



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn  
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA



# Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

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

Titill: Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir  
Skönnun spurningalista og forvinna gagna: Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála  
Prentun: [Stell \(www.stell.is\)](http://www.stell.is)

Númer: RMF-S-08-2016  
ISBN: 978-9935-437-54-9  
ISSN: 978-9935

Forsíðumynd: Í Námaskarði © Markaðsstofa Norðurlands

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.

# **Erlendir gestir í Mývatnssveit sumarið 2015**

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir



## Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Höfn í Hornafirði, Húsavík og Siglufirði á sama tíma. Verkefnið var eitt af fjórum verkefnum sem hlaut fjárframlag frá Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu í gegnum Háskólann á Akureyri til rannsókna í ferðaþjónustu árið 2015.

Verkefnið er unnið samhliða öðru verkefni á vegum Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu á Höfn, Siglufirði og í Mývatnssveit. Þar eru könnuð áhrif hins hraða vaxtar atvinnugreinarinnar á íbúa staðanna, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2016).

Grundvöllur þessa verkefnis er rannsókn sem unnin var í Þingeyjarsýslum á tímabilinu 2012-2015 og sneri að aðlögun alþjóðlegra aðferða við gerð ferðaþjónustureikninga á afmörkuðum svæðum landsins í þeim tilgangi að greina efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á svæðinu (Lilja B. Rögnvaldsdóttir 2013, 2014a, 2014b, 2016). Í þessu verkefni er áhersla lögð á greiningu erlendra gesta til svæðisins. Hverjir eru það sem koma og hvað dregur þá til svæðisins? Eftir hverju sækjast þeir og hvað skilja þeir eftir? Svör við slíkum spurningum eru mikilvægar í þeim uppbyggingarfasa sem atvinnugreinin er í víða um land auk þess sem þau gagnast við gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðaþjónustu í hverjum landshluta. Rannsóknin var samstarfsverkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála, Rannsóknaseturs Háskóla Íslands á Húsavík, Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri og Þekkingarnets Þingeyinga. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðaþjónustu á hverjum stað. Þeim, spyrjum og öðrum sem komu að verkefninu eru færðar sérstakar þakkir fyrir framlag sitt.

Helstu niðurstöður verkefnisins eru að ferðahegðun, dvalarlengd og útgjaldamynstur erlendra ferðamanna var misjafnt eftir rannsóknarsvæðunum. Ástæða heimsóknar var einnig ólík sem og ákvörðunartími hennar. Í Mývatnssveit var fegurð svæðisins það sem helst dró erlenda ferðamenn til staðarins og 75% aðspurðra höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands sem er hærra hlutfall en á samanburðarsvæðunum. Um 96% aðspurðra voru ýmist ánægðir eða mjög ánægðir með dvöl sína á staðnum og meðaldvalarlengd erlendra gesta í Mývatnssveit var um 21 klst. sem er heldur lengri dvalartími en á hinum stöðunum þremur. Um 46% gestanna dvaldi yfir nótt og meðalútgjöld þeirra á sólarhring reiknuðust 10.333 kr. Stærsti útgjaldaliðurinn var vegna gistiþjónustu. Í Mývatnssveit var hlutfall þeirra sem ferðuðust með hópferðabíl hærra en á hinum stöðunum (24%) en flestir ferðuðust þó með bílaleigubíl (58%). Algengast var að erlendir gestir svæðisins væru á ferð með fjölskyldu eða vinum (76%).

Fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit er áætlaður um 303 þúsund árið 2015. Þegar umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldataölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 3,0-3,2 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 290-305 þúsund gestir hafi heimsótt staðinn. Hafa ber í huga að í könnunum sem þessum skal túlka niðurstöðurnar sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá þeim.

## EFNISYFIRLIT

Efnisyfirlit.....	iii
1 Inngangur .....	1
1.1 Bakgrunnur könnunar.....	1
1.2 Markmið .....	2
2 Aðferðafræði .....	3
2.1 Spurningakönnun .....	4
2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum .....	5
2.1.2 Ferðatengdar spurningar .....	6
2.1.3 Útgjöld ferðamanna .....	6
2.2 Úrtak.....	8
2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum.....	11
3 Niðurstöður .....	15
3.1 Búsetuland.....	16
3.2 Ferðafélagar.....	18
3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit? .....	19
3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit? .....	20
3.5 Gisting.....	21
3.6 Gistimáti .....	22
3.7 Dvalarlengd.....	23
3.8 Tilgangur heimsóknar .....	24
3.9 Ástæða heimsóknar .....	26
3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn .....	27
3.11 Uppruni upplýsinga um Mývatnssveit.....	28
3.12 Ferðamáti .....	30
3.13 Afþreying .....	31
3.14 Útgjöld .....	32
3.15 Ánægja.....	36
3.16 Athugasemdir .....	37
3.17 Umfang og áhrif.....	38
3.18 Samantekt.....	43
4 Umræður og ályktanir .....	45
5 Heimildir .....	47
6 Viðaukar.....	51
6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur.....	51
6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit sumarið 2015 .....	61
6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin .....	65

## Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit eftir búsetulandi sumarið 2015.....	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta í Mývatnssv. í samanburði við Þjóðerni brottfararfarþ. í KEF.....	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú? .....	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða .....	19
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit? .....	19
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit? .....	20
Mynd 7. Dvaldir þú í Mývatnssveit síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt? .....	21
Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015 .....	21
Mynd 9. Hvaða gístiaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér í Mývatnssveit? .....	22
Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða .....	23
Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín í Mývatnssveit muni vara? .....	23
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða .....	24
Mynd 14. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Mývatnssveitar? .....	25
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða .....	25
Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Mývatnssveit varð fyrir valinu sem áfangastaður	26
Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin? .....	27
Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða .....	28
Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Mývatnssveit/Ísland .....	29
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða .....	29
Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Mývatnssveitar? .....	30
Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða .....	31
Mynd 23. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér í Mývatnssveit .....	32
Mynd 24. Vinsamlegast tilgreindu hver sólarhringsútgjöld þín voru í Mývatnssveit .....	34
Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína í Mývatnssveit? .....	36
Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða.....	37
Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit .....	38
Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit 2005-2016.....	39
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og heildarfj. erl. ferðamanna á Ísl.....	40
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og erlendra gesta Jarðbaðanna .....	40
Mynd 31. Fjöldi gesta Jarðbaðanna í Mývatnssveit 2005-2016 .....	41
Mynd 32. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014 .....	42



## Töfluskrá

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar .....	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðarþjónustu .....	7
Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni .....	8
Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk.....	9
Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum .....	10
Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu.....	13
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda .....	15
Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum .....	33
Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða.....	35
Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur.....	51
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	52
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	53
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur .....	54
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur .....	55
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin? .....	56
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	57
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	58
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	59
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur .....	60



# 1 INNGANGUR

Ísland hefur markað sér sess sem áfangastaður ferðamanna og tekur á móti vaxandi fjölda gesta ár hvert. Efnahagslegt mikilvægi atvinnugreinarinnar er ótvírætt en þó misjafnt eftir svæðum. Sumstaðar hefur vöxtur ferðapjónustunnar verið slíkur að hún telst ein af grunnstoðum atvinnulífsins á meðan hún hefur minniháttar áhrif annars staðar. Ólíkar ástæður eru fyrir vali ferðamanna á áfangastöðum innanlands og þarfir þeirra geta verið misjafnar eftir svæðum. Því er mikilvægt að hvert svæði þekki sérkenni og þarfir gesta sinna sem og heimamanna til að atvinnugreinin geti vaxið og þróast á sem farsælastan hátt.

Alþjóðaferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á að lönd greini ólíka þætti ferðapjónustu eftir afmörkuðum svæðum. Rök ráðsins fyrir því eru meðal annars að leggja þurfi áherslu á sérkenni hvers svæðis í allri markaðssetningu. Einnig geti gestir svæðanna haft ólíkar þarfir, ferðavenjur og útgjaldamynstur eftir stöðum sem mikilvægt sé að þekkja. Ráðið nefnir auk þess að sérstaka stefnu þurfi að marka í ferðapjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðapjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðapjónustutengdar vörur og þjónustu eftir alþjóðlegum stöðlum og bera saman á milli svæða sem og við landið í heild. Meðal þess sem þurfi að skoða sérstaklega sé fjöldi ferðamanna á hverjum stað, einkenni þeirra og útgjöld. Ráðið mælir með notkun handbókar Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðapjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðapjónustu voru viðfangsefni rannsóknarverkefnis Rannsóknamiðstöðvar ferðamála sem unnið var í samstarfi við Rannsóknasetur Háskóla Íslands á Húsavík og Þekkingarnet Þingeyinga á tímabilinu 2012-2015. Ferðahegðun og útgjaldamynstur erlendra ferðamanna voru metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðapjónustuaðila þar sem lykiltölur úr rekstri voru skoðaðar. Niðurstöður hafa verið birtar í fjórum skýrslum sem gefnar voru út á tímabilinu 2013-2016 (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2013, 2014a, 2014b, 2016). Þetta verkefni byggir á þeirri rannsókn.

## 1.1 Bakgrunnur könnunar

Skortur á áreiðanlegum og alþjóðlega samanburðarhæfum gögnum í ferðapjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðapjónustunnar, 2015; Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir, 2013). Þegar litið er til afmarkaðra svæða á landinu er gagnaskortur sérstaklega áberandi. Þó ber að nefna að Hagstofa Íslands hefur reglulega tekið saman og birt upplýsingar um fjölda gistinátta og gestakoma eftir átta svæðum

landsins (Hagstofa Íslands, e.d.b.) og Rannsóknamiðstöð ferðamála hefur safnað saman gögnum um fjölda skemmtiferðaskipa og farþega þeirra eftir höfnum og tímabilum (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016). Upplýsingar um fjölda ferðamanna hafa ekki verið birtar með skipulögðum hætti eftir svæðum en Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar hefur gefið út skýrslur þess efnis fyrir nokkur svæði landsins eftir völdum tímabilum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016). Einnig hafa verið settir upp bílateljarar á ferðamannastöðum víða um land sem gefa vísbendingar um fjölda ferðamanna og þróun hans (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015). Við gerð þessarar rannsóknar var litið til ofanefndra gagna en að auki voru kannanir meðal erlendra brottfararfarþega í millilandaflugi á Akureyri sem framkvæmdar voru á árunum 2009-2012 af Rannsóknamiðstöð ferðamála hafðar til hliðsjónar. Þar var könnuð upplifun ferðamanna af heimsókn þeirra til Norðurlands auk þess sem ferða- og neysluhegðun var metin (Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2011, 2012; Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason, 2011; Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason, 2010). Einnig var horft til útgjalda- og ferðavenjukannana Þekkingarnets Þingeyinga sem framkvæmdar voru sumrin 2008 og 2010 á Húsavík (Andri V. Ívarsson og Óli Halldórsson, 2011; Rannveig Guðmundsdóttir og Andri V. Ívarsson, 2008). Þar að auki voru ferðavenjukannanir Ferðamálastofu í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Ferðamálastofa, 2014a, 2014b) hafðar til hliðsjónar þar sem mikilvægt er að ná samanburði milli niðurstaðna svæðisbundinna kannana sem og kannana á landsvísu. Megin grunnur þessa verkefnis er þó fyrrgreint verkefni um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum.

