



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Millilandaflug um Akureyrarflugvöll

Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2009

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2010

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 2009
Höfundar: Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason

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

Númer: RMF-S-01-2010
ISBN: 978-9979-834-76-2

Forsíðumynd er af Iceland Express vél á leið í loftið frá Akureyravelli. 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 2009

Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason

RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ FERÐAMÁLA

JANÚAR 2010

1 Inngangur	1
1.1 Aðdragandi könnunar.....	2
1.2 Markmið.....	3
1.3 Gögn og aðferðir.....	3
1.4 Uppbygging skýrslu.....	5
1.5 Helstu niðurstöður.....	6
2 Farþegaflutningar með flugi.....	8
2.1 Farþegaflutningar með flugi á Íslandi.....	9
3 Flugvellir	13
3.1 Flugvellir á jaðarsvæðum.....	13
3.2 Markaðssetning flugvalla.....	15
3.3 Markaðssetning íslenskra flugvalla.....	16
4 Akureyrarflugvöllur	18
4.1 Lenging flugbrautar.....	18
4.2 Millilandaflug um Akureyrarflugvöll	20
4.2.1 Flug Air Greenland.....	21
4.2.2 Flug Iceland Express.....	21
4.3 Farþegafjöldi á Akureyrarflugvelli	22
4.4 Framtíð millilandaflugsins.....	25
5 Þátttakendur könnunarinnar	27
6 Niðurstöður könnunar	31
6.1 Almenn um Íslandsferðina.....	31
6.2 Ferðamynstur á Norðurlandi	36
6.3 Útgjöld á sólarhring á Norðurlandi	41
6.4 Mat á gæðum þjónustu og upplifun af Norðurlandi.....	49
6.5 Upplýsingaþörf og –notkun	53
6.6 Ýmis atriði um flugvöllinn.....	56
7 Samantekt úr niðurstöðum	59
Lokaorð/Umræður	62
Heimildir	66
Viðauki 1 Millilandaflug til Akureyrar – hvað þarf?	69
Viðauki 2 Visitor Survey in North Iceland 2009	70

LISTI YFIR MYNDIR

Bls

Mynd 1 Fjöldi erlendra gesta 1984-2009	9
Mynd 2 Millilandafarþegar um íslenska áætlunarflugvelli 2008	10
Mynd 3 Fjöldi ferðamanna á Íslandi eftir mánuðum 2008 og 2009.....	11
Mynd 4 Fjöldi Íslendinga á ferð til útlanda eftir mánuðum 2008-2009	12
Mynd 5 Fjöldi flugfarþega um Akureyrarflugvöll 1999-2008	23
Mynd 6 Fjöldi millilandafarþega um Akureyrarflugvöll 1999-2008	24
Mynd 7 Komu- og brottfararfarþegar í millilandaflugi um Akureyrarflugvöll 2004-2008	24
Mynd 8 Búsetuland svarenda (n=415)	28
Mynd 9 Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku	29
Mynd 10 Um hvaða flugvöll komstu til Íslands? (n=411)	31
Mynd 11 Hefurðu komið áður til Íslands? (n=403)	32
Mynd 12 Hversu oft hefurðu komið áður til Íslands? (n=183)	32
Mynd 13 Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands?.....	33
Mynd 14 Með hverjum ferðaðist þú?	34
Mynd 15 Hvað gistirðu margar nætur á Íslandi? (n=397).....	35
Mynd 16 Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?.....	35
Mynd 17 Hvað gistirðu margar nætur á Norðurlandi? (n=385).....	36
Mynd 18 Fjöldi gistinguáttanna á Íslandi og Norðurlandi miðað við flugdaga um Akureyri tvisvar í viku.....	37
Mynd 19 Hvaða gistinguáttir nýttirðu þér á Norðurlandi?	38
Mynd 20 Hvaða ferðamáta nýttirðu þér á Norðurlandi?	39
Mynd 21 Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð?.....	40
Mynd 22 Hvaða afþreyingu nýttirðu þér á Norðurlandi?.....	40
Mynd 23 Dreifing útgjalda á sólarhring: Veitingastaðir/kaffihús (n=166).....	42
Mynd 24 Dreifing útgjalda á sólarhring: Matvöruverslun (n=128)	42
Mynd 25 Dreifing útgjalda á sólarhring: Önnur verslun (n=125).....	43
Mynd 26 Dreifing útgjalda á sólarhring: Gisting (n=119)	43
Mynd 27 Dreifing útgjalda á sólarhring: Samgöngur (n=93)	44
Mynd 28 Dreifing útgjalda á sólarhring: Afþreying (n=57)	44
Mynd 29 Dreifing útgjalda á sólarhring: Annað (n=48)	45
Mynd 30 Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi? (n=398).....	49
Mynd 31 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað?	50
Mynd 32 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (menning)	51
Mynd 33 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (náttúran)	52

Mynd 34 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (óflokkað).....	53
Mynd 35 Leitaðir þú að upplýsingum um Norðurland fyrir ferðina þína? (n=394)	53
Mynd 36 Hvar leitaðir þú að upplýsingum?.....	54
Mynd 37 Hvers konar upplýsingar notaðir þú á ferð þinni um Norðurland?.....	55
Mynd 38 Hvernig komstu á flugvöllinn fyrir brottför? (n=385).....	57
Mynd 39 Gætirðu hugsað þér að taka strætisvagn milli miðbæjar Akureyrar og flugvallarins ef það væri í boði? (n=351)	57
Mynd 40 Mat á ýmsum þáttum á flugvellingum.....	58

LISTI YFIR TÖFLUR

Bls

Tafla 1 Áhersluatriði við greiningu á samsetningu ferðamanna	4
Tafla 2 Yfirlit yfir svarendur könnunarinnar.....	27
Tafla 3 Yfirlit yfir svarendur könnunarinnar frá Danmörku	29
Tafla 4 Skipting útgjaldaliða, meðaltalsmargfeldi kostnaðar og gistináttafjölda.....	46
Tafla 5 Skipting útgjaldaliða, meðaltalsmargfeldi kostnaðar og gistináttafjölda.....	47
Tafla 6 Metin heildarútgjöld miðað við meðalfjölda gistinátta á Íslandi og Norðurlandi.	48

1 INNGANGUR

Undanfarin ár hafa ferðaþjónustuaðilar og aðrir hagsmunaaðilar barist fyrir því að fá millilandaflug um Akureyrarflugvöll allt árið. 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 vörubróun. Auk þess hafa ferðaskrifstofur sýnt mikinn 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 milli á hverju sumri síðan þá. Sumarið 2010 ætlar Iceland Express hinsvegar að breyta til og hefur tilkynnt að sumarið 2010 muni flugfélagið bjóða upp á reglubundið flug milli Kaupmannahafnar og Akureyrar annars vegar og Lundúna og Akureyrar hins vegar, eitt flug á viku til hvors áfangastaðar.

Ferðaþjónustuaðilar á Norðurlandi hafa verið ánægðir með að Iceland Express skuli bjóða upp á millilandaflug um Akureyri. Að þeirra dómi er þó nauðsynlegt að koma á millilandaflugi á heilsársgrunni enda hefur ferðaþjónustan einnig upp á margt að bjóða utan sumartímans, sem löngum hefur verið talinn hinn hefðbundni ferðamannatími – einkum úti á landsbyggðinni.

Sumarið 2009 gerði Rannsóknamiðstöð ferðamála könnun meðal brottfararfarþega í millilandaflugi frá Akureyrarflugvelli í samvinnu við Flugstoðir, Viðskiptafræðideild 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 19. júní – 31. 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 AÐDRAGANDI KÖNNUNAR

Undirbúningur könnunarinnar fór af stað í kjölfar vinnufundar um millilandaflug frá Akureyri, sem fram fór samhliða árlegri ráðstefnu Háskólans á Akureyri um þjóðfélagsfræði 8. og 9. maí 2009. Yfirskrift fundarins var: Millilandaflug til Akureyrar – hvað þarf? Umræður á vinnufundinum voru líflegar og voru þau málefni, sem fundarmenn bentu á, kortlögð í tengslamynd (sjá viðauka 1). Á fundinum kom fram að miklir möguleikar fælust í millilandaflugi frá Akureyri sem koma inn á marga þætti samfélagsins og ferðaþjónustunnar enda væri nauðsynleg grunngerð nú þegar til staðar á svæðinu – ekki síst utan háannar. Kannanir hafa t.d. bent til þess að möguleikar séu fyrir hendi að bjóða Dönum upp á skíðaferðir til Akureyrar og að beint flug til Akureyrar sé lykillinn að þeim markaði, þar sem ferðalag um Keflavíkurflugvöll væri mun síðri kostur í ljósi lengri ferðatíma, dýrara ferðalags og annars óhagræðis (Guðmundur Oddsson og Hjördís Sigursteinsdóttir, 2006).

Fundarmenn töldu jafnframt að stöðugleiki væri lykilatriði og að flugfélög þyrftu að sýna þolinmæði til að leyfa markaðnum fyrir nýjan áfangastað að taka við sér. Ennfremur bentu fundarmenn á ýmsar áskoranir. Þörf væri á frekari samvinnu ferðaþjónustuaðila á svæðinu og að það þyrfti að hlúa vel að markaðssetningu bæði flugvallar og svæðisins. Jafnframt töldu fundarmenn að það vantaði rannsóknir sem væri hægt að byggja framtíðaruppbyggingu á. Að þekkja ferðamanninn, þ.e. skilningur á hvata ferðamanna 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). Fram kom á fundinum að mjög lítið er vitað um þá ferðamenn sem hafa komið með beinu millilandaflugi til Akureyrar, s.s. lýðfræðilegar upplýsingar um þá, hvaðan þeir komi og hvað þeir geri hérna á svæðinu. Hvort ferðamenn þekki svæðið og af hverju Norðurland sem áfangastaður hafi orðið fyrir vali flugfarþega eru dæmi um spurningar sem hingað til hefur ekki verið svarað.

Á grunni þessara umræðna var ráðist í undirbúning og framkvæmd áðurnefndrar könnunar. Fram til ársins 2004 stóð Ferðamálaráð Íslands (nú

Ferðamálastofa) fyrir könnunum meðal erlendra ferðamanna í Leifsstöð og á Seyðisfirði. Síðan þá hefur fyrirtækið Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar haldið úti sambærilegri könnun meðal erlendra ferðamanna á fyrrgreindum stöðum. Könnun lík þessum hefur ekki verið gerð áður á Akureyrarflugvelli.

1.2 MARKMIÐ

Markmið könnunarinnar er að átta sig á hverjir þeir erlendu gestir sem nýta sér þetta flug eru, hvaðan þeir koma, kanna ferðavenjur þeirra sem fara frá landinu í gegnum Akureyraflugvöll og kortleggja ferðamynstur, neyslu og upplifun þeirra. Verður þessari könnun framhaldið sumarið 2010 og næstu sumur en með því móti fást upplýsingar sem eru ómetanlegar fyrir ferðaþjónustuna á Norðurlandi og geta haft mikla þýðingu fyrir áframhaldandi þróun millilandaflugs um Norðurland og greinarinnar á svæðinu í framtíðinni.

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 mánudögum og föstudögum tímabilinu 26. júní – 31. ágúst að undanskildum 28. ágúst en þá var ekkert flug til Kaupmannahafnar¹. Starfsfólk Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sá um að leggja könnunina fyrir með góðri hjálp starfsfólks Flugstoða á Akureyri. Þær 25 spurningar sem voru í spurningalistanum voru í boði á ensku, dönsku og þýsku (sjá spurningalista í viðauka 2), er vörðuðu ferðina um Ísland og þá sérstaklega um Norðurland.

Til að kanna samsetningu ferðamanna og ferða- og neysluvenjur þeirra var tölfræðilegum upplýsingum varðandi ferðamennina safnað og ferðir þeirra

¹ 28. ágúst var vél Iceland Express notuð til að ferja útskriftarnema frá Menntaskólanum á Akureyri í útskriftarferð.

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 höfunda

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

Þátttakendur voru beðnir um að gefa grunnupplýsingar um sig sjálfa, þ.e. aldur, kyn, búsetu, menntun og tekjustig í heimalandi viðkomandi. 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. Að öðru leyti skiptist spurningalistinn í sex 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. Í öðru lagi voru sérstakar spurningar sem er ætlað að gefa vísbendingar um ferðamynstur farþeganna um Norðurland á meðan á Íslandsdvöl stóð. Hér var sérstaklega spurt um hvaða staðir/svæði á Norðurlandi voru heimsótt, fjölda gistinátta, gistimáta, samgöngumáta og nýtta afþreyingu. Í þriðja lagi var spurt um helstu útgjaldaliði. Í fjórða lagi voru spurningar um gæði og upplifun þátttakenda af Norðurlandi og þjónustu þar. Í fimmta lagi voru spurningar um upplýsingaþörf og -notkun þátttakenda könnunarinnar bæði fyrir ferð og í ferðinni. Í sjötta og síðasta lagi voru spurningar sem snéru að flugvellinum sjálfum.

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.

Samhliða greiningu þeirra gagna, sem söfnuðust í könnuninni, voru tekin tvö viðtöl við aðila sem tengjast þróun millilandaflugsins náið. Annars vegar var rætt við Ásbjörn Björgvinsson framkvæmdastjóra Markaðsskrifstofu ferðamála á Norðurlandi og Valgeir Bjarnason framkvæmdastjóra tekjustýringar Iceland Express hins vegar. Stuðst var við hálfstöðluð viðtöl (e. *semi-structured*) sem byggjast á því að rannsakendur notast við fyrirfram ákveðna viðtalspunkta en gefa viðmælendum svigrúm til að koma skoðunum sínum og hugmyndum á framfæri með eigin orðum.

1.4 UPPBYGGING SKÝRSLU

Skýrslan skiptist í 6 kafla auk samantektar og lokaorða. Í fyrsta kafla er greint frá bakgrunni og markmiðum könnunarinnar auk helstu niðurstöðum. 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. Í þriðja kafla er hlutverki flugvalla gerð skil. Flugvellir á jaðarsvæðum eru skoðaðir sérstaklega sem og hlutverk þeirra í ljósi markaðssetningar áfangastaða. Jafnframt eru markaðssetningarmál íslenskra millilandaflugvalla skoðuð stuttlega. Í fjórða kafla er Akureyrarflugvöllur kynntur til sögunnar. Sumarið 2009 var lengd flugbraut tekin formlega í notkun. Lengi hefur verið barist fyrir lengingu hennar sem hefur verið ein stærsta hindrunin fram að þessu hvað varðar tækifæri í millilandaflugi um flugvöllinn (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Í kaflanum er farið yfir aðdraganda lengingarinnar og tækifærin sem í henni felast. Auk þess er farið yfir sögu millilandaflugs um Akureyrarflugvöll, helstu flugfélög, þróun í farþega fjölda og framtíðarhorfur. Í fimmta kafla eru þátttakendur könnunarinnar kynntir til

sögunnar og farið yfir svörun og grunnbreytur og í sjötta kafla er farið yfir niðurstöður könnunarinnar.

1.5 HELSTU NIÐURSTÖÐUR

Þátttakendur könnunarinnar voru af 29 mismunandi þjóðernum, langflestir Danir (67%), þar næst komu Svíar (tæp 10%), Þjóðverjar (tæp 7%) og Bretar (2,4%). Flestir voru á aldrinum 29-62 ára, bæði karlar og konur, og mátu þeir tekjur sínar í meðallagi eða yfir meðallagi miðað við tekjustig í sínu heimalandi. Vel menntað fólk var í meirihluta, en yfir helmingur hafði lokið háskólaprófi. 80% komu til Íslands um Akureyrarflugvöll en tæp 20% sem komu inn í landið í Keflavík. Yfir helmingur þátttakenda (54%) hafði komið áður til Íslands, flestir einu sinni til tvisvar sinnum. Meðaldvalarlengd þátttakenda könnunarinnar á Íslandi var 9 nætur en 40% gistu 7 nætur á landinu. Flestir þeirra sem voru spurðir komu til Íslands í frí (65,5%), en einnig var stór hópur sem kom til Íslands til þess að heimsækja vini eða ættingja (34%). Ferðamennirnir fóru út um allt land. Athygli vakti hátt hlutfall þeirra sem dvöldu eingöngu á Norðurlandi og fór ekki yfir í aðra landshluta, eða 46%. Ferðamennirnir fóru nokkuð víða um Norðurland. Nokkrir staðir voru áberandi fjölsóttastir t.d. Akureyri og Mývatn. Dvalarlengd farþeganna á Norðurlandi var 7,3 nætur að jafnaði. Ferðamennirnir nýttu sér fjölbreytt úrval afþreyingar. Ferð í sundlaug eða jarðböð reyndist vera vinsælasta afþreyingin. Ferðamennirnir höfðu ekkert nema gott að segja af upplifun sinni af Norðurlandi, sem fær toppþeim. Heil 97% mátu upplifun sína sem góða eða mjög góða. Náttúran er samnefni fyrir það sem þykir gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað.

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

Flestir höfðu komið í bíl vinar til flugvallarins fyrir brottför en einnig var stór hópur í hópþingreið eða bílaleigubíl. 63% sögðust geta hugsað sér að

taka strætisvagn milli miðbæjar Akureyrar og flugvallarins ef það væri í boði. Ferðamennirnir voru ánægðastir með innritunarþjónustu, vingjarnleika og hjálpssemi starfsfólks á flugvellinum við brottför.

2 FARÞEGAFLUTNINGAR MEÐ FLUGI

Flugsamgöngur eru ein af mikilvægustu þáttunum í samgönguþróun tuttugustu aldar. Tilkoma flugsins gerði það að verkum að hægt var að flytja farþega langar vegalengdir á tiltölulega stuttum tíma. Í gegnum árin hafa farþegaflutningar með flugi fengið aukið vægi á samgöngumarkaðnum, einkum þegar um er að ræða ferðavegalengd yfir 500 km (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert og Wanhill, 2005). Samkeppni í farþegaflutningum með flugi hefur harðnað. Flugfélög keppast um farþegana ýmist með því að bjóða upp á breitt úrval af þjónustu eða lægri fargjöld, þá helst á kostnað þjónustunnar.

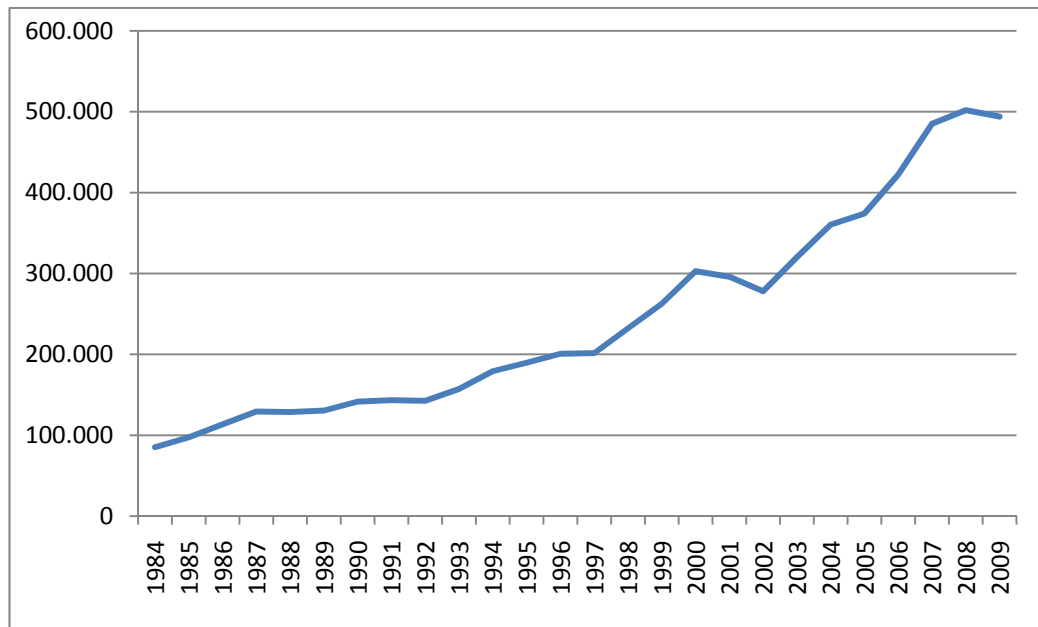
Flugsamgöngur hafa veigamiklu hlutverki að gegna í efnahagslífi ríkja heims. Samkvæmt Alþjóðaflugmálastofnuninni (ICAO) jókst alþjóðaflugumferð árið 2007 um 5,5% frá árinu á undan. Vöxtur í flugfrakt nam árið 2007 um 4,7% frá árinu á undan og á sama tíma var vöxturinn í alþjóðlegum farþegaflutningum með flugi 7,6% miðað við árið á undan (ICAO, 2008). Þetta er í takt við að á heimsvísu hefur erlendum ferðamönnum fjölgað á undanförunum árum. Árið 2008 voru komur erlendra ferðamanna í heiminum (e. *international tourist arrivals*) 922 milljónir sem er aukning um 1,9% frá árinu á undan (UNWTO, 2009a). Framtíðarspár hafa gert ráð fyrir áframhaldandi vexti í farþegaflutningum, en í ljósi efnahagssamdráttar í heiminum var búist við því að flugumferð myndi dragast saman árið 2009. Sömu sögu má í raun segja almennt af ferðaðþjónustu í heiminum og var því jafnvel spáð að árið 2009 yrði eitt það erfiðasta í sögu ferðaðþjónustunnar. Samkvæmt Alþjóðaferðamálastofnun Sameinuðu Þjóðanna (UNWTO) mældist samdráttur í ferðaðþjónustu um 10% á fyrsta ársfjórðungi 2009, á öðrum ársfjórðungi var samdrátturinn 7% og 2% á þeim þriðja (UNWTO, 2010). Samdrátturinn í ferðaðþjónustu endurspeglar þó ekki einungis áhrif efnahagslegs samdráttar í heiminum heldur var einnig talið að óvissan um inflúensufaraldur vegna A(H1N1) veirunnar (svínainflúensa) kynni að hafa einhver áhrif. Eins og sjá má þá gera UNWTO ráð fyrir að hægi á samdrætti þegar liðið er á árið 2009, og að samdráttur fyrir allt árið 2009 yrði á bilinu 4-6%. Þetta gekk eftir, þar

sem 2% vöxtur mældist á síðasta ársfjórðungi ársins, sem dró nokkuð úr samdrætti á ársgrunni.

Þetta umrót endurspeglar 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. náttúruhamfarir, stríð, pólitískur óstöðugleiki, hryðjuverk (t.d. Mill og Morrison, 1998) og jafnvel farsóttir eins og svínainflúensan. Þó er talið að efnahagssamdráttur og inflúensufaraldurinn, muni einungis hafa áhrif á eftirspurn í ferðaþjónustu til skemmri tíma (UNWTO, 2009b). Þrátt fyrir að enn ríki nokkur óvissa um framtíðina er það mat Alþjóðaferðamálastofnunarinnar að botninum hafi þegar verið náð hvað varðar samdrátt í ferðaþjónustu og héðan í frá muni leiðin liggja upp á við.

2.1 FARÞEGAFLUTNINGAR MEÐ FLUGI Á ÍSLANDI

Á undanförunum árum hefur flugfarþegum til og frá Íslandi fjölgað verulega. Árlegur meðalvöxtur síðustu 25 ára hefur verið 7,6% (mynd 1).

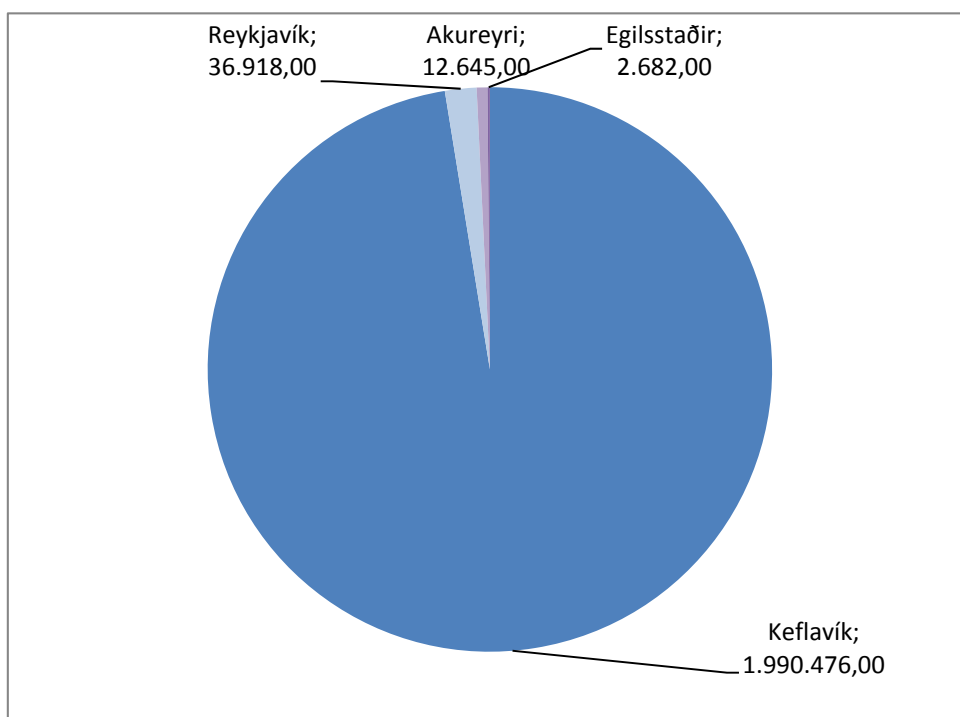


Mynd 1 Fjöldi erlendra gesta 1984-2009²

(Heimild: Ferðamálastofa, 2009a)

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

Erlendum ferðamönnum á Íslandi hefur fjölgað umtalsvert á undanförunum árum og samhlíða því hefur farþegum um Keflavíkurflugvöll einnig fjölgað. Farþegum í millilandaflugi hefur að meðaltali fjölgað um 8,2% á ári síðastliðin 5 ár (Flugstoðir, 2009). Ljóst er að meirihluti erlendra ferðamanna kemur til Íslands um Keflavíkurflugvöll. Árið 2008 fóru rúmlega 97% millilandaferþega³ á Íslandi í gegnum Keflavíkurflugvöll, eins og sjá má á mynd 2. Annar stærsti flugvöllurinn, hvað varðar fjölda millilandaferþega var Reykjavíkurflugvöllur með 1,8% hlutdeild á síðasta ári. Sá þriðji var Akureyrarflugvöllur með 0,6% hlutdeild.



