmar 26.000 krónur miðað við 9,1 nótt.

Þegar útgjaldaliðurinn veitingastaðir er skoðaður er meðalkostnaður vegna veitinga rúmar 4.300 krónur, sem er nokkuð minna en 2009 þegar farþegar eyddu um 5.600 krónum (meðaltal) á sólahring að jafnaði. Heildarkostnaður hvers farþega á Norðurlandi vegna heimsókna á veitingastaði er þá tæpar 33.000 krónur miðað við 7,6 gistinætur að meðaltali. Heildarkostnaður vegna veitinga þegar horft er á Ísland í þessu tilliti er um 39.000 í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta er 9,1 nótt.

Í útgjaldaliðnum um matvöruverslun þá er meðalkostnaður flugfarþeganna rétt rúmar 3.000 krónur á sólahring og er nokkuð svipað og 2009. Meðalkostnaður vegna kaupa farþega á matvörum á Norðurlandi er þá metinn um 23.000 krónur miðað við 7,6 gistinætur að jafnaði á Norðurlandi. Heildarkostnaður í Íslandsferðinni vegna verslunar á matvöru er þá metinn tæpar 27.000 krónur miðað við meðaldvalarlengd 9,1 nótt.

Hvað varðar útgjöld vegna afþreyingar þá er meðalkostnaður reiknaður rúmar 2.900 krónur á sólahring á Norðurlandi, sem er svipað og 2009. Meðalkostnaður vegna afþreyingar hvers farþega á Norðurlandi er því rúmar 22.000 krónur miðað við 7,6 gistinætur og 27.000 krónur miðað við meðaldvalarlengd 9,1 nótt á Íslandi.

Í könnuninni 2010 var spurt um nýjan útgjaldalið, minjagripi. Í ljós kom að meðalkostnaður vegna kaupa á minjagripum nam um 2.500 að jafnaði á sólahring á Norðurlandi. Heildarkostnaður er metinn tæpar 19.000 krónur vegna minjagripakaupa hvers farþega á Norðurlandi miðað við 7,6 gistinætur og 22.000 miðað við meðaldvalarlengd 9,1 nótt á Íslandi

Í þeim útgjaldalið sem snýr að annarri verslun flugfarþega á meðan dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra 3.000 krónur, sem er hlutfallsleg breyting upp á 40% milli ára, en 2009 voru það 5.000 krónur á sólahring. Hugsanlega skýringu á þessari breytingu á milli ára má finna í þeirri staðreynd að í könnuninni 2010 var spurt um nýjan útgjaldalið frá

árinu á undan þ.e. kaup á minjagripum. Útgjöld vegna kaupa á minjagripum kunna að hafa fallið undir liðinn önnur verslun árið 2009. Sé meðalkostnaður vegna annarrar verslunar og minjagripa 2010 lagður saman kemur í ljós sambærileg upphæð og fyrir aðra verslun 2009, eða um 5.500 krónur. Útreiknaður heildarkostnaður vegna annarrar verslunar hvers farþega á Norðurlandi er tæpar 23.000 krónur miðað við 7,6 gistinætur að jafnaði á Norðurlandi. Heildarkostnaður á Íslandi á hvern komu- og brottfararfarþega sem ferðaðist um Akureyrarflugvöll er þannig metinn um 27.000 krónur miðað við að meðaltal gistinátta í ferðinni allri er 9,1 nótt.

Útgjaldaliðurinn sem lýtur að öðrum ótilgreindum kostnaði flugfarþega á meðan dvöl þeirra stendur sýnir að meðalkostnaður þar er 2.000 krónur, líkt og 2009. Metinn heildarkostnaður vegna hvers farþega á Norðurlandi er þá 15.200 krónur miðað við 7,6 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Ef horft er á alla Íslandsdvölinu þá er metinn heildarkostnaður 18.200 krónur að meðaltali miðað við meðaldvalarlengd 9,1 nótt á Íslandi.

### 5.3.1 METIN HEILDARÚTGJÖLD Á NORÐURLANDI OG ÍSLANDI

Á grunni ofangreindra útreikninga um meðalútgjöld farþeganna eru heildarútgjöld þeirra metin út frá meðaldvalarlengd þeirra á Norðurlandi annars vegar og Íslandi hins vegar. Niðurstöðurnar voru jafnframt bornar saman við niðurstöðurnar frá 2009 og má sjá þennan samanburð í töflu 11 hér að neðan.

**Tafla 11** Metin heildarútgjöld miðað við meðalfjölda gistinátta á Norðurlandi og Íslandi 2010 og samanburður við niðurstöður 2009

	Meðal- útgjöld	Meðaldvalarlengd		Metin heildarútgjöld	
		á Norðurlandi	á Íslandi	á Norðurlandi	á Íslandi
Árið 2009	34.624 kr.	7,3 nætur	9,2 nætur	251.370 kr.	317.156 kr.
Árið 2010	29.103 kr.	7,6 nætur	9,1 nætur	221.370 kr.	264.834 kr.
<b>Breyting milli ára</b>	-16%			-12%	-16%

Árið 2010 eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu á Norðurlandi vegna flugs Iceland Express til Akureyrar rúmlega 29.000

krónur á sólarhring. Sé þessi upphæð margfölduð með meðaldvalarlengd farþeganna eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu á Norðurlandi rúmlega 220.000 krónur á hvern farþega miðað við 7,6 gistinætur á meðaltali. Ef einnig er litið til ferða þessara farþega til annarra landshluta á Íslandi þá aukast heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu upp í tæp 265.000 krónur (9,1 nótt) vegna hvers farþega. Eins og lesa má út úr töflunni á breyting sér stað á milli ára. Sjá má að heildarútgjöld hvers farþega á sólarhring á Norðurlandi hafa lækkað hlutfallslega um 16% (rúmar 5.500 krónur) og um 12% (30.000 krónur) ef tekið er tillit til meðaldvalarlengdar á Norðurlandi (7,6 nætur). Helst er að finna skýringuna í flokkunum gistingu þar sem munurinn á útgjöldum milli ára er mestur auk þess sem töluvert færri gefa upp útgjöld sín vegna gistingar sumarið 2010 en 2009, eins og fram kom hér að ofan. Auk þess kunna ýmsar aðrar ástæður að liggja að baki og það mætti velta nokkrum möguleikum upp, t.d.:

- Breytingar á gengi erlendra gjaldmiðla á milli ára: Ef danska krónan er skoðuð sérstaklega þá kemur í ljós að meðalútgjöld á sólarhring umreiknuð í danskar krónur voru 1.437 DKK árið 2009 (miðað við gengisskráningu dönsku krónunnar hjá Seðlabanka Íslands jún.-ág. 2009) en 2010 voru útgjöldin 1.385 DKK (miðað við gengisskráningu dönsku krónunnar hjá Seðlabankanum 15. júlí 2010). Þegar upphæðirnar umreiknast í danskar krónur er munurinn á milli ára þó einungis 3%.
- Færri millilandaflug á viku á milli ára: Eins og áður hefur komið fram flaug Iceland Express einungis einu sinni í viku á milli Akureyrar og Kaupamannahafnar sumarið 2010 á móti tveimur flugum á viku sumarið 2009. Þetta þýðir að ferðamennirnir hafa helmingi færri möguleika í vali á flugtíma ef gengið er út frá því að Akureyrarflugvöllur sé komu- og brottfararstaður. Þetta kann að hafa áhrif á dvalarlengd ferðamannanna og mögulega líka hvaða flugvöllur verður fyrir valinu við komuna til landsins (þar sem gefið er að farþegarnir fóru út úr landinu á Akureyri). Við þetta er að bæta að eins og fram hefur komið hér fyrr í skýrslunni dvöldu 9

af hverjum 10 af þeim farþegum sem komu til landsins á Akureyrarflugvelli í 7 eða 14 nætur á Norðurlandi. Það eru færri möguleikar til að koma og fara um Akureyrarflugvöll sem þýðir að flestir eru hér í annað hvort viku eða tvær og ekki mikið þar á milli.