## 1.2 Markmið

Markmið verkefnisins var eftirfarandi:

1. Að greina hvað helst einkennir erlenda gesti hvers svæðis.
2. Að kanna ferðavenjur erlendra gesta á hverjum stað.
3. Að kanna meginástæðu gestanna fyrir vali á áfangastað.
4. Að kanna almenna ánægju gesta eftir svæðum.
5. Að kanna útgjöld erlendra gesta á hverjum stað og áætla umfang atvinnugreinarinnar út frá þeim.
6. Að kanna tölfræðilegan mun á ofantöldu milli svæða þar sem þess gefst kostur.

## 2 AÐFERÐAFRÆÐI

Með ferðapjónustureikningum gefst kostur á að mæla beint framlag ferðapjónustunnar til þjóðarbúsins. Reikningarnir byggja á grunnkerfi þjóðhagsreikninga (e. *System of National Accounts*) (Dwyer, Forsyth og Spurr, 2004; Frechtling og Smeral, 2010; Zhou, Yanagida, Chakravorty og Leung, 1997) og eru unnir eftir alþjóðlegri forskrift ferðapjónustureikninga þar sem tveimur meginritum er fylgt:

1. 2008 Tourism Satellite Account – Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008)
2. 2008 International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) (United Nations, 2010a; 2010b).

Þessi rit eru gefin sameiginlega út af Efnahags og framfarastofnuninni (OECD), Hagstofu Sameinuðu þjóðanna (UNSD), Hagstofu Evrópusambandsins (Eurostat) og Alþjóðaferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNWTO).

Á Íslandi hafa verið gefnir út ferðapjónustureikningar fyrir tímabilið 2000-2013. Hluti þeirra hefur verið uppfærður til ársins 2015 (Hagstofa Íslands, e.d.a.). Ferðapjónustureikningar Hagstofu Íslands einskorðast við niðurstöður á landsvísu. Þá er engu að síður hægt að vinna fyrir afmörkuð svæði (e. *regional TSA*), en sú framkvæmd inniheldur óhjákvæmilega hnökra þegar smærri svæði með takmörkuðu gagnaframboði eru til skoðunar (United Nations, 2010b). Er það m.a. vegna þess að ekki liggur alltaf ljóst fyrir hvar uppruni tekna í ferðapjónustu er og starfsemi lögaðila getur jafnvel dreifst á marga staði. Skilgreining áfangastaðar getur einnig verið vandasöm. Almennt má segja að áfangastaður sé svæði þar sem áhrifa ferðapjónustu gætir. Hann snýst í raun um þrjú megin skilyrði; aðgengi, aðstöðu og aðdráttarafi (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013) og getur miðast við bæjarmörk, náttúruperlu eða annað afmarkað landsvæði. Afmörkun áfangastaða fer ekki endilega saman við afmörkun hagskýrslusvæða á hverjum stað (OECD, 2016) og því geta tölfræðileg gögn um áfangastaði verið af skornum skammti líkt og raunin er á Íslandi.

Í ferðapjónustureikningum er umfang atvinnugreinarinnar annars vegar metið út frá framboðshliðinni þar sem tölfræðin er unnin út frá grunnkerfi þjóðhagsreikninga. Hins vegar er það metið út frá eftirspurnarhliðinni á grundvelli neyslu ferðamanna (United Nations, 2010b). Leitast var við að fylgja aðferðafræði við gerð ferðapjónustureikninga eins og kostur var í þessu verkefni en óhjákvæmilega fylgdu því takmarkanir sökum þess sem tilgreint er hér að framan. Ekki voru fánægjandi gögn um atvinnugreinina eftir rannsóknarsvæðum í þjóðhagsreikningum svo verkefnið einskorðast við mat á áhrifum erlendra gesta út frá eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar. Engu að síður var stuðst við alþjóðlega forskrift ferðapjónustureikninga við þá framkvæmd eins og kostur var. Flokkun útgjaldaliða byggir á sömu flokkun og mælt er til í forskrift ferðapjónustureikninga auk þess sem leiðarvísir

Alþjóðaferðamálaráðs SP um meðferð ferðapjónustutölfræði (United Nations, 2010a; UNWTO, 2014) var hafður til hliðsjónar við gerð spurninga. Þar að auki var stuðst við þær innlendu rannsóknir sem nefndar voru í kafla 1.1 við gerð spurningalistans.

Við framkvæmd ferðapjónustukannana á dreifbýlum svæðum á Norðurlöndunum hefur hið svokallaða Norræna módel (e. *Nordic model*) stundum verið notað við mat á áhrifum ferðapjónustu. Það hefur hentað vel á svæðum þar sem fyrirliggjandi gögn eru takmörkuð, s.s. í norðurhluta Finnlands. Líkt og í tilviki ferðapjónustureikninga byggir módelið á tveimur megináferðum, tekjumódeli (e. *income model*) sem metur framboðshlið ferðapjónustunnar og útgjaldamódeli (e. *expenditure model*) þar sem eftirspurnarhlið ferðapjónustunnar er viðfangsefnið og gagna er aflað með spurningakönnunum meðal ferðamanna (Kauppila og Karjalainen, 2012; Saarinen, 2003). Áðferðirnar eiga það sameiginlegt að hafa það að meginmarkmiði að skilgreina og meta umfang og virði ferðapjónustunnar eftir fyrirfram skilgreindum flokkum og var Norræna módelið því einnig haft til hliðsjónar við framkvæmd spurningakönnunarinnar meðal erlendra ferðamanna í þessu verkefni.

Þegar ferðapjónusta á afmörkuðum svæðum landsins er skoðuð sérstaklega, líkt og gert er í þessu verkefni, er mælt til þess að neytendur þjónustunnar séu greindir í þrjá hópa: Erlenda gesti, innlenda gesti sem búsettir eru á öðrum svæðum landsins og íbúa svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðavenjur og neyslumynstur innlendra gesta þarf að meta með öðrum áðferðum en erlendra gesta. Mælt er til að framkvæmdar séu sérstakar kannanir meðal heimila landsins (e. *household surveys*) þar sem kannaðar eru sérstaklega ferðavenjur innlendra gesta og útgjöld. Fjöldi gistinátta er einnig mikilvæg mælieining í þessu tilliti (United Nations, 2010a). Frá árinu 2009 hefur Ferðamálastofa framkvæmt árlega netkönnun meðal Íslendinga um ferðalög þeirra innanlands og erlendis (Ferðamálastofa, e.d.a.) og Hagstofa Íslands heldur úti samfelldri rannsókn á útgjöldum heimilanna (Hagstofa Íslands, 2013). Ekki var unnt að greina umfang ferðapjónustu vegna innlendra gesta á afmörkuðum svæðum landsins út frá þeim könnunum svo einungis var til skoðunar fjöldi gistinátta íslenskra gesta á hverjum stað og aðrar fjöldatölur þar sem þær voru fáanlegar.

## 2.1 Spurningakönnun

Spurningakönnunin<sup>1</sup> sem er grundvöllur þessarar rannsóknar einskorðast við erlenda gesti á Íslandi (e. *inbound visitors*). Flestar spurningarnar sem lagðar voru fyrir viðmælendur voru lokaðar (e. *structured questions*) þar sem ferðamenn merktu við þann svarmöguleika sem átti best við í þeirra tilfelli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

---

<sup>1</sup> Sjá viðauka 3

nákvæmar upplýsingar eftir því sem við átti hverju sinni. Þar að auki gafst svarendum kostur á að koma athugasemdum á framfæri í opinni spurningu.

Í töflu 1 eru tilgreindir þeir þættir sem mælst er til af Alþjóðaferðamálaráðinu að gagna sé aflað um til að greina helstu einkenni gesta og ferðar. Ekki reyndist unnt að spyrja um alla þá þætti sem ráðlagðir eru þar sem könnunin takmarkaðist við 20 spurningar. Þær bakgrunnsbreytur sem valdar voru í þessari könnun varðandi einkenni gesta voru aldur, kyn og búsetuland. Ekki var spurt um menntun, stöðu eða tekjur. Í tengslum við einkenni ferðarinnar var spurt um tilgang og tegund ferðarinnar, dvalarlengd, uppruna og áfangastað, ferða- og gistimáta (sjá skáletrað í töflu 1).

**Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að aflla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).**

<b>Helstu einkenni gesta</b>	<b>Helstu einkenni ferðar</b>
<i>Aldur</i>	<i>Tilgangur ferðar</i>
<i>Kyn</i>	<i>Tegund ferðar</i>
<i>Efnahagsleg staða</i>	<i>Dvalarlengd</i>
<i>Starf</i>	<i>Uppruni og áfangastaður</i>
<i>Tekjur</i>	<i>Ferðamáti</i>
<i>Menntun</i>	<i>Gistimáti</i>

### 2.1.1 Spurningar tengdar ferðamanninum

Samkvæmt forskrift Alþjóðaferðamálaráðsins um meðferð ferðþjónustutölfræði er mikilvægt að ferðamenn séu greindir eftir búsetulandi en ekki þjóðerni. Einstaklingar eru skráðir eftir þjóðerni eða ríkisborgararétti í vegabréfum en geta haft fasta búsetu annars staðar. Búsetuland í þessu tilviki er skilgreint á sama hátt og gert er í þjóðhagsreikningum og notað er við útreikning á greiðslujöfnuði Seðlabankans. Greining á búsetulandi gerir flokkun gesta eftir uppruna ferðar og áfangastað mögulegan (United Nations, 2010a). Upplýsingar um búsetuland þarf að nálgast með sérstakri spurningu til gestanna og getur þetta því valdið misræmi þegar niðurstöður eru bornar saman við þjóðerni gesta sem er skráð við brottför í Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Í könnun Ferðamálastofu um ferðavenjur erlendra ferðamanna er bæði spurt um búsetuland og þjóðerni hverju sinni (Ferðamálastofa, 2014a).

Sú tegund ferðamanna sem rannsóknin nær yfir er skilgreind sem *gestur* (e. *visitor*) eða „einstaklingur á ferðalagi utan hversdagsumhverfis í minna en 12 mánuði samfleytt. Aðaltilgangur ferðarinnar er annar en að stunda launað starf á staðnum sem ferðast er til“ (Samgönguráðuneytið, 1996, bls. 17; United Nations, 2010a, bls. 101). Gestir geta bæði verið dagsgestir (e. *excursionists*) og ferðamenn (e. *tourists*) eftir því hvort þeir dvelja yfir nótt á áfangastað eður ei (United Nations, 2010a).

### 2.1.2 Ferðatengdar spurningar

Þátttakendur voru sérstaklega spurðir út í heimsókn sína til staðarins og ferðahegðun sína á meðan á dvöl þeirra á staðnum stóð. Með heimsókn þeirra er átt við skilgreiningu Alþjóðaferðamálaráðsins á heimsókn gesta til staðar meðan á ferðalagi stendur (e. *tourism visit*). Heimsóknin þarf ekki að fela í sér gistingu á staðnum en viðkomandi verður engu að síður að stoppa um stund. Engin lágmarks dvalartími hefur verið skilgreindur í þessu samhengi. Þeir gestir sem keyra í gegnum svæðið án þess að gera hlé á ferð sinni teljast ekki til gesta svæðisins (United Nations, 2010a). Ferðamenn sem stofna til tímabundins starfssamnings meðan á dvöl þeirra á svæðinu stendur eru einnig undanskildir skilgreiningunni gestir (United Nations, 2010a).