Mynd 2 Millilandaferþegar um íslenska áætlunarflugvelli 2008

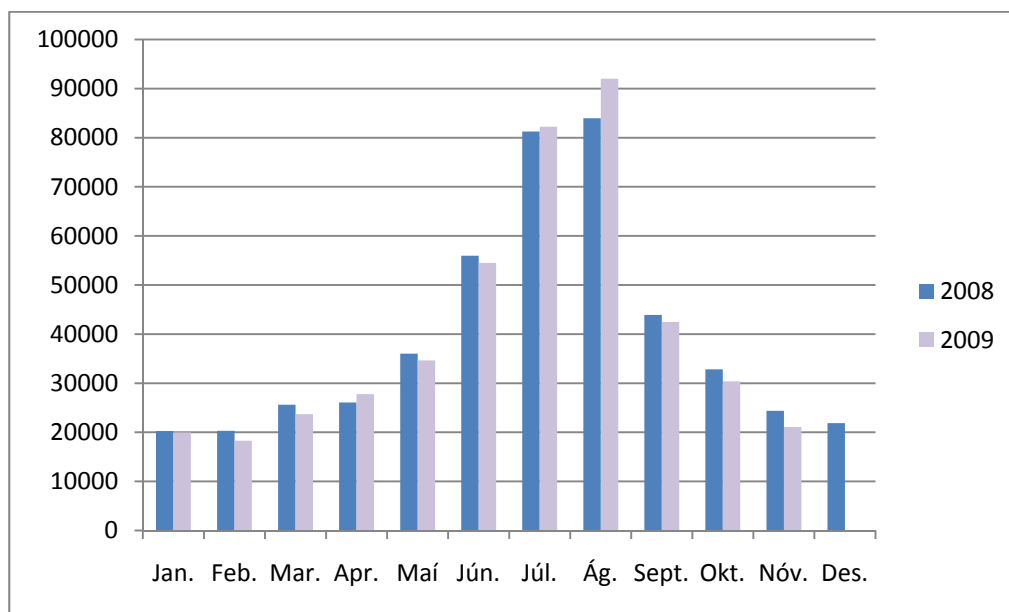
(Heimild: Flugstoðir, 2009)

Ferðamálastofa hefur spáð 8,3% árlegri aukningu í fjölda ferðamanna á Íslandi að jafnaði í samræmi við það sem hefur verið síðustu ár (Ferðamálastofa, 2009b). 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.

Í ljósi efnahagssamdráttarins í heiminum mátti búast við samdrætti í ferðaþjónustu fyrir árið 2009 hér á Íslandi sem annars staðar. Þegar tölur

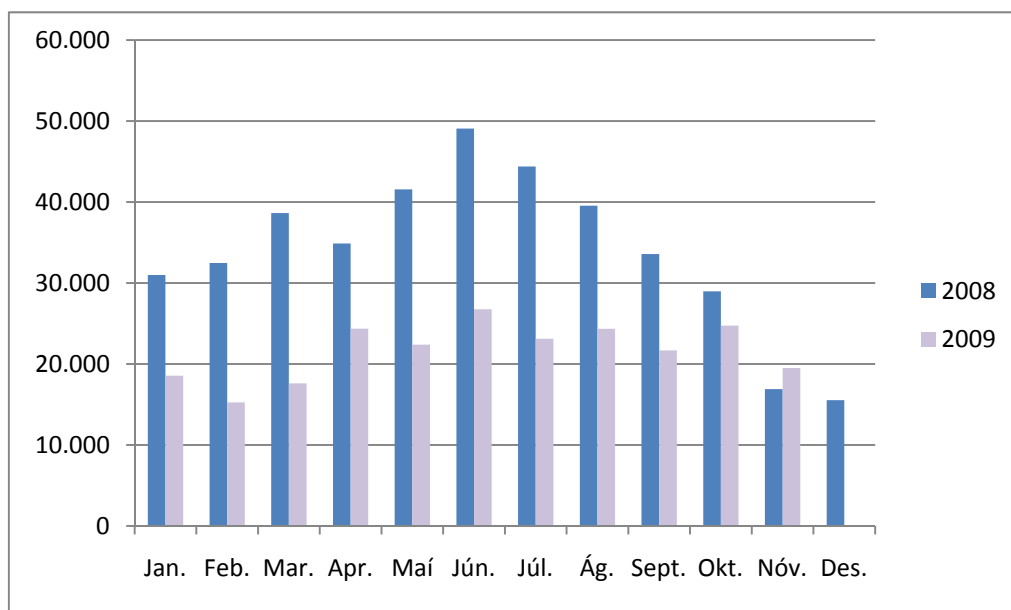
³ Millilandaferþegar = komu-, brottfarar-, áningar- og skiptiferþegar

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 3). Greinileg 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 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 áranna 2008 og 2009. Það er töluvert minni samdráttur í samanburði við mat Alþjóðaferðamálastofnunarinnar um 4-6% samdrátt í ferðaþjónustu í heiminum fyrir árið 2009.



Mynd 3 Fjöldi ferðamanna á Íslandi eftir mánuðum 2008 og 2009
(Heimild: Ferðamálastofa, 2009a)

Á sama tíma hafa ferðir Íslendinga til útlanda dregist verulega saman (sjá mynd 4). Þó má greina fjölgun milli ára í nóvember (15,5%) og í desember (3,4%). Á tímabilinu janúar-nóvember hafa ferðir Íslendinga dregist saman um rúm 37,4% á milli áranna 2008 og 2009.



Mynd 4 Fjöldi Íslendinga á ferð til útlanda eftir mánuðum 2008-2009
(Heimild: Ferðamálastofa, 2009a)

Nærtækast er að finna skýringar á þessum mikla samdrætti í efnahagshruninu og veikingu krónunnar og að sökum þess fari Íslendingar í minna mæli til útlanda. Íslendingar hafa þó ekki setið auðum höndum heldur ferðast innanlands í meira mæli (Rögnvaldur Guðmundsson, 2009).

3 FLUGVELLIR

Flugvöllur er afmarkað svæði, umferðarmiðstöð flugvéla, sem er gjarnan skipulagður í kringum áætlun um komur og brottfarir og er þannig þungamiðja flugumferðarinnar (Cooper o.fl., 2005). Hönnun flugvalla þarf að taka mið af því hlutverki sem þeir eiga að gegna, s.s. hvort um er að ræða farþegaflutninga (í áætlunarflugi) innanlands eða milli landa og fjölda þeirra sem fer í gegnum þá. Flugvellir þjónusta bæði flugrekstraraðila og farþega sem eru háðir hverjir öðrum. Oft geta farþegar valið á milli flugvalla (og stundum einnig flugrekstraraðila) á tilteknum áfangastað eftir hentisemi. Þættir eins og t.d. verðlagning, þjónustustig og möguleikar á tengiflugi geta þá skipt sköpum í ákvörðun farþegans um hvað verður fyrir valinu (Albers, Koch og Ruff, 2005). Flugvellinum er þannig mikilvægt að geta laðað að góðan flugrekstraraðila sem býður upp á ferðir til áhugaverðra áfangastaða. Að sama skapi þarf flugrekstraraðili að geta haft nægilega marga farþega til þess að hann sjá sér hag í því að halda úti flugi á tiltekinn áfangastað. Í þessu samhengi þarf flugvöllur (eða áfangastaður) ekki einungis að vera aðlaðandi kostur fyrir flugrekstraraðilann heldur einnig farþegana til þess að unnt sé að koma reglubundnu flugi á koppinn og tryggja þannig aðgengi að svæðinu. Þetta þykir ekki síst mikilvægt fyrir afskekktari svæði/áfangastaði (sjá nánar kafla 3.1). Út frá sjónarhóli ferðaþjónustunnar er á þennan hátt hægt að líta á flugvöllinn sem mikilvægan hlekk í markaðssetningu áfangastaðar. Um það verður nánar fjallað í kafla 3.2.

3.1 FLUGVELLIR Á JAÐARSVÆÐUM

Flugvellir hafa ákveðnu hlutverki að gegna hvað varðar þróun ferðamennsku á jaðarsvæðum þar sem þeir auðvelda 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. Þrátt fyrir að

flugvöllur, sem getur annað alþjóðlegri flugumferð, geti verið mikilvægur fyrir áframhaldandi þróun ferðamennsku á svæðum sem þessum er varasamt að líta á flugvöllinn sem allsherjarlausn. Önnur umgjörð ferðaþjónustunnar; nauðsynleg grunngerð og þjónusta þarf líka að vera til staðar. Þannig er flugvöllurinn ekki hin eiginlega „ferðaþjónustuvara“ (e. *tourism product*) heldur mikilvægur hluti hennar, þar sem flugvöllur er hlið áfangastaðarins. Ferðaþjónustuvaran er ákveðin heild gæða, vöru og þjónustu sem er í boði á áfangastað, þar með talið flugvellinum. Til að tryggja samhengi ferðavörunar er samvinna hagsmunaaðila innan ferðaþjónustunnar á áfangastaðnum nauðsynleg til að þróun og vöxtur ferðaþjónustunnar 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, Crofts og Mykletun, 2001).

Ýmsar breytingar hafa átt sér stað í ferðalagamynstri einstaklinga á síðustu árum. Það hefur löngum verið vinsælt að ferðast yfir sumarmánuðina þegar hlýtt er í veðri og fólk er í sumarfríi. Þrátt fyrir að ólíklegt sé að þetta muni breytast mikið benda Mill og Morrison (1998) á að sífellt fleiri ferðamenn fari í fleiri en eina ferð á ári. Má þá telja líklegt að ferðirnar dreifist yfir árið. Þá eru gjarnan farnar fleiri styttri ferðir í stað einnar langrar ferðar í sumarfríinu (Baum og Hagen, 1999). Að því gefnu að ferðir séu bæði styttri og fleiri vega ferðatími, vegalengd til áfangastaðar, og kostnaður þungt í ákvörðun ferðamannsins um val á áfangastað. Það má því telja mikilvægt að ferðatími til áfangastaðarins sé sem stystur og að ferðamáti sé sem þægilegastur 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).

3.2 MARKAÐSSETNING FLUGVALLA

Í kjölfar afnáms hafta á flugmarkaði⁴ hafa flugrekstraraðilar öðlast aukið frelsi til að ráða hvaða flugvelli þeir nota. Þetta hefur gert það að verkum að flugvellir geta í auknum mæli reynt að hafa áhrif á ákvarðanir flugrekstraraðilanna í gegnum markaðssetningu. Markaðssetningu flugvalla á jaðarsvæðum, sem miðar að því að laða til sín flugrekstraraðila og viðhalda eða fjölga flugleiðum, eru settar nokkrar skorður. Markaðir jaðarsvæða eru yfirleitt litlir og aðgengi að svæðunum er takmarkað (Halpern, í prentun). Engu að síður hefur markaðssetning flugvalla á jaðarsvæðum átt sífellt meira upp á pallborðið á undanförunum árum. Flugvellir á norðurslóðum Finnlands, Svíþjóðar og Noregs hafa náð ágætis árangri í markaðssetningu og í kjölfarið hefur millilandaflugfarþegum á þessum svæðum fjölgað.

Ýmsar leiðir hafa verið farnar til þess að laða flugrekstraraðila að flugvöllum. Halpern (í prentun) 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 flugvellingum
- 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 markaðsherferðir
- 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 flugvellingum, byggja öflug

⁴ Á sjötta og sjöunda áratugnum var flugrekstraraðilum sett ákveðin höft með stífum reglum um flugsamgöngur. Þessi höft takmörkuðu t.d. hvert flugfélög máttu fljúga. Með því var m.a. komið í veg fyrir að flugfélög gætu haldið uppi áætlunarflugi á heimamörkuðum annarra flugfélaga, verði á flugmiðum var haldið háu og sætaframboð var takmarkað. Eftir að þessi höft voru afnumin jókst frelsi flugfélaga um val á flugleiðum, markaður fyrir leiguflug tók að þróast, flugfargjöld urðu ódýrari og samkeppni flugfélaga tók að glæðast. Sjá nánar Forsyth (2006).

tengslanet með lykilhagsmunaaðilum í ferðaþjónustu og miða markaðssetningu að flugrekstraraðilum til þess að benda á nýjar flugleiðir eða leiðir sem þegar eru til.

Eitt þekktasta dæmið um markaðssetningu flugvallar á jaðarsvæði sem hefur borið árangur er af flugvellingum í Rovaniemi í Laplandi, Finnlandi – einnig þekktur sem flugvöllur jólasveinsins, Santa Claus Airport. Markaðssetning flugvallarinnar 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 aðventu (sem telst utan hinnar hefðbundnu háannar, þ.e. sumartímans). Halpern (2005) telur jafnframt 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.

3.3 MARKAÐSSETNING ÍSLENSKRA FLUGVALLA

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). Almenn er talið að tækifæri séu til staðar til þess að markaðssetja íslenska millilandaflugvelli. Haustið 2009 skipaði Kristján L. Möller samgönguráðherra vinnuhóp til þess að skoða markaðssetningu flugvallanna í Keflavík, á Akureyri og Egilsstöðum. Niðurstaðna vinnuhópsins hefur verið beðið með nokkurri eftirvæntingu, en þegar þetta er skrifað hafa þær enn ekki verið kynntar.

Nokkrar tilraunir hafa verið gerðar til þess að leggja meiri áherslu á markaðssetningu íslenskra flugvalla t.d. með alþjóðlegri samvinnu. Sem dæmi má nefna voru drög lögð árið 2007 að þátttöku Akureyrarflugvallar í stóru alþjóðlegu samvinnuverkefni um markaðssetningu flugvalla á

jaðarsvæðum N.-Evrópu. Grunnhugmynd verkefnisins var að stuðla að samvinnu ferðapjónustuaðila, markaðsaðila og héraðsflugvalla með það að markmiði að finna markaðssetningu flugvallarins farveg og laða að ný flugfélög til að bjóða upp á flug til áfangastaðarins. Fjölmarginir aðilar á Íslandi komu að verkefninu, sem var leitt af aðilum á Norður-Írlandi, en þar að auki voru samstarfsaðilar frá Noregi, Finnlandi og Svíþjóð. Ætlunin var að sækja um fjármagn í verkefnið til Norðurslóðaáætlunar Evrópusambandsins í lok árs 2008 en sökum efnahagshrunsins á haustdögum 2008 drógu Norður-Írar sig í hlé með verkefnið og bíða nú betri tíma.

4 AKUREYRARFLUGVÖLLUR⁵

Akureyrarflugvöllur er einn af helstu áætlunarflugvöllum Íslands í innanlandsflugi auk þess að vera einn af fimm flugvöllum á Íslandi sem eru skilgreindir sem komu- og brottfararflugvellir í millilandaflugi í samræmi við skilyrði Alþjóðaflugmálastofnunarinnar (ICAO). Þar fyrir utan er flugvöllurinn einn af varaflugvöllum Keflavíkurflugvallar (ásamt Reykjavíkur- og Egilsstaðaflugvelli) og miðstöð sjúkraflugs fyrir norður- og austursvæði Íslands. Flugvöllurinn, sem er á leirunum við ósa Eyjafjarðarár, var formlega tekinn í notkun í lok árs 1954 og var hann þá 1000 metra langur. Upphaflega var flugvöllurinn malarvöllur en hann var malbikaður 1967. Í gegnum tíðina hefur aðbúnaður á flugvöllinum þróast og tekið miklum stakkaskiptum. Má þar nefna úrbætur á t.d. flugbraut, flugvallastæðum, flugstöð, flugskýlum, tækjabúnaði véladeildar flugvallarins, aðflugsbúnaði og búnaði slökkviliðs flugvallarins (Njáll Trausti Friðbertsson, 2005). Flugstöðvarbyggingin var tekin í notkun árið 1961 og hefur hún verið stækkuð tvisvar sinnum og endurbætt. Í dag getur flugstöðin annað u.þ.b. 400 manns í einu (Flugstöðir, e.d).

Í dag er flugvöllurinn miðstöð áætlunarflugs og leiguflugs auk þess að vera notaður til kennsluflugs í umsjá Flugskóla Akureyrar sem og fyrir sjúkraflug í umsjá Mýflugs. Flugfélag Íslands heldur uppi áætlunarflugi milli Akureyrar og Reykjavíkur 7-14 sinnum á dag. Flugfélagið sinnir auk þess áætlunarflugi frá Akureyri til fleiri staða innanlands auk þess að sinna leiguflugi til Grænlands. Tollþjónusta á flugvöllinum er sinnt af Tollgæslunni á Akureyri.

4.1 LENGING FLUGBRAUTAR

Á undanförunum árum hefur þörf á lengingu flugbrautarinnar á Akureyrarflugvelli verið mikið í umræðunni og hefur verið talið að

⁵ Á undanförunum árum hefur töluvert verið skrifað um Akureyrarflugvöll. Má þar t.d. nefna skýrslur Njáls Trausta Friðbertssonar Millilandaflug frá Norður- og Austurlandi til Evrópu (2005) og Lenging Akureyrarflugvallar – Mat á samfélagslegum og hagrænum áhrifum (2006). Í báðum þessum skýrslum er að finna ítarlegt yfirlit yfir flugvöllinn s.s. sögu hans, aðbúnað, burðargetu og starfsemi. Í þessum kafla um Akureyrarflugvöll verður stiklað á stóru yfir þessi atriði er varða flugvöllinn og vísa höfundar í skýrslur Njáls Trausta fyrir nánari upplýsingar.

lengingin sé ein megin forsenda þess að unnt sé að hefja reglubundið millilandaflug frá Akureyri. Flugbrautin var 1940m löng og 45m breið með snúningsflöt í suðurenda brautarinnar, 60m langan og 55m breiðan. Miðað við þessa lengd var flugumferð um völlinn settar ákveðnar skorður. Misjafnt er eftir flugvélategundum hversu löng flugbraut er nauðsynleg til landingar og flugtaks og þar sem flugbrautin var stutt voru einungis fáar tegundir stærri flugvéla sem áttu kost á að lenda þar.

Ef marka má reynslu ýmissa ferðaskipuleggjenda og flugrekstraraðila hefur lengd flugbrautarinnar verið töluverð hindrun í fyrirætlunum um millilandaflug um Akureyrarflugvöll (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Samningar við flugrekstraraðila um millilandaflug virðast oftast oftast en ekki hafa strandað á því hve flugbrautin hefur verið stutt. Lenging flugbrautarinnar hefur því verið talin nauðsynleg aðgerð til að skapa þær aðstæður á flugvöllinum að hægt yrði að byggja upp reglulegt millilandaflug um völlinn „án þess að flugtæknilegir þættir einstakra flugvélategunda ráði því hvort hægt sé að koma á flugi eða ekki“ (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006: 63). Í lengingu flugbrautarinnar voru talin felast tækifæri í flugi með stærri og burðarmeiri flugvélum sem gæfi möguleika á auknu farþega- og fraktflugi milli landa (Samgönguráðuneytið, 2009). Með lengingu yrði því reynt að skapa þannig skilyrði að markaðslegar aðstæður geti stýrt því hvaða flugvélagetundir eru nýttar til flugs um Akureyrarflugvöll í framtíðinni í stað tæknilegra takmarkana og flugvélastærða. Úttekt, sem var gerð í aðdraganda framkvæmdanna, leiddi í ljós að lenging flugbrautarinnar myndi hafa jákvæð samfélagsleg og hagræn áhrif á svæðið sem eru falin í ferðaþjónustu á Norður- og Austurlandi og fyrir atvinnulífið í heild á svæðunum (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006).

Framkvæmdir við lengingu hófust á vordögum 2008. Þeim lauk í endaðan júlí 2009 og var lengd flugbraut formlega tekin í notkun 14. ágúst sama ár. Flugbrautin var lengd um 460m til suðurs og er því núna 2400m að lengd. Jafnframt var eldri hluti flugbrautarinnar styrktur og réttur af, endaöryggissvæði endurbyggð og stækkuð úr 60m í 150m við hvorn enda í samræmi við nýjar öryggisreglur Alþjóðaflugmálastofnunarinnar (ICAO)

(Flugstoðir, e.d.a). Heildarlengd flugbrautarinnar með öryggissvæðum er þar með orðin 2700m (Flugstoðir, e.d.a). Kostnaður við verkið var um 1,7 milljarðar króna.

Að loknum þessum endurbótum hefur stór hindrun verið yfirstigin hvað varðar þróun flugsamgangna á svæðinu og er Akureyrarflugvöllur betur í stakk búinn að þjónusta millilandaflug (bæði frakt og farþega) en áður. Miðað við lengingu flugbrautar í 2400m ætti að vera unnt að sinna flestum þeim flugvélum sem eru smíðaðar með einum gangi (e. *single-aisle airplanes*) (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). En ljóst er að hér verður ekki staðar numið því að metnaðarfullar hugmyndir eru uppi um að koma á millilandaflugi á heilsárgrunni um Akureyrarflugvöll og hafa atvinnuþróunarfélögin, ferðaþjónustuaðilar og aðrir hagsmunaaðilar á Norðurlandi unnið að því að koma á fót reglulegu flugi til Kaupmannahafnar og London.

4.2 MILLILANDAFLUG UM AKUREYRARFLUGVÖLL

Millilandaflug hefur verið þó nokkuð í gegnum árin. Um tíma á tíunda áratugnum buðu Samvinnuferðir-Landsýn og Úrval Útsýn upp á ferðir til útlanda, aðallega haustferðir. Þrátt fyrir áhuga Norðlendinga á þessum ferðum urðu ferðaskrifstofurnar að hætta með þær undir lok áratugarins þar sem ekki reyndist unnt að fá flugvélar í verkefni (Morgunblaðið, 1998, 8. ágúst). Í framhaldinu komu nokkur ár þar sem lítið framboð var á millilandaflugi frá flugvöllinum (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006).

Í upphafi nýrrar aldar áttu sér stað viðræður við ýmsa aðila um millilandaflug milli Norðurlands og Evrópu. Árið 2003 leiddu þessar viðræður til þess að Air Greenland bauð upp á áætlunarflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar um nokkurra mánaða skeið. Frá árinu 2003 hafa verið í gangi viðræður við ýmis flugfélög bæði hér heima og erlendis og í kjölfarið hóf Iceland Express flug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar í lok maí árið 2006. Í næstu tveimur hlutum er sagt nánar frá flugi Air Greenland og Iceland Express um Akureyrarflugvöll.

4.2.1 *FLUG AIR GREENLAND*

Árið 2002 kom til umræðu að fá flugvélar Air Greenland, sem flugu reglulega yfir landið, til þess að millilenda á Akureyri á leið til Kaupmannahafnar. Það gekk eftir. Air Greenland fékk tímabundið leyfi til áætlunarflugs frá íslenskum stjórnvöldum og þann 28. apríl 2003 var fyrsta ferðin farin. Næstu sjö mánuðina flaug flugfélagið tvisvar sinnum í viku milli Kaupmannahafnar og Akureyrar en í nóvember tilkynnti félagið að það myndi hætta þessu flugi og að síðasta ferðin yrði farin 1. desember. Væntingar félagsins hvað varðar farþegafjölda og flugfrakt höfðu ekki gengið eftir. Einnig þótti flugfélaginu sýnt að á árinu 2004 yrði harðnandi samkeppni í flugi milli Íslands og Danmerkur þar sem Iceland Express hafði ákveðið að fjölga ferðum milli Keflavíkur og Kaupmannahafnar. Því þótti fyrir séð að flugleiðin milli Akureyrar og Kaupmannahafnar myndi enn frekar eiga í vök að verjast þar sem Air Greenland myndi eiga erfitt með að keppa við lág flugfargjöld Iceland Express auk þess sem Icelandair hefði lækkað fargjöld til muna (Akureyrarbær 2003, 10. nóvember).