- Vísitala neysluverðs á Íslandi hefur hækkað hlutfallslega um 6% frá sumri 2009 til sumars 2010 sem kann að skila sér í hærra vöruverði.

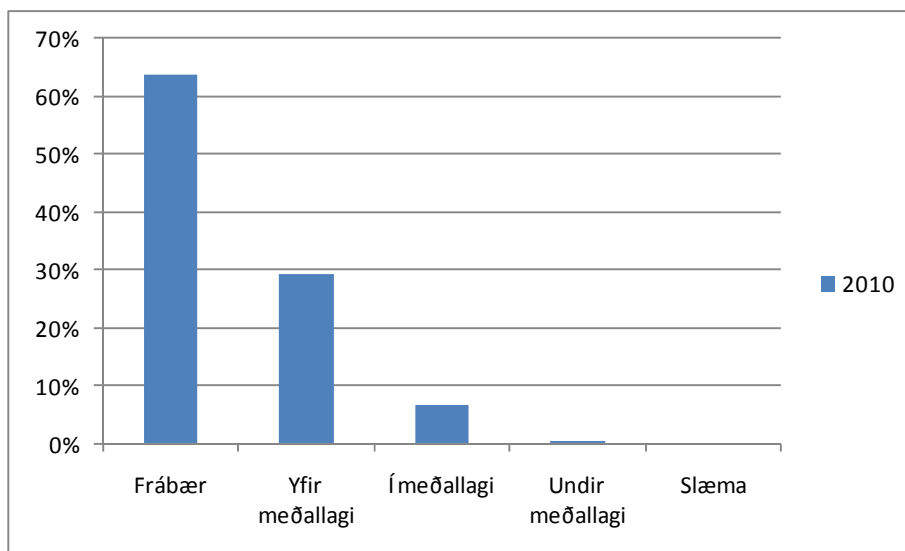
#### 5.4 MAT Á GÆÐUM ÞJÓNUSTU OG UPPLIFUN AF NORÐURLANDI

Farþegarnir voru beðnir um að leggja mat á heildarupplifun þeirra af Norðurlandi. Nær allir, eða 99% þátttakenda könnunarinnar, svöruðu þessari spurningu og má sjá niðurstöðurnar á mynd 32. Nær allir, eða 93% hafa metið heildarupplifun sína sem frábæra eða yfir meðallagi. Einungis 7% töldu upplifun sína vera í meðallagi og 0,3% undir meðallagi. Enginn mat upplifun sína af Norðurlandi slæma. Séu þessar niðurstöður bornar saman við niðurstöður sambærilegrar spurningar úr könnuninni 2009<sup>5</sup> kemur í ljós örlítill munur á svörum. Sumarið 2009 mátu rúmlega 97% svarenda heildarupplifun þeirra af Norðurlandi sem mjög góða eða góða og einungis 1,4% mátu upplifun sína sem miðlungs. Ljóst er að meirihluti ferðamannanna er áfram mjög ánægður með það sem hann upplifir á Norðurlandi, en engu að síður þarf að hafa í huga að þeim virðist fara fjölgandi sem telja upplifunina vera í meðallagi og á móti fækkar þeim sem telja upplifunina vera frábæra.

Niðurstöðurnar spurningarinnar 2010 voru bornar saman við svör farþeganna um dvalarlengd, tilgang ferðar og hvort þeir hefðu komið áður. Samanburðurinn leiddi ekki í ljós nein teljanleg tengsl á milli þessara þátta m.t.t. heildarupplifunar þeirra á Norðurlandi.

---

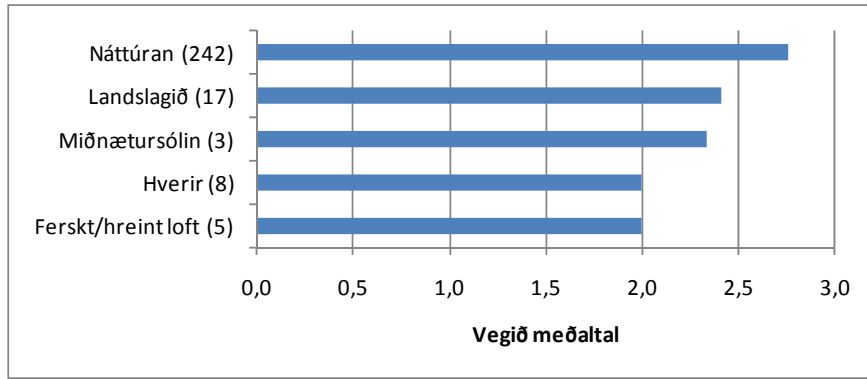
<sup>5</sup> Samanburður á milli ára er að þessu sinni settur fram myndrænt þar sem spurningarnar í könnunum voru ekki alveg eins.



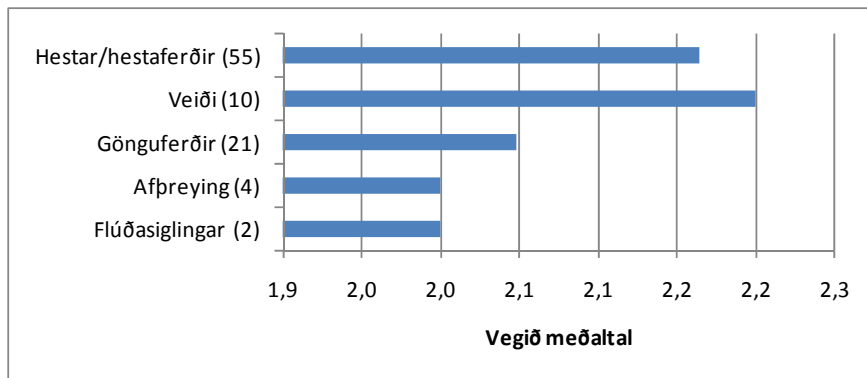
**Mynd 32** Hvernig metur þú heildarupplifun þín af Norðurlandi?  
Svarhlutfall 2010: 99%

Spurt var opinni spurningu um hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað. Höfðu svarendur frelsi til að skrifa það sem þeim datt í hug, allt að þrjú atriði. Þessum atriðum var raðað eftir sætum þannig að það áhugaverðasta var sett í fyrsta sæti og svo koll af kolli. Flestir (87%) töldu til eitt atriði, 58% fylltu í annað sæti og 42% lögðu til í þriðja sætið. Farþegarnir skrifuðu um það bil 130 mismunandi atriði en allt í allt voru skrifuð í kringum 740 atriði. Þau atriði sem voru nefnd oftast (óháð í hvaða sæti þau voru) voru náttúra (301 sinni), hestar/hestaferðir (55 sinnum), fólkið/íbúarnir (41 sinni), fjölskylda/vinir (32 sinnum) og hvalir/hvalaskoðun (28 sinnum). Náttúran var langoftast sett í fyrsta sæti eða 242 sinnum.