### 2.1.3 Útgjöld

Með útgjöldum gesta (e. *visitor expenditure*) er átt við þá upphæð sem greidd er fyrir kaup á neysluvörum og þjónustu sem og fyrir önnur verðmæti til eigin nota eða gjafa á meðan á ferðalagi stendur. Það felur í sér útgjöld gesta sem greidd eru af þeim sjálfum eða af öðrum fyrir þeirra hönd (OECD, 2010; United Nations, 2010a, 2010b).

Í þessu tilliti skiptir tímasetning útgjalda máli, sér í lagi þar sem ferðalög geta verið greidd fyrirfram eða jafnvel eftir á með greiðslukortareikningi. Í verkefninu er stuðst við reglur þjóðhagsreikninga um einkaneyslu þar sem miðað er við að neyslan eigi sér stað við afhendingu þjónustu eða við eigendaskipti vöru hvort sem peningaleg greiðsla á sér stað um leið eða ekki (United Nations, 2010a). Útgjöld vegna gistiþjónustu eru því talin þann sólarhring sem dvalið er á gististaðnum, vegna ferða þann sólarhring sem ferðin á sér stað o.s.frv.

Kaup á öllu því sem flokkast sem neysluvörur eða þjónusta í þjóðhagsreikningum getur flokkast sem útgjöld ferðamanna. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgrip, tæknivörur o.s.frv. (United Nations, 2010a).

Mælst er til að ferðamenn flokki útgjöld sín eftir tilgangi í eftirfarandi liði (United Nations, 2010b):

1. Pakkaferð
2. Gistiþjónusta
3. Veitingaþjónusta
4. Samgöngur á áfangastað
5. Samgöngur milli landa
6. Afþreying og tómstundastarfsemi
7. Ýmis verslun
8. Annað



Í þessu verkefni var ekki spurt um heildarkostnað pakkaferðar (1) og ekki samgöngur á milli landa (5) þar sem það átti ekki við um útgjöld innan áfangastaðar. Í tilvikum þeirra gesta sem voru í pakkaferð voru útgjöld á áfangastað áætluð út frá sérstaklega tilgreindum vöru- og þjónustukaupum svarenda á svarsæðli. Við flokkun útgjalda var einnig höfð til hliðsjónar flokkun Hagstofunnar við gerð ferðþjónustureikninga (tafla 2) (Hagstofa Íslands, e.d.a.).

**Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustu (Hagstofa Íslands, e.d.a.)**

<b>Einkennandi atvinnugreinar í ferðþjónustu</b>	<b>Aðrar atvinnugreinar</b>
1. Gistiþjónusta	10. Ýmis verslun
2. Veitingaþjónusta	11. Önnur þjónusta
3. Farþegaflutningar á landi	
4. Farþegaflutningar á sjó	
5. Farþegaflutningar með flugi	
6. Leiga flutningatækja, bílaleiga ofl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómstundastarfsemi	

Atvinnugreinaflokkar ferðþjónustureikninga eru fleiri en grunnflokkar útgjalda hér að framan. Útgjöldum vegna menningarstarfsemi var bætt við útgjaldalistann (tafla 3) auk þess sem veitingaþjónusta var sundurliðuð eftir því hvort hún var innan gististaðar eða utan líkt og gert er í ferðþjónustureikningum. Ekki var spurt sérstaklega um útgjöld vegna ferðaskrifstofa innan áfangastaðar þar sem kaupanda afþreyingar eða annarrar þjónustu getur ekki alltaf verið ljóst hvort söluaðili sé skráður ferðaskipuleggjandi eða ferðaskrifstofa.

Ýmis verslun var sundurliðuð í þrjú undirflokkar: Matvöru, minjagrip og aðra verslun til að ná gleggri mynd af útgjaldamynstri gesta á hverju svæði í verslunum. Endanleg flokkun útgjaldaliða var eins og hún kemur fyrir í töflu 3. Allar upphæðir eru á verðlagi ársins 2015.

**Tafla 3. Útgjaldaliðir í spurningakönnuninni**

Gistþjónusta  
Veitingaþjónusta innan gististaðar  
Veitingaþjónusta utan gististaðar  
Samgöngur  
Afbreyting og tómstundastarfsemi  
Menningarstarfsemi  
Verslun - matvara  
Verslun - minjagripir  
Verslun – aðrar vörur  
Annað

## 2.2 Úrtak

Val á úrtaksaðferðum í ferðavenjurannsóknum getur verið vandasamt þar sem upplýsingar um þýðið eru jafnan takmarkaðar og því erfitt að endurspegla það með úrtaki. Sjaldan liggja fyrir upplýsingar um ferðir og dvalarstaði gesta enda geta þessir þættir verið ákveðnir án fyrirvara. Skortur á upplýsingum um meðlimi þýðis útilokar notkun líkindaúrtaks (e. *probability sampling*) og því þarf að beita aðferðum ólíkindaúrtaks (e. *non-probability sampling*) við val á svarendum (Finn, Elliott-White og Walton, 2000). Meðal aðferða ólíkindaúrtaks eru svokölluð hentugleikaúrtök (e. *convenience samples*) sem lýsa sér þannig að svarendur verða fyrir valinu vegna þess að þeir eru staddir á ákveðnum stað á ákveðnum tíma (Finn, Elliott-White og Walton, 2000; Smith, 2010). Algengasta framkvæmd þessara spurningakannanna er á vettvangi (e. *on-site surveys*) þar sem ferðamenn eru ýmist spurðir spurninga af spyrli eða þeim er afhentur spurningalisti sem þeir svara sjálfir (Vaske, 2008). Þegar þessari úrtaksaðferð er beitt ber að túlka niðurstöður sem vísbendingu um ákveðið ástand eða stöðu en forðast alhæfingar út frá niðurstöðunum (Malhotra, 1999; Vaske, 2008). Aðferð hentugleikaúrtaks var beitt í þessu verkefni. Leitast var við að velja sem hlutlausast svæði á hverjum stað sem þó uppfyllti lágmarksskilyrði um umferð ferðamanna og voru spyrnar staðsettir innan þeirra svæða. Vandasamt getur verið að skilgreina svæði sem endurspeglar þýðið sem best og uppfyllir á sama tíma skilyrði um lágmarksfjölda ferðamanna, áreiðanleika og kostnað (Manzanera, Melijosa, Estebanez og Pelaez, 2002). Mælt er með markvissri og öflugri framkvæmd könnunar þá daga sem umferð ferðamanna er mikil og að velja aðra daga af handahófi þegar umferð er minni. Hafa verður í huga hvert hlutfall þeirra daga er sem umferð er meiri en aðra daga þegar framkvæmd könnunar er skipulögð (Manzanera ofl., 2002).

Tímabil framkvæmdar könnunarinnar var dreift yfir sumarmánuðina eins og kostur gafst, en var engu að síður háð möguleika spyrllanna á því að framkvæma könnunina. Jafnvægi var í tíðni framkvæmdar innan dagsins. Þá daga sem veðurskilyrði voru slæm var svarhlutfall lægra þar sem könnunin var framkvæmd utanhúss og erfiðara reyndist að fá ferðamenn til að taka þátt við þær aðstæður. Í verkefninu gafst ekki kostur á öflun gagna yfir vetrartímamann og því byggja niðurstöður þess á niðurstöðum spurningakannanna sem framkvæmdar voru yfir sumartímamann eingöngu. Engar tölfraeðilegar upplýsingar lágu fyrir um ferðahegðun eða útgjöld ferðamanna yfir vetrartímamann á rannsóknarsvæðunum fjórum. Áætlað hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem heimsótti staðina utan sumartíma (á tímabilinu september til maí) var á bilinu 21%-23% á stöðunum þremur á Norðurlandi og 36% á Höfn í Hornafirði (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2015, 2016).<sup>2</sup>

Úrtaksskekkja (e. *sampling error*) er óhjákvæmileg þegar úrtak er tekið í rannsóknum, en hún lýsir sér í takmörkunum úrtaks til að endurspeglar þýðið. Líkt og með tegund úrtaksaðferðar hefur stærð úrtaks áhrif á úrtaksskekkjuna en hún eykst í öfugu hlutfalli við stærð úrtaksins. Í upphafi rannsóknar þarf að meta hversu háa úrtaksskekkju rannsóknin þolir. Einnig þarf að mæla stærð þýðis sem og breytileika innan þess (Vaske, 2008).

Í töflu 4 má sjá hver lágmarksstærð úrtaks reiknast m.t.t. stærð þýðis, 95% öryggismörk og  $\pm 3\%$ ,  $\pm 5\%$  og  $\pm 10\%$  úrtaksskekkju.

**Tafla 4. Lágmarksúrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk (Vaske, 2008, bls. 180)**

Stærð þýðis	Úrtaksstærð m.v. 95% öryggismörk		
	$\pm 3\%$ úrtaksskekkja	$\pm 5\%$ úrtaksskekkja	$\pm 10\%$ úrtaksskekkja
1.000.000.000	1.067	384	96
1.000.000	1.066	384	96
100.000	1.056	383	96
40.000	1.040	381	96
20.000	1.013	377	96
10.000	965	370	95
8.000	942	367	95
6.000	906	361	95
4.000	843	351	94
2.000	696	322	92
1.000	517	278	88
800	458	260	86
600	384	234	83
400	291	196	78
200	169	132	65
100	92	80	49

<sup>2</sup> Byggt á gögnum um Siglufjörð frá 2013, Mývatnssveit og Húsavík frá 2014 og Höfn frá 2015

Í töflu 4 sést hvernig áhrif úrtaksstærðar minnkar þegar stærð þýðis er komin yfir 40.000. Í verkefninu var reiknuð lágmarksstærð úrtaks m.v.  $\pm 5\%$  úrtaksskekki og 95% öryggismörk á hverjum stað samkvæmt jöfnu Dillman (2007) (í Vaske, 2008, bls. 180) sem tafla 3 byggir á:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p-1)(B/C)^2+(p)(1-p)}$$

$N_s$  = Lágmarksstærð úrtaks.

$N_p$  = Stærð þýðis (í þessu tilfalli áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit).

$p$  = líkur á að spurningu sé svarað á ákveðinn hátt (0,5).

$B$  = ásættanleg skekkjumörk (0,05).

$C$  = Z gildi (1,96).

**Tafla 5. Reiknuð úrtaksstærð eftir svæðum**

	Áætlaður fjöldi erl. <sup>3</sup> ferðamanna	Lágmarksstærð úrtaks	Endanlegur fjöldi svara
Húsavík	193.500	383	523
Mývatnssveit	303.000	384	477
Siglufjörður	47.700	381	428
Höfn	273.000	384	550

Endanlegur fjöldi svara var yfir lágmarksstærð úrtaks miðað við 95% öryggismörk og  $\pm 5\%$  úrtaksskekki á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Í Mývatnssveit tók framkvæmd könnunarinnar 6 daga. Spyrjar á vegum Þekkingarnets Þingeyinga voru staðsettir framan við hliðið inn að Dimmuborgum. Þeir óskuðu eftir þátttöku allra erlendra ferðamanna sem áttu leið hjá. Þeir gátu í flestum tilfellum svarað könnuninni án aðstoðar. Í þeim tilvikum þar sem ferðamenn voru í hópferð og gátu ekki gefið sér tíma til að svara könnuninni meðan á dvöl þeirra í Mývatnssveit stóð, var haft samband við leiðsögumenn hópsins og óskað eftir því að spurningalistum væri dreift um borð í hópferðabifreiðunum og þeir síðan sendir í pósti til framkvæmdaraðila. Tímabil framkvæmdar var 6. til 28. júlí. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 10-19. Alls voru 722 erlendir ferðamenn beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 484 þátttöku, eða 67%. Gild svör voru 477.