Ákvörðun félagsins um að hætta flugi um Akureyri olli vonbrigðum innan ferðaðþjónustunnar á Norðurlandi. Talið var að Air Greenland hefði gengið hægt að markaðssetja flugið á erlendum mörkuðum og þar af leiðandi hversu illa gekk að selja erlendum ferðamönnum flug með félaginu (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Þar að auki hafði gengið illa að fá viðeigandi flugleyfi frá íslenskum yfirvöldum (og þau sem fengust voru aðeins tímabundin) sem gerði það illmögulegt að markaðssetja flugleiðina til Akureyrar erlendis. Þrátt fyrir þennan mótbyr þótti sala farmiða á íslenskum markaði ganga vel og samkvæmt talsmönnum ferðaskrifstofanna var eftirspurn Íslendinga mikil (Morgunblaðið 2003, 11. nóvember).

4.2.2 *FLUG ICELAND EXPRESS*

Í janúar 2006 tilkynnti Iceland Express að ákveðið hefði verið að hefja flug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar þá um sumarið og fram á haustið. Flugfélagið hafði komið auga á tækifæri á markaði sem fram að þessu

hafði lítið verið sinnt. Iceland Express hafði verið ötult í markaðsstarfi í Danmörku og lagt áherslu á að fá Dani til Íslands og töldu möguleika vera til staðar um að fljúga með Dani til Akureyrar. Flugfélagið hafði einnig fundið fyrir eftirspurn innanlands og ákvað því að gera tilraun með flug milli þessara tveggja áfangastaða⁶. Flugfélagið gat boðið upp á slíkar ferðir vegna breytinga á flugvélaflota sem gerði það mögulegt að hefja flug þarna á milli (Njáll Trausti Friðbertsson, 2006). Ólíkt Air Greenland er Iceland Express lággjaldaflugfélag með sölu- og markaðskerfi gegnum netið og þar sem sala farseðla byggist upp á „leggjum“, þ.e. hægt er að kaupa aðeins aðra leið. Slíkt kerfi býður upp á meiri sveigjanleika og býður t.d. upp á að farþegi geti flogið til eins áfangastaðar og tilbaka frá öðrum.

Fyrsta ferðin var farin 30. maí 2006 og var flogið tvisvar sinnum í viku. Fluginu þótti vel tekið. Iceland Express bauð upp á ferðir til Kaupmannahafnar fram til byrjunar desember og en ákvað þá að gera hlé yfir vetrartímam. Síðan þá hefur Iceland Express verið með reglubundið áætlunarflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar yfir sumartímam

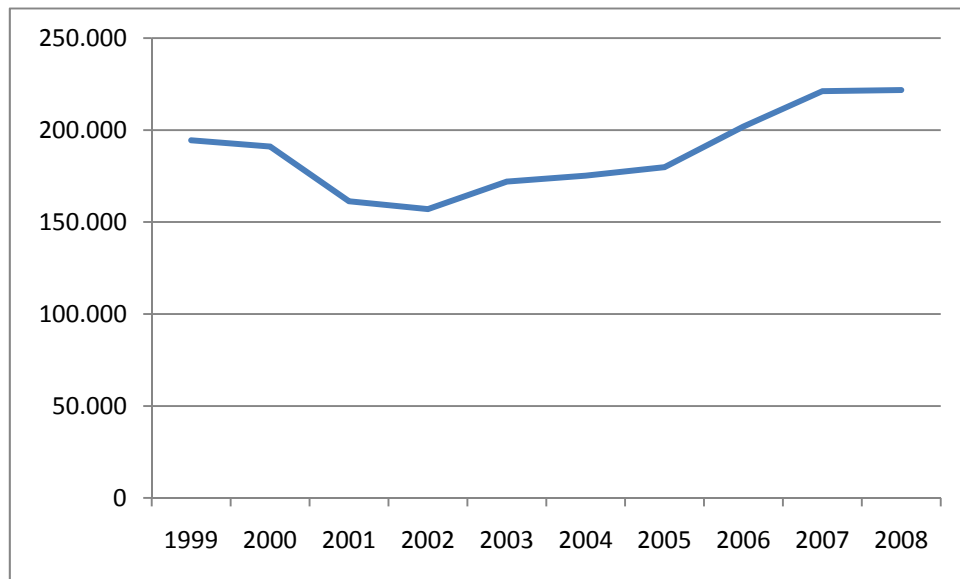
Á þeim tíma sem Iceland Express hefur flogið milli Akureyrar og Kaupmannahafnar hefur samsetning farþeganna tekið nokkrum breytingum. Í fyrstu voru Íslendingar í miklum meirihluta og erlendir farþegar voru ekki mjög margir. Flugleiðin var til að byrja með tiltölulega óþekkt erlendis en flugfélagið ákvað þó að halda áfram og kom flugleiðinni til Akureyrar inn í markaðsstarfið í Danmörku. Síðan þá hefur erlendum farþegum, einkum Dönnum, fjölgað jafnt og þétt og var svo komið sumarið 2009 að útlendingar voru í miklum meirihluta farþeganna, einkum í júlí og ágúst⁷.

4.3 FARÞEGAFJÖLDI Á AKUREYRARFLUGVELLI

Á mynd 5 hér að neðan má sjá fjölda heildarfjölda farþega (bæði komu- og brottfararfarþega) um Akureyri á 10 ára tímabili 1998-2008.

⁶ Valgeir Bjarnason framkvæmdastjóri tekjustýringar Iceland Express

⁷ Valgeir Bjarnason framkvæmdastjóri tekjustýringar Iceland Express



Mynd 5 Fjöldi flugfarþega um Akureyrarflugvöll 1999-2008

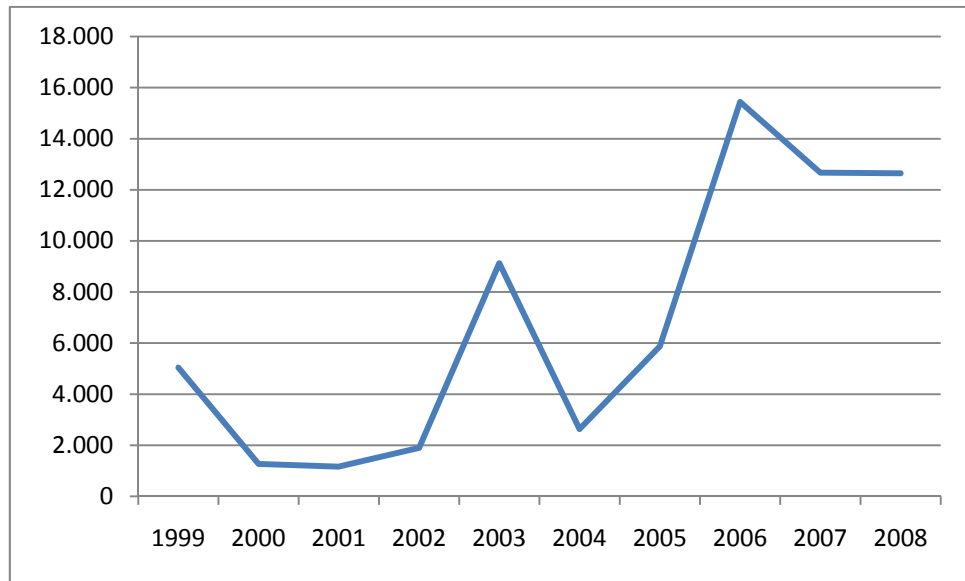
(Heimild: Flugstoðir, 2009)

Á undanförunum árum hefur farþegum fjölgað jafnt og þétt. Árið 2008 fóru rúmlega 220.000 farþegar um flugvöllinn sem er 0,25% fjölgun frá árinu á undan. Árið 1999 voru farþegar tæplega 195.000. Á þessum tíma fjölgaði farþegum mikið í kjölfar þess að opnað var fyrir samkeppni í innanlandsflugi árið 1997 þegar Flugfélag Íslands og Íslandsflug kepptust um farþegana á fjölmennustu leiðunum innanlands. Árið 2000 hætti Íslandsflug áætlunarflugi milli Reykjavíkur og Akureyrar og fækkaði farþegum töluvert á fram til ársins 2003. Síðan þá hefur farþegum fjölgað að meðaltali um 6% á ári.

Mynd 6 hér að neðan sýnir fjölda farþega í millilandaflugi á síðustu 10 árum en töluverðar sveiflur hafa verið í fjölda farþega í millilandaflugi síðustu tíu ár. 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. Þetta er einmitt árið sem Air Greenland bauð upp á áætlunarflug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar. Árið þar á eftir fækkaði farþegum aftur.

Aldrei hafa farið jafn margir farþegar um flugvöllinn í millilandaflugi og árið 2006 eða tæplega 16.000 farþegar. Fjölgunin nam 163% frá árinu á undan. Það ár hóf Iceland Express að fljúga áætlunarflug milli Akureyrar

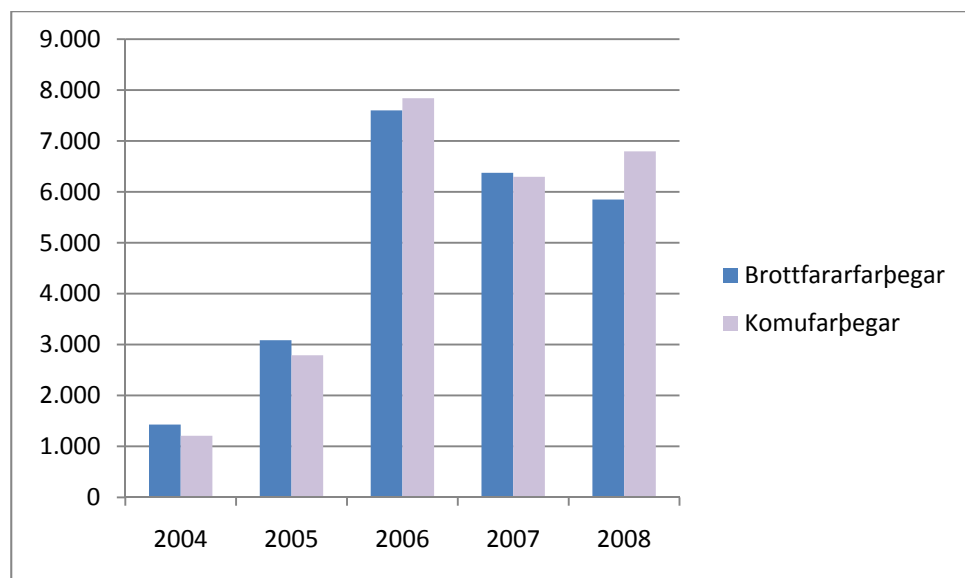
og Kaupmannahafnar og hefur haldið því áfram yfir sumartímamann síðan þá. Síðustu fimm ár hefur farþegum fjölgað að meðaltali um 39%.



Mynd 6 Fjöldi millilandaþræga um Akureyrarflugvöll 1999-2008

(Heimild: Flugstoðir, 2009)

Mynd 7 sýnir tölur um komu- og brottfararþræga á tímabilinu 2004-2008. Síðan 2006 hefur komuþrægum farið ívið fjölgandi. Hugsanlegar skýringar á þessari þróun er að einhverjir verði eftir í landinu (flutningur til landsins) eða þá að þeir þrægar, sem fara aftur úr landi, nýti sér möguleikann að fara um annan flugvöll sem flugfélagið fer um s.s. Keflavíkurflugvöll.



Mynd 7 Komu- og brottfararþrægar í millilandaflugi um Akureyrarflugvöll 2004-2008

(Samkvæmt upplýsingum frá Flugstoðum)

Þá er þannig hægt að sjá fyrir sér að farþegar geti hugsanlega farið eins konar hring með því að koma inn í landið á einum stað og fara út á öðrum.

4.4 FRAMTÍÐ MILLILANDAFLUGSINS

Samkvæmt upplýsingum frá Iceland Express hefur flugfélagið mikinn hug á að bjóða áfram upp á millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Flugfélagið hefur fundið fyrir miklum áhuga í Danmörku fyrir Norðurlandi svo að félagið hefur haldið áfram að herja á danska markaðinn og festa þessa flugleið betur í sessi. Sumarið 2010 ætlar flugfélagið þó að breyta til og fækka flugum til Kaupmannahafnar um eitt á viku og bæta við London í staðinn. Þessi ákvörðun byggist að hluta til á athugunum flugfélagsins á ferðamynstri farþega þeirra, sem leiddi í ljós að meirihluti farþeganna frá Kaupmannahöfn dvelur um vikutíma eða lengur á Íslandi og mjög fáir dvelji frá mánudegi til föstudags eða föstudags til mánudags (þrjár eða fjórar nætur)⁸. Þannig telur flugfélagið sig geta haldið 80-90% af núverandi farþegafjölda í Kaupmannahafnarfluginu þrátt fyrir fækkun fluga. Tíminn mun svo leiða í ljós hvort þetta reynist rétt en flugfélagið útilokar ekki fjölgun fluga aftur í framtíðinni ef væntingar um fjölgun farþega verði að veruleika.

Að sögn Ásbjörns Björgvinssonar framkvæmdastjóra Markaðsskrifstofu ferðamála á Norðurlandi (MFN) eru fjölmörg tækifæri í ferðaþjónustu sem felast í beina fluginu til Akureyrar. Tækifærin eru þó ekki einungis fyrir Eyfirðinga og aðra Norðlendinga heldur hafa t.d. Austfirðingar einnig komið auga á tækifæri til þess að nýta flugið til Akureyrar sér í hag. Sumarið 2009 tóku austfirsk ferðaþjónustufyrirtæki á móti fjölda ferðamanna á Akureyri, fóru með þá í gegnum Mývatnssveit til Austurlands og skiluðu þeim aftur í flug frá Akureyri viku síðar um leið og næsti hópur var sóttur. Að sögn Ásbjarnar hafa svæðin og ferðaþjónustufyrirtækin umhverfis flugvöllinn jafna möguleika til þess að taka sig saman um að útbúa „vöru“ eða pakka líkt og hefur verið gert fyrir austan.

⁸ Valgeir Bjarnason framkvæmdastjóri tekjustýringar Iceland Express

Eins og áður hefur komið fram hefur millilandaflug á ársgrundvelli um Akureyrarflugvöll verið eitt af stærstu baráttumálum ferðaþjónustuaðila og annarra hagsmunaaðila á Norðurlandi. Í þessu sambandi er samvinna lykilatriði. Ferðaþjónustan á Norðurlandi hefur lagt áherslu á að halda góðu sambandi við Iceland Express og upplýsa flugfélagið m.a. um það markaðsstarf sem er í gerjun erlendis og það sama má segja um flugfélagið. Báðir aðilar hafa þó undirstrikað að þrátt fyrir að samstarf beggja aðila sé grundvallaratriði er þörf fyrir frekari stuðning skuli lagt út í frekari áhættu varðandi markaðssetningu og flug tíðni. Að sögn Valgeirs Bjarnasonar framkvæmdastjóra tekjustýringar Iceland Express hefur flugfélagið áhuga á að koma á fót tilraunaverkefni með ferðaþjónustunni og jafnvel hinu opinbera á Norðurlandi og fá þannig breiðari flöt til þess að dreifa áhættunni. Hagsmunaaðilar á Norðurlandi hafa leitað eftir stuðningi hins opinbera til þess að kynna og markaðssetja Akureyrarflugvöll og Norðurland fyrir erlendum ferðaheildsölum sem sérhæfa sig í sölu á Íslandsferðum. Erlendar ferðaskrifstofur hafa sýnt áhuga til þess að standa með ferðaþjónustuaðilum á Norðurlandi í öflugri markaðssókn bæði í Englandi og Danmörku⁹. Með því yrði reynt að efla eftirspurn eftir ferðum á Norðurland svo að flugrekstraraðilinn (Iceland Express) sjá sér hag í að bjóða áfram upp á beint flug norður. Ekki er talið að beint flug milli Akureyrar, Kaupmannahafnar og London á heilsársgrundvelli muni draga úr flugumferð um Keflavíkurlflugvöll heldur séu líkur á að ný leið inn í landið mun einungis auka heildarfjölda erlendra ferðamanna¹⁰.

⁹ Ásbjörn Björgvinsson framkvæmdastjóri Markaðsskrifstofu ferðamála á Norðurlandi

¹⁰ Ásbjörn Björgvinsson framkvæmdastjóri Markaðsskrifstofu ferðamála á Norðurlandi

5 ÞÁTTTAKENDUR KÖNNUNARINNAR

Eins og fram kom í inngangi skýrslunnar voru erlendir farþegar Iceland Express beðnir um að svara spurningalista um Íslandsferðina í brottfararsal Akureyrarflugvallar. Alls bárust svör frá 415 manns. Þetta samsvarar því að 43,5% erlendra farþega í brottför á Akureyrarflugvelli á tímabili könnunarinnar hafi tekið þátt. Tafla 2 gefur yfirlit yfir samsetningu svarenda út frá þeim grunnbreytum sem eru í könnuninni.

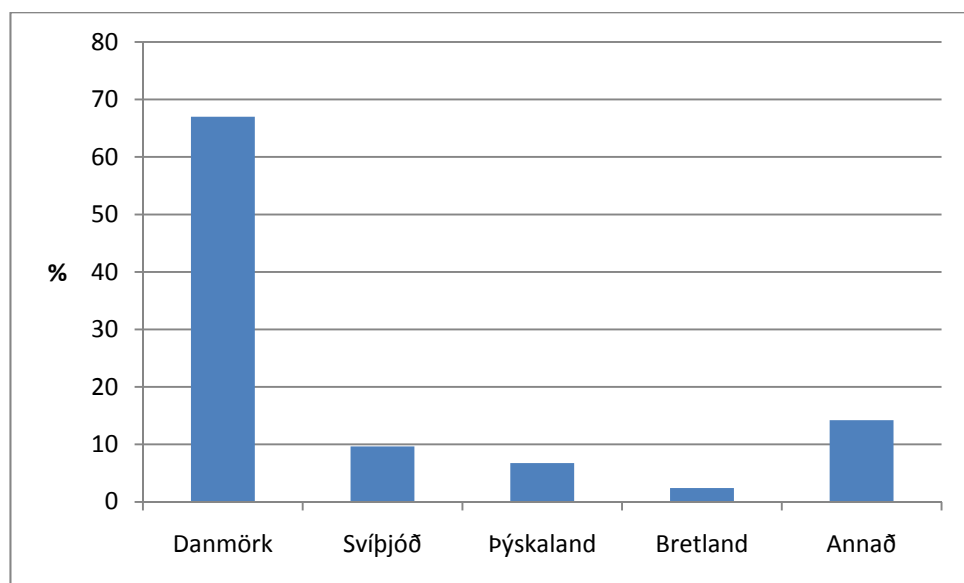
Tafla 2 Yfirlit yfir svarendur könnunarinnar

	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
Kyn		
Karl	195	47,1%
Kona	219	52,9%
Aldur		
≤11	1	0,2%
12-20	43	10,3%
21-30	47	11,4%
31-40	66	15,9%
41-50	68	16,4%
51-60	91	22%
61-70	86	20,8%
≥71	12	2,9%
Menntun		
Grunnskólamenntun	61	15%
Framhaldsskólamenntun	92	22,6%
Iðnmenntun	35	8,6%
Háskólapróf, grunnmenntun	102	25,1%
Háskólapróf, framhaldsmenntun	116	28,6%
Tekjustig		
Undir meðallagi	41	10,5%
Í meðallagi	196	50,1%
Yfir meðallagi	115	29,4%
Hátt	39	10%

Hlutfall kvenna var örlítið hærra en karla. Svarendur voru á aldrinum 11-77 ára. Einungis einn farþegi, sem svaraði könnuninni, var undir 12 ára aldri. Við 12 ára aldur greiðir einstaklingur fullorðinsfargjald fyrir sæti hjá flugfélaginu og í farþegatalningum telst slíkur einstaklingur til fullorðinna. Í töflunni hér að ofan hefur verið notast við sömu aldursmörk og Iceland Express notar, þ.e. að farþegar yngri en 12 ára teljast sem börn. 35 svarendur (8%) voru undir 18 ára aldri. Meðalaldur svarenda var 45,6 ár. Meðalaldur karla var 45,6 ár og kvenna 45,3 ár. Í könnunum Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna árin 2004 og 2002 var

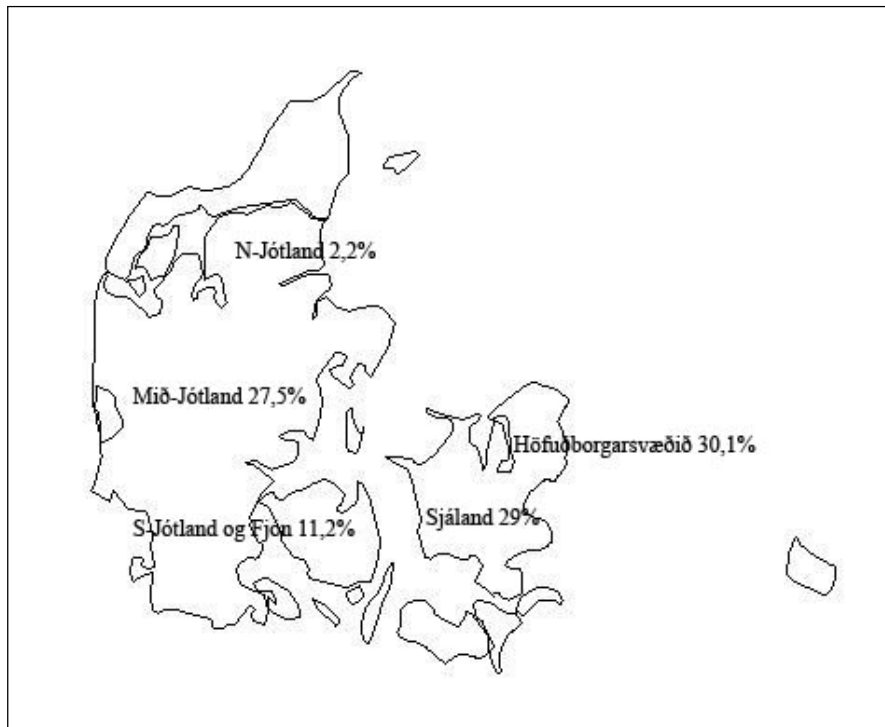
meðalaldur þátttakenda örlítið lægri, annars vegar 44 ár (2004) og 41 ár (2002) (Ferðamálaráð Íslands, 2002; Ferðamálaráð Íslands, 2004). Eins og sjá má á töflu 2 er menntunarstig þátttakenda könnunarinnar nokkuð hátt, en 53,6% höfðu lokið háskólaprófi. Helmingur þátttakenda mat tekjustig sitt í meðallagi miðað við tekjustig í heimalandi þeirra en einnig var áberandi fjöldi þeirra sem taldi sínar tekjur yfir meðallagi, eða 29%.

Á mynd 8 má sjá búsetuland þátttakenda. Eins og sést á myndinni voru langflestir svarenda, eða 67% búsettir í Danmörku. 9,6% svarenda voru búsettir í Svíþjóð, 6,7% í Þýskalandi og 2,4% í Bretlandi. 14,2% svarenda voru búsettir í öðrum löndum, en 25 önnur lönd voru nefnd.



Mynd 8 Búsetuland svarenda (n=415)

Stærsti hópurinn, þ.e. þeir sem höfðu búsetu í Danmörku, var skoðaður nánar. Á mynd 9 má sjá yfirlit yfir hlutfallslega skiptingu danska hópsins eftir búsetu í landshlutum í Danmörku. Á myndinni má að langflestir, eða 59%, voru búsettir á Kaupmannahafnarvæðinu eða á Sjálandi. Það er stystur ferðatími fyrir farþega landleiðina til Kastrup-flugvallar. 11% komu frá S-Jótlandi og Fjóni og rúm 2% frá N-Jótlandi. Athygli vekur hátt hlutfall frá Mið-Jótlandi, 27,5% en það kann að hluta til að skýrast af því að svæðið, sem um ræðir, er tiltölulega stórt.



Mynd 9 Hlutfall þátttakenda eftir búsetu í Danmörku

Tafla 3 gefur yfirlit yfir þá þátttakendur könnunarinnar sem höfðu búsetu í Danmörku.