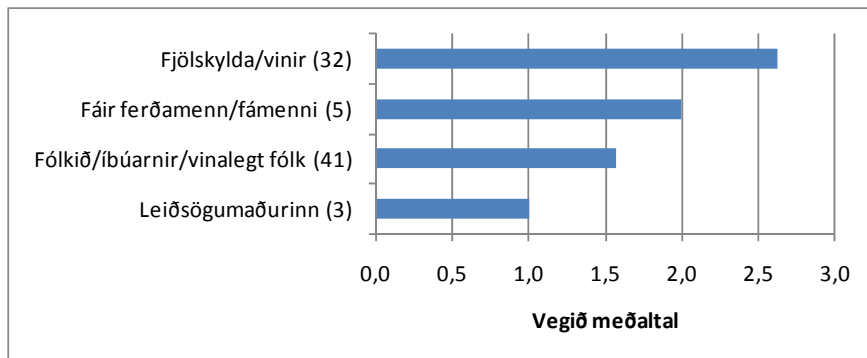
Í fyrstu voru svörin flokkuð og þemagreind. Út úr því komu sex flokkar sem byggðu á svörum þ.e. náttúran, afþreying, fólk, menning, nafngreindir staðir og loks óflokkuð atriði. Loks voru atriðin vegin í hverjum flokki fyrir sig þannig að áhugaverðasta atriðið fékk vægið 3, næstáhugaverðasta 2 og síðasta atriðið fékk vægið 1. Af hverju atriði var tekið vægið meðaltal til þess að meta hvaða atriði voru talin áhugaverðust. Þau fimm atriði í hverjum flokki fyrir sig, sem vógu hvað mest hafa verið sett fram í myndum 33-38 hér á eftir. Samanlögð svartíðni atriða er í sviga aftan við hvert atriði á myndunum óháð því í hvaða sæti það var skrifað.



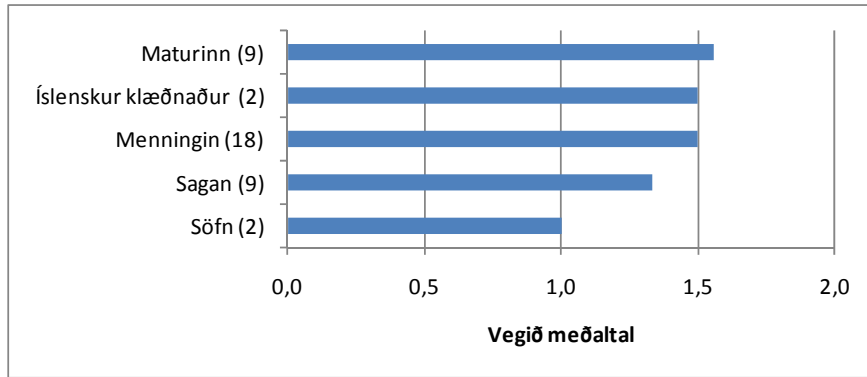
**Mynd 33** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Náttúra



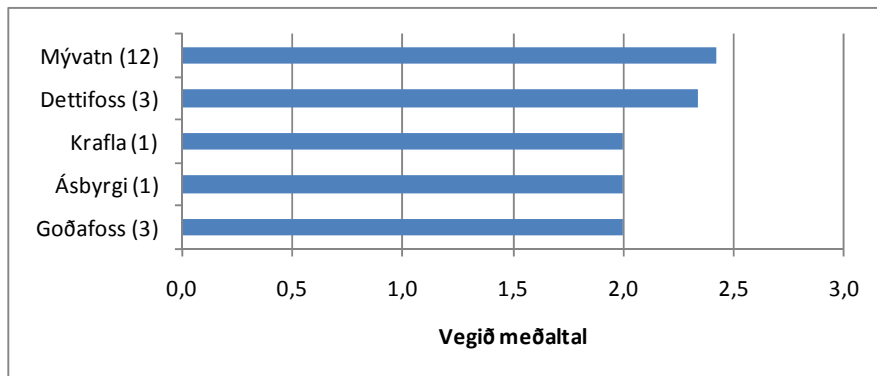
**Mynd 34** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Afþreying



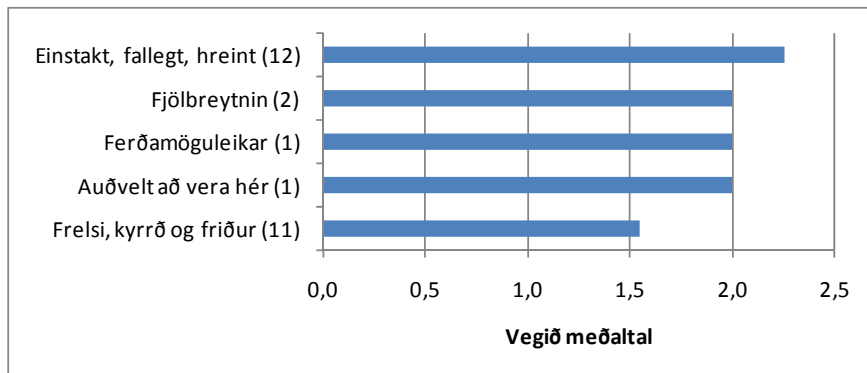
**Mynd 35** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Fólk



**Mynd 36** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Menning



**Mynd 37** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Staðir



**Mynd 38** Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað: Óflokkað

Ljóst er að náttúran virðist vera það atriði sem farþegunum þykir gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað, sem er bersýnilegt af hinum yfirgnæfandi fjölda svara (mynd 33). Dæmi eru um einstaklinga sem skrifuðu náttúruna oftar en einu sinni í svörum sínum. Í könnuninni 2009 var náttúran einnig það atriði sem var oftast var nefnt til sögunnar og benti margt til þess að náttúran væri eins konar samnefnari fyrir það sem gerir

Norðurland að áhugaverðum áfangastað. Það sama virðist vera uppi á teningnum hér. Þetta endurspeglast til dæmis í því hvað farþegarnir tóku sér fyrir hendur í ferðinni (sjá mynd 31) þar sem mikið af þeirri afþreyingu, sem var stunduð í ferðinni tengist náttúrunni á einn eða annan hátt. Sömuleiðis má sjá á mynd 34 að sú afþreying sem þykir gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað, sem var talin upp af farþegunum sjálfum, tengist náttúrunni mjög náið. Má þar nefna hesta/hestaferðir, gönguferðir, veiði og flúðasiglingar. Einstakir staðir voru ekki oft nefndir þegar spurt var um hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað. En þeir staðir, sem þó voru nefndir höfðu mikið vægi (lentu ofarlega í sætunum) (mynd 37) og eru þeir þekktir fyrir að vera einstök náttúrufrýrbrigði. Allir eru þeir á austanverðu Norðurlandi.

Fólk hafði einnig mikið vægi í svörum fólks um hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað, eins og sjá má á mynd 35, einkum vinir og fjölskylda. Það að fjölskylda og vinir séu ofarlega í huga svarenda er í góðu samræmi við það mikla vægi sem fjölskylda og vinir hafði í öðrum svörum í könnuninni s.s. tilgangi ferðar, gistimáta o.þ.h.

Á mynd 38 koma fram atriði sem féllu ekki undir aðra flokka, en farþegunum þótti engu að síður vera lýsandi fyrir Norðurland sem áhugaverður áfangastaður. Má þar nefna fegurð, kyrrð, hreint og einstakt. Mörg þeirra lýsa eins konar stemningu sem þeir virðast skynja eða upplifa á svæðinu og sum þeirra tengjast einnig náttúrunni á ýmsan hátt.