Framkvæmd könnunarinnar var háð því að ferðamenn færu fótgangandi um rannsóknarsvæðið á þeim tíma sem könnunin var framkvæmd. Með því var útilokuð þátttaka þeirra þeirra ferðamanna sem komu til staðarins að kvöldlagi eða snemma um morguninn sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

Sömu aðferð var beitt á öllum rannsóknarsvæðunum en eitt svæði (Höfn) var frábrugðið að því leyti að gagnaöflun fór fram yfir lengra tímabil dagsins (frá kl. 8 til 22). Þar voru niðurstöður greindar

<sup>3</sup> Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

sérstaklega eftir því hvort gagnaöflun ætti sér stað eftir kl. 19 (n=133) eða fram til kl. 19 (n=426). Kannað var hvort marktækur munur væri á niðurstöðum eftir gagnaöflunartíma á Höfn. Í einu tilviki mældist munur ( $p=0,041$ ). Munurinn mældist meðal dagsferðamanna þegar spurt var um dvalarlengd, en heildar dvalarlengd stýttist úr 18,4 klst. í 18,0 klst. Þegar einungis var tekið tillit til gagna sem aflað var fyrir kl. 19 á kvöldin. Ekki reyndist marktækur munur á gistihlutfalli ( $p=0,302$ ) né öðrum spurningum sem buðu upp á slíka mælingu. Þegar bornar voru saman niðurstöður spurninga á milli rannsóknarsvæða var í öllum tilfellum notast við niðurstöður út frá gögnum sem spannaði allt gagnaöflunartímabil staðanna að dvalartíma undanskildum þar sem notast var við gagnaöflunartíma fram til kl. 19 á Höfn.

### 2.3 Úrvinnsla og mat á gögnum

Þegar söfnun svara lauk voru þau færð inn í tölfræðiforritið SPSS. Svarblöðin voru skönnuð og niðurstöður forunnar hjá Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri. Við úrvinnslu gagnanna var notast jafnt við SPSS og Excel. Við útreikninga á útgjöldum ferðamanna í erlendum gjaldmiðlum var notast við miðgengi Seðlabanka Íslands þann 15. júlí 2015.

Krosstöflur (e. *crosstabs*) voru notaðar til að skoða dreifingu niðurstaðna eftir bakgrunnsbreytum og eru þær birtar í viðauka 1. Til að meta hvort marktækur munur væri á milli svæða var kí-kvaðrat (e. *chi-square*) marktektarpróf notað þar sem tölfræðileg marktækni miðaðist við 95% marktektarmörk ( $p<0,05$ ). Í texta um niðurstöður spurninga innan hvers svæðis var einungis vísað í bakgrunnsbreytur sem innihéldu að lágmarki 20 svör.

Í verkefninu eru niðurstöður útgjaldakönnunarinnar margfaldaðar með áætluðum fjölda erlendra gesta á hverjum stað til að meta heildarútgjöld þeirra. Útgjöldin eru túlkuð sem ferðaþjónustutengd velta<sup>4</sup> fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Út frá þeim upplýsingum er launakostnaður áætlaður sem og ársverk í ferðaþjónustu á hverjum stað.

Forsendur ofangreindra útreikninga byggja á skýrslu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum árið 2013 (Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir, 2016). Í því verkefni voru áhrifin mæld út frá eftirspurnarhlið atvinnugreinarinnar með framkvæmd útgjaldakannana meðal erlendra gesta svæðisins. Einnig voru þau metin út frá framboðshlið atvinnugreinarinnar þar sem lykiltalna í ársreikningum ferðaþjónustuaðila var aflað. Viðtöl voru tekin við 102 aðila í ferðaþjónustu þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðaþjónustuhlutfall, launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að

---

<sup>4</sup> Virðisaukaskattur meðtalinn

meðaltali 28,9%<sup>5</sup> af ferðaþjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum voru 324.085 kr. árið 2013 og eru uppreiknuð í þessu verkefni m.v. launavísitölu til júlí 2015, alls 370.484 kr.

Í þessu verkefni einskorðast mat á umfangi atvinnugreinarinnar við eftirspurnarhlið hennar þar sem niðurstöðurnar byggja á upplýsingum um útgjöld erlendra gesta á svæðinu en ekki lykiltölum úr rekstri ferðaþjónustuaðila líkt og í fyrrgreindu verkefni um Þingeyjarsýslur. Hlutfall launakostnaðar og ársverka er fengið úr þeirri skýrslu og reiknast út frá áætluðum heildarútgjöldum erlendra gesta sem túlkuð eru sem ferðaþjónustutengd velta fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra gesta.

Í kafla 2.2 er rætt um val á úrtaki og mögulegar úrtaksskekkjur. Þar kemur m.a. fram að val á rannsóknarsvæði geti verið meðal þess sem hefur áhrif á niðurstöður svæðisbundinna ferðavenjukannana. Þegar vísbendingar eru um að úrtak endurspegli ekki fullkomlega þýðið er mælt til að aðferðum gagnavigtunar sé beitt þar sem það er mögulegt (Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2014; Vaske, 2008). Í slíkum tilfellum þarf að þekkja bæði hlutföll þýðis og úrtaks. Í þessu verkefni lágu ekki fyrir fullnægjandi upplýsingar um þýðið til að hægt væri að lagskipta úrtakinu og vigta gögnin. Því eru niðurstöður könnunarinnar birtar án slíkra aðgerða.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum. Samkvæmt OECD ber almennt að taka þeim með fyrirvara og þá sér í lagi þegar um er að ræða samanburð á milli svæða sem og samanburð svæða við niðurstöður á landsvísu. Ástæðan er m.a. sú að þróun rannsóknaraðferða og framboð gagna til að meta áhrif ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum eru almennt takmörkuð. Athugasemdir eru einnig gerðar við ófullkomna gagnagrunna, greiningu gagna og dreifingu niðurstaðna auk þess sem fjármagn til þróunar og uppbyggingar slíkra grunna hefur í gegnum tíðina talist vera of lítið (OECD, 2016). Slíkar viðvaranir eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfræðigagna í ferðaþjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfræðilega annmarka slíkra verkefna gefa niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísbendingar um þróun og stöðu ferðaþjónustu á hverjum stað og eru nauðsynlegar fyrir svæðisbundna stefnumótun atvinnugreinarinnar.

Í opinberum gögnum um erlenda ferðamenn á Íslandi hefur ekki legið fyrir fastmótuð skipting eftir markaðssvæðum. Í þessari könnun eru búsetulönd gesta byggð á flokkun Alþjóðaferðamálastofnunar Sameinuðu þjóðanna (UNWTO, 2015). Í töflu 6 má sjá hvernig Evrópa skiptist samkvæmt þeirri flokkun. Í verkefninu er Norður-Evrópu skipt í tvo undirflokka; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið).

---

<sup>5</sup> Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðaþjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

**Tafla 6. Flokkar Evrópulanda skv. Alþjóðaferðamálaráðinu (UNWTO, 2015)**

<b>Norður Evrópa</b>	<b>Vestur Evrópa</b>	<b>Mið/ Austur Evrópa</b>	<b>S-Evrópa / Miðjarðarhaf</b>
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaría	Bosnía og Hersegóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirgystan	Kýpur
	Þýskaland	Lettland	Makedónía
		Litháen	Malta
		Moldóva	Portúgal
		Pólland	San Marínó
		Rúmenía	Serbía
		Rússland	Slóvenía
		Slóvakía	Spánn
		Tajikistan	Svartfjallaland
		Tékkland	Tyrkland
		Túrkmenistan	
		Ungverjaland	
		Úkraína	
		Úsbekistan	





### 3 NIÐURSTÖÐUR

Í þessum kafla eru kynntar niðurstöður spurningakönnunarinnar sem framkvæmd var meðal erlendra gesta í Mývatnssveit sumarið 2015. Heildarfjöldi gildra svara í könnuninni var 477. Meðalaldur þátttakenda var 47,2 ár og meirihluti svarenda (55%) voru konur. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (61%) en næst flestir komu frá Norður Ameríku (17%). Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3.

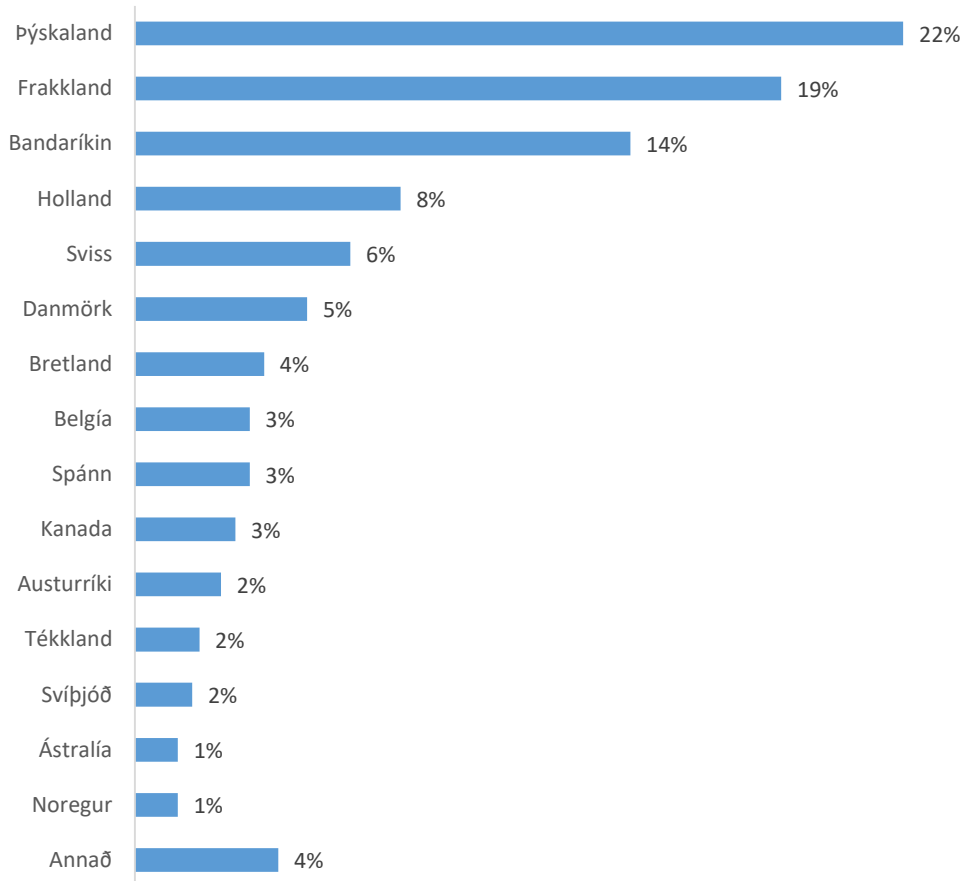
**Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda**