Tafla 3 Yfirlit yfir svarendur könnunarinnar frá Danmörku

	<i>Fjöldi</i>	<i>Hlutfall</i>
Kyn		
Karl	123	44,2%
Kona	154	55,8%
Aldur		
12-20	26	9,4%
21-30	19	6,8%
31-40	36	12,9%
41-50	39	14%
51-60	75	27%
61-70	76	27,3%
≥ 71	7	2,5%
Menntun		
Grunnskólamenntun	57	21%
Framhaldsskólamenntun	54	19,9%
Iðnmenntun	27	10%
Háskólapróf, grunnmenntun	63	23,2%
Háskólapróf, framhaldsmenntun	70	25,8%
Tekjustig		
Undir meðallagi	26	9,6%
Í meðallagi	137	50,7%
Yfir meðallagi	80	29,6%
Hátt	27	10%

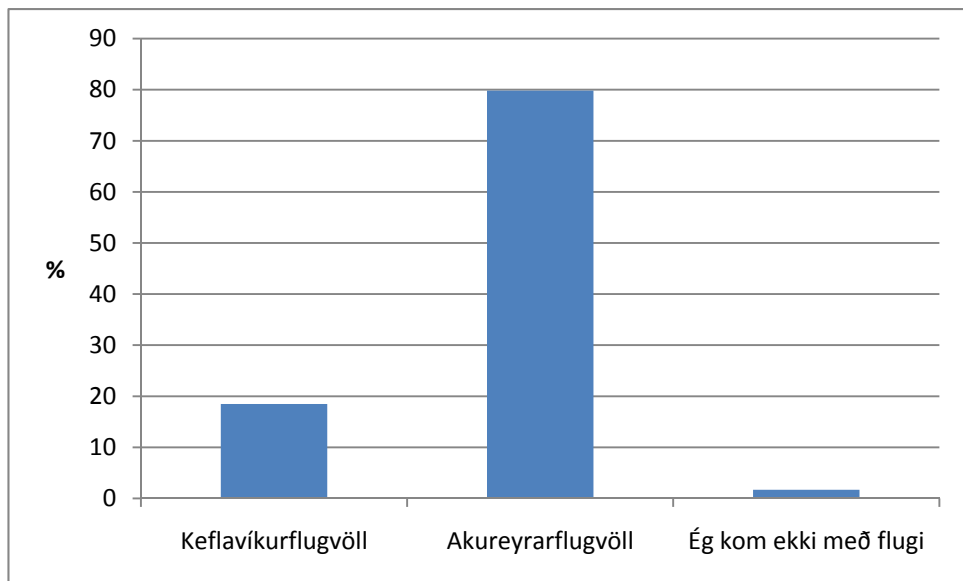
Af þeim sem höfðu búsetu í Danmörku voru 44% karlar og 55% konur. Meðalaldur þeirra var 49 ár, sem er örlítið hærra en meðalaldur allra þátttakenda könnunarinnar. Menntunar- og tekjustig þeirra sem höfðu búsetu í Danmörku er mjög svipuð borið saman við alla þátttakendur könnunarinnar, sem sjá má í töflu 2.

6 NIÐURSTÖÐUR KÖNNUNAR

Í eftirfarandi kafla er farið yfir niðurstöður könnunarinnar spurningu fyrir spurningu. Kaflinn skiptist í sex hluta eftir áhersluatriðum könnunarinnar. Niðurstöður könnunarinnar eru eftir fremsta megni bornar saman við fyrri kannanir um ferðavenjur frá ýmsum aðilum. Einkum eru niðurstöðurnar bornar saman við niðurstöður kannana Ferðamálaráðs Íslands meðal erlendra ferðamanna frá árunum 2002 og 2004. Þær kannanir voru gerðar í Leifsstöð og á Seyðisfirði og var þar m.a. spurt um ákvörðunarferlið varðandi Íslandsferðina, ferðahegðun á Íslandi, útgjöld og viðhorf svarenda til einstakra þátta ferðaþjónustunnar.

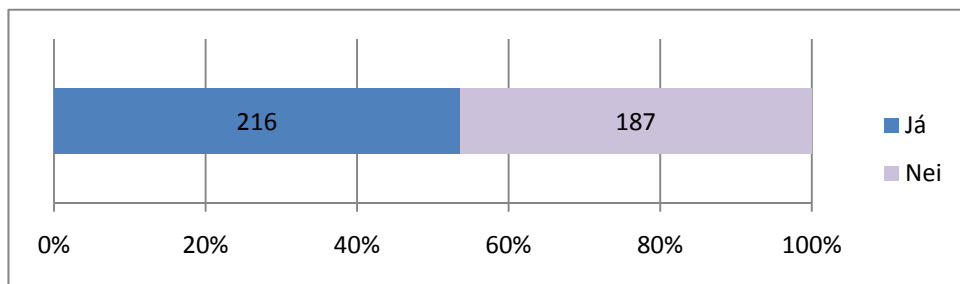
6.1 ALMENNT UM ÍSLANDSFERÐINA

Langflestir, eða 79,8% svarenda, höfðu komið til landsins í gegnum Akureyrarflugvöll og 18,5% í gegnum Keflavíkflugvöll. Þetta bendir til þess að lítill hluti farþeganna hafi nýtt sér það að komast inn í landið á einum stað og fara út á öðrum. 1,7% komu ekki í gegnum flugvöll, en vitað er um farþega sem komu hingað með skemmtiferðaskipum og fóru burt með flugi. Einnig er mögulegt að það eigi einnig við einhverja farþega Norrænu (mynd 10).



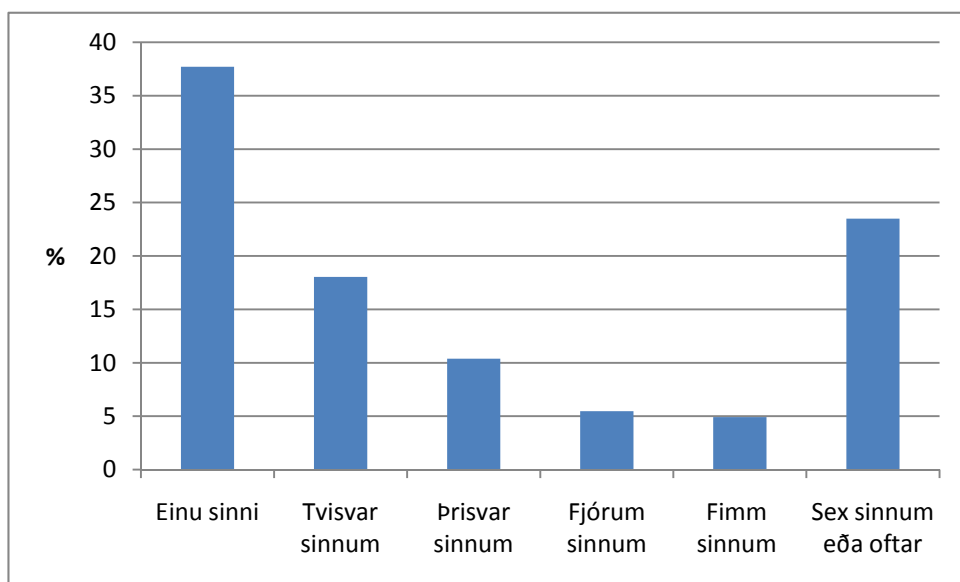
Mynd 10 Um hvaða flugvöll komstu til Íslands? (n=411)

Flestir svarenda (53,6%) höfðu komið til Íslands áður en 46,4% var að koma í fyrsta skipti, eins og sjá má á mynd 11. Þetta bendir til þess að meirihluti þeirra, sem ferðuðust um Akureyrarflugvöll hafi einhverja þekkingu á landinu og/eða svæðinu. 52% þeirra sem komu í gegnum Akureyrarflugvöll höfðu komið áður til Íslands. Hlutfall þeirra sem hefur komið áður er töluvert hærra samanborið við niðurstöður könnunar Ferðamálaráðs frá árinu 2004, þar sem 20% svarenda höfðu komið áður.



Mynd 11 Hefurðu komið áður til Íslands? (n=403)

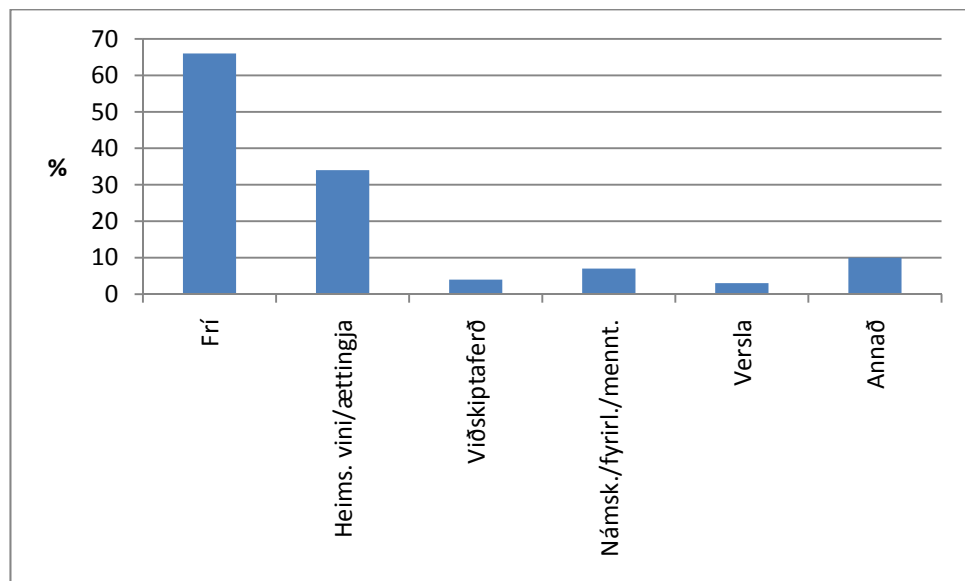
Á mynd 12 má sjá að af þeim sem höfðu komið áður höfðu 37,7% komið einu sinni áður, 18% tvisvar sinnum og 23% hafa komið sex sinnum eða oftar.



Mynd 12 Hversu oft hefurðu komið áður til Íslands? (n=183)

Farþegar voru spurðir um tilgang ferðar. Í þeirri spurningu mátti merkja við fleiri en einn valmöguleika og má sjá fjölda svara á mynd 13. 65,5% svarenda voru í fríi og 34% svarenda kváðust hafa komið í heimsókn til

vina og ættingja. Færri merktu við aðra möguleika. Sjá má á myndinni að 4% voru í viðskiptaferð, 6,5% komu vegna námskeiðs/fyrirlestrar/menntunar og 2,7% komu til þess að versla. Tæp 10% merktu við valmöguleikann „annað“. Af svörum þar má nefna skátaferð, hestaferð, fiskveiði og náttúru. Í könnunum Ferðamálaráðs árin 2002 og 2004 var einnig spurt um tilgang ferðar en flokkunin, sem var notuð þar, er einungis sambærileg að hluta¹¹. Þó má greina að langflestir svarenda í báðum könnunum Ferðamálaráðs komu til Íslands í frí (85% 2004 og 87% 2002). Í báðum könnunum Ferðamálaráðs voru heimsóknir til vina og ættingja tilgangur ferðar í innan við 9% tilfella. Hlutfall heimsókna til vina og ættingja er töluvert hærra í könnuninni frá Akureyrarflugvelli (34%). Þetta gefur vísbendingu um að hinn svokallaði VFR-markaður (e. *visiting friends and relatives*), sem vísar til heimsókna til vina og ættingja, sé sterkur á Norðurlandi, þrátt fyrir að hlutfall þeirra, sem eru hér í frí, sé áfram hátt.

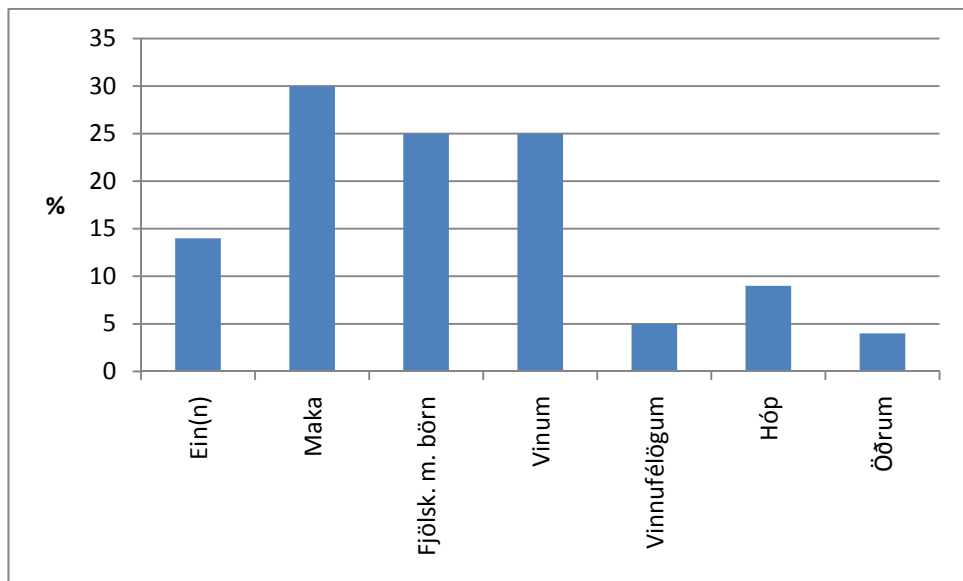


Mynd 13 Hver er megintilgangur ferðar þinnar til Íslands?

Spurt var um ferðafélaga og má sjá fjölda svara á mynd 14. 14% svarenda voru einir á ferð. 30% ferðast með maka. 25% ferðast með fjölskyldu/með börnum. 25% ferðast með vinum. 9% ferðuðust með hóp og 5% voru á ferð með vinnufélögum. Borið saman við kannanir Ferðamálaráðs eru

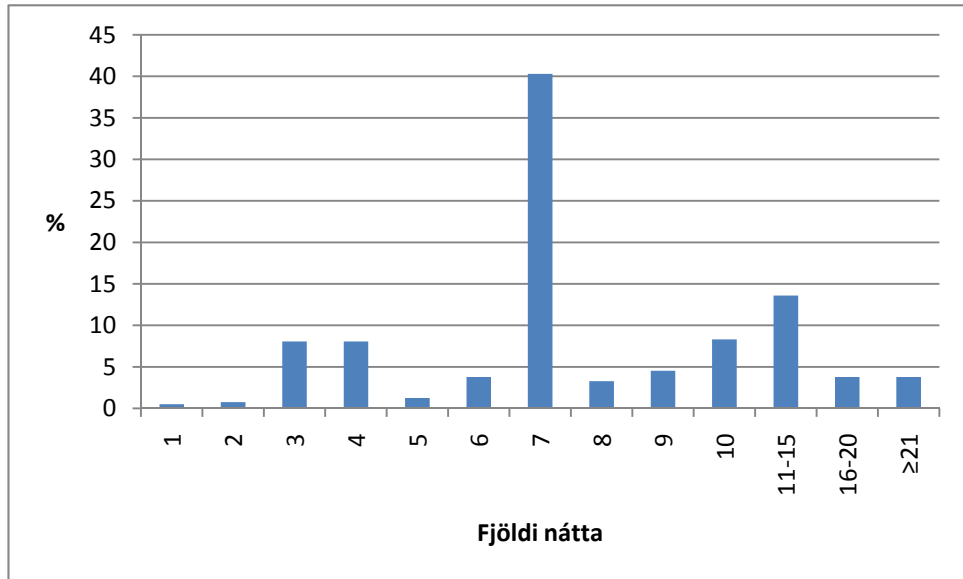
¹¹ Í spurningu Ferðamálaráðs um tilgang ferðar árin 2002 og 2004 voru notaðir flokkarnir: frí, heimsókn til vina og ættingja, ráðstefna/fundur, viðskipti, nám/rannsóknir, hvataferð, annað.

hlutföllin hér nokkuð svipuð, þó með tveimur undantekningum. Hlutfall þeirra sem ferðast með maka er lægra en í könnunum Ferðamálaráðs (40% 2004 og 50% 2002) og á móti er hlutfall þeirra sem eru einir á ferð hærra en í könnunum Ferðamálaráðs (12% 2004 og 7% 2002). Í spurningunni um ferðafélaga var svarendum gefinn kostur á að merkja við fleiri en einn valmöguleika og voru nokkrir sem nýttu sér það. Dæmi voru um svarendur sem voru á ferð t.d. með bæði maka og vinum eða maka og fjölskyldu.



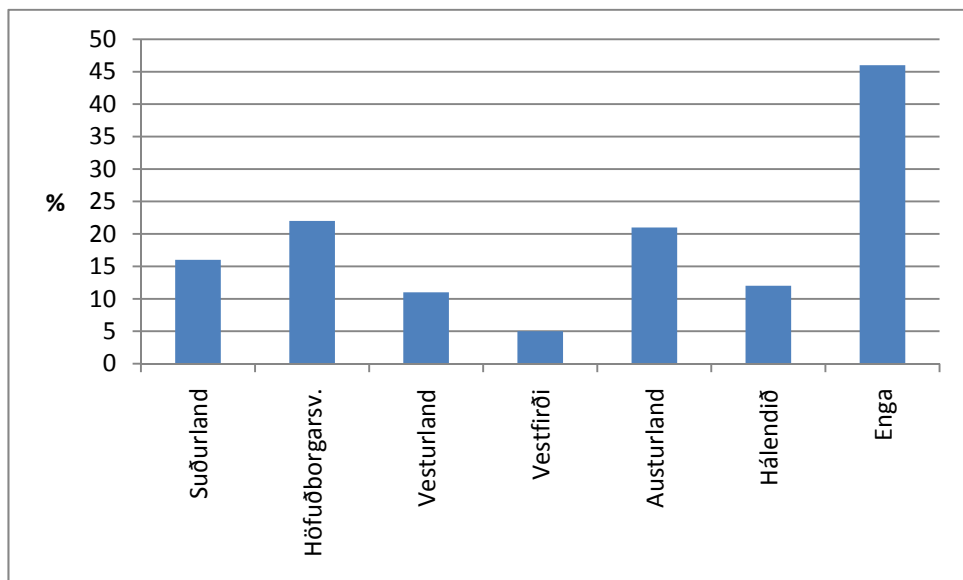
Mynd 14 Með hverjum ferðaðist þú?

Næst var spurt um dvalarlengd á Íslandi og má sjá hlutfall svara á mynd 15. Meðalgistináttafjöldi er 9,2 nætur. Þetta hlutfall er afar svipað og í könnunum Ferðamálaráðs þar sem meðaldvalarlengd á Íslandi var 10,4 nætur sumarið 2004 og 10,2 nætur sumarið 2002. Á mynd 15 má sjá að langflestir, eða 40% svarenda, voru 7 nætur í ferðalaginu á Íslandi, en 7 nætur er jafnframt miðgildið. Næst flestir gistu 11-15 nætur en þeir eru flokkaðir saman á myndinni. Af þeim voru 39% sem gistu 14 nætur en það eru 5% af heildarfjölda. Einnig má merkja toppa við 3 nætur, 4 nætur og 10 nætur. Þessir toppar verða skoðaðir nánar í kafla 6.2 í umfjöllun um gistinætur á Norðurlandi (mynd 17).



Mynd 15 Hvað gistirðu margar nætur á Íslandi? (n=397)

Farþegarnir voru spurðir hvaða landshluta aðra en Norðurland þeir hefðu sótt heim í Íslandsferðinni. Þetta var gert 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 16 sýnir fjölda svara við þessari spurningu.



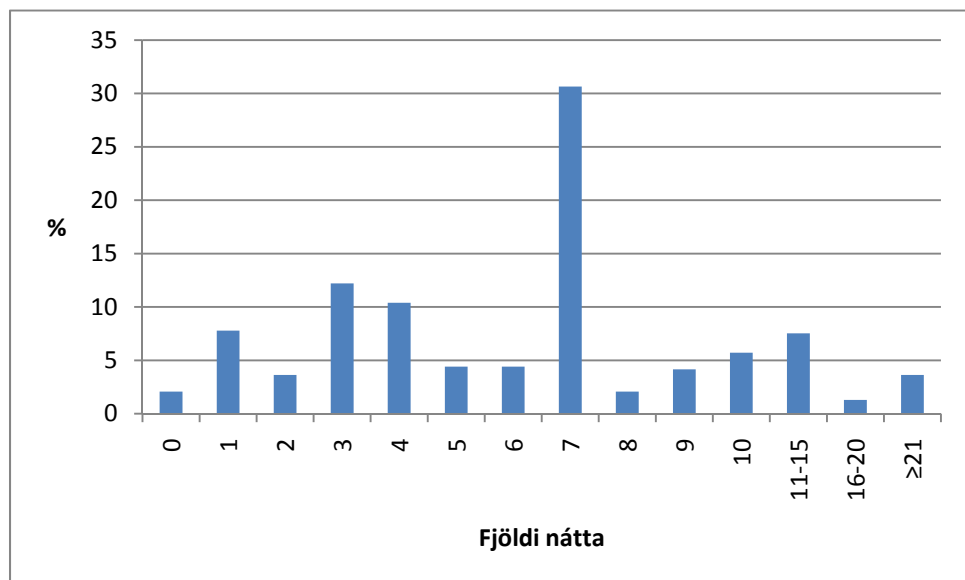
Mynd 16 Hvaða landshluta (aðra en Norðurland) heimsóttir þú?

Athygli vekur hve hátt hlutfall þeirra var eingöngu á Norðurlandi og fór ekki yfir í aðra landshluta, eða 46%. Tveir landshlutar standa annars upp úr, höfuðborgarsvæðið (22%) og Austurland (21%). Til Suðurlands höfðu

16% komið og 11% til Vesturlands. 12% höfðu komið á hálendið en fæstir höfðu farið til Vestfjarða, eða 5%. Einungis 2% höfðu farið um alla þá landshluta sem hringvegurinn liggur um, sem bendir til þess að þeir hafi farið hringinn í kringum Ísland. Þar að auki er vert að minnast þess að tæp 20% farþeganna kom til landsins í Keflavík og fór úr landi frá Akureyri, sem bendir til ákveðins gegnumstreymis milli flugvallanna.

6.2 FERÐAMYNSTUR Á NORÐURLANDI

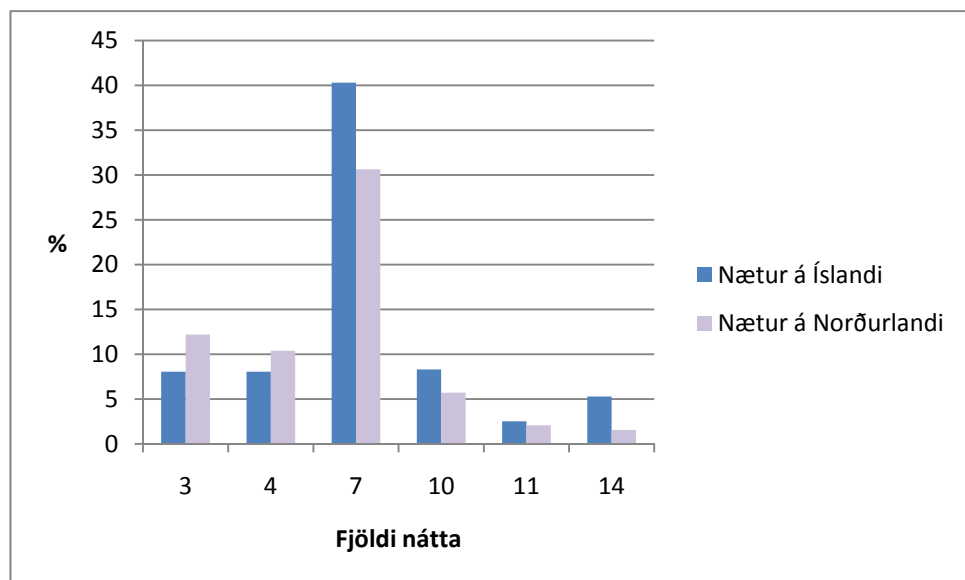
Farþegar voru spurðir hve lengi var dvalið á Norðurlandi. Á mynd 17 hér að neðan er hægt að sjá hlutfall fyrir dreifingu svara um fjölda gistinátta á Norðurlandi. Meðaldvalarlengd á Norðurlandi er 7,3 nætur. 31% gistu 7 nætur á Norðurlandi (miðgildið er 7 nætur). 12% höfðu gist 3 nætur og 10% fjórar nætur. 6% gistu í 10 nætur. Í könnunum Ferðamálaráðs höfðu 49% gist á Norðurlandi árið 2004 og 2002 voru það 38%. Í könnuninni frá 2004 kom í ljós að meðalgistináttafjöldi á Norðurlandi var 1,8 nætur. Þetta sýnir að farþegarnir, sem fara um Akureyrarflugvöll dvelja fyrst og fremst á Norðurlandi, sem rennir stoðum undir að mögulegt sé að þróa nýjan áfangastað í flugferðum til Íslands.