## 5.5 UPPLÝSINGAÞÖRF OG -NOTKUN

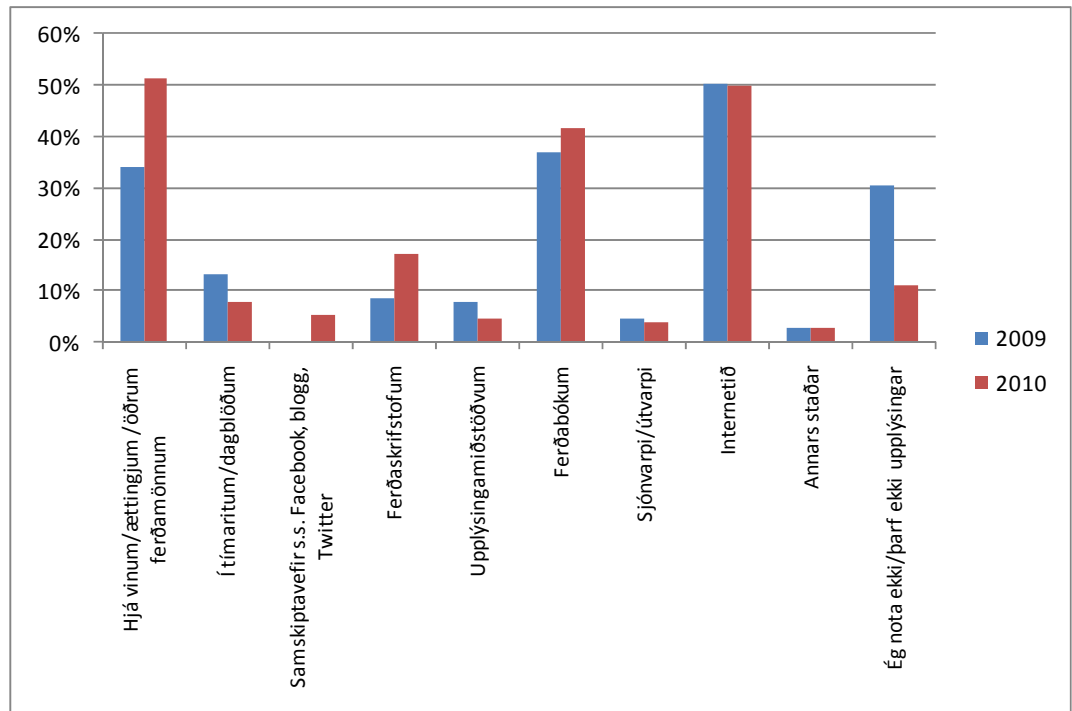
Farþegarnir voru spurðir um nokkur atriði varðandi upplýsingaþörf og – notkun fyrir ferð þeirra og í sjálfri ferðinni. Fyrst var spurt hvar þeir hefðu leitað að upplýsingum um Norðurland áður en lagt var af stað. Í könnuninni 2009 var einnig spurt um upplýsingaleit fyrir ferð en í könnuninni 2010 var þessi hluti uppfærður og svarmöguleikum var breytt. Helsta breytingin fólst í svarmöguleikanum er varðaði upplýsingaleit á Internetinu og var svarendum boðið að tilgreina hvort upplýsinga hefði verið leitað annars vegar á samskiptasíðum (s.s. Facebook, bloggum og Twitter) og hins vegar á heimasíðum eða öðrum rafrænum



upplýsingaveitum. Ljóst er að internetið hefur breytt því hvernig ferðatengdum upplýsingum er dreift og hvernig fólk skipuleggur ferðir sínar (Buhalis og Law, 2008). Samskiptasíður (e. *social media*) virðast í auknum mæli vera að ryðja sér til rúms sem upplýsingaveitur fyrir ferðamenn á internetinu þar sem hinir hefðbundnu „birgjar“ ferðaupplýsinga (s.s. ferðaþjónustufyrirtæki og opinberar stofnanir þar sem landkynningarmál og ferðaþjónusta heyrir undir) gátu áður stýrt upplýsingaflæðinu. Samskiptasíður bjóða upp á nýjar leiðir fyrir neytendur/ferðamenn til þess að deila sinni upplifun/reynslu með öðrum á ýmsan máta s.s. með því að setja inn ferðasögur, deila myndum og jafnvel vídeó-myndum (Xiang og Gretzel, 2010). Upplýsingar á þessu formi, þar sem ferðamenn deila sinni reynslu og sínum upplifunum með öðrum, verða æ vinsælli sem ferðaupplýsingar fyrir aðra.

Eins og sjá má á mynd 39, þar sem samanburður á svörum farþeganna á milli ára kemur fram, virðist þó heimasíður eða aðrar rafrænar upplýsingaveitur áfram vera ein af mikilvægustu upplýsingaveitunum fyrir ferð, en helmingur svarenda sagðist hafa nýtt sér netið við upplýsingaleit. Þetta háa hlutfall virðist vera þrátt fyrir að boðið var upp á greina á milli ef um samskiptasíður var að ræða, sem einungis 5% svarenda merktu við. Greina má tölurverða aukningu í upplýsingaleit meðal vina/ættingja/annarra ferðamanna, en 51% svarenda sögðust hafa leitað upplýsinga þar á móti 34% árið á undan. Ferðabækur eru áfram vinsælar sem upplýsingaveita fyrir ferð og hafa bætt við sig úr 37% sumarið 2009 í 42% sumarið eftir.

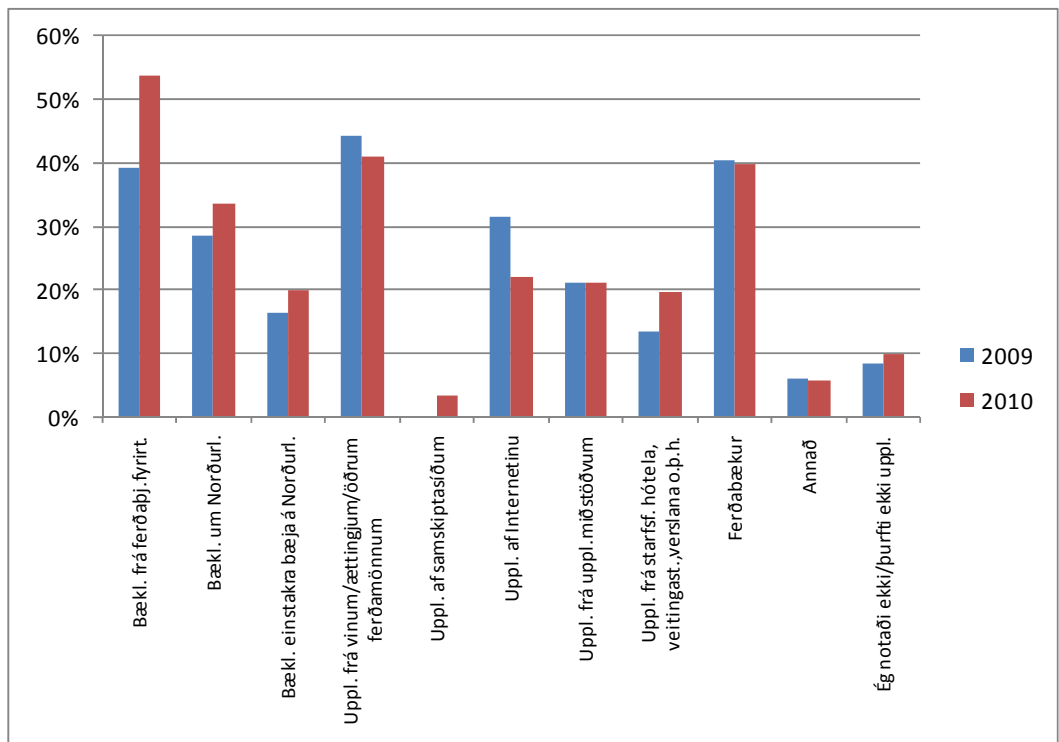
Einungis 3% merktu við valmöguleikann „annars staðar“ og tilgreindu nánar hvað það var. Ýmis svör voru gefin s.s. að svarendur þekki landið frá fyrri ferðum, hafi horft á DVD (hvers konar myndefni var ekki tilgreint) og að upplýsingar hefðu fengist hjá leiðsögumanni. Rétt rúmlega tíundi hluti (11%) svarenda taldi sig ekki nota eða þurfa neinar upplýsingar fyrir ferð.