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 ára og eldri
<b>Allir</b>	477	5,7%	25,2%	16,0%	16,8%	18,3%	18,1%
<b>Kyn</b>							
Kona	260	6,2%	25,8%	15,4%	16,9%	18,5%	17,3%
Karl	216	5,1%	24,5%	16,7%	16,7%	18,1%	19,0%
<b>Markaðssvæði</b>							
Norðurlönd	33	15,2%	18,2%	15,2%	21,2%	15,2%	15,2%
Bretlandseyjar	28	10,7%	17,9%	10,7%	25,0%	7,1%	28,6%
Vestur Evrópa	289	2,8%	27,3%	18,0%	17,3%	18,3%	16,3%
Mið-Evrópa	13	46,2%	38,5%	0,0%	7,7%	7,7%	0,0%
Suður-Evrópa	20	5,0%	40,0%	35,0%	10,0%	10,0%	0,0%
Norður Ameríka	80	5,0%	15,0%	7,5%	13,8%	27,5%	31,3%
Asía	3	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	6	0,0%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%
Annað	5	0,0%	40,0%	0,0%	40,0%	0,0%	20,0%
<b>Búsetuland</b>							
Þýskaland	106	2,8%	28,3%	16,0%	20,8%	18,9%	13,2%
Frakkland	89	2,2%	21,3%	18,0%	12,4%	15,7%	30,3%
Bandaríkin	67	3,0%	10,4%	9,0%	11,9%	28,4%	37,3%
Holland	36	8,3%	11,1%	22,2%	33,3%	13,9%	11,1%
Sviss	30	0,0%	50,0%	20,0%	6,7%	23,3%	0,0%
Danmörk	23	13,0%	13,0%	17,4%	21,7%	13,0%	21,7%
Bretland	18	5,6%	11,1%	5,6%	33,3%	0,0%	44,4%
Belgía	16	0,0%	43,8%	25,0%	12,5%	12,5%	6,3%
Spánn	16	0,0%	43,8%	43,8%	6,3%	6,3%	0,0%
Kanada	13	15,4%	38,5%	0,0%	23,1%	23,1%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	33,3%	8,3%	8,3%	41,7%	8,3%
Svíþjóð	8	12,5%	37,5%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%
Ástralía	6	0,0%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%
Noregur	6	33,3%	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%
Annað	31	25,8%	35,5%	6,5%	16,1%	12,9%	3,2%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra gesta á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem gerir meðalaldur gestanna í Mývatnssveit 2015 heldur hærri en á landsvísi sumarið áður. Meðalaldur erlendra gesta á Húsavík var 42,8 ár, á Siglufirði 47,1 ár og á Höfn í Hornafirði 37,7 ár.

### 3.1 Búsetuland

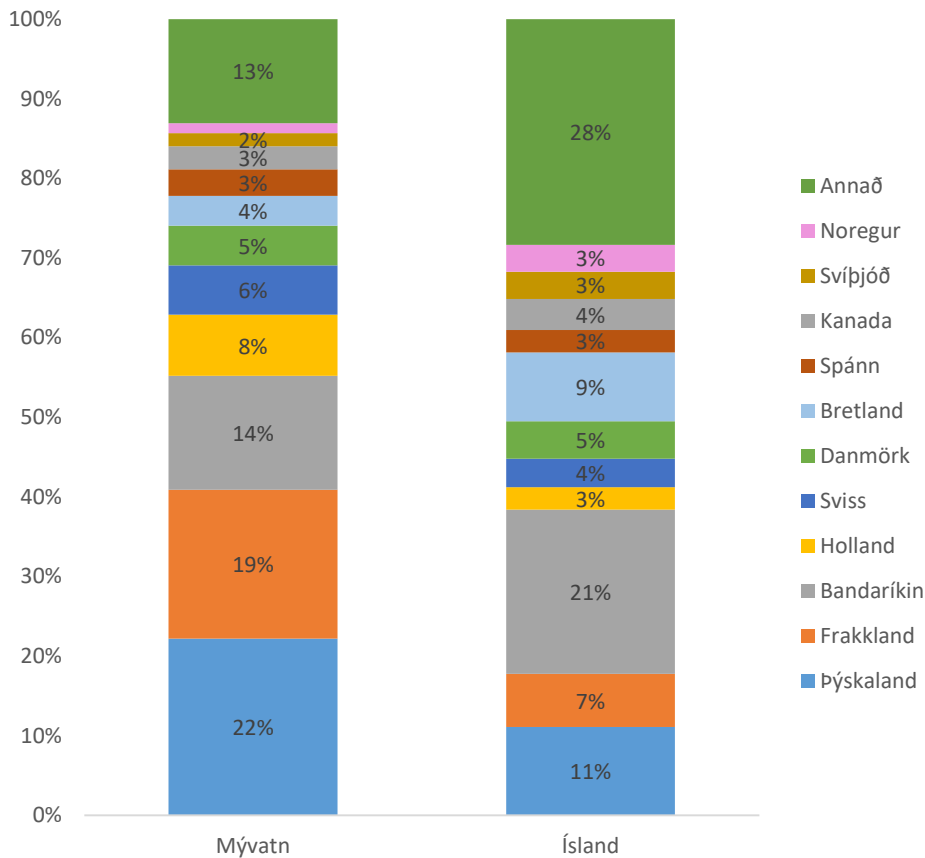
Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá Þýskalandi (22%). Alls voru um 19% svarenda frá Frakklandi og 14% svarenda frá Bandaríkjunum (mynd 1).



**Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit eftir búsetulandi sumarið 2015**

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma<sup>6</sup> eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 11% brottfararfarþega voru frá Þýskalandi og 7% frá Frakklandi og Bretlandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar úr Mývatnssveit (mynd 2). Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 21% (Ferðamálastofa e.d.b.). Samkvæmt könnun RRF dvelja gestir frá Mið-Evrópu, Suður-Evrópu og Benelux löndunum lengur að meðaltali á Íslandi (11-13 nætur) yfir sumartímamann en t.d. gestir frá Bretlandi og Norður Ameríku (6-8 nætur) sem er ein af ástæðum þess að ferðamenn frá þessum markaðssvæðum dreifast betur um landsbyggðina (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015).

<sup>6</sup> í júlí 2015



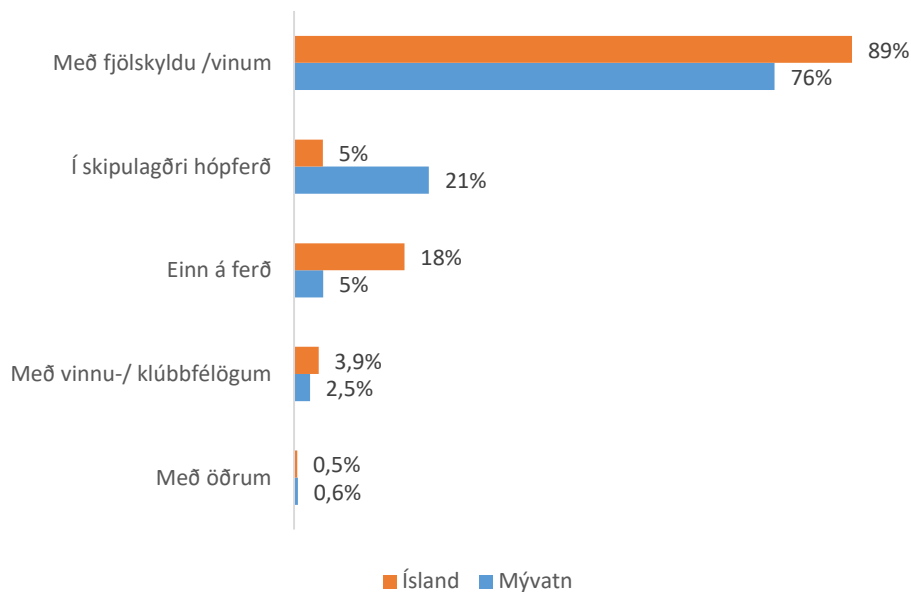
**Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta í Mývatnssveit í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í júlí og ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)**

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Norðurlandi eystra sumarið 2015 hæst meðal Þjóðverja (23%). Þar á eftir voru Bandaríkjamenn (12%), Frakkar (12%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Norðurlandi eystra var því hærra meðal Þjóðverja (17%) og Frakka (16%) en Bandaríkjamanna og Breta (12%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.).

### 3.2 Ferðafélagar

Af þeim sem ferðuðust til Mývatnssveitar voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (76,3%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (21,4%) og 4,6% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 vekur athygli hátt hlutfall þeirra sem ferðast í skipulagðri hópferð til Mývatnssveitar (21,4%).

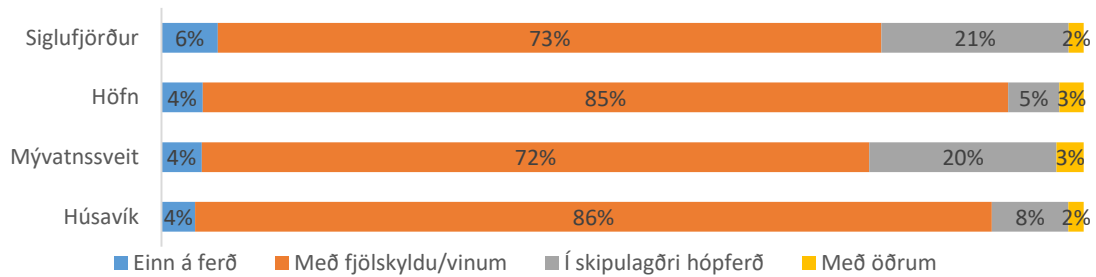
Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu sumarið 2014 sögðust 5% aðspurðra vera með ferðahópi, 89% í ferð með fjölskyldu eða vinum, 18% ferðuðust einir og 4% með vinnufélögum (Ferðamálastofa, 2014a).



**Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?**

Hægt var að nefna fleiri en einn svarmöguleika í þessari spurningu svo svör voru fleiri en svarendur. Í töflu 10 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Þegar ferðamáti er skoðaður eftir búsetulandi gesta má sjá að hlutfall þeirra sem ferðast með skipulögðum ferðahópi var hæst meðal gesta frá Þýskalandi (36,4%) og Bandaríkjunum (36,2%). Hlutfallið meðal gesta frá Frakklandi var 21% og 13,5% hjá gestum frá Hollandi. Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór hækkandi eftir aldri og í hópi 65 ára og eldri sögðust 46,5% aðspurðra vera í hópferð.

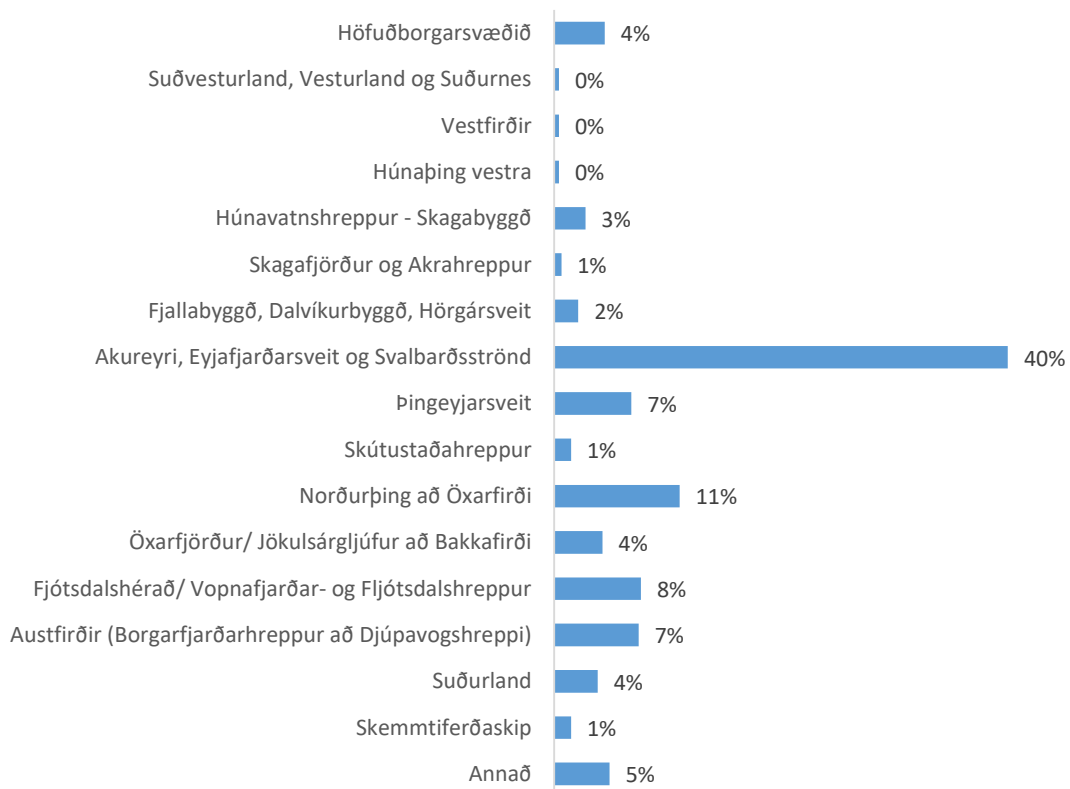
Þegar svörin eru borin saman á milli svæða má greina hærra hlutfall þeirra sem eru í hópferð í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn. Hlutfall þeirra sem ferðast með fjölskyldu og vinum er að sama skapi lægra í Mývatnssveit og á Siglufirði. Marktækur munur var á milli svæða ( $p < 0,01$ ).



**Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða<sup>7</sup>**

### 3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?

Ferðamenn voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu í Mývatnssveit. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á síðustu nótt. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti. Fjöldi gilda svara var 471. Flestir höfðu dvalið á Akureyri og nágrenni, eða 188 (40%). Af þeim gistu flestir (174) á Akureyri. Alls gistu 41 (9%) á Húsavík, 26 (6%) á Egilsstöðum, fjórtán á Seyðisfirði og sjö á Eskifirði. Alls hafði 21 gist síðustu nótt í Reykjavík.

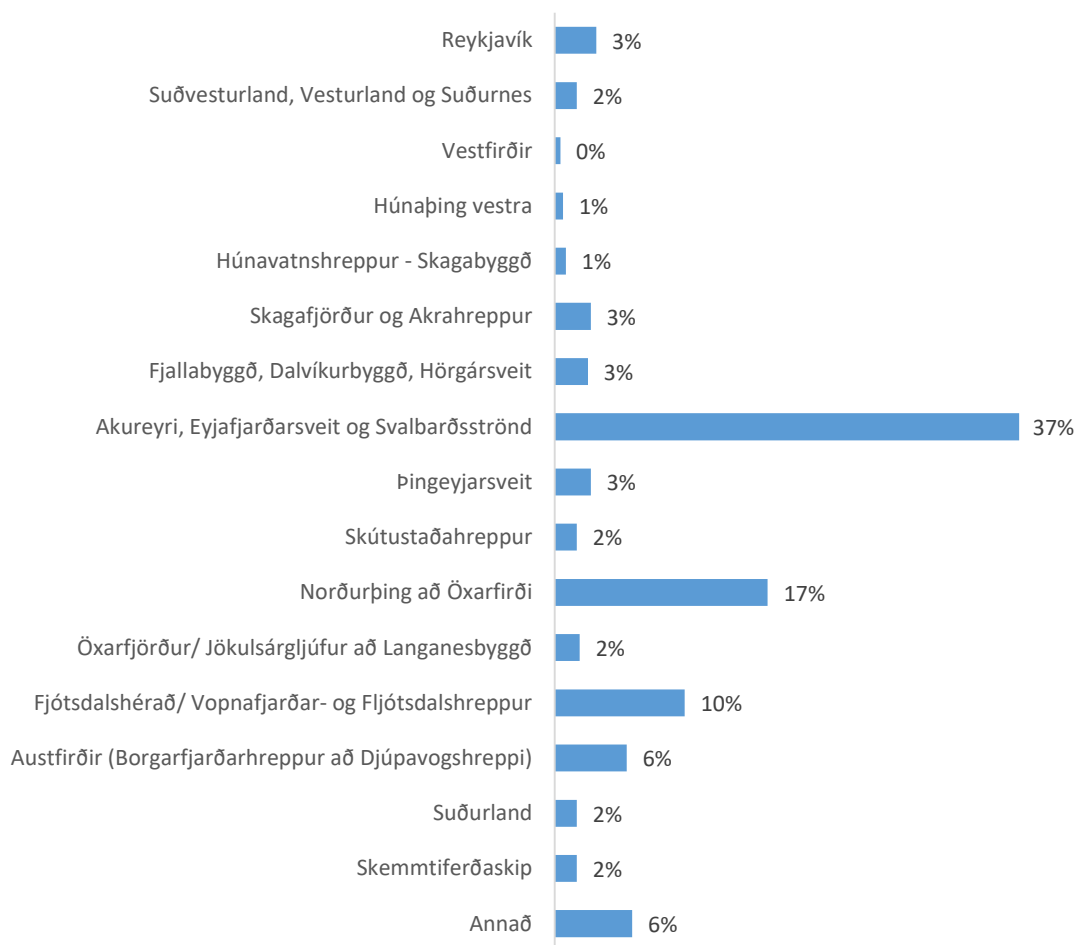


**Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst í Mývatnssveit?**

<sup>7</sup> Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

### 3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?

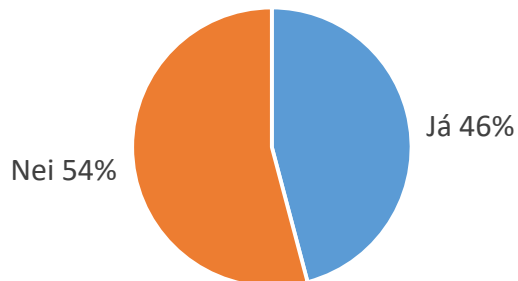
Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir áformuðu að dvelja næstu nótt eftir að þeir færu úr Mývatnssveit. Gild svör voru 449. Flestir ætluðu að gista á Akureyri (150) eða alls 33%. Fjórtán þátttakendur sögðust ætla að gista á Svalbarðsströndinni (3%). Um 17% aðspurðra (77) hugðust gista á svæðinu frá Norðurþingi að Öxarfirði, þar af flestir á Húsavík (72). Af þeim 73 (16%) sem sögðust ætla að gista á Austurlandi áformuðu flestir (41) að gista á Egilsstöðum. Á svæðinu frá Öxarfirði að Langanesbyggð hugðust níu manns gista næstu nótt. Af þeim 13 (3%) sem hugðust gista í Þingeyjarsveit ætluðu flestir að vera á Laugum (5). Einungis 3% (15) ætluðu að gista næstu nótt í Reykjavík.



Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð úr Mývatnssveit?

### 3.5 Gisting

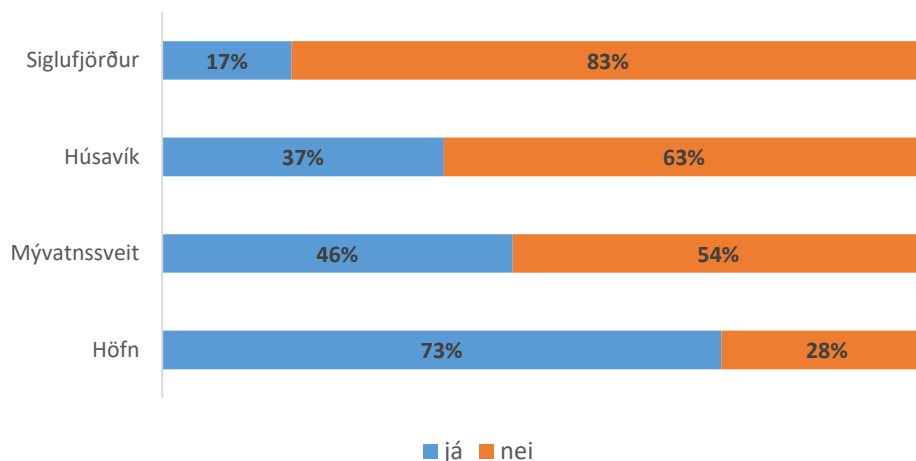
Spurt var hvort gestir hefðu dvalið í Mývatnssveit síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 449 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 206 (45,9%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



**Mynd 7. Dvaldir þú í Mývatnssveit síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?**

Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki<sup>8</sup> var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Sviss (71%) og var töluvert yfir meðaltali á meðan hlutfall gesta frá Danmörku var 25%, Bandaríkjunum 35% og frá Hollandi 39%. Hlutfall gesta frá Þýskalandi og Frakklandi var 47% og því nokkuð nær meðaltalinu. Um 55% gesta sem ferðuðust með bílaleigubíl áformuðu að gista á staðnum og 71% gesta á eigin bíl. Hlutfallið meðal gesta í hópferð var talsvert lægra, eða um 19%.

Samkvæmt Rannsóknunum og ráðgjöf ferðapjónustunnar (Rögvaldur Guðmundsson, 2015) hefur hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem gistu í Þingeyjarsýslum árin 2012-2014 yfir sumartímenn lækkað úr 71% árið 2012 í 59% 2014. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 11 í viðauka 1.



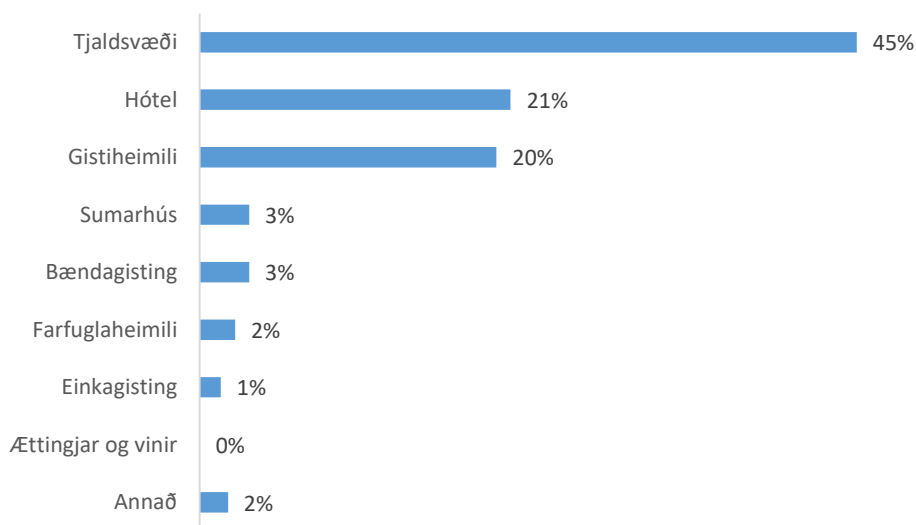
**Mynd 8. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015**

<sup>8</sup> Einungis er tekið tillit til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

Á mynd 8 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015. Marktækur munur var milli svæða ( $p < 0,01$ ) en hlutfallið á Siglufirði var áberandi lægst og dvalartíminn stystur. Hæst var gistihlutfallið á Höfn í Hornafirði.

### 3.6 Gistimáti

Þátttakendur voru spurðir um hvaða tegund gistiþjónustu þeir nýttu sér í Mývatnssveit (mynd 9). Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu. Alls tilgreindu 205 svarendur hvers konar gistingu þeir nýttu sér.