Mynd 17 Hvað gistirðu margar nætur á Norðurlandi? (n=385)

Eins og áður hefur komið fram var flogið tvisvar sinnum í viku sumarið 2009. Þetta setur fjölda ferðadaga þeirra sem koma inn í landið á Akureyri

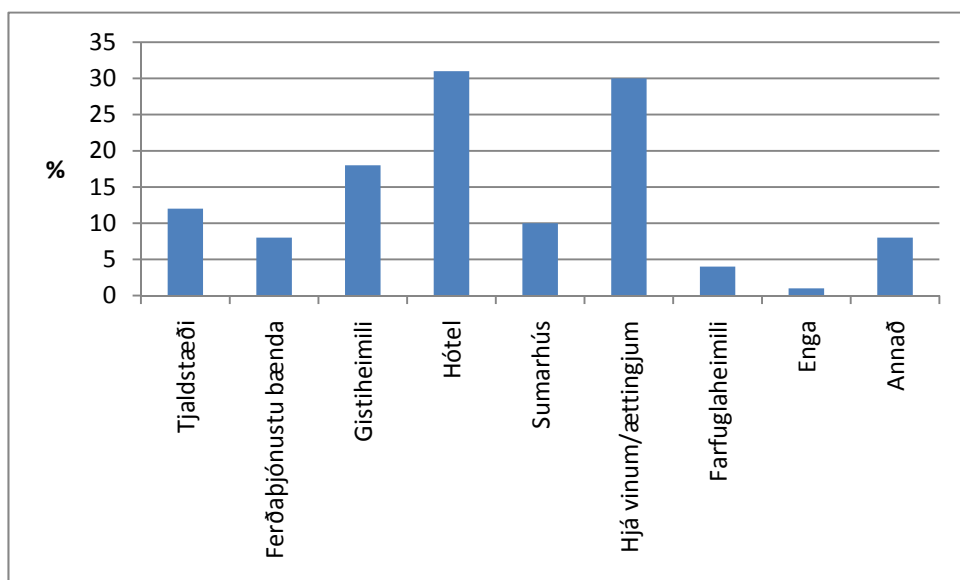
mögulegar skorður nema ef viðkomandi hafi komið inn annars staðar t.d. í Keflavík. Eins og kom fram í mynd 10 komu 80% aðspurðra farþega inn í landið um Akureyrarflugvöll. Þetta gefur tilefni til að kanna dvalarlengdina nánar með því að skoða gistináttafjölda farþeganna út frá þeim möguleikum í komu og brottför miðað við þá tvo vikudaga sem var flogið (mánudaga og föstudaga). Þetta býður upp á ýmsa möguleika í dvalarlengd. Farþegi getur til dæmis flogið til Íslands (eða Kaupmannahafnar) á föstudegi og tilbaka á mánudegi. Þetta dæmi jafngildir þremur gistinóttum og er jafnframt stysti mögulegi dvalartími ef miðað er við að flogið sé um Akureyrarflugvöll í bæði skiptin. Aðrir möguleikar eru t.d. 4, 7 og 10 nætur. Mynd 18 hér að neðan sýnir fjölda gistinátta miðað við flugdaga um Akureyri tvisvar sinnum í viku. Í ljós kemur að 46% svarenda hefur gist 7 eða 14 nætur á Íslandi í ferðinni. Þetta bendir til þess að stór hluti svarenda hafi einungis nýtt sér annan flugdaginn. Athygli vekur að hlutfall þeirra sem gista í 3, 4 10 eða 11 nætur er mun lægra, eða 24% samtals. Þetta er nokkuð í samræmi við athuganir Iceland Express á ferðavenjum farþega sinna um að meirihluti farþeganna dvelji í viku eða lengur.



Mynd 18 Fjöldi gistinátta á Íslandi og Norðurlandi miðað við flugdaga um Akureyri tvisvar í viku.

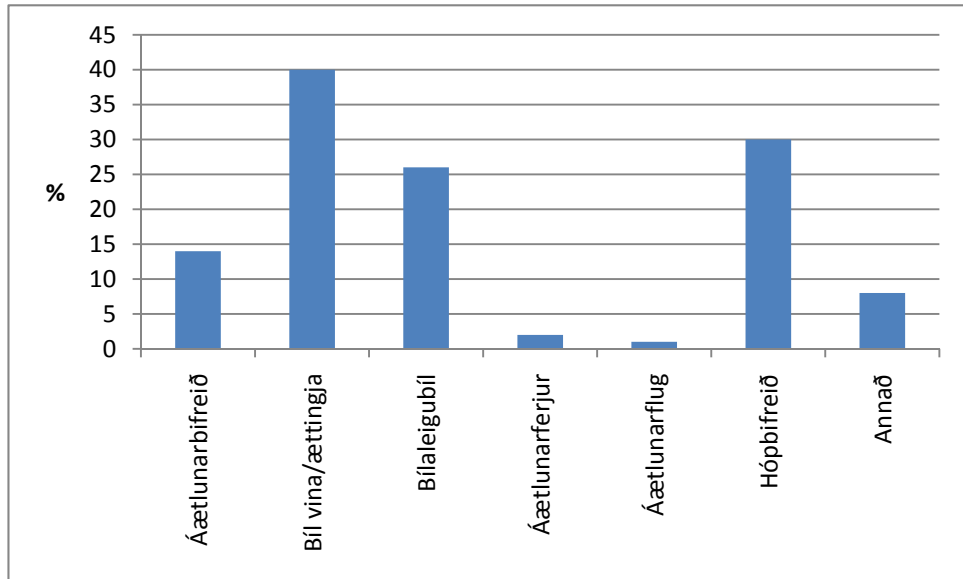
Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða gistimöguleika þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni (sjá mynd 19). Í þessari spurningu mátti

merkja við fleiri en einn valmöguleika með tilliti til þeirra einstaklinga sem kynnu að hafa notfært sér fjölbreytta gistimöguleika í ferðinni. Hótelgisting (30,8%) og gisting hjá vinum og ættingjum (29,6%) voru efst á lista. Um fimmtungur (18%) höfðu verið á gistiheimili og 11,6% á tjaldsvæðum. Nokkrir merktu við fleiri en einn gistimöguleika. Mátti þar á meðal greina einstaklinga sem höfðu gist hjá vinum/ættingjum og í sumarhúsi, einstaklinga sem gistu á hóteli, gistiheimili og ferðapjónustu bænda, hóteli og sumarhúsi, ferðapjónustu bænda og hjá vinum/ættingjum o.s.frv. Um það bil tíundi hluti (8%), merktu við annað og gerðu nánari grein fyrir svari sínu. Margir af þeim höfðu gist í skólahúsnæði en einnig voru nokkrir sem höfðu leigt íbúð eða hús eða gistu á eigin vegum.



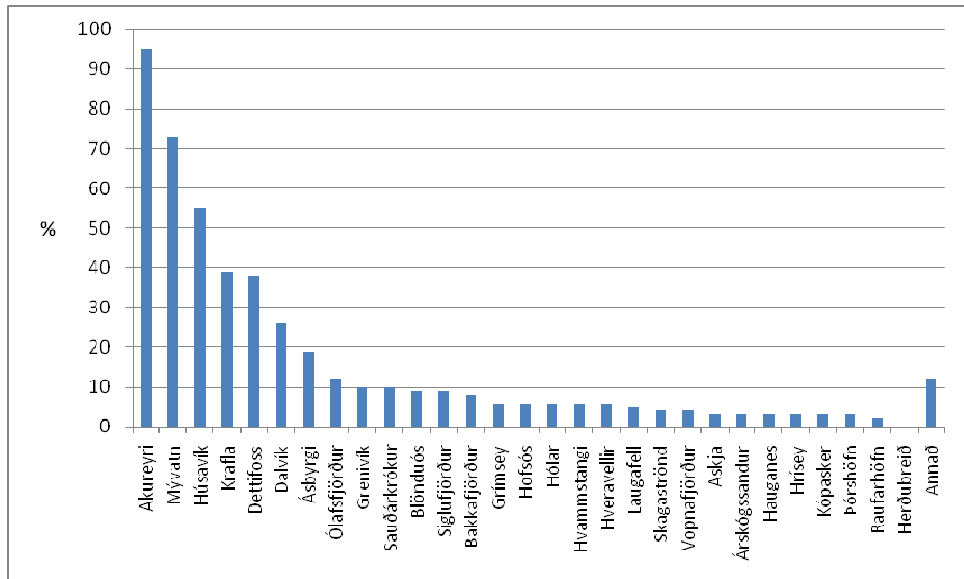
Mynd 19 Hvaða gistimöguleika nýttirðu þér á Norðurlandi?

Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða ferðamáta þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni (sjá mynd 20). 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. 40% svarenda höfðu ferðast um í bíl vina eða ættingja og tæp 30% í hóp bifreið. 26% höfðu leigt bílaleigubíl. Við „annað“ merktu 35 manns, eða 8%, og tilgreindu nánar hvað það var. Hestar, leigubíll, ferðast á puttanum, strætó og reiðhjól eru dæmi um svör sem voru skrifuð.



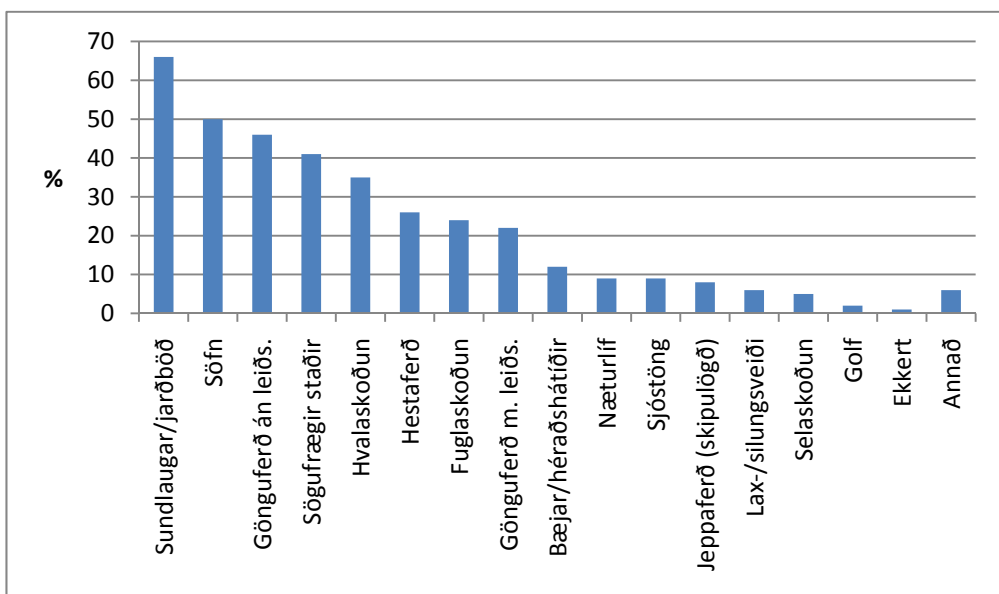
Mynd 20 Hvaða ferðamáta nýttirðu þér á Norðurlandi?

Þvínæst voru farþegar 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. Mynd 21 sýnir dreifingu svara. Yfirgnæfandi meirihluti, eða 94,5% svarenda hafði viðdvöl á Akureyri í ferðinni. 73% hafði komið við í Mývatnssveit og 55% á Húsavík. 38,6% höfðu viðdvöl við Kröflu, 38,3% hjá Dettifossi og tæp 20% í Ásbyrgi. 25,8% kváðust hafa heimsótt Dalvík og 12% Ólafsfjörð.



Mynd 21 Hvaða svæði/staði á Norðurlandi hefur þú heimsótt í þessari ferð?

Farþegar voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hefðu nýtt sér á Norðurlandi í ferðinni (sjá mynd 22). Í þessari spurningu mátti merkja við allt sem átti við. Ferð í sundlaug eða jarðböð reyndist vera vinsælasta afþreyingin, en 66% höfðu nýtt sér þann möguleika. Heimsóknir á söfn voru einnig vinsælar (50%) sem og gönguferðir án leiðsagnar (46%) og heimsóknir á sögufræga staði (41%). Rúmur þriðjungur (35%) fór í hvalaskoðun og 25,5% í hestaferð. Við „annað“ merktu 25 manns, eða 6%, og tilgreindu nánar hvað það var. Flúðasiglingar, verslun, útsýnisferðir og náttúruupplifun eru dæmi um svör sem voru skrifuð.



Mynd 22 Hvaða afþreyingu nýttirðu þér á Norðurlandi?

Í könnunum Ferðamálaráðs var flokkun afþreyingar ekki sú sama¹² og hér og því eru þær einungis að hluta til samanburðarhæfar varðandi nýttu afþreyingu á Norðurlandi. Þar er þó hægt að greina að vinsælasta afþreyingin var að fara í hvalaskoðun (rúm 50% í báðum könnunum), þvínæst náttúruskoðun (í kringum 50% í báðum könnunum), sund (27% í báðum könnunum) og heimsókn á söfn.

6.3 ÚTGJÖLD Á SÓLARHRING Á NORÐURLANDI

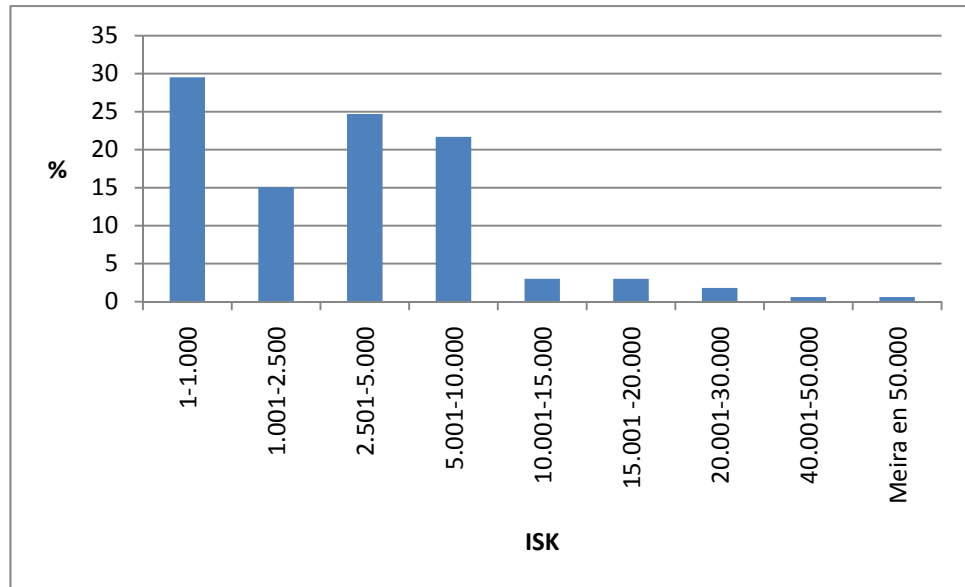
Farþegar voru beðnir um að segja til um útgjöld sín í íslenskum krónum á hverjum sólarhring meðan dvalið var á Norðurlandi. Voru þeir beðnir um að skipta kostnaðinum upp eins og kostur var. Spurt var um sjö mismunandi útgjaldaliði; gistingu, veitingastaði/kaffihús, matvörur, afþreyingu, samgöngur, aðra verslun og annað. Þessi spurning reyndist vera vandasamasta spurningin í könnuninni. Þeir einstaklingar, sem lögðu könnunina fyrir á flugvellingum hverju sinni, veittu því margsinis athygli að farþegar sátu hvað lengst með þessa spurningu og veltu henni fyrir sér. Ólíklegt verður að teljast að allir hafi átt auðvelt með sundurliðun þessara kostnaðarliða, sérstaklega ef um var að ræða hóp- eða pakkaferðir þar sem greidd er ein upphæð fyrir alla ferðina.

Í umfjöllun um hvern útgjaldalið hér að neðan er greint frá svörum hvers liðs, meðaltali og miðgildi. Upplýsingar um þessa liði munu nýtast enn betur þegar könnunin verður endurtekin og hægt að sjá breytingar milli ára. Ef að horft er til þess að svarendur svari minnsta kosti einum kostnaðarliði þá er hægt að líta á að engin svör í öðrum liðum tákni svar, eða engan kostnað. Með tilliti til þessa þá breytist svarhlutfallið í 65% (n=269) þar sem að 35% (n=146) allra þátttakenda könnunarinnar svara engum kostnaðarlið. Sé hinsvegar rýnt í hvern einstakan kostnaðarlið þá

¹² Flokkun afþreyingar er heldur ekki eins í báðum könnunum Ferðamálaráðs. Í könnuninni frá 2004 var flokkunin eftirfarandi: náttúruskoðun, sund, verslun, safn/listasafn, gönguferð/fjallaklifur, hvalaskoðun, bátsferð, dagsferð, næturlíf, jökla-/snjóleðaferð, hestbak, veiðar/fiskveiðar, fljótasigling.

er svarhlutfall frá 12% (n=48) og upp í 40% (n=166) eftir kostnaðarliðum.

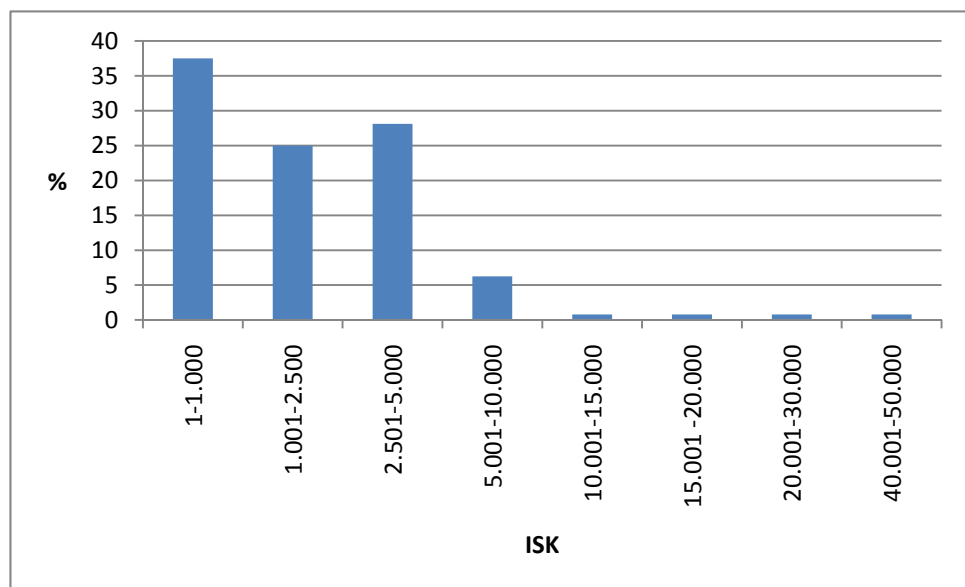
Besta svörunin var við útgjaldaliðinn „veitingastaði/kaffihús“ (40%, n=166) og má sjá dreifingu svara á mynd 23.



Mynd 23 Dreifing útgjalda á sólarhring: Veitingastaðir/kaffihús (n=166)

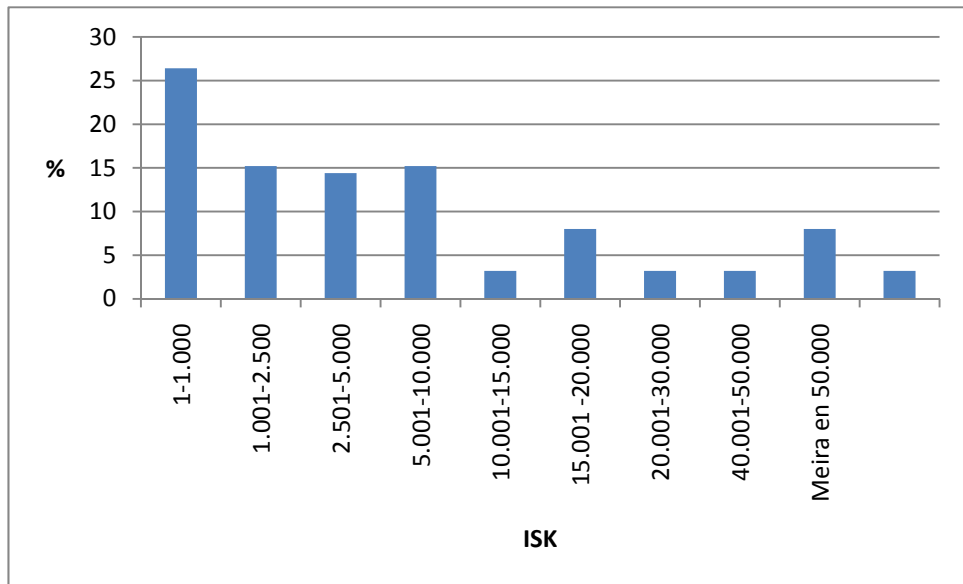
Heildarútgjöld hvers farþega vegna veitinga er að meðaltali 5.567 krónur á dag/sólarhring.

Útgjaldaliðurinn „matvöruverslun“ hafði 31% svörun (n=128) og meðalútgjöld á farþega voru 3.208 krónur (mynd 24).



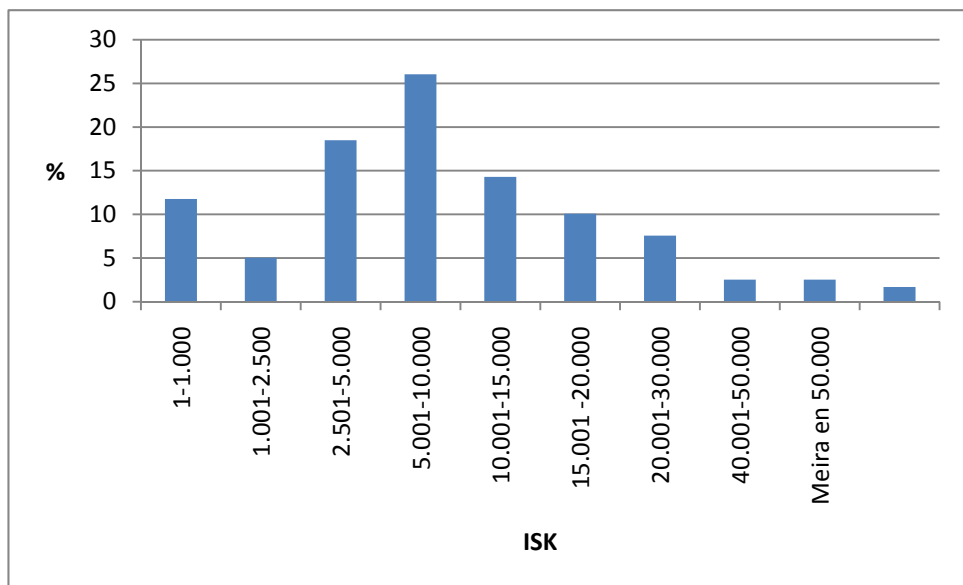
Mynd 24 Dreifing útgjalda á sólarhring: Matvöruverslun (n=128)

Útgjaldaliðurinn „önnur verslun“ hafði 30% svörun (n=125). Þrátt fyrir að flestir séu að eyða undir 10.000 krónum þá er meðaleyðslan í þessum lið 15.919 krónur (miðgildi er 5.000). Hugsanlegt er að einhverjir hafi nýtt sér hagstætt gengi og verslað fyrir hærri fjárhæðir (mynd 25).



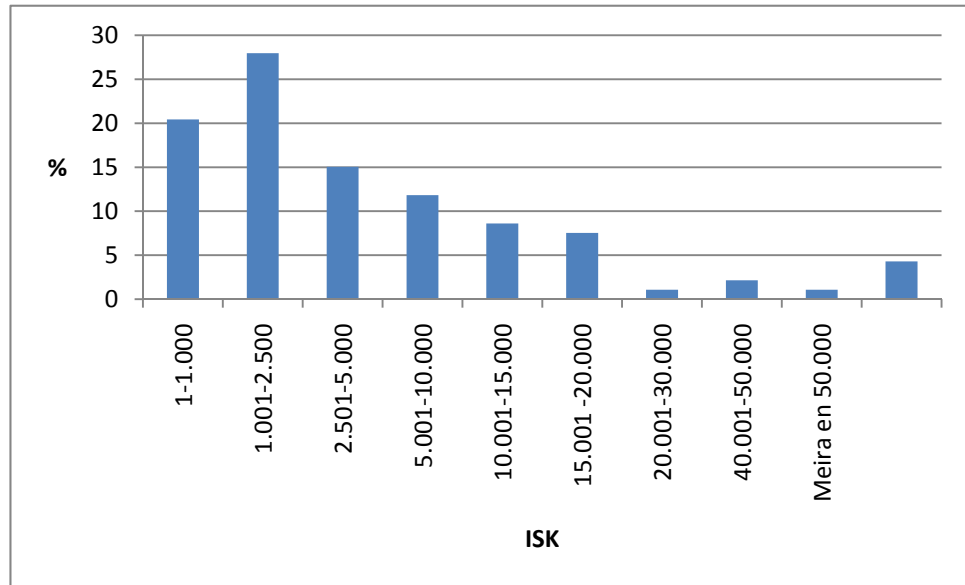
Mynd 25 Dreifing útgjalda á sólarhring: Önnur verslun (n=125)

Útgjaldaliðurinn „gisting“ hafði 29% svörun (n=119). Meðaleyðslan í þessum lið er 12.942 krónur á mann á sólarhring (mynd 26).