**Mynd 39** Hvar leitaðir þú að upplýsingum?  
Svarhlutfall 2009: 97%; 2010: 97%

Einnig var spurt um hvers konar upplýsingar farþegarnir hefðu nýtt sér á ferð sinni um Norðurland. Að þessu var einnig spurt í könnuninni 2009 og var svarmöguleikunum að mestu leyti haldið óbreyttum, en líkt og í spurningunni, sem fjallað var um hér að ofan, var bætt við svarmöguleikanum um samskiptasíður ef svarið varðaði upplýsingar af Internetinu. Á mynd 40, má sjá að nokkrar breytingar virðast hafa átt sér stað á milli ára. Ýmiss konar bæklingar virðast vera töluvert notaðir af farþegunum í ferðinni um Norðurland. Bæklingar ferðaþjónustufyrirtækja virðast fá aukið vægi en 54% farþeganna merktu við þennan lið sumarið 2010 á móti 39% árið á undan. Bæklingar um Norðurland virðist einnig fá aukið vægi en 34% sögðust hafa notað slíkan bækling sumarið 2010 á móti 28% árið á undan. Einnig bæta bæklingar einstakra bæja og sveitarfélaga við sig örlítið á milli ára. Einnig virðist þeim fjölga sem fá upplýsingar frá starfsfólki hótela, veitingastaða, verslana o.þ.h., eða úr 13% sumarið 2009 í 20% sumarið 2010. Á móti fækkar í nokkrum flokkum. Má þar nefna að þeim, sem fá upplýsingar hjá vinum/ættingjum eða öðrum ferðamönnum fækkar lítillega, úr 44% árið 2009 í 41% 2010. Einnig fækkar þeim sem fá upplýsingar af Internetinu úr 32% sumarið

2009 í 22% sumarið eftir. Einungis 6% svarenda merktu við valmöguleikann „annað“ og tilgreindu svör sín nánar. Flest svörin snérust um leiðsögumanninn í ferðinni og er það nokkur breyting frá árinu á undan þar sem flest svörin tengdust vinum, ástvinum eða kunningjum sem hefðu veitt leiðsögn og upplýsingar um svæðið í ferðinni. Í svörunum sumarið 2010 voru einnig nokkrir sem sögðust hafa spurst fyrir hjá íbúunum á svæðinu. Tíundi hluti farþeganna kvaðst ekki hafa notað neinar upplýsingar í ferðinni eða þurft á þeim að halda.



**Mynd 40** Hvers konar upplýsingar notaðir þú á ferð þinni um Norðurland?  
Svarhlutfall 2009: 93%; 2010: 93%



## 6 SAMANTEKT ÚR NIÐURSTÖÐUM

Þátttakendur voru af 19 þjóðernum (voru 29 árið 2009). Langflestir (81%) höfðu búsetu í Danmörku og hefur þeim þátttakendum, sem búa í Danmörku fjölgað um 15% á milli ára. Þar næst komu Svíar (6%) og Þjóðverjar (5%). Flestir voru á aldrinum 31-60 ára, bæði karlar og konur, og mátu þeir tekjur sínar í meðallagi eða yfir meðallagi. Vel menntað fólk var í meirihluta en yfir helmingur hafði lokið háskólaprófi. Langflestir (74%) komu til landsins í gegnum Akureyrarflugvöll og 24% komu í gegnum Keflavíkurflugvöll. Hlutfallsleg fækkun er frá 2009 á þeim sem koma í gegnum Akureyrarflugvöll og á móti hefur Keflavíkurflugvöllur bætt við sig. Flestir gestanna (56%) höfðu ekki komið áður til Íslands, sem er töluverð breyting frá árinu á undan. Nemur fjölgun þeirra sem hafa ekki komið áður um 17% á milli ára. Um þriðjungur þátttakenda könnunarinnar skipulagði Íslandsferðina sjálfur, um þriðjungur ferða var skipulagður af vinum eða fjölskyldu og um þriðjungur ferða var skipulagður af ferðaskrifstofu. Flestir þeirra sem voru spurðir komu til Íslands í frí (72%) en einnig kom ákveðinn hópur til Íslands til þess að heimsækja vini og ættingja (15%). Meðaldvalarlengd á Íslandi var 9,1 nótt.

Ferðamennirnir fóru út um allt land, en athygli vakti hve hátt hlutfall þeirra dvaldi eingöngu á Norðurlandi og fóru ekki yfir í aðra landshluta, eða 48%. Nokkrir staðir voru áberandi fjölsóttastir s.s. Akureyri, Mývatn og Goðafoss. Dvalarlengd farþeganna á Norðurlandi var 7,6 nætur að jafnaði. Þeir nýttu sér fjölbreytt úrval afþreyingar. Ferð í sundlaugar eða jarðböð reyndist vera vinsælasta afþreyingin líkt og sumarið 2009. Ferðamennirnir höfðu ekkert nema gott að segja af upplifun sinni af Norðurlandi. Um 93% hafa metið heildarupplifun sína sem frábæra eða yfir meðallagi. Náttúran er samnefnari fyrir það sem þykir gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað.

Árið 2010 eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu á Norðurlandi vegna flugs Iceland Express til Akureyrar rúmlega 29.000 krónur á sólarhring. Sé þessi upphæð margfölduð með meðaldvalarlengd farþeganna eru metin heildarútgjöld vegna verslunar og þjónustu á

Norðurlandi rúmlega 220.000 krónur á hvern farþega miðað við 7,6 gistinætur á meðaltali.

Flestir leituðu sér einhverra upplýsinga um Norðurland áður en lagt var af stað í ferðina. Þrjár upplýsingaveitur voru vinsælastar þ.e. Internetið, vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn og ferðabækur. Í sjálfri ferðinni voru vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn og ferðabækur áfram vinsælar upplýsingaveitur en einnig bættust við bæklingar, þá sérstaklega bæklingar ferðaþjónustufyrirtækja.

## LOKAORÐ

Eins og staðan er í dag bendir flest til þess að 21. öldin verði öld flugsamgangna enn fremur en sú 20. var. Fjölgun flugfarþega um allan heim, í Evrópu og á Íslandi gefur þetta til kynna sem og æ fleiri kílómetrar sem flognir eru. Vissulega er hægt að merkja áhrif kreppunnar síðustu tvö ár á þessum tölum en hún virðist ætla að vera skammlíf. Fjölgun flugfarþega endurspeglast í fjölgun ferðafólks á heimsvísu og til landsins, þó eldgosið í Eyjafjallajökli hafi sett eilítið strik í reikninginn til skamms tíma. Það virðist þó til lengri tíma litið ætla að skila sér í fjölgun ferðafólks umfram það sem verið hefur undanfarin ár. Fyrir Akureyrarvöll hafði gosið þau áhrif að fjöldi millilandafarþega um völlinn náði næstum þeim metfjölda sem var 2006. Meðan gosaska truflaði flug hér á landi var flugi til og frá landinu beint um völlinn meðan Keflavíkurflugvöllur var lokaður.

Sú mynd sem birtist á forsíðu þessarar skýrslu er frá þeim tíma og eflði með mörgum væntingar um að flugvöllurinn gæti orðið millilandaflugvöllur með áætlunarflug á heilsársgrunni sem aftur gæti leikið lykilhlutverk í atvinnuþróun á svæðinu. Væntingar um að flugvellir verði virkir þátttakendur í atvinnu- og samfélagsuppbyggingu og eflingu efnahagslífs eru algengar á svæðum Evrópu og víðar. Ísland er hinsvegar á jaðri álfunnar og í fjórða neðsta sæti innan hennar varðandi fjölda flugfarþega sem um landið fara. Norðurland er enn fremur jaðarsvæði með fáum íbúum og verður því alþjóðaflug um Akureyrarvöll ævinlega háð sérstökum aðstæðum. Þeir flugvellir í Evrópu sem taka virkan þátt í eflingu atvinnulífs og efnahags eru nánast allir þar sem íbúaþéttleiki og atvinnustarfsemi gefur tilefni til. En nokkrir skera sig úr, en það eru þeir sem veita aðgengi að sérstöku aðdráttarafla fyrir ferðafólk.