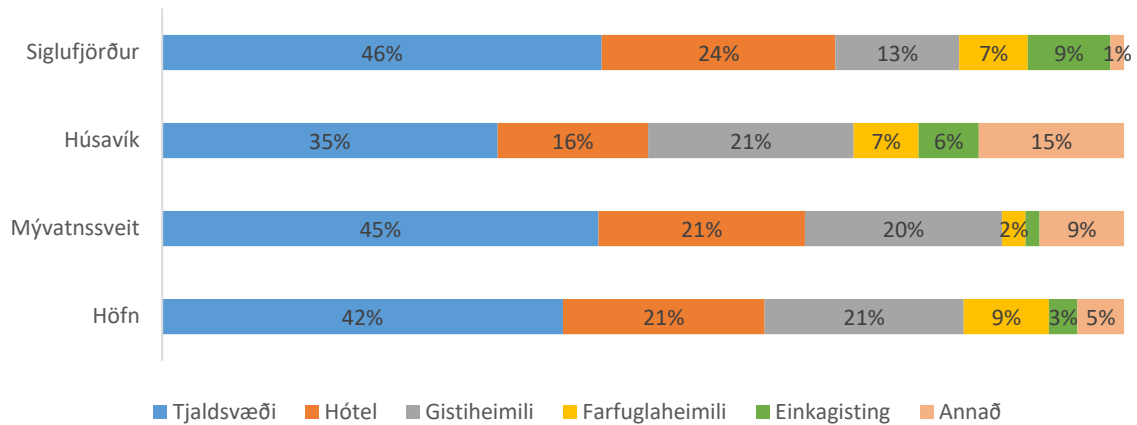
**Mynd 9. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér í Mývatnssveit?**

Langflestir (45%) gistu á tjaldsvæðum, 21% gisti á hótélum og 20% á gistiheimilum. Þegar niðurstöðurnar voru skoðaðar eftir búsetulöndum mátti greina nokkurn mun á vali gesta eftir því hvaðan þeir voru. Þannig gistu 59% Bandaríkjamanna á hótélum til samanburðar við 10% gesta frá Frakklandi og 26% gesta frá Þýskalandi. Um 40% gesta frá Frakklandi gistu á tjaldsvæðum, 33% gesta frá Þýskalandi og 23% gesta frá Bandaríkjunum.

Hlutfall hótélgesta fór hækkandi eftir aldri og var hæst meðal gesta á aldrinum 65 ára og eldri (52%). Um 61% gesta á aldrinum 25-34 ára gistu á tjaldsvæðum í Mývatnssveit í samanburði við 17% gesta á aldrinum 65 ára og eldri.

Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 12 í viðauka 1.



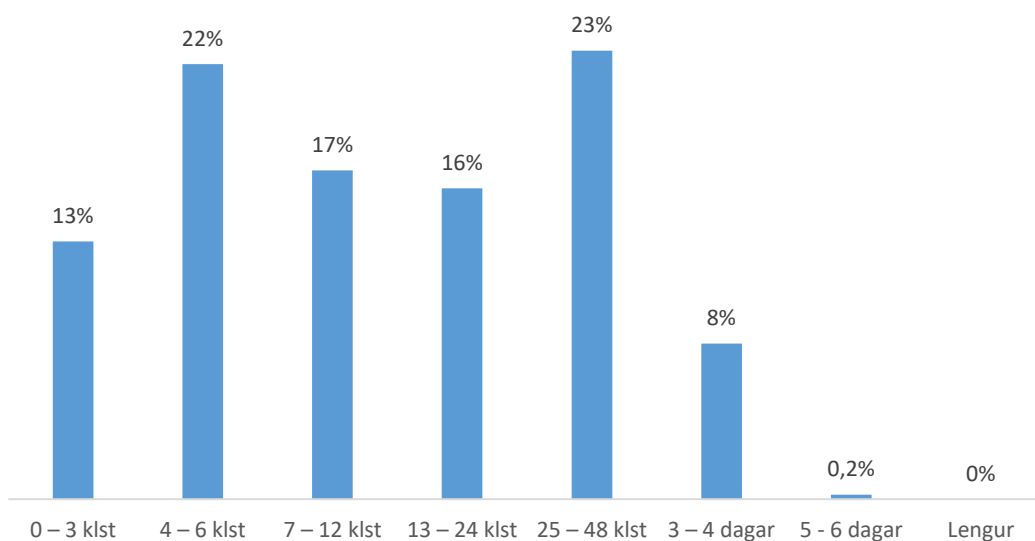


**Mynd 10. Gistimáti, samanburður svæða**

Þegar meðaltal svæðanna fjögurra er reiknað eftir gistimáta var hlutfall gesta á tjaldsvæðum 42%, á hótélum 21%, á gistiheimilum 19%, á farfuglaheimilum 6% og í einkagistingu 5% (mynd 10). Marktækur munur var á milli svæða ( $p < 0,01$ ). Helstu frávikin frá meðaltalinu í Mývatnssveit voru í gistingu á farfuglaheimilum og í einkagistingu. Marktækur munur var á milli svæða ( $p < 0,01$ ).

### 3.7 Dvalarlengd

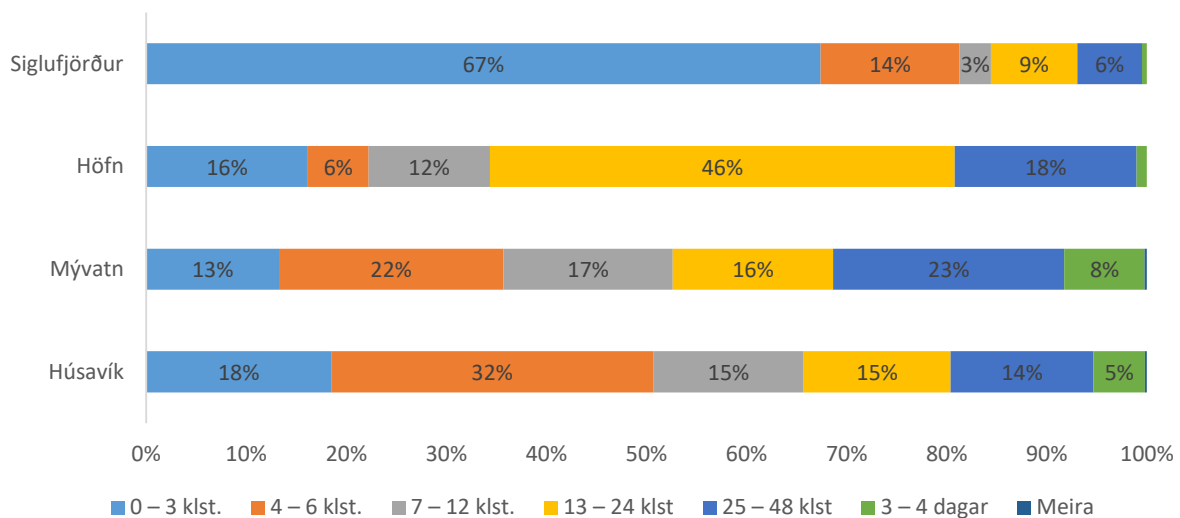
Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína í Mývatnssveit. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 21,4 klst. Þegar niðurstöðurnar voru flokkaðar eftir því hvort um var að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 6,2 klst. og næturgestir 39,2 klst. Á mynd 11 má sjá hvernig svörin skiptust hlutfallslega eftir dvalartíma, en flestir (23,1%) stoppuðu í 25-48 klst. á svæðinu.



**Mynd 11. Hversu lengi telur þú að dvöl þín í Mývatnssveit muni vara?**

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá aldurshópnum 35-44 ára (4%) en hæst hjá elsta aldurshópnum (65 ára og eldri) þar sem hlutfallið var 26%. Dvalartími gesta var lengstur hjá gestum frá Sviss (36 klst), Þýskalandi (22 klst) og Frakklandi (21 klst). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 13 í viðauka 1.

Á mynd 12 er dvalartími gesta borinn saman eftir svæðum. Meðaldvalartími allra svæða var um 15,4 klst. Hjá dagsgestunum var meðaldvalartíminn 4,5 klst. og hjá næturgestum 30,5 klst. Marktækur munur var á milli svæða ( $p < 0,01$ ).



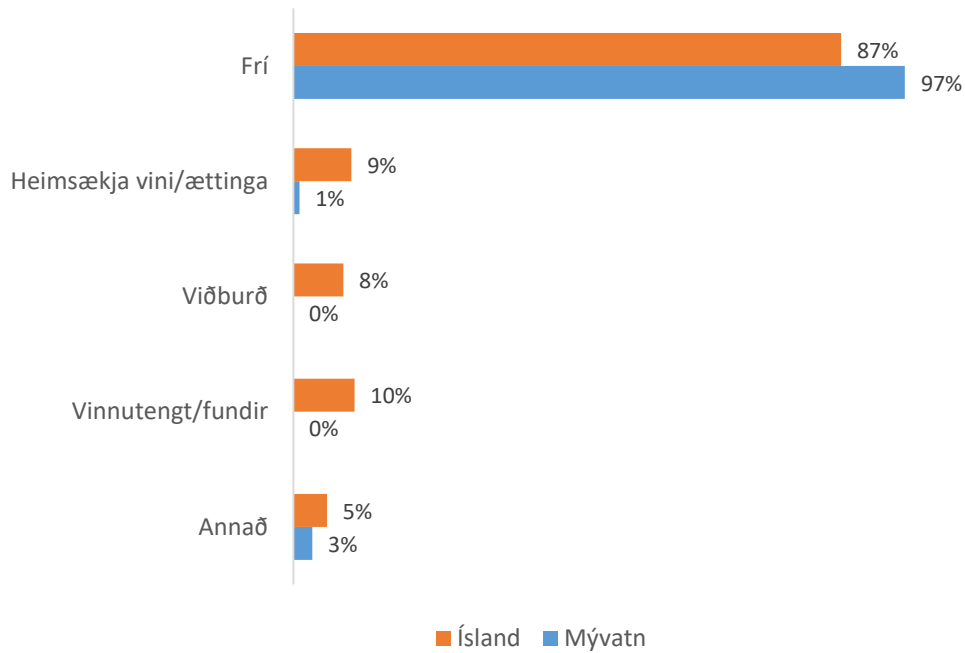
**Mynd 12. Dvalartími, samanburður svæða**

Dvalartíminn var lengstur í Mývatnssveit 21,4 klst., næst lengstur á Höfn 18,0 klst., á Húsavík var hann 15,8 klst. og stytstur á Siglufirði 6,4 klst.

### 3.8 Tilgangur heimsóknar

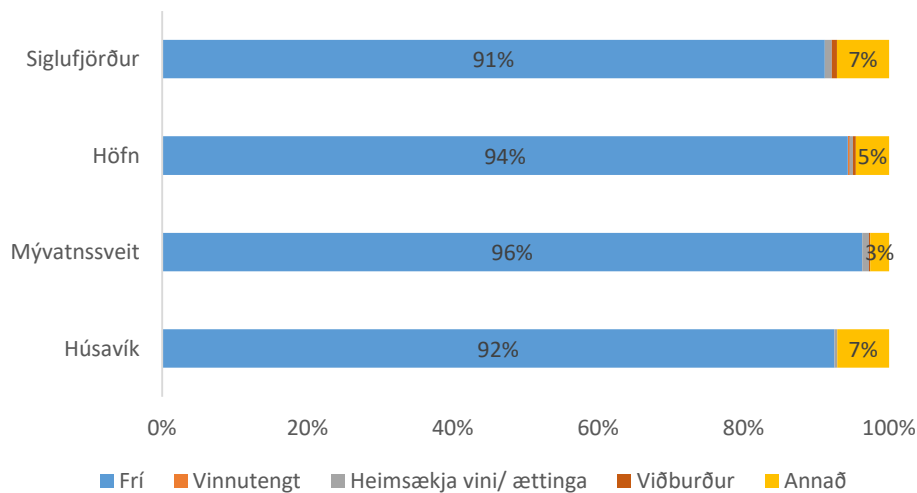
Þegar spurt var um megingilgang ferðar til Mývatnssveitar kom í ljós að langflestir voru þar í fríi, eða alls um 97% svarenda. Enginn var þar vegna viðburðar eða í vinnutengdum erindagjörðum og um 1% svarenda kom til að heimsækja vini og ættingja. Um 3% svarenda nefndu annað sem valmöguleika, s.s. náttúruna, ljósmyndun og útivist (mynd 13). Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara var fleiri en svarenda.