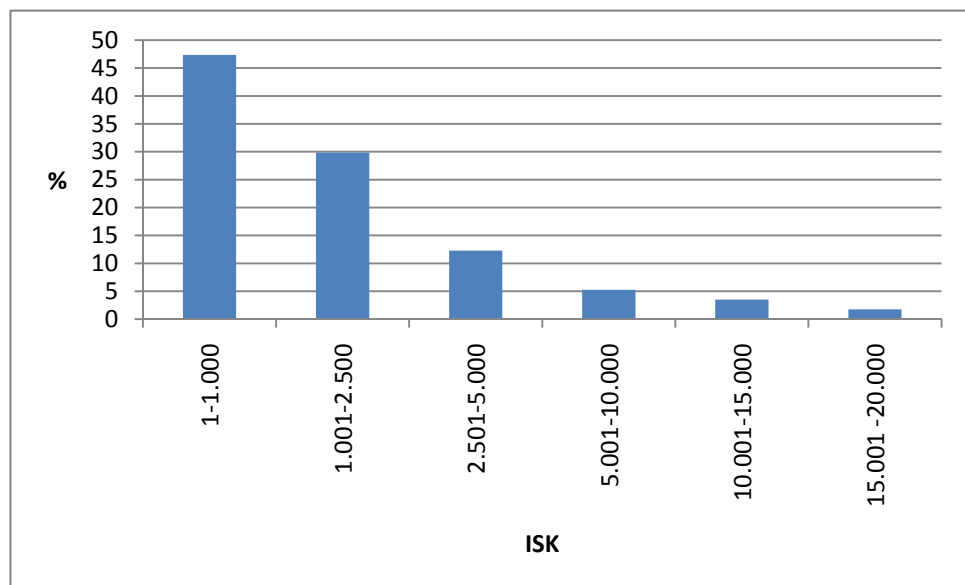
Mynd 26 Dreifing útgjalda á sólarhring: Gisting (n=119)

Útgjaldaliðurinn „samgöngur“ hafði 22% svörun (n=93). Meðaleyðslan var 12.822 krónur á mann og miðgildi 3.000 krónur (mynd 27).



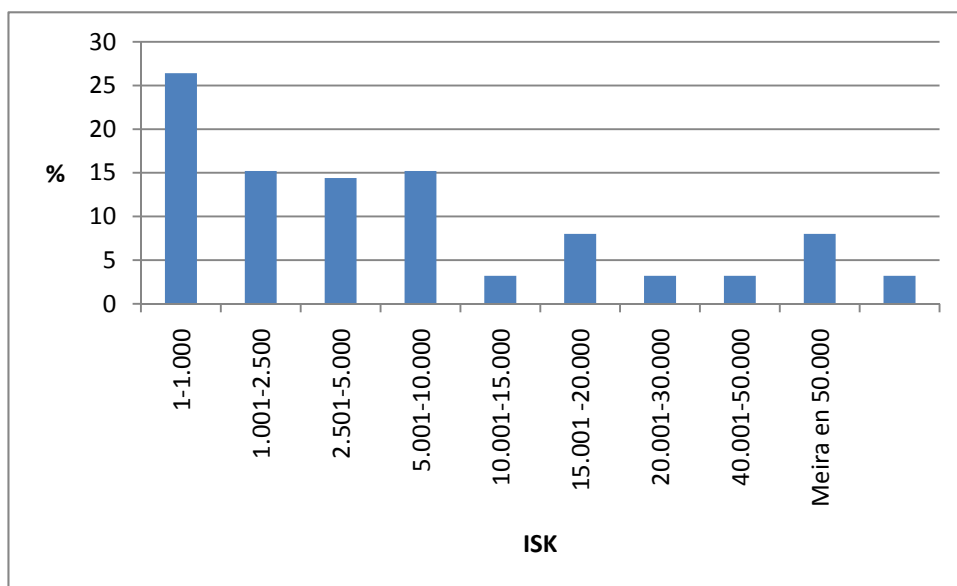
Mynd 27 Dreifing útgjalda á sólarhring: Samgöngur (n=93)

Útgjaldaliðurinn „afþreying“ hafði 16% svörun (n=57). Meðaleyðslan var einungis 2.907 krónur (mynd 28).



Mynd 28 Dreifing útgjalda á sólarhring: Afþreying (n=57)

Í lokin var boðið upp á að tilgreina útgjöld tengdu öðru en áðurgreindum flokkum. Svörun var 12% (n=48).



Mynd 29 Dreifing útgjalda á sólarhring: Annað (n=48)

Í ljós kom að langflestir, sem merktu við þennan lið, höfðu eytt allt að 2.000 krónum á sólarhring (miðgildi). Engu að síður er meðaleyðslan töluvert hærrí, eða 14.654 krónur (mynd 29).

Rétt er að greina svör við spurningu um meðalneyslu betur með það fyrir augum að finna gildi sem mögulega gefa ljósari mynd af eyðslu svarenda í heimsókn sinni til Íslands en meðaltal eitt og sér. Þar sem frávik í upphæðum er mjög mikið og stök lægstu/hæstu gildi það langt frá meðaltali að þau geta skekkt góða lýsingu á hegðun hópans þá getur miðgildi verið betri vísir fyrir hópinn en meðaltalið.

Í spurningu um meðalneyslu er spurt um útgjöld flugfarþega í ferðinni vegna gistingar, heimsókna á veitingastaði, kaup í matvöruverslun, kaup á afþreyingu, því sem greitt var fyrir samgöngur önnur kaup í verslun og loks annan kostnað. Í töflu 4 hér að neðan er sýnt meðaltal og miðgildi fyrir fjóra fyrstnefndu þættina; gistingu, heimsókna á veitingastaði, kaup í matvöruverslunum og kaup á afþreyingu. Þó svo að nokkur munur sé á meðaltali og miðgildi þessara þátta hvað aðra þætti en gistingu varðar verður ekki annað séð en meðaltalið lýsi hér vel kostnaðarhegðun hópans. Það er því notað við útreikninga á metnum heildarkostnaði ferðalangs á Norðurlandi annars vegar og heildarkostnaði í ferðinni allri hins vegar.

Tafla 4 Skipting útgjaldaliða, meðaltalsmargfeldi kostnaðar og gistináttafjölda.

Útgjaldaliðir	Gisting	Veitingast.	Matvöruv.	Afþreying
Meðaltal	12.942	5.567	3.208	2.907
Miðgildi	10.000	3.000	2.000	1.200
Notað	12.942	5.567	3.208	2.907
Norðurland (7,3)	93.959	40.418	23.291	21.102
Ísland (9,2)	118.548	50.996	29.387	26.625

Í útgjaldalið sem snýr að gistingu flugfarþega á meðan að dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra rétt tæpar 13.000 krónur á sólahring. Heildarkostnaður vegna gistingar hvers farþega á Norðurlandi er samkvæmt því um 94.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Heildarkostnaður á Íslandi á hvern komu- og brottfararfarþega sem ferðuðust um Akureyrarflugvöll er þannig metinn um 119.000 krónur miðað við að meðaltal gistinátta í ferðinni allri er 9,2 nætur.

Meðalkostnaður flugfarþega vegna veitinga eru tæpar 5.600 krónur á sólahring þegar útgjaldaliðurinn veitingarstaðir eru skoðaðir. Heildarkostnaður hvers farþega á Norðurlandi vegna heimsókna á veitingarstaði er þá um 40.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur meðaltali. Heildarkostnaður á hvern komu- og brottfararfarþega sem ferðaðist um Akureyrarflugvöll vegna veitinga þegar horft er á Ísland í þessu tilliti er um 51.000 krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta er 9,2 nætur.

Í útgjaldalið sem spyr um matvöruverslun flugfarþega á meðan á dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra rúmlega 3.000 krónur á sólahring. Meðalkostnaður vegna kaupa farþega á matvörum á Norðurlandi er þá rúmlega 23.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Heildarkostnaður á Íslandi á hvern komu- og brottfararfarþega sem ferðuðust um Akureyrarflugvöll er um 29.000 krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta er 9,2 nætur.

Í útgjaldalið sem lýtur að kaupum flugfarþega á afþreyingu á meðan að dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra tæpar 3.000 krónur á sólahring. Meðalkostnaður vegna afþreyingu hvers farþega á Norðurlandi

er því um 21.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Heildarkostnaður miðað við Íslandsdvöl komu- og brottfararfarþega sem ferðuðust um Akureyrarflugvöll er tæpar 27.000 krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta er 9,2 nætur.

Þegar meta þarf liðina samgöngur, aðra verslun og annað ótilgreint er ljóst að mikill munur er á meðaltali og miðgildi. Þetta þarf þó ekki að vera óeðlilegt þar sem það er líklegt að fámennur hluti ferðamanna sé tilbúinn til að leggja í töluverðan kostnað vegna t.d. samgangna (bílaleiga, flug) og dýrari varnings í útgjaldaliðnum annarri verslun.

Tafla 5 Skipting útgjaldaliða, meðaltalsmargfeldi kostnaðar og gistináttafjölda.

Útgjaldaliðir	Samgöngur	Önnur verslun	Annað
Meðaltal	12.822	15.920	14.654
Miðgildi	3.000	5.000	2.000
Meðaltal notað	3.000	5.000	2.000
Norðurland (7,3)	21.780	36.300	14.520
Ísland (9,2)	27.480	45.800	18.320

Í þeim útgjaldalið sem lýtur að samgöngum flugfarþega á meðan að dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra um 2.000 krónur á sólarhring (miðgildi). Metnar heildartekjur vegna gistingar hvers farþega á Norðurlandi eru þá um 22.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Ef horft er á alla Íslandsdvöl komu- og brottfararfarþega í gegnum Akureyrarflugvöll þá eru metnar heildartekjur rúmar 27.000 krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta séu 9,2 nætur. Einstaka gildi eru óvenjulega há og má nefna að hágildið í þessum lið er 200.000 á sólahring og þess vegna gefur miðgildið gleggri mynd af þeim meðalkostnaði sem hlýst af dvöl ferðamanna á Norðurlandi.

Í þeim útgjaldalið sem snýr að annarri verslun flugfarþega á meðan að dvöl þeirra stendur þá er meðalkostnaður þeirra tæpar 5.000 krónur á sólahring (miðgildi). Metnar heildartekjur vegna hvers farþega á Norðurlandi er þá um 36.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi. Ef horft er á alla Íslandsdvöl komu- og brottfararfarþega í gegnum Akureyrarflugvöll að þá eru metnar heildartekjur um 46.000

krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta séu þá 9,2 nætur. Einstaka gildi eru óvenjulega há og má nefna að hágildið í þessum lið er 300.000 á sólahring og þess vegna gefur miðgildið gleggri mynd af þeim meðalkostnaði sem hlýst af dvöl ferðamanna á Norðurlandi.

Útgjaldaliðurinn sem lýtur að öðrum ótilgreindum kostnaði flugfarþega á meðan að dvöl þeirra stendur sýnir að meðalkostnaður þar er tæpar 14.700 krónur á sólahring. Metnar heildartekjur vegna hvers farþega á Norðurlandi er þá um 2.000 krónur miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali á Norðurlandi (miðgildi). Ef horft er á alla Íslandsdvöl komu- og brottfararfarþega í gegnum Akureyrarflugvöll að þá eru metnar heildartekjur um 18.320 krónur í þessum lið miðað við að meðaltal gistinátta séu þá 9,2 nætur. Einstaka gildi eru óvenjulega há og má nefna að hágildið í þessum lið er 160.000 á sólahring og þess vegna gefur miðgildið gleggri mynd af þeim meðalkostnaði sem hlýst af dvöl ferðamanna á Norðurlandi.

Metnar heildartekjur verslunar og þjónustu á Norðurlandi vegna flugs Iceland Express til Akureyrar eru rúmlega 251.000 á hvern farþega miðað við 7,3 gistinætur að meðaltali. Ef einnig er litið til ferða þessara farþega til annarra landshluta Íslands þá aukast heildartekjur verslunar og þjónustu upp í tæplega 348.000 (9,2 nætur) vegna hvers farþega.

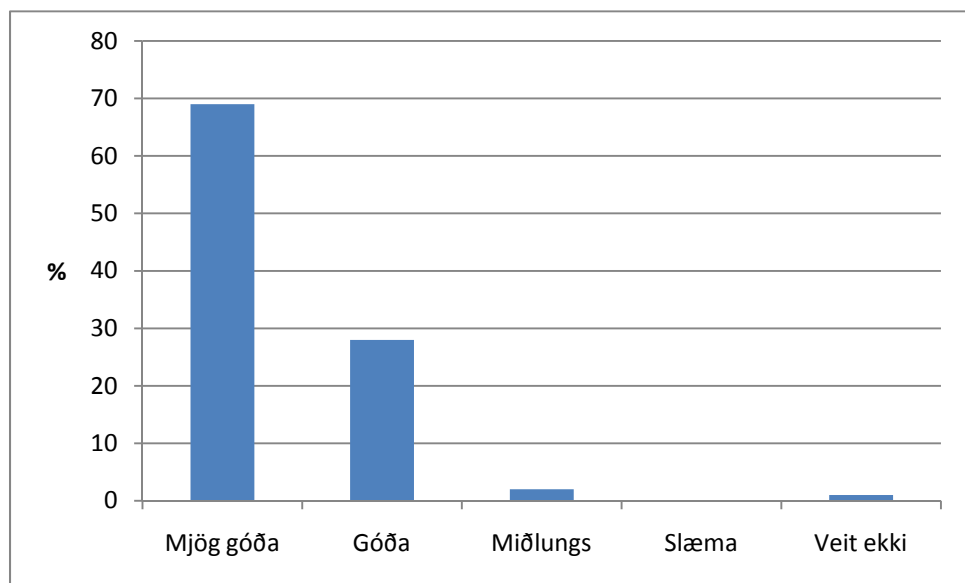
Tafla 6 Metin heildarútgjöld miðað við meðalfjölda gistinátta á Íslandi og Norðurlandi.

Útgjöld	Meðaltal
Meðaltal notað	34.624 kr.
Norðurland (7,3)	251.370 kr.
Ísland (9,2)	317.156 kr.

Hafa ber í huga að fyrirvari er á því að þessar tölur endurspegli ekki nauðsynlega þær heildartekjur sem alfarið verða eftir á þessu svæði þar sem engin greining hefur farið fram á margfeldis- eða virðiskeðjum. Einnig skal tekið fram að margföldun útgjalda með farþegafjölda gefur ekki rétta mynd af heildartekjum þar sem hlutfall þeirra sem ferðast með maka og/eða fjölskyldu er hátt í þessari könnun.

6.4 MAT Á GÆÐUM ÞJÓNUSTU OG UPPLIFUN AF NORÐURLANDI

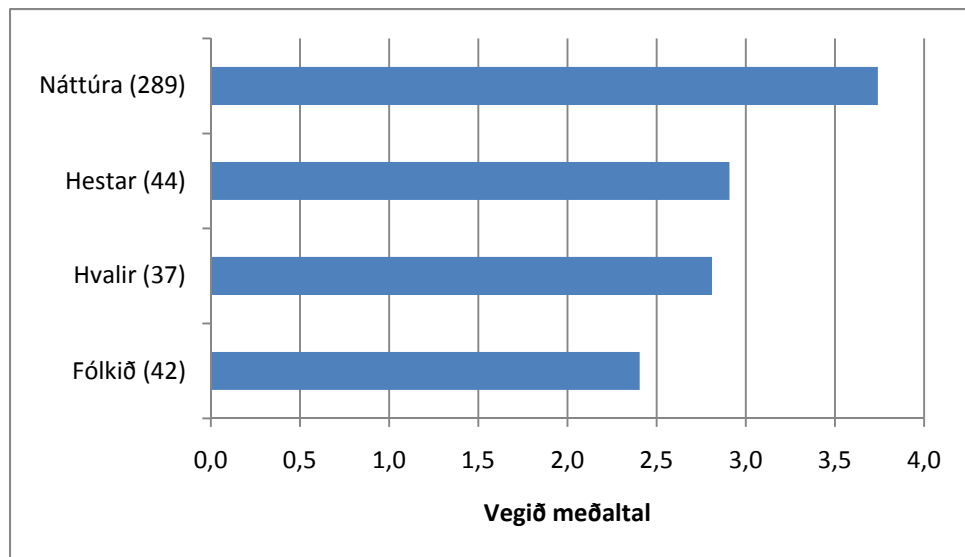
Farþegarnir voru beðnir um að leggja mat á heildaupplifun þeirra af Norðurlandi. Flestir eða 398 manns svöruðu þessari spurningu og má sjá niðurstöðurnar á mynd 30. Nær allir sem svöruðu þessari spurningu, eða 97,2% hafa metið heildarupplifun sína sem „mjög góða“ eða „góða“. Einungis 1,4% hafa metið heildarupplifun sína sem „miðlungs“ og 1% hafa ekki tekið afstöðu, enginn metur upplifunina slæma!



Mynd 30 Hvernig metur þú heildarupplifun þína af Norðurlandi? (n=398)

Jafnframt var spurt hvað þeim þætti gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað. Þessi spurning var opin og var farþegunum frjálst að svara allt að fjórum atriðum, það áhugaverðasta fyrst og svo koll af kolli. Samtals nefndu farþegarnir tæplega 90 mismunandi atriði sem voru flokkuð og vegin þannig að áhugaverðasta atriðið fékk vægið 4, næstáhugaverðasta 3 og svo koll af kolli. Fjögur algengustu atriðin koma fyrir á mynd 31 þar sem tekið hefur verið vegið meðaltal af þeim til þess að meta hvaða atriði voru talin áhugaverðust. Samanlögð svartíðni atriða er í sviga fyrir aftan hvert orð óháð því hversu áhugavert það þótti. Á myndinni sést að meirihluta farþeganna fannst náttúra vera það atriði sem helst gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað. Alls 290 manns (73%) nefndu „náttúru“ sem atriði sem gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað.

Tvö önnur svör, sem tengjast náttúrunni náíð, voru í öðru og þriðja sæti; hestar og hvalir. Í fjórða lagi þótti fólkið gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað.



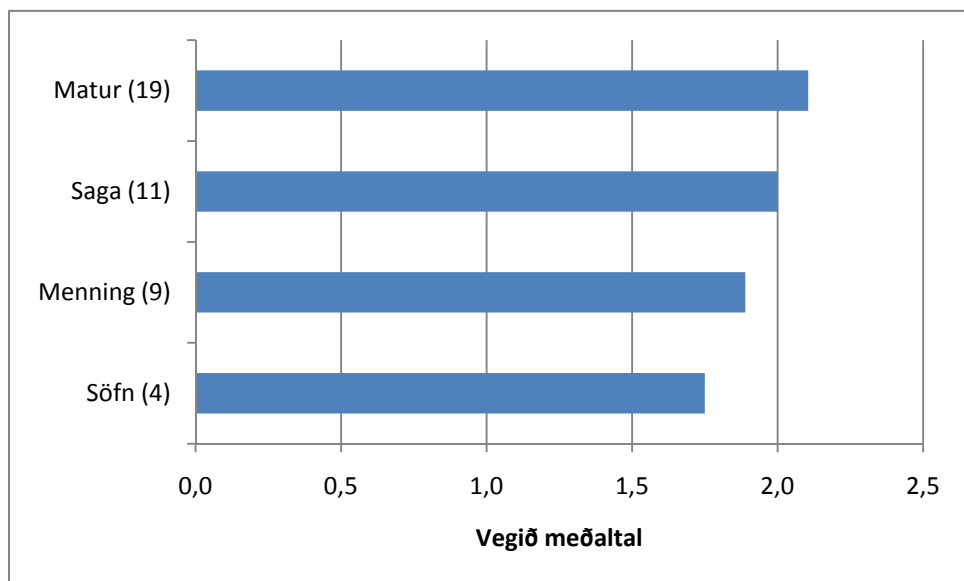
Mynd 31 Hvað gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað?

Margt bendir til þess að náttúran sé eins konar samnefni fyrir það sem gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað. Þetta endurspeglast til dæmis í samhengi við hvað farþegarnir tóku sér fyrir hendur á Norðurlandi. Hvalaskoðun, hestaferðir, fuglaskoðun, gönguferðir og stangveiði svo fátt eitt sé nefnt eru allt dæmi um afþreyingu (og í sumum tilfellum mjög vinsæla) sem farþegarnir nýttu sér á Norðurlandi – allt atriði sem eru hluti af eða nátengd náttúrunni (e. *nature-based tourism*). Það að náttúra hefur þetta mikla vægi í augum farþeganna er einnig í samræmi við kannanir Ferðamálaráðs meðal erlendra ferðamanna hér á landi sem hafa bent til þess að náttúran bæði vegi þungt í ákvörðunarferli ferðamannsins fyrir Íslandsferð og sé lykilatriði í upplifun ferðamannsins í ferðinni (Ferðamálaráð Íslands 2002, Ferðamálaráð Íslands 2004). Samskonar mynstur má sjá út úr niðurstöðum könnunnar um ímynd Norðurlands og Eyjafjarðar frá árinu 2006 þar sem erlendir gestir, sem höfðu sótt svæðið heim, voru spurðir hvað væri efst í huga þeirra varðandi Norðurland. Hvalir, Mývatn, náttúran og Akureyri voru þau fjögur atriði sem þar voru oftast nefnd, en þegar allt er lagt saman hafi náttúra

svæðisins (eða ýmis náttúrufrirbrigði) í víðum skilningi verið efst í hugum erlendra ferðamanna (Rögnvaldur Guðmundsson, 2006).

Önnur atriði, sem voru nefnd en komu ekki nærri eins oft fyrir og hin ofangreindu voru einnig flokkuð og vegin. Tveir flokkar voru þar auðgreinanlegir. Annars vegar menningartengd atriði, sem koma fram á mynd 32 hér að neðan og hins vegar fyrirbæri í íslenskri náttúru (eða nátengd þeim) og koma fimm helstu atriðin, sem voru nefnd í tengslum við náttúruna, fram á mynd 33. Þar að auki voru fjölmörg atriði, sem ekki voru flokkuð undir sérstöku samheiti, og koma fyrir á mynd 34. Á öllum myndunum þremur er vegið meðaltal mikilvægis sýnt á lárétta ásnum en á lóðrétta ásnum eru atriðin nefnd þar sem hrein tíðni hvers svars hefur er sýnd í sviga fyrir aftan hvert atriði eins og gert var við mynd 31 hér að undan.

Þegar vegið meðaltal af atriðum tengdum menningu er skoðað (mynd 32) kemur í ljós að matur vegur hvað mest. Þar á eftir kemur saga og menning í heild sinni.

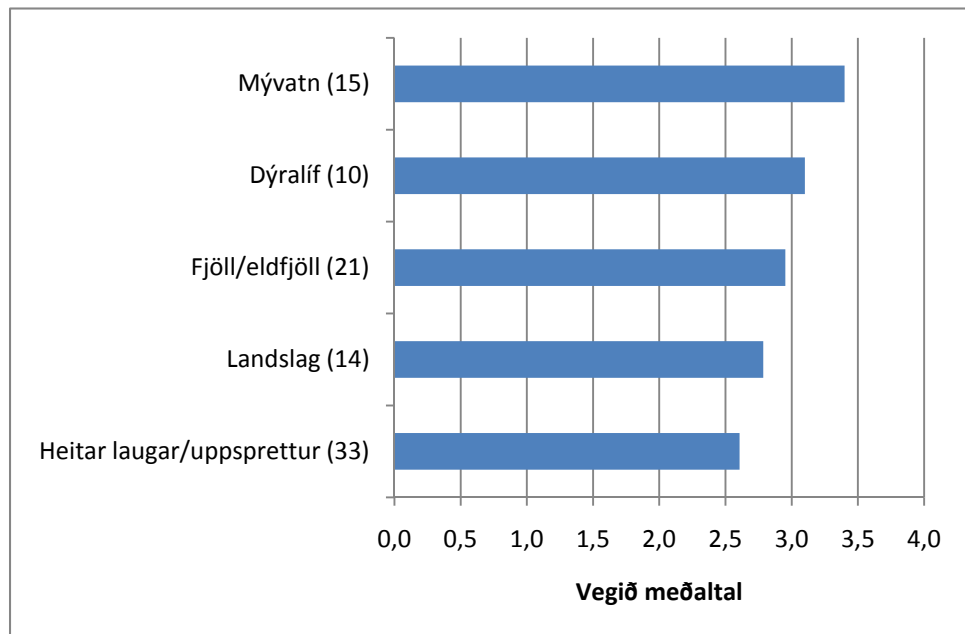


Mynd 32 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (menning)

Einungis fjórum einstaklingum hefur þótt söfnin gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað, sem er athyglisvert í ljósi þess hve margir heimsóttu söfn í ferð sinni á Norðurlandi. Þó er vel mögulegt að hér skarist flokkar og að saga og menning kunnir að tengjast safnaheimsóknum

að einhverju leyti. Fiskidagurinn og næturlíf var meðal annarra atriða sem komu fram í tengslum við menninguna.