Til þess að flugvellir á jaðarsvæðum geti þannig staðið undir væntingum um að efla samfélag og atvinnulíf verða þeir að virka sem hlið fyrir ferðafólk og til þess að það gerist þarf að vera fyrir hendi aðdráttarafl. Til þess að flugvöllur geti virkað sem hlið að áfangastöðum þarf að skilja samspil flugrekstraraðila og ferðaþjónustu á áfangastað. Hvað varðar

flugrekstraraðilann þarf að skilja samspil uppbyggingar leiðakerfis, verðlagningar, flug tíðni, flugvélagerðir og viðskiptalíkan innan ramma reglugerða, markaðsaðstæðna, tækniþróunar og samvinnu flugfélaga. Hvað varðar ferðaþjónustu á áfangastað þarf að skilja samspil fjölda og tegundar gesta, aðdráttarafls, upplifunar gesta, innviða og viðskiptalíkans ferðaþjónustu á svæðinu innan ramma félagslegs og pólitíks umhverfis og vistkerfis áfangastaðar (mynd 12).

Það flugfélag sem þjónustað hefur helst millilandaflug á Akureyrarvelli er Iceland Express og telst það í hópi lággjaldaflugfélaga. Farþegar þeirra virðast fyrst og fremst horfa í verðið og þeir sem með þeim fara eru yngra fólk sem fer þá frekar fleiri og styttri ferðir. Ekki virðist sem lággjaldaflugfélögin opni á nýja markaði.

Könnunin sem framkvæmd var á Akureyrarvelli sumarið 2010 er ætlað að skýra það sem gestinn varðar af því samspili sem að ofan er lýst. Könnunin skiptist í fimm hluta. Í fyrsta lagi voru nokkrar almennar spurningar um Íslandsferð svarenda. Í öðru lagi voru sérstakar spurningar sem er ætlað að gefa vísbendingar um ferðamynstur farþeganna um Norðurland á meðan á Íslandsdvöl stóð. Í þriðja lagi var spurt um helstu útgjaldaliði. Í fjórða lagi voru spurningar um mat á gæðum þjónustu og upplifun þátttakenda af Norðurlandi. Í fimmta og síðasta lagi voru spurningar um upplýsingaþörf og -notkun þátttakenda könnunarinnar bæði fyrir ferð og í ferðinni.

Það sem könnunin sýnir er að þeir gestir sem koma um Akureyrarvöll er fólk sem býr í næsta nágrenni við Kastrup í Kaupmannahöfn, er nálægt fimmtugu vel menntað og vel stætt. Rúmur helmingur var að koma í fyrsta skiptið til landsins og þeir fengu upplýsingar af interneti, úr ferðahandbókum, frá vinum eða ættingjum, eða voru í ferð á vegum ferðaskrifstofu. Þeir sem hafa komið áður nota internetið og skipuleggja sína ferða mest sjálfir og eru oft að heimsækja vini og ættingja. Þeir sem komu í fyrsta sinn eru að koma í frí til að upplifa náttúru.

Þeir sem svara könnuninni eru flestir (72%) að fara í frí með fjölskyldu og vinum og felst fríið í að skoða náttúru landsins í um vikutíma. Þeir staðir sem standa uppúr af þeim sem fólk heimsækir eru austan Eyjafjarðar í Mývatnssveit og Þingeyjarsýslum. Hvað varðar sérstöðu náttúru



Norðurlands má ráða að fossarnir Goðafoss og Dettifoss skapa sérstöðu ásamt náttúrufari Mývatnssveitar en einnig hvalaskoðun á Húsavík (myndir 30 og 31).

Það sem vekur althygli er að þeir sem koma með flugi til Akureyrar fara margir (48%) ekkert út fyrir Norðurland, og ef einhverjir aðrir landshlutar eru sóttir heim þá er það Austurland helst. Svo virðist sem fólk sé töluvert bundið nærsvæði flugvallar og rennir það stoðum undir þær hugmyndir að hægt sé að búa til nýjan áfangastað á Íslandi á Norður- og Austurlandi með beinu flugi.

Þegar spurt var hvort farþegarnir hefðu áhuga á að heimsækja Norðurland á öðrum árstíma en sumri kom í ljós að flestir höfðu áhuga á því. Í ljós kom að 42% höfðu áhuga á að koma að vetri, 41% svarenda hafði áhuga á að koma að vori og 37% að hausti. Tæplega þriðjungur svarenda hafði ekki áhuga á að koma aftur á Norðurland á öðrum árstíma.

Gestir sem komu með beinu flugi um Akureyravöll voru að eyða að meðaltali rúmum 29.000 krónum á sólarhring. Ef tekið er mið af meðaldvalarlengd og meðal ferðahóp má draga þá ályktun að meðalferðalangur á ferð með vísitölufjölskyldu sé að eyða rúmum 221.000 ef aðeins var dvalist á Norðurlandi en um 265.000 ef allt landið var undir. Þessir gestir eru ánægðir með upplifun af svæðinu og þá þjónustu sem þar er í boði.

Sú könnun sem hér hefur verið fjallað um og þær heimildir sem tíndar hafa verið til um flugvelli og ferðaþjónustu hér að ofan ber að skoða sem innlegg inn í þá umræðu að gera Akureyrarflugvöll að hliði fyrir nýjan áfangastað á Íslandi; Norðurland. Þeir áfangastaðir sem ná árangri bjóða vöru sem er í takt við þær væntingar sem mögulegir kaupendur hafa og því mikilvægt að komast að því hverjir það eru sem sækja svæðið nú heim og hvort þeir séu ánægðir og þá helst með hvað. Eins og sjá má af umfjöllun að ofan, eru þeir sem koma á Norðurland á höttunum eftir upplifunum af náttúru landsins en hinsvegar afar mismunandi með hvaða hætti ferðafólkið reynir að nálgast hana. Meðan fyrir suma dugir að liggja í Jarðböðunum í Mývatnssveit dagpart verða aðrir að vera viku á fjöllum við þröngan kost. Einnig er sterkur sá hópur sem er að rækta tengsl við vini og

ættingja en eðli málsins samkvæmt verður sá hópur ævinlega af takmarkaðri stærð. Áskorun ferðapjónustuaðila á Norðurlandi er að búa til ferðavöru sem stenst ólíkar væntingar um upplifun af náttúru og grunnforsenda þess er auðvitað að varðveita náttúrulegt yfirbragð svæðisins.

## HEIMILDIR

- Akureyrarbær (2011) *Akureyarflugvöllur. Deiliskipulagsbreyting tillaga*. Samþykkt á fundi bæjarstjórnar 18. janúar 2011.
- 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.
- Allrahanda (2010) *AH90 Volcano in action*, [http://www.icelandexcursions.is/News/New\\_Tour\\_AH90\\_Volcano\\_in\\_action/139/Iceland.is](http://www.icelandexcursions.is/News/New_Tour_AH90_Volcano_in_action/139/Iceland.is), síðast skoðað 18. ágúst 2010.
- ATAG (2008) *The economic and social benefits of air transport*. London: ATAG.
- Baum, T. og Hagen, L. (1999) Responses to Seasonality: the Experiences of Peripheral Destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1, 299-312.
- 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.
- Bishop, M.L. (2010) Tourism as a small-state development strategy: pier pressure in the Eastern Caribbean? *Progress in Development Studies*, 10(2), 99-114.
- Bowen, J. (2010) *The Economic Geography of Air Transportation: Space, Time, and the Freedom of the Sky*. London: Routledge.
- 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*, 29, 609-623.
- Charles, M.B., Barnes, P., Ryan, N. og Clayton, J. (2007) Airport futures: Towards a critique of the aerotropolis model. *Futures*, 39, 1009-1028.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. og Wanhill, S. (2005) *Tourism Principles and Practice*. Essex: Pearson Education Limited.
- Edward H. Huijbens og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir (2008) *Svæðisbundin markaðssetning: úttekt á aðferðum og leiðum*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála og Haskólinn á Hólum.
- ESPON (2010) *New Evidence on Smart, Sustainable and Inclusive Territories*. Lúxemborg: Espon.
- Eurocontrol (2007) *A Place to Stand: Airports in the European Air Network*. Brussel: Eurocontrol

Eurostat (2010) *Europe in figures. Eurostat yearbook 2010*. Lúxemborg: Eurostat.

European Travel Commission (2009) *European Travel 2009: Trends & Prospects*. Quarterly report (Q3/2009). Brussel: European Travel Commission.

Eyrún Jenný Bjarnadóttir (2008) Uppbygging ferðaþjónustu utan háannar. Árangur af átaksverkefninu „Komdu norður!“. Í Ingjaldur Hannibalsson (ritstj.), *Rannsóknir í félagsvísindum IX* (bls. 115-126). Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.

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

Ferðamálaráð Íslands (2002) *Könnun Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna. Niðurstöður fyrir tímabilið september 2001- ágúst 2002*. <http://ferdamalastofa.s/Kannanir/konn-rammi.html> síðast skoðað 15. janúar 2010.

Ferðamálaráð Íslands (2004) *Könnun Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna. Niðurstöður fyrir tímabilið júní-ágúst 2004*. [http://ferdamalastofa.s/konnun2004\\_vefur/konnun04.html](http://ferdamalastofa.s/konnun2004_vefur/konnun04.html) síðast skoðað 15. janúar 2010.

Ferðamálastofa (2011) *Fjöldi ferðamanna*. [http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat\\_id=503](http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat_id=503) síðast skoðað 20. janúar 2011.

Ferðamálastofa (2010) *Ferðaþjónusta á Íslandi í tölum*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

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

Goetz, A.R. & Graham, B. (2004) Air transport globalization, liberalization and sustainability: post-2001 policy dynamics in the United States and Europe. *Journal of Transport Geography*, 12, 265-276.

Graham, B. og Shaw, J. (2008) Low-cost airlines in Europe: Reconciling liberalization and sustainability. *Geoforum*, 39, 1439-1451.

Graham, B. og Vowles, T.M. (2006) Carriers within carriers: a strategic response to low-cost airline competition. *Transport Reviews*, 26, 105–126.

Groß, S. og Schröder, A. (2007) *Handbook of Low Cost Airlines. Strategies, Business Processes and Marketing Environment*. Berlín: Erich Schmidt Verlag.

- Guðmundur Oddsson og Hjördís Sigursteinsdóttir (2006) *Skíðaferðir til Akureyrar. Unnið fyrir ferðaþjónustuklasa Vaxtarsamnings Eyjafjarðar*. Akureyri: RHA – Rannsókn- og þróunarmiðstöð Háskólans á Akureyri.
- Gupta, U.G. og Clarke, R.E. (1996) Theory and Application of the Delphi Technique: A Bibliography (1975-1994). *Technological Forecasting and Social Change*, 53, 185-211.
- Gutierrez, O. (1989) Experimental Techniques for Information Requirement Analysis. *Information & Management*, 16, 31-43.
- Halpern, N. (2005) Lapland's airports: Facilitating the development of international tourism in a peripheral region. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 25-47.
- 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.
- Helmer, O. (1966) *Social Technology*. New York: Basic Books.
- IATA (2010) *Fact Sheet: Industry Statistics*  
[http://www.iata.org/pressroom/facts\\_figures/fact\\_sheets/Documents/industry-facts-december-10.pdf](http://www.iata.org/pressroom/facts_figures/fact_sheets/Documents/industry-facts-december-10.pdf), síðast skoðað 15. desember 2010.
- IATA (2010a) *Annual Report 2010*. Montreal / Genf: IATA.
- IATA (2010b) *Fact Sheet: Economic & Social Benefits of Air Transport*  
[http://www.iata.org/pressroom/facts\\_figures/fact\\_sheets/Pages/economic-social-benefits.aspx](http://www.iata.org/pressroom/facts_figures/fact_sheets/Pages/economic-social-benefits.aspx), síðast skoðað 15. desember 2010.
- ICAO (2008) *Annual Report of the Council 2007*. Montréal: International Civil Aviation Organization.
- ISAVIA (2010) *Flugtölur 2009*. Reykjavík: Hagdeild Flugstoða.
- ISAVIA (2011). Millilandafarþegar á Akureyrarflugvelli. Töluvóstur frá Önnu Dagnýju Halldórsdóttur, sendur 21. janúar 2011.
- Jiang, H. og Hansman, R.J. (2006) An Analysis of Profit Cycles in the Airline Industry. Í ráðstefnuriti *6th AIAA Aviation Technology, Integration and Operations Conference (ATIO)*. Reston (VA): American Institute of Aeronautics and Astronautics.
- Jóhannesson, G.Þ. og Huijbens, E. (2010) Tourism in times of crisis: Exploring the discourse of tourism development in Iceland. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 419-434.
- Jóhannesson, G.Þ., Huijbens, E. og Sharpley, R. (2010) Icelandic Tourism: Opportunities and Threats. *Tourism Geographies*, 12(2), 278-301.

Kynnisferðir (2010) Volcano tours, <http://www.re.is/DayTours/VolcanoDayTours/>, síðast skoðað 18. ágúst 2010.

Mason, K.J. og Alamdari, F. (2007) EU network carriers, low cost carriers and consumer behaviour: A Delphi study of future trends. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 299-310.

McIntosh, R.W., Goeldener, C.R. og Brent Richie, J.R. (1995) *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.

Mill, R.C. og Morrison, A.M. (1998) *The Tourism System*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company.

Mykletun, R.J., Crotts, J.C. og Mykletun, A. (2001). Positioning an island destination in the peripheral area of the Baltics: a flexible approach to market segmentation. *Tourism Management*, 22, 493-500.

Njáll Trausti Friðbertsson (2006) Lenging Akureyrarflugvallar. Mat á samfélagslegum og hagrænum áhrifum. Skýrsla unnin fyrir Akureyrarbæ. Akureyri, NT- ráðgjöf.

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.

Papatheodorou, A. (2002) Civil aviation regimes and leisure tourism in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 8, 381-388.

Poel, P., Masurel, E. og Nijkamp, P. (2006) The Importance of Friends and Relations in Tourist Behaviour. A case study on heterogeneity in Surinam. Í M. Giaoutzi og P. Nijkamp (ristj.) *Tourism and Regional Development. New Pathways* (bls. 219-238). Aldershot: Ashgate.

Prideaux, B. og Crosswell, M. (2005) The value of visitor surveys: The case of Norfolk Island. *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 359-370.

Saarinen, J. (2003) The regional economics of tourism in Northern Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), 91-113.

Schürmann, C. og Talaat, A. (2000) *Towards a European Peripherality Index: Report for General Directorate XVI (Regional Policy) of the European Commission*. Dortmund: Institute of Spatial Planning.

Teichert, T., Shehu, E. og von Wartburg, I. (2008) Customer segmentation revisited: The case of the airline industry. *Transportation Research Part A*, 42, 227-242.

UNWTO (2009) *Confidence in Tourism Sector Gradually picking Up*. Frétt af heimasíðu stofnunarinnar 6. nóvember 2009.  
[http://www.unwto.org/media/news/en/press\\_det.php?id=5041](http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=5041) síðast skoðað 11. desember 2009.

UNWTO (2011) *International Tourism 2010: Multi-speed recovery*. Frétt af heimasíðu stofnunarinnar 17. janúar 2011.  
[http://www.unwto.org/media/news/en/press\\_det.php?id=7331](http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=7331) síðast skoðað 20. janúar 2011.

Vísir (2010) *Hætta flugi milli Akureyrar og London vegna eldgossins*, frétt á Vísir 23. maí 2010. <http://www.visir.is/haetta-flugi-milli-akureyrar-og-london-vegna-eldgossins/article/2010402743377>, síðast skoðað 19 ágúst 2010.

Xiang, Z. og Gretzel, U. (2010) Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31, 179-188.