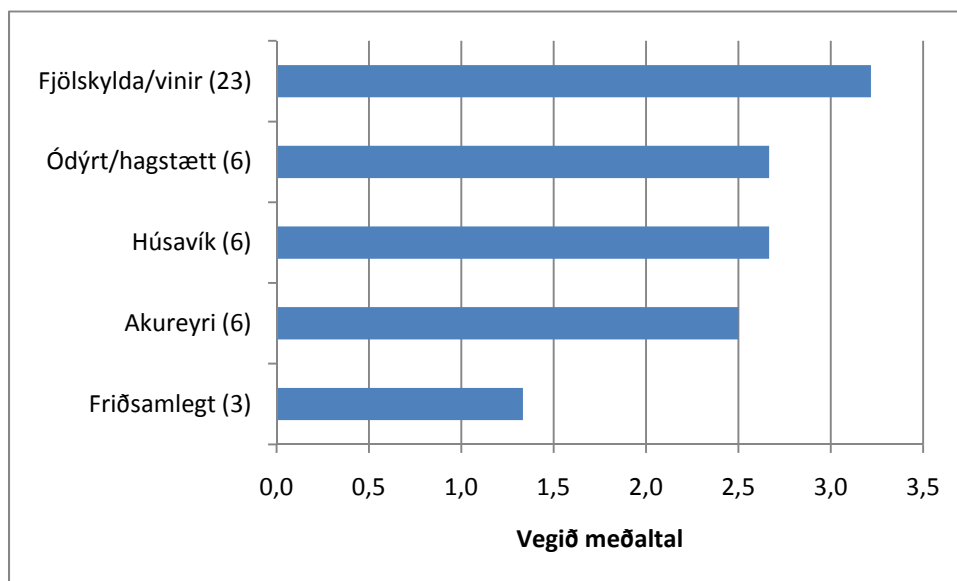
Þegar vegið meðaltal af atriðum tengdri náttúrunni er skoðaða (mynd 33) kemur í ljós að Mývatn er efst á lista. Þar á eftir er dýralíf, fjöll/eldfjöll og landslag nefnt.



Mynd 33 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (náttúran)

33 nefndu heitar laugar eða uppsprettur. Hreint loft/loftslag, fossar, birtan, fuglalíf og jarðfræði voru meðal annarra atriða sem komu fram í tengslum við náttúruna.

Margt athyglisvert kemur fram á mynd 34, sem sýnir atriði sem ekki voru flokkuð. Þar má sjá að fjölskylda og vinir hafa verið hátt skrifuð á listum þeirra farþega sem það nefndu en þau voru yfirleitt mikilvægust eða næst mikilvægust sem eykur verulega vægi þeirra. Það að fjölskylda og vinir geri Norðurland að áhugaverðum áfangastað er í samræmi við það háa hlutfall þeirra sem sögðu fjölskyldu eða vini vera tilgang ferðarinnar eða gistu hjá vinum og ættingjum. Einnig er athyglisvert að orðin „ódyrt og hagstætt“ hafi ratað inn á lista yfir það sem gerir Norðurland að áhugaverðum áfangastað.

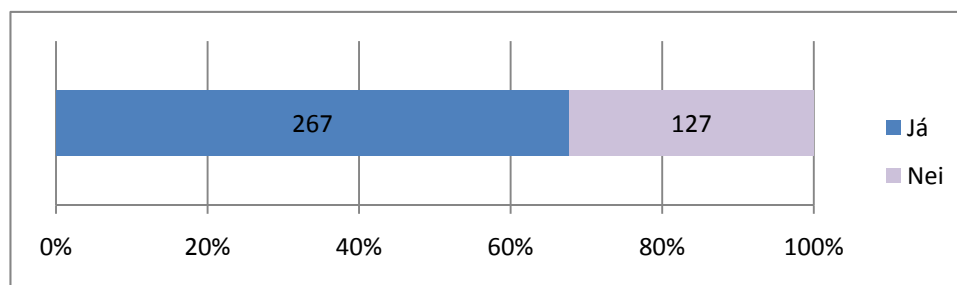


Mynd 34 Aðrir þættir sem gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað (óflokkað)

Orðin „ódýrt“ og „hagstætt“ hafa sjaldnast verið nefnd í sömu andrá og Ísland sem ferðamannastaður (hvað þá landshluta). Þessa breytingu má þó skoða í samhengi við veikt gengi íslensku krónunnar á síðasta ári sem hefur leitt til þess að ódýrara er fyrir erlenda ferðamenn að koma til Íslands og dvelja hér á landi en oftast áður. Þvínaest eru Akureyri og Húsavík nefnd, en þessi tvö þéttbýli voru þau einu sem nefnd voru af farþegunum. Allt, slökun, spennandi, áhugavert, fámenni, upplifanirnar, ólíkt öðru í Evrópu og gaman að vera á köldum stað þegar það er heitt var meðal annarra atriða sem komu fram en voru ekki flokkuð.

6.5 UPPLÝSINGAÞÖRF OG –NOTKUN

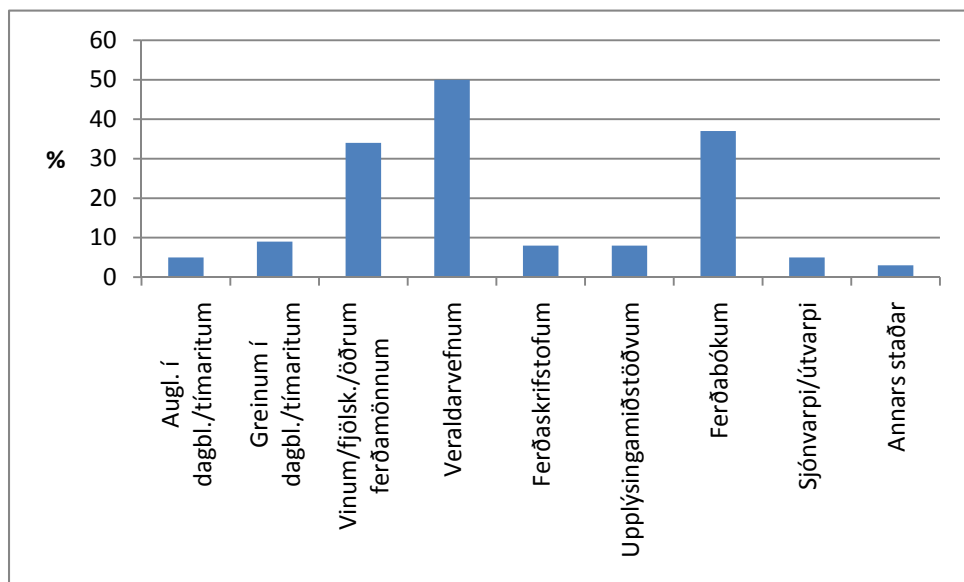
Farþegarnir voru spurðir um nokkur atriði varðandi upplýsingaþörf og –notkun fyrir ferð þeirra og í sjálfri ferðinni. Fyrst var spurt hvort þeir hefði leitað að upplýsingum um Norðurland áður en lagt var af stað (mynd 35)



Mynd 35 Leitaðir þú að upplýsingum um Norðurland fyrir ferðina þína? (n=394)

Í ljós kom að 267 eða 68% svarenda leituðu upplýsinga en 127 eða 32% sögðust ekki hafa gert það.

Þeir sem sögðust hafa leitað að upplýsingum voru beðnir um að tilgreina hvar þeir hefðu leitað upplýsinga um Norðurland fyrir ferðina. Í þeirri spurningu mátti merkja við allt sem átti við. Eins og sjá má á mynd 35 standa þrjár ólíkar upplýsingaveitur upp úr. Í fyrsta lagi veraldarvefurinn, en 50,4% farþeganna kvaðst hafa leitað upplýsinga þar. Í öðru lagi voru 37% sem leituðu upplýsinga í ferðabókum og í þriðja lagi var leitað upplýsinga hjá vinum/ fjölskyldumeðlimum eða öðrum ferðamönnum, en 34% farþeganna merkti við þann valmöguleika (mynd 36).

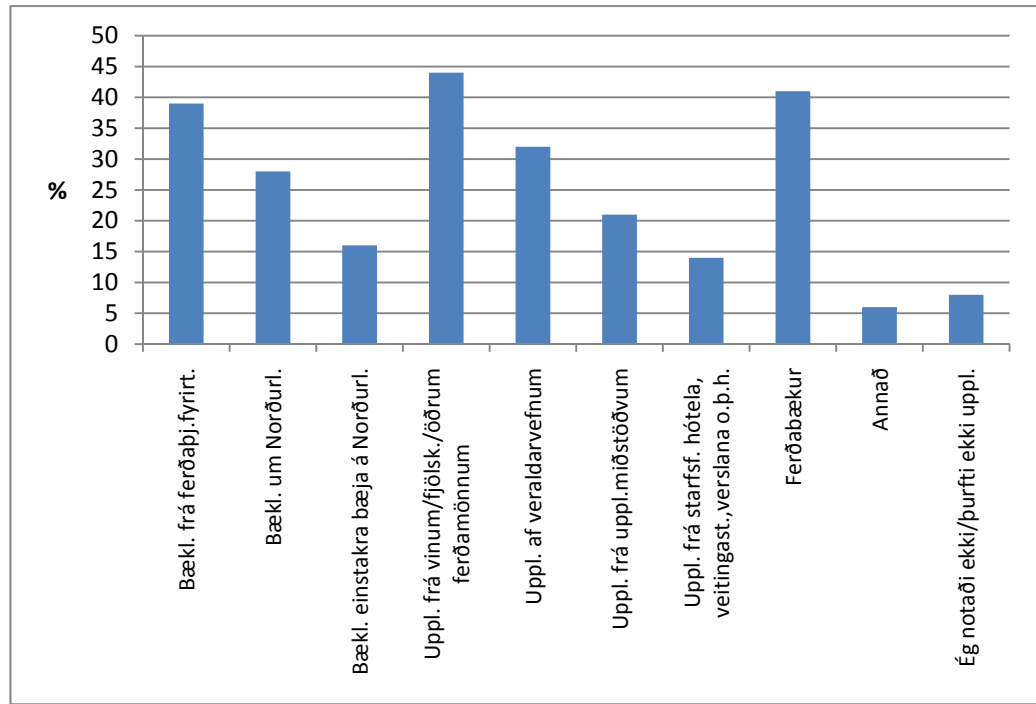


Mynd 36 Hvar leitaðir þú að upplýsingum?

12 farþegar, eða 3%, merktu við valmöguleikann „annars staðar“ og tilgreindu nánar hvað það var. Ýmis atriði voru nefnd. Nokkrir höfðu komið áður til landsins vegna vinnu og þekktu til. Einn hafði skrifað til Politiken, eins stærsta dagsblaðs í Danmörku, og fengið ráð frá dálkahöfundum. Annar hafði leitað á netinu með leitarvél Google og einnig voru dæmi um fólk sem hafði leitað upplýsinga á bókasöfnum.

Einnig var spurt um hvers konar upplýsingar farþegarnir hefðu nýtt sér að ferð sinni um Norðurland (mynd 37). Greint var á milli átta mismunandi upplýsingaveita þ.e. bæklinga ferðaþjónustufyrirtækja, upplýsingabæklinga um Norðurland og upplýsingabæklinga einstakra þéttbýlisstaða

á Norðurlandi (oft útgefið af sveitarfélögum), upplýsinga frá vinum/fjölskyldu/öðrum ferðamönnum, upplýsinga frá starfsfólki hótela/veitingastaða/verslana o.þ.h., veraldarvefnum, upplýsingamiðstöðvar og ferðabækur.



Mynd 37 Hvers konar upplýsingar notaðir þú á ferð þinni um Norðurland?

44% farþeganna sögðust hafa notað upplýsingar frá vinum, fjölskyldu eða öðrum ferðamönnum. Ferðabækur voru vinsælar, en 41% notuðu slíkar bækur í ferðinni. Ýmiss konar ferðafjónustubæklingar virðast einnig vera töluvert notaðir af farþegunum í ferðinni um Norðurland. 39% sögðust hafa notað bæklinga frá ferðafjónustufyrirtækjum. 28% sögðust hafa notað upplýsingabækling um Norðurland og 16% notuðu bækling einstakra þéttbýlisstaða á Norðurlandi. Nokkuð færri, eða 32%, notuðu upplýsingar af veraldarvefnum í sjálfri ferðinni en leituðu upplýsinga þar fyrir ferðina (50%). Hugsanlega skýringu má rekja til þess að aðgengi að veraldarvefnum (og þ.a.l. upplýsingum sem þar er að finna) sé að einhverju leyti auðveldara heima í stofu áður en ferðin hefst en þegar komið er í ferðina. 21% notaði sér upplýsingar frá upplýsingamiðstöðvum og 14% notfærðu sér upplýsingar frá starfsfólki hótela, veitingastaða, verslana o.þ.h. Þetta síðastnefnda ásamt því að 44% notfærðu sér

upplýsingar frá vinum, fjölskyldu og öðrum ferðamönnum, undirstrikar mátt orðspors þar sem upplýsingar (góðar og slæmar) berast manna á milli. Það getur haft mikil áhrif fyrir framtíðarviðskipti í ferðaþjónustunni (og fyrirtækjum almennt) hvort af henni fer gott orð eða slæmt. Það skyldi því ekki vanmeta þessa upplýsingaveitu heldur gætu fyrirtæki notað hana sem hvatningu til að leggja metnað í að skila góðri vöru og ánægju viðskiptavina þar sem gott orðspor er sú auglýsing sem getur skipt mestu máli fyrir framtíðarviðskipti.

Það voru 35 svarendur eða 8%, sem merktu við valmöguleikann „annað“ og tilgreindu svör sín nánar. Áberandi var að flest svörin tengdust vinum, ástvinum eða kunningjum. Nokkrir útskýrðu t.d. að fjölskyldumeðlimur eða vinur væri búsettur á svæðinu og hefði veitt leiðsögn og upplýsingar um svæðið í ferðinni. Eins voru nokkrir sem höfðu verið á ferð með leiðsögumanni og fengið upplýsingar frá honum. Örfáir skrifuðu að þeir þekktu Ísland.

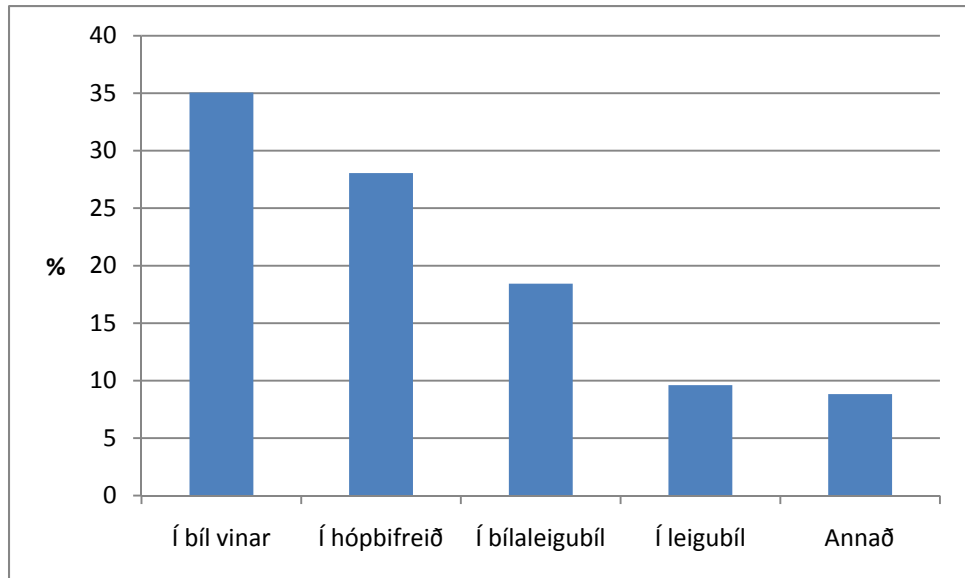
Tæplega tíundi hluti (8%) farþeganna kvaðst ekki hafa notað neinar upplýsingar eða þurft á þeim að halda. Eins og áður sagði sögðust 32% farþeganna ekki hafa leitað neinna upplýsinga áður en lagt var af stað í ferðina. Það útilokar því ekki að þeir farþegar hafi notað einhverjar upplýsingar þegar á staðinn var komið.

6.6 ÝMIS ATRIÐI UM FLUGVÖLLINN

Síðustu spurningar könnunarinnar snéru að ýmsum atriðum um Akureyrarflugvöll. Fyrst var spurt hvernig farþegarnir hefðu komið á flugvöllinn fyrir brottför (mynd 38).

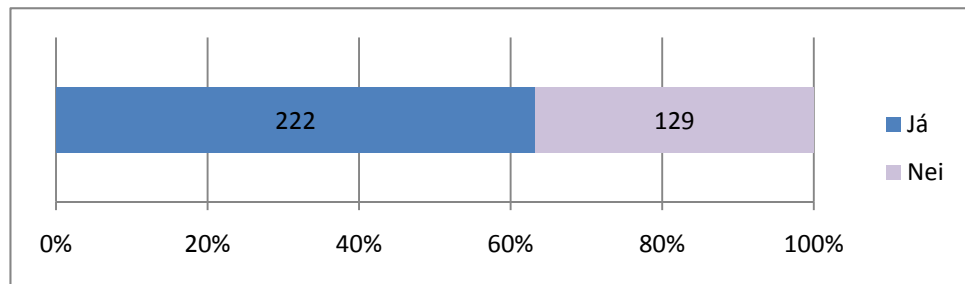
Í ljós kom að 35% komu á flugvöllinn í bíl vinar. 26% komu með hópbifreið. 17% fóru á bílaleigubíl og 10% með leigubíl. 8% komu sér öðruvísi á flugvöllinn og tilgreindu nánar hvernig. Af þeim höfðu 4% gengið á flugvöllinn. Einnig voru dæmi um farþega sem komust á flugvöllinn með aðstoð tilgreindra ferðaþjónustufyrirtækja. Þar á meðal voru nefnd fyrirtæki sem sérhæfa sig í hestaferðum. Einn farþeginn

skrifaði í athugasemd að hann hefði komið til Akureyrar með áætlunarbíl frá Húsavík og kvartaði yfir því að ekki væri mögulegt að taka áætlunarsvagn frá miðbænum fram á flugvöllinn.



Mynd 38 Hvernig komstu á flugvöllinn fyrir brottför? (n=385)

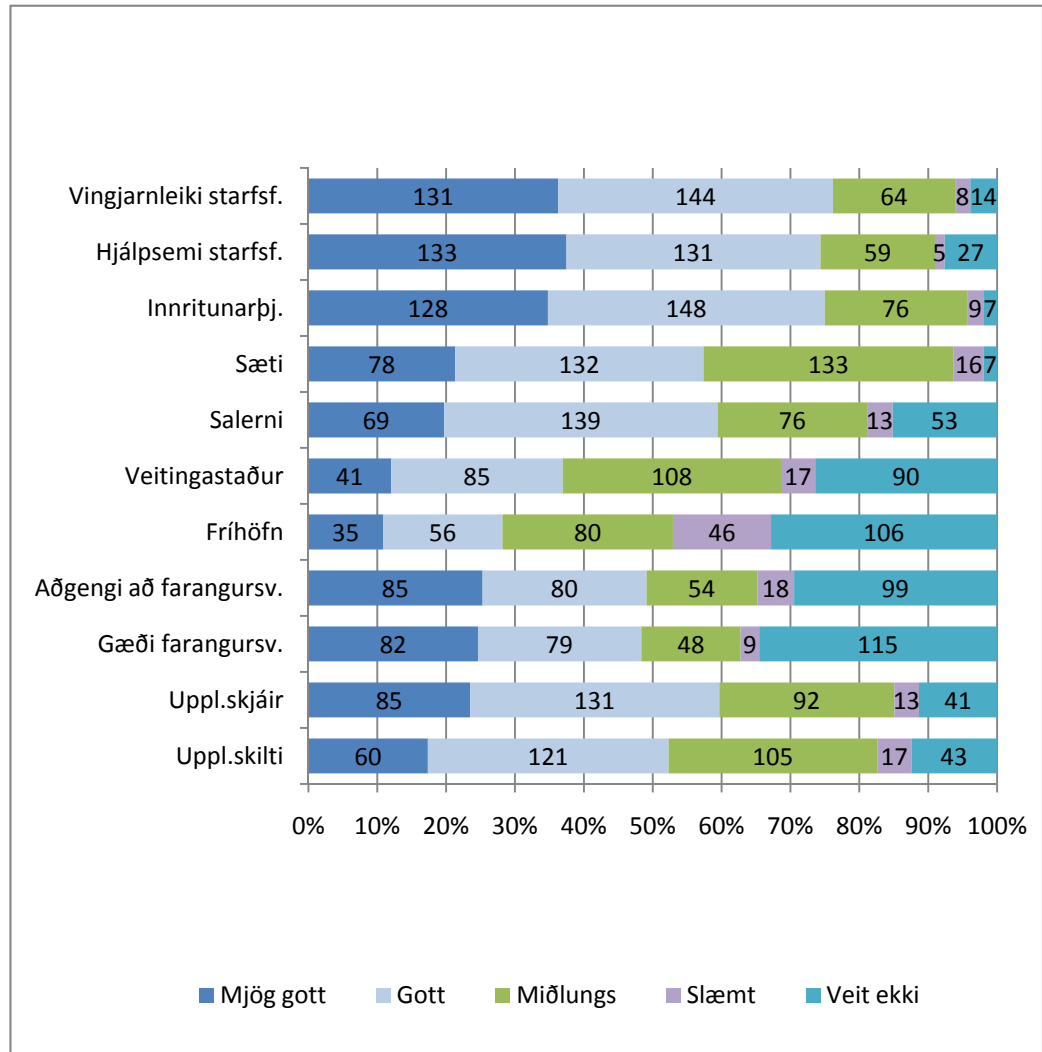
Farþegar voru spurðir hvort þeir gætu hugsað sér að taka strætisvagn milli miðbæjar Akureyrar og flugvallarins ef það væri í boði. 63% sögðust geta hugsað sér það en 37% svöruðu þessari spurningu neitandi (mynd 39).



Mynd 39 Gætirðu hugsað þér að taka strætisvagn milli miðbæjar Akureyrar og flugvallarins ef það væri í boði? (n=351)

Mynd 40 sýnir mat farþeganna á ýmsum mikilvægum þáttum á flugvellinum. Spurt var um alls þrettán mismunandi atriði eins og sýnt er á myndinni. Flestir þáttanna fá ágætis einkunn hjá farþegunum, en þó eru einkum þrjú atriði sem standa upp úr. Þau eru innritunarþjónusta, vingjarnleiki og hjálpssemi starfólks. Yfir 70% hafa gefið þessum þáttum einkunnirnar „mjög gott“ eða „gott“. Veitingastaður, sæti, upplýsingaskilti

og -skjáir fá oftast miðlungseinkunn. Fáir þættir fá slæma einkunn. Einna helst er það fríhöfnin, en 14% gáfu henni slæma einkunn.



Mynd 40 Mat á ýmsum þáttum á flugvellinum.

Áberandi var fjöldi svarenda tók ekki afstöðu til nokkurra atriða með því að merkja við möguleikann „veit ekki“. Í þeim tilfellum er mögulegt að viðkomandi hafi ekki reynt þau atriði eða þurft á þeim að halda á flugvellinum. Einkum má nefna aðgengi að farangursvögnum og gæði þeirra sem u.þ.b. 30% tóku ekki afstöðu til. Sömu sögu má segja um fríhöfnina og veitingastaðinn.

7 SAMANTEKT ÚR NIÐURSTÖÐUM

Þátttakendur könnunarinnar voru af 29 mismunandi þjóðernum, langflestir Danir (67%). Önnur þjóðerni voru nefnd mun sjaldnar. Má þar nefna Svía (tæp 10%), Þjóðverja (tæp 7%) og Breta (2,4%). Meðalaldur þátttakenda var 45,6 ár og mátu þeir tekjur sínar í meðallagi eða yfir meðallagi miðað við tekjustig í sínu heimalandi. Vel menntað fólk var í meirihluta, en yfir helmingur hafði lokið háskólaprófi (annað hvort á grunn- eða framhaldsstigi).

Langflestir (80%) komu til Íslands um Akureyrarflugvöll en þó voru einnig tæp 20% sem komu inn í landið í Keflavík. Þetta bendir til þess að ákveðinn hópur ferðamanna nýti sér möguleikann að koma inn í landið á einum stað og út á öðrum. Yfir helmingur þátttakenda (54%) hafði komið áður til Íslands, flestir einu sinni til tvisvar sinnum. Samanburður við kannanir Ferðamálaráðs á Keflavíkurflugvelli og á Seyðisfirði leiðir í ljós að hlutfall þeirra sem eru ekki að koma til Íslands í fyrsta skipti (e. *repeat visitors*) er hærra á Akureyrarflugvelli. Það gæti verið athyglisvert að skoða hvort þessi hópur þekki meira til á Norðurlandi, en það hefur ekki verið gert hér. Meðaldvalarlengd þátttakenda könnunarinnar á Íslandi var 9 nætur, sem er ekki ósvipað dvalarlengd þátttakenda fyrrgreindra kannana Ferðamálaráðs þar sem dvalarlengd var 10 nætur að jafnaði, en 40% voru í 7 nætur á Íslandi.

Flestir þeirra, sem voru spurðir, höfðu komið til Íslands í frí, en einnig var stór hópur (34%) sem kom til Íslands til þess að heimsækja vini eða ættingja. Það er mun hærra hlutfall borið saman við kannanir Ferðamálaráðs og bendir það til þess að hinn svokallaði VFR-markaður sé sterkur á Norðurlandi þrátt fyrir að fólk í fríi sé áfram stærsti hópurinn.

Ef marka má niðurstöður könnunarinnar gæti hinn dæmigerði ferðalangur verið miðaldra Dani, búsettur á Sjálandi, vel menntaður og með tekjur yfir meðallagi. Hann ferðast með maka, hefur komið áður til Íslands og nýtir fríið sitt m.a. til að heimsækja vini eða ættingja hér á landi.