# VIÐAUKI 1 VISITOR SURVEY IN NORTH ICELAND 2010

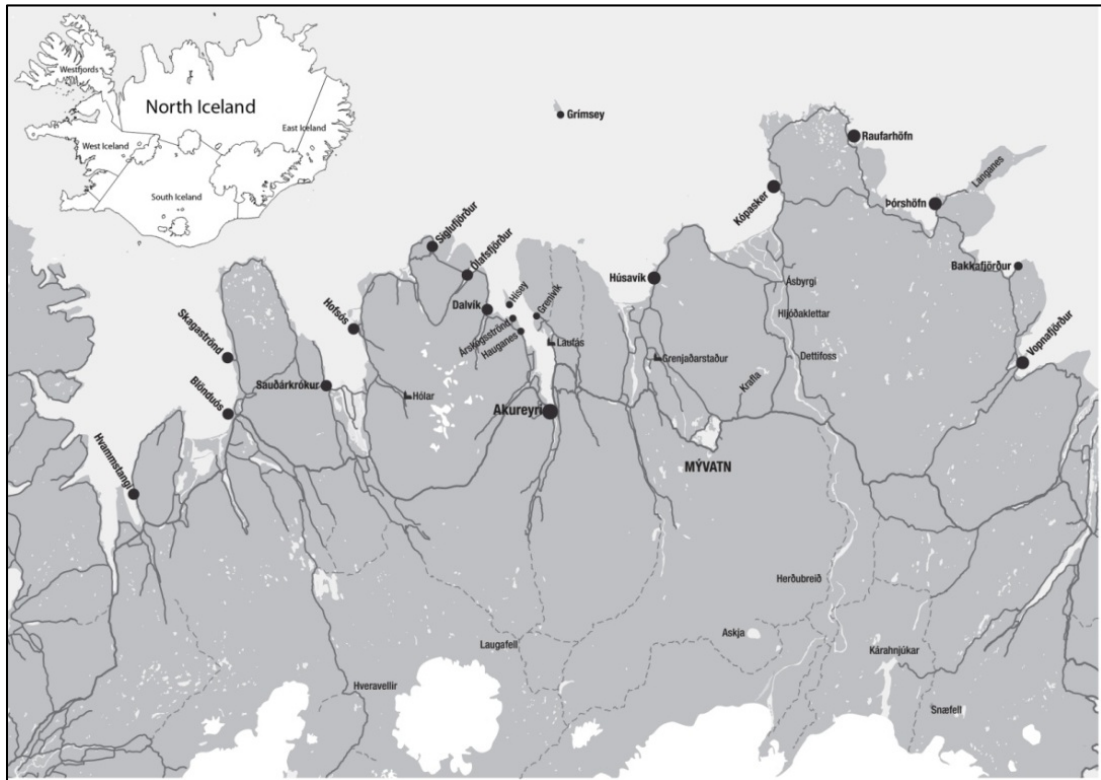
## Dear passenger

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

---

1. **Gender:**         Male         Female
  
2. **Year of birth:** \_\_\_\_\_
  
3. **a. Country of residence:** \_\_\_\_\_  
**b. Postal code:** \_\_\_\_\_
  
4. **What is your level of education?**  
(Only tick the highest level)  
 Primary school  
 High school/lower secondary  
 Junior college/grammar school  
 Vocational education (trade)  
 University; first degree  
 University; master's level, doctorate or comparable
  
5. **What is your income compared to an average income in your home country?** (Only tick one)  
 Below average  
 Average  
 Above average  
 High
  
6. **Is your trip to Iceland organised by:**  
 A friend or family member  
 A travel agent  
 Yourself  
 Other: \_\_\_\_\_
  
7. **How many nights did you stay in Iceland?**  
\_\_\_\_\_ nights
  
8. **Via which airport did you arrive in Iceland?**  
(Only tick one)  
 Keflavik Airport (Reykjavik)  
 Akureyri Airport  
 I didn't arrive via an airport
  
9. **What is the main purpose of your visit to Iceland?** (Only tick one)  
 Holiday  
 Visiting friends/relatives  
 Business trip  
 Course/lecture/education  
 Shopping  
 Other, what \_\_\_\_\_
  
10. **Who are you travelling with?**  
(Tick more than one if appropriate)  
 Alone  
 Spouse  
 Family/with child(ren)  
    - How many 18 years of age or older: \_\_\_\_\_  
    - How many under 18 years of age: \_\_\_\_\_  
 Friends  
 Work colleague(s)  
 Other, who \_\_\_\_\_
  
11. **Have you been to Iceland before?**  
 Never  
 Once  
 2-4 times  
 Over 4 times

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



12.a. Have you been in North Iceland before?

(Only tick one)

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

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

- Summer
- Autumn
- Winter
- Spring

12.c. If you have been in the area, did you arrive via Akureyri Airport?

- Yes  No

13. Please tick the places/areas you have visited in North Iceland this time.

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

14. How many nights did you stay in North Iceland this time? \_\_\_\_\_ nights

**15. What kind of accommodation did you use here in North Iceland?**

(Tick more than one if appropriate)

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

**16. What mode of transportation did you use in North Iceland?**

(Tick more than one if appropriate)

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

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

- Bird watching
- Golf
- Hiking with guide
- Hiking without guide
- Historical sites
- Horseback riding
- Jeep safari (organised)
- Local festivals/celebrations
- Museums
- Nightlife
- Sea angling
- Seal watching
- Swimming pools/nature baths
- Trout/salmon fishing
- Whale watching
- None of the above
- Other, what \_\_\_\_\_

18. **What amount of money did you spend on average in 24 hours during your stay in Iceland?** (please specify the amount below and tick the currency in which the amount is given in the box on the right)

Accommodation \_\_\_\_\_

Bus fares, rental car, taxi, fuel etc. \_\_\_\_\_

Food and beverages (restaurants, cafes etc.) \_\_\_\_\_

Groceries \_\_\_\_\_

Recreation \_\_\_\_\_

Shopping \_\_\_\_\_

Souvenirs \_\_\_\_\_

Other \_\_\_\_\_

**Please specify the currency**

- ISK  
 DKK  
 SEK  
 EUR  
 Other \_\_\_\_\_

19. **How would you rate your overall experience of North Iceland?**

(Please tick only one box)

Excellent

Above average

Average

Below average

Poor

20. **Where did you obtain information about North Iceland before your visit?**

(Tick more than one if appropriate)

- Friends/family/other tourists  
 Magazines/newspapers  
 Social media (e.g. Facebook, blogs, Twitter etc.)  
 Tour offices  
 Tourist information centres  
 Travel guide books  
 TV/Radio  
 Websites or online information sources  
 Other, what \_\_\_\_\_  
 I don't use/need any information

21. **What kind of information did you use during your travel in North Iceland?**

(Tick more than one if appropriate)

- Brochures from tourist companies  
 General information brochure about North Iceland  
 General information brochures about particular towns in North Iceland  
 Information from friends/family/other tourists  
 Information from social media (e.g. Facebook, blogs, Twitter etc.)  
 Information from websites or online information sources  
 Information from tourist information centres  
 Information provided by staff of hotels/restaurants/shops etc.  
 Travel guide books  
 Other, what \_\_\_\_\_  
 I don't use/need any information

**22. What do you feel makes North Iceland an interesting destination?**

(Please write your answers on the lines. What is most interesting goes on line 1, etc.)

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**23. Which regions (other than North Iceland) have you visited in Iceland this time?**

(Tick more than one if appropriate)

- South Iceland
- Reykjavik – capital area
- West Iceland
- Westfjords
- East Iceland
- The highlands
- None of the above



**24. Would you consider visiting North Iceland sometime during another season?**

(Tick more than one if appropriate)

- Yes, during autumn
- Yes, during winter
- Yes, during spring
- No

*Thank you very much for participating!*



**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA**

JANÚAR 2011