Ferðamennirnir fóru út um allt land, en þó virðast afar fáir hafa farið hringinn í kringum landið. Stór hópur (46%) var ekki mjög víðföruhluti á

landsvísu og dvaldi eingöngu á Norðurlandi. Þrátt fyrir það virðast ferðamennirnir hafa farið nokkuð víða um Norðurland. Þó nokkrir staðir voru áberandi fjölsóttastir t.d. Akureyri og Mývatn. Af öðrum fjölsóttum stöðum má nefna Húsavík, Kröflu, Dettifoss og Dalvík. Í könnuninni kom fram að dvalarlengd farþeganna á Norðurlandi er 7,3 nætur að jafnaði, sem er mun lengri dvöl en áður nefndar kannanir Ferðamálaráðs hafa gefið til kynna (1,8 nætur). Í þessu geta falist tækifæri fyrir ferðaþjónustuna á Norðurlandi til tekjusköpunar og að bjóða upp á fjölbreytta ferðaþjónustu fyrir hóp fólks sem virðist dvelja tiltölulega lengi í landshlutanum. Þetta er sérstaklega mikilvægt þegar litið er til metinna heildartekna verslunar og þjónustu á Norðurlandi vegna flugs Iceland Express til Akureyrar. Samkvæmt niðurstöðum spurningu um skiptingu útgjalda farþega að þá er meðalneysla þeirra rúmlega 251 þúsund á hvern farþega miðað við meðaltalsfjölda gistinátta.

Ferðamennirnir nýttu sér fjölbreytt úrval afþreyingar. Ferð í sundlaug eða jarðböð reyndist vera vinsælasta afþreyingin. Heimsóknir og söfn voru einnig vinsælar sem og gönguferðir með og án leiðsagnar, heimsóknir á sögufræga staði, hvalaskoðun og hestaferðir. Ferðamennirnir höfðu ekkert nema gott að segja af upplifun sinni af Norðurlandi, sem fær toppeinkunn. Heil 97% mátu upplifun sína sem góða eða mjög góða.

Náttúran er samnefnari fyrir það sem þykir gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað, samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar. Þetta endurspeglast til dæmis í þeirri afþreyingu sem ferðamennirnir stunduðu á Norðurlandi sem í mörgum tilfellum var nátengd eða stunduð úti í náttúrunni. Þetta mikla vægi náttúrunnar í augum ferðamanna er í samræmi við aðrar kannanir sem benda til þess að náttúran sé lykilatriði í ákvörðunarferli og upplifun ferðamanna hér á landi. Af öðrum atriðum, sem þykja gera Norðurland að áhugaverðum áfangastað, má nefna hesta, hvali og fólkið.

Flestir leituðu sér einhverra upplýsinga um Norðurland áður en lagt var af stað í ferðina. Þrjár upplýsingaveitir voru vinsælastar þ.e. veraldarvefurinn, ferðabækur og vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn. Í sjálfri ferðinni voru vinir/fjölskylda/aðrir ferðamenn og ferðabækur áfram

vinsælar upplýsingaveitur en einnig bættust bæklingar við. Upplýsingar frá öðru fólki (hvort sem það voru vinir, fjölskylda, aðrir ferðamenn, starfólk hótela, veitingastaða, verslana eða upplýsingamiðstöðva) virtust vera mikið notaðar. Þetta undirstrikar mátt orðsporsins þar sem upplýsingar (góðar og slæmar) berast manna á milli. Það getur haft þýðingarmikil áhrif fyrir framtíðarviðskipti í ferðaþjónustu (og hjá fyrirtækjum almennt) hvort af henni fer gott orð eða slæmt. Það skyldi því ekki vanmeta þessa upplýsingaveitu heldur gætu fyrirtæki notað hana sem hvatningu til að leggja metnað í að skila góðri vöru og ánægju viðskiptavina þar sem gott orðspor er sú auglýsing sem getur skipt mestu máli.

Spurningin um útgjöld á sólarhring á Norðurlandi reyndist vera erfiðasta spurningin á listanum fyrir fólk að svara og það kom niður á svörum. Jafnframt reyndist erfitt fyrir suma svarendur að sundurliða kostnað ferðarinnar t.d. ef viðkomandi hafði keypt hóp- eða pakkaferðir þar sem greidd er ein upphæð fyrir alla ferðina. Besta svörin var við útgjaldaliðinn „veitingastaði/kaffihús“, en í þann lið var eytt að jafnaði um 5.600 krónum á sólarhring. Að meðaltali var kostnaður vegna gistingu tæpar 13 þúsund krónur á sólarhring. Miklu virtist vera eytt í útgjaldaliðnum „önnur verslun“, en meðaleyðslan þar var um 15.900 krónur á sólarhring. Líklegt er að einhverjir hafi nýtt sér hagstætt gengi krónunnar og verslað á Íslandi.

Flestir höfðu komið í bíl vinar til flugvallarins fyrir brottför en einnig var stór hópur í hóp bifreið eða bílaleigubíl. 63% sögðust geta hugsað sér að taka strætisvagn milli miðbæjar Akureyrar og flugvallarins ef það væri í boði. Ferðamennirnir voru ánægðastir með innritunarþjónustu, vingjarnleika og hjálpssemi starfsfólks á flugvellinum við brottför. Veitingastaður, sæti, upplýsingaskilti og -skjáiir fá oftast miðlungseinkunn. Enginn einstakur þáttur á flugvellinum hlaut afgerandi lélega einkunn hjá farþegunum en áberandi var fjöldi þeirra sem tók ekki afstöðu til nokkurra þátta. Einkum má nefna frihöfnina og veitingastaðinn svo og aðgengi að farangursvögnum og gæði þeirra sem u.þ.b. 30% tóku ekki afstöðu til.

LOKAORÐ/UMRÆÐUR

Millilandaflug um Akureyrarflugvöll hefur um hríð verið mikilvægt hagsmunamál á Norðurlandi fyrir marga, þó helstu hagsmunaaðilar hafi verið ferðaþjónustan og útflutningsaðilar. Í gegnum tíðina hafa báðir þessir hópar að stærstum hluta verið háðir flugsamgöngum til og frá Keflavík. Því hefur stundum verið haldið fram að millilandaflugið sé einnig byggðamál þar sem beint flug styrki landshlutann með því að gera hann eftirsóknarverðari til búsetu og geri hann samkeppnishæfari. Þá hafa íbúar á svæðinu jafnari möguleika á utanlandsferðum og beint flug um Akureyri sparar bæði tíma, kostnað og annað óhagræði við að komast til og frá Keflavík í tengslum við millilandaflug. Jafnframt myndi millilandaflugið greikka aðgengi erlendra ferðamanna að Norðurlandi.

Ljóst er að millilandaflug um Akureyri opnar aðra leið inn í landið fyrir ferðamenn. Bæði Iceland Express og MFN fyrir hönd ferðaþjónustunnar hafa unnið mikla vinnu á erlendum markaði til þess að vekja athygli á flugleiðinni til Akureyrar. Í þau fáu ár sem Iceland Express hefur flogið með reglubundnum hætti milli Akureyrar og Kaupmannahafnar yfir sumartímamann hefur fjöldi erlendra farþega farið stigvaxandi. Var svo komið sumarið 2009 að útlendingar voru í meirihluta farþega, langflestir frá Skandinavíu (einkum Danmörku). Þetta gefur sterklega til kynna að skandinavíski markaðurinn, sem löngum hefur verið í hópi stærstu markaðssvæðanna fyrir Ísland, er smátt og smátt að uppgötva þessa leið inn í landið þrátt fyrir efnahagsþrengingar á heimsvísu. Því má nefnilega ekki gleyma að fjöldi erlendra gesta í heild sinni á Íslandi minnkaði árið 2009 í kjölfar efnahagssamdráttar í heiminum. Þessi fækkun erlendra gesta hefur vafalítið haft einhver áhrif á Akureyrarflugvelli eins og öllum öðrum flugvöllum á Íslandi og í heiminum. Fækkun erlendra gesta á Íslandi árið 2009 nam 1,7% frá árinu á undan, sem er töluvert minni fækkun en hefði getað orðið. Efnahagssamdráttur í heiminum varð til þess að ferðaþjónusta dróst almennt saman árið 2009 og var jafnvel búist við því að árið yrði eitt það erfiðasta fram til þessa í sögu ferðaþjónustunnar í heiminum. Færri Íslendingar fóru í utanlandsferðir á árinu 2009 miðað við árið á undan og nam fækkunin rúmum 37% milli ára. Þessi fækkun í

ferðum Íslendinga hefur ekki farið framhjá flugfélögunum, sem fljúga til og frá Íslandi, og hefur fækkunin án efa komið niður á sætanýtingu að einhverju leyti. Það er þó ekkert sem bendir til þess að fækkunin verði viðvarandi árið 2010, sem eru góðar fréttir fyrir ferðaþjónustuna og flugrekstraraðila. Síðustu tvo mánuði ársins 2009 fjölgaði Íslendingum sem fóru utan til muna og einnig fjölgaði erlendum gestum á nokkrum mánuðum á árinu og var m.a. slegið nýtt met í fjölda erlendra gesta á miðjum samdráttartímanum. Fá lönd í hinum vestræna heimi náðu viðlíka árangri á síðasta ári, en Ísland var m.a. annað tveggja landa í N-Evrópu þar sem erlendum ferðamönnum fjölgaði á tímabilinu maí-júlí 2009. Útlit er fyrir að fjölgunin haldi áfram og að framtíðin í millilandafluginu sé björt. Það ýtir enn fremur undir tækifærin í millilandafluginu á Akureyri sem nýja leið til og frá landinu, bæði á innlendum markaði sem og erlendis.

Almennt er talið að tækifæri séu til staðar til þess að markaðssetja íslenska millilandaflugvelli. Fram til þessa hafa nokkrar tilraunir verið gerðar til þess að leggja meiri áherslu á markaðssetningu íslenskra flugvalla t.d. með alþjóðlegri samvinnu. Halpern (í prentun) hefur bent á ýmsar leiðir sem hafa verið farnar þess að laða flugrekstraraðila til flugvalla á jaðarsvæðum. Þær leiðir sem hvað oftast hafa orðið fyrir valinu eru þrjár: 1) breytingar á aðstöðu eða þjónustu á flugvelli, 2) byggja upp öflug tengslanet með lykilhagsmunaaðilum í ferðaþjónustu og 3) miða markaðssetningu að flugrekstraraðilum til þess að benda á nýjar flugleiðir eða leiðir sem þegar eru til. Ef litið er til markaðssetningar Akureyrarflugvallar og þróun millilandaflugsins um hann má greina nokkur kunnugleg stef í því sem Halpern varpar fram. Sem dæmi um breytingar á aðstöðu eða þjónustu á flugvelli má nefna lengingu flugbrautarinnar á Akureyrarflugvelli, sem hefur nú þegar verið tekin í notkun. Einnig hafa þróast öflug tengslanet milli norðlensku atvinnuþróunarfélaganna, ferðaþjónustuaðila og annarra hagsmunaaðila á Norðurlandi sem hafa sameiginlegra hagsmuna að gæta varðandi þróun reglulegs millilandaflugs um Akureyrarflugvöll. Þar að auki hafa ferðaþjónustuaðilar (þ.á.m. undir formerkjum MFN) bæði einir og sér og í

samvinnu við Iceland Express lagt áherslu á að herja á erlenda ferðasöluaðila til að vekja athygli á flugleiðinni til Akureyrar. Markaðssetningu – ekki síst þegar um er að ræða nýja áfangastaði – fylgir þó alltaf einhver áhætta. Í máli viðmælenda hjá Iceland Express og MFN kom fram þörf fyrir að dreifa áhættu af slíku markaðsstarfi svo að einhver einn verði ekki hart úti ef illa færi.

Ljóst er að flugvellir geta haft þýðingarmikið hlutverk varðandi þróun ferðamennsku á svæðum sem hafa takmarkað aðgengi og krefjast bæði tíma og fyrirhafnar af ferðamanninum til að nálgast (Schürmann og Talaat, 2000). Líta má á markaðssetningu flugleiðarinnar til Akureyrar sem fjárfestingu í ferðaþjónustu og sem bætt aðgengi fyrir ferðamenn að áfangastað sem að öðrum kosti krefst bæði mikils tíma og fyrirhafnar til að nálgast. Fyrir ferðaþjónustuna getur bætt aðgengi þýtt fjölgun ferðamanna, auknar tekjur og aukið jafnvægi í afkomu ferðaþjónustunnar í kjölfar stöðugri umferðar ferðamanna yfir árið (breytingar á háönn og lágönn). Það skyldi þó varast að líta á flugvöllinn sem allsherjarlausn þar sem öll nauðsynleg grunngerð og þjónusta verður að vera til staðar. Saarinen (2003) undirstrikar jafnframt nauðsyn þess að hagsmunaaðilar innan ferðaþjónustunnar vinni saman til þess að ferðaþjónustan beri þann ávöxt sem óskað er eftir. Þessi skýrsla bendir ótvírætt til að með beinu flugi geti hér þróast áfangastaður í ferðaþjónustu og er sterkasta vísbendingin falin í dvalarlengd þeirra gesta sem með fluginu koma á Norðurlandi. Ferðaþjónustuaðilar verða að vinna að kappi við að þjónusta vel þá gesti sem hingað koma bæði til þess að tryggja arð og að upplifun ferðamannsins sé góð. Þegar upp er staðið getur ánægður ferðamaður verið besta auglýsingin.

Þetta undirstrikar þá mikilvægu staðreynd, að í allri umræðu um flugmálin má ekki gleyma ferðamönnunum sjálfum og hvað um þá verður þegar þeir eru komnir inn á svæðið í gegnum Akureyrarflugvöll. Svo virðist sem möguleikar til tekjusköpunar fyrir ferðaþjónustuna af þessum farþegum séu óþrjótandi. Ljóst er að þessir ferðamenn skilja eitthvað eftir sig í peningum en spurning er hvort og þá hvernig eitthvað af því verður eftir á Norðurlandi. Í umræðunni um flugmál stendur sú staðreynd upp úr að lítið

sem ekkert er raunverulega vitað um samsetningu ferðamannanna, þarfir þeirra og væntingar. Þetta undirstrikar mikilvægi þess að halda könnun sem þessari áfram á Akureyri á hverju ári. Það er nauðsynlegt að kanna þennan hóp mjög vel sem og hvaða tækifæri séu raunverulega til staðar með tilkomu þessara ferðamanna um Akureyrarflugvöll. Auðveldast er að safna þessum upplýsingum meðal ferðamannanna við brottför á Akureyrarflugvelli, eins og gert var í fyrsta skipti á vellinum sumarið 2009. Með þeirri könnun söfnuðust mikilvægar upplýsingar um ferðamennina en slíkar upplýsingar verða einungis fyrst verðmætar verði könnuninni haldið áfram á hverju ári. Með því safnast upplýsingar sem geta sýnt þróun milli ára sem gefur vísbendingar um ferðahneigð og -breytingar. Slíkar upplýsingar styrkja jafnframt stöðir vörubrúnar í ferðaþjónustu á svæðinu.

Á komandi sumri mun Iceland Express bjóða áfram upp á flug milli Akureyrar og Kaupmannahafnar en jafnframt verður boðið upp á flug milli Akureyrar og Lundúna. Bæði flugfélagið og MFN hafa lagt mikla vinnu í að kynna þessa nýjung á breskum markaði og eru báðir aðilar bjartsýnir fyrir sumarið. Enn sem komið er hefur flugrekstraraðilinn einungis séð sér hag í því að halda úti flugi yfir sumartímann en hagsmunaaðilar vona að það geti breyst. Þeir vinna hörðum höndum í að skapa aðstæður á markaði svo að forsenda verði fyrir millalandaflugi til frambúðar – fyrst yfir sumartímann og síðan að lengja tímabilið sem flugið er í boði. Ljóst er að þróun í fluginu er háð bæði framboði og eftirspurn og því er nauðsynlegt að hlúa stöðugt að báðum hliðum. Bæði Iceland Express og MFN eru sammála um að samvinna ferðaþjónustunnar og flugrekstraraðila sé lykilatriði fyrir framtíðina í fluginu um Akureyrarflugvöll. En báðir aðilar eru einnig sammála um að meira þarf til ef vel skuli vera og að vonir um flug á heilsársgrunni skuli rætast.

HEIMILDIR

- Akureyrarbær (2003, 10. nóvember) *Air Greenland hættir*.
<http://www.akureyri.is/frettir/nr/4436> síðast skoðað 2. nóvember 2009.
- 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.
- Baum, T. og Hagen, L. (1999) Responses to Seasonality: the Experiences of Peripheral Destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1, 299-312.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. og Wanhill, S. (2005) *Tourism Principles and Practice*. Essex: Pearson Education Limited.
- European Travel Commission (2009) *European Travel 2009: Trends & Prospects*. Quarterly report (Q3/2009). Brussel: European Travel Commission.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir (2008) Uppbygging ferðapjónustu utan háannar. Árangur af átaksverkefni „Komdu norður!“. Í Ingjaldur Hannibalsson (ritstj.), *Rannsóknir í félagsvísindum IX* (bls. 115-126). Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- 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 síðast skoðað 15. janúar 2010.
- Ferðamálastofa (2009a) *Fjöldi ferðamanna*.
http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat_id=503 síðast skoðað 20. nóvember 2009.
- Ferðamálastofa (2009b) *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Flugstoðir (2009) *Flugtölur 2008*. Reykjavík: Hagdeild Flugstoða.
- Flugstoðir (e.d.) *Akureyrarflugvöllur*.
<http://www.flugstodir.is/?PageID=192> síðast skoðað 10. júlí 2009
- Flugstoðir (e.d.a) *Lenging Akureyrarflugvallar – formleg opnun*.
<http://www.flugstodir.is/?PageID=5&NewsID=1419> síðast skoðað 27. október 2009.

- Forsyth, P. (2006) Aviation and tourism. Í Dwyer, L. og Forsyth, P. (ritstj.), *Handbook on the Economics of Tourism* (bls. 224-247). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Guðmundur Oddsson og Hjördís Sigursteinsdóttir (2006) *Skíðaferðir til Akureyrar. Unnið fyrir ferðaþjónustuklasa Vaxtarsamnings Eyjafjarðar*. Akureyri: RHA – Rannsókn- og þróunarmiðstöð Háskólans á Akureyri.
- 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. (í prentun) Marketing innovation: Sources, capabilities and consequences at airports in Europe's peripheral areas. *Journal of Air Transport Management*.
- ICAO (2008) *Annual Report of the Council 2007*. Montréal: International Civil Aviation Organization.
- Mill, R.C. og Morrison, A.M. (1998) *The Tourism System*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Morgunblaðið (1998, 8. ágúst) *Gífurlegur áhugi á borgarferðum*. http://www.mbl.is/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=412644 síðast skoðað 28. október 2009.
- Morgunblaðið (2003, 11. nóvember) *Ákvörðun Air Greenland „algjört kjaftshögg“*. http://www.mbl.is/mm/frettir/innlent/2003/11/11/akvordun_air_greenland_algjort_kjaftshogg/ síðast skoðað 2. nóvember 2009.
- Mykletun, R.J., Crofts, J.C. og Mykletun, A. (2001). Positioning and island destination in the peripheral area of the Baltics: a flexible approach to market segmentation. *Tourism Management*, 22, 493-500.
- Njáll Trausti Friðbertsson (2005) Millilandaflug frá Norður- og Austurlandi til Evrópu. RHA, Akureyri.
- Njáll Trausti Friðbertsson (2006) Lenging Akureyrarflugvallar. Mat á samfélagslegum og hagrænum áhrifum. Skýrsla unnin fyrir Akureyrarbæ. Akureyri, NT- ráðgjöf.
- Prideaux, B. og Crosswell, M. (2005) The value of visitor surveys: The case of Norfolk Island. *Journal of Vacation Marketing*, 12(4), 359-370.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2006) *Ímynd Norðurlands og Eyjafjarðar – álit erlendra ferðamanna sumarið 2006. Unnið fyrir Vaxtarsamning Eyjafjarðar, matvæla- og ferðaþjónustuklasa*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.

Rögnvaldur Guðmundsson (2009) *Innlendir ferðamenn á Íslandi sumarið 2009. Samantekt unnin fyrir markaðsstofur landshlutanna*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.

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.

Samgönguráðuneytið (2009) Lenging Akureyrarflugvallar malbikuð <http://www.samgonguraduneyti.is/malaflokkar/flugmal/frettir/nr/2083> síðast skoðað 10. júlí 2009.

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.

UNWTO (2009a) *Testing Times for International Tourism*. Frétt af heimasíðu stofnunarinnar 2. júlí 2009. http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=4421&idioma=E síðast skoðað 16. júlí 2009.

UNWTO (2009b) *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 síðast skoðað 11. desember 2009.

UNWTO (2010) *International Tourism on Track for a Rebound after an Exceptionally Challenging 2009*. Frétt af heimasíðu stofnunarinnar 18. janúar 2010. http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=5361&idioma=E síðast skoðað 19. janúar 2010.

VIÐAUKI 2 VISITOR SURVEY IN NORTH ICELAND 2009

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. The objective of this survey 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.

Basic variables

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. **Via which airport did you arrive in Iceland?**
(Only tick one)
 - Keflavik Airport (Reykjavik)
 - Akureyri Airport
 - I didn't arrive via an airport

7. **Have you been to Iceland before?** No Yes
 - a. If yes, how many times? _____

+

+

+

8. **What is the main purpose of your visit to Iceland?**

(Tick more than one if appropriate)

- Holiday
 Visiting friends/relatives
 Business trip
 Course/lecture/education
 Shopping
 Other, what _____

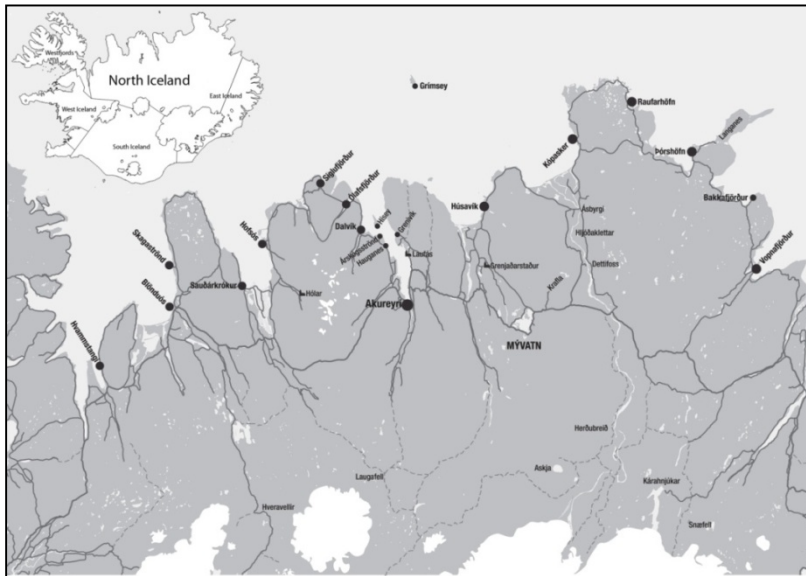
9. **Who are you travelling with?**

(Tick more than one if appropriate)

- Alone
 Spouse
 Family/with child(ren)
 Friends
 Work colleague(s)
 Other, who _____

10. **How many nights did you stay in Iceland?** _____ nights

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



11. **Please tick the places/areas you have visited in North Iceland.**

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

+

+

+

+

+

12. **How many nights did you stay in North Iceland?** _____ nights

13. **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 | |

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

(Tick more than one if appropriate)

- Bus (scheduled)
- Friend's car
- Rental car
- Scheduled ferry
- Scheduled flights
- Tour bus
- Other, what _____

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

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

16. **What amount in ISK did you spend on average in 24 hours in North Iceland?**

- Accommodation _____ ISK
- Restaurants/cafés _____ ISK
- Grocery shopping _____ ISK Other shopping _____ ISK
- Recreation _____ ISK
- Transport _____ ISK Other _____ ISK

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

(Please tick only one box)

- Excellent
- Good
- Average
- Bad
- I don't know

18. **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. _____

3. _____

2. _____

4. _____

19. **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



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

Yes No (go to question 22)

21. **Where did you get information?**

(Tick more than one if appropriate)

- Advertisements in papers/magazines
- Articles in papers/magazines
- Friends/family/other tourists
- Internet
- Tour offices
- Tourist information centres
- Travel guide books
- TV/Radio programme
- Other, what _____

+

+

22. **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 the internet
- 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

Below are a few questions related to the service quality and facilities at Akureyri International Airport. We would appreciate if you could help us improve the overall quality of the airport.

23. **How did you arrive to the airport for departure?**

- By a rental car
- By taxi
- By a friend's car
- By tour bus
- Other, what _____

24. **Would you consider using bus services to or from downtown Akureyri and the airport if one was available?** No Yes

25. **How would you rate the following at the airport?**

	Excellent	Good	Average	Bad	I don't know
Flight information screens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Signposting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baggage carts availability	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baggage carts quality	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seats	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
WC facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duty free shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Staff friendliness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Staff helpfulness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Check-in service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Thank you very much for participating!



**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

JANÚAR 2010