Þegar megingilgangur heimsóknar til Mývatnssveitar er borinn saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 kemur í ljós að þar nefna aðeins færri frí sem megingilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megingilgang, 8% viðburð og 5% ráðstefnu/stærri fund, 4% vinnu/minni fund og um 2% annað (Ferðamálastofa, 2014a). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.



**Mynd 13. Hver er megingilgangur heimsóknar þinnar til Mývatnssveitar?**

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna töldu megingilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ( $p=0,01$ )<sup>9</sup> (mynd 14).



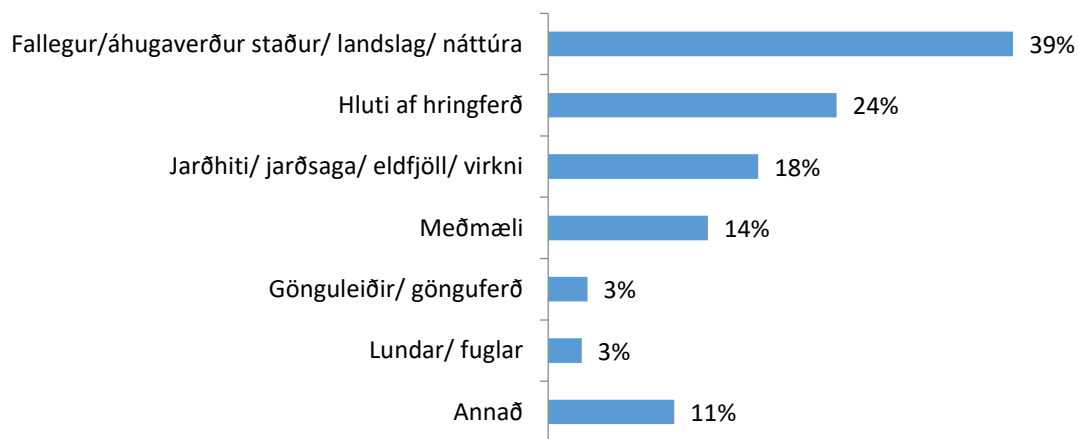
**Mynd 14. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða<sup>10</sup>**

<sup>9</sup> Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

<sup>10</sup> Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær aðeins frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.

### 3.9 Ástæða heimsóknar

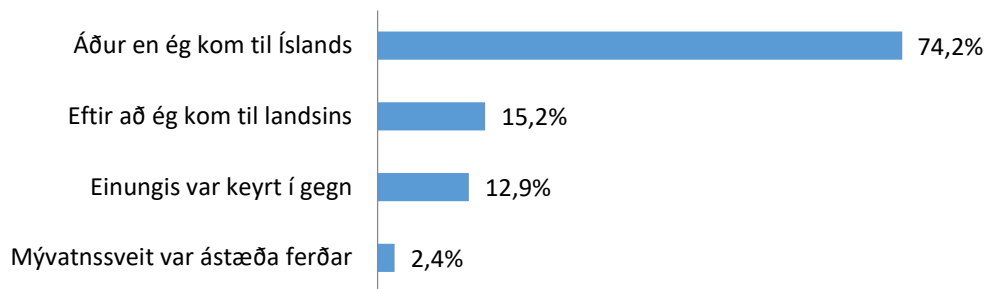
Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Mývatnssveit hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru greindar út frá. Í einhverjum tilvikum nefndu menn fleiri en eina ástæðu og því eru fleiri svör en svarendur, eða alls 472 svör hjá 422 svarendum. Í flestum tilvikum (39%) var fegurð staðarins, náttúra og landslag meginástæða heimsóknarinnar. Þar næst var ástæða heimsóknar sögð sú að um væri að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel væri hluti af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókninni (24%). Um 18% þátttakenda nefndu jarðhita, jarðsögu og eldfjöll sem meginástæðu og um 14% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum eða frá öðrum fjölskyldumeðlimum og vinum. Alls nefndu 3% aðspurðra gönguleiðir eða gönguferðir sem meginástæðu og önnur 3% nefndu fugla. Um 11% svarenda nefndu aðrar ástæður s.s. útivist, menningu svæðis, ljósmyndun, að þeir hefðu verið hér áður og einhverjir sögðust einungis vera á leið í gegnum svæðið.



**Mynd 15. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Mývatnssveit varð fyrir valinu sem áfangastaður**

### 3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

Þegar menn voru spurðir að því hvenær þeir tóku ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit kom í ljós að langflestir (74%) höfðu ákveðið heimsóknina áður en þeir komu til Íslands (mynd 16). Um 15% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 13% tilvika var ástæðan sú að Mývatnssveit var hluti af lengri ferð og keyra þurfti í gegnum hana. Í einungis 2% tilvika var Mývatnssveit meginástæða Íslandsheimsóknar. Í einhverjum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 488 hjá 466 svarendum.



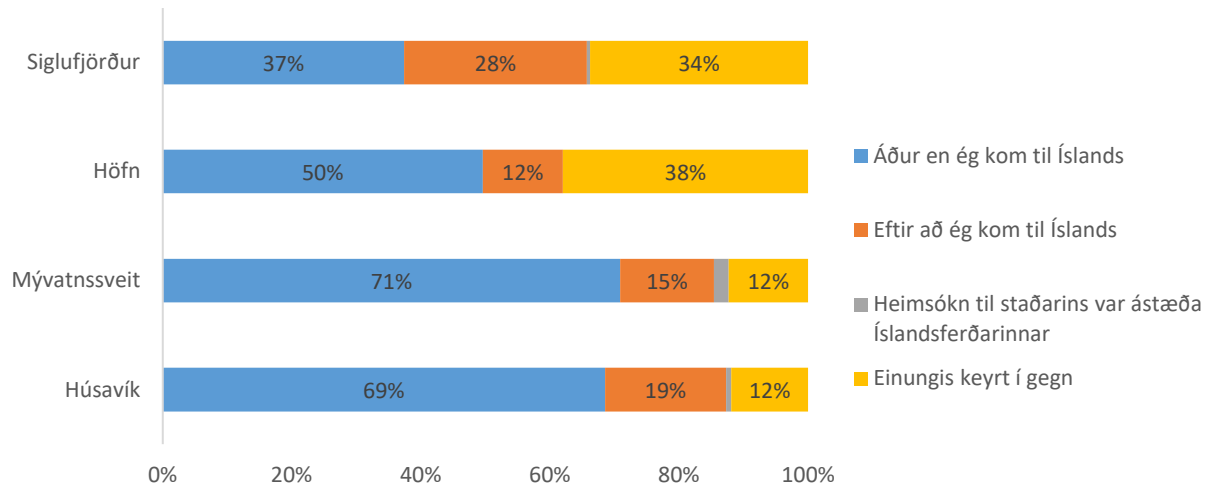
**Mynd 16. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?**

Fyrirfram ákveðin heimsókn í Mývatnssveit var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Frakklandi en 92% þeirra höfðu tekið ákvörðun um að fara í Mývatnssveit áður en lagt var af stað til Íslands. Svipað hlutfall var hjá gestum frá Ítalíu (91%). Hlutfallið var um 74% meðal gesta frá Bretlandi, 73% frá Spáni, 65% frá Þýskalandi og 61% frá Bandaríkjunum.

Um 28% gesta frá Þýskalandi ætlaði einungis að keyra í gegn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Mývatnssveit. Sama hlutfall gesta frá Bretlandi og Spáni var 17%. Lægst var hlutfallið 1% meðal gesta frá Frakklandi. Í töflu 15 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 17) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar auk þess sem færri gestir segja staðina einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.



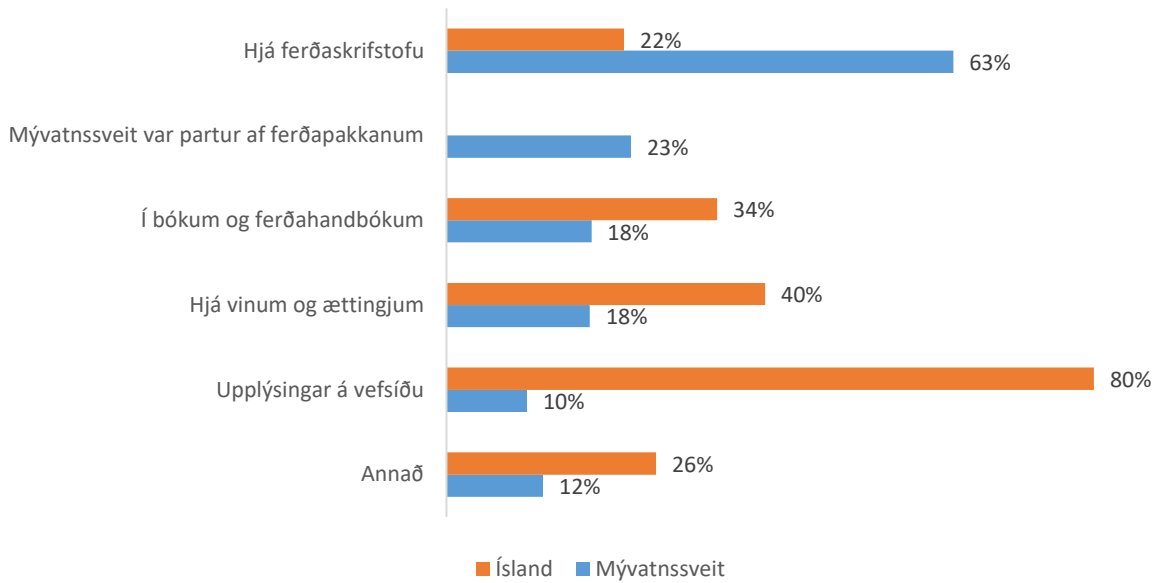
Mynd 17. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða<sup>12</sup>

### 3.11 Uppruni upplýsinga um Mývatnssveit

Ferðamenn voru spurðir hvaðan þeir höfðu aflað upplýsinga um Mývatnssveit. Fjöldi svara var 678 hjá 472 svarendum en langflestir (63%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu (mynd 18). Í 23% tilvika var heimsókn til Mývatnssveitar partur af heildarpakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Um 18% aðspurðra höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum og önnur 18% hjá vinum og ættingjum. Um 10% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor, Hostel.is, Islande24.fr og Lonely Planet og 7% nefndu fjölmiðla. Alls fengu 4% aðspurðra upplýsingar annars staðar frá s.s. frá öðrum ferðamönnum, gististöðum, ferðahópum og nokkrir höfðu verið hér áður. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 16 í viðauka 1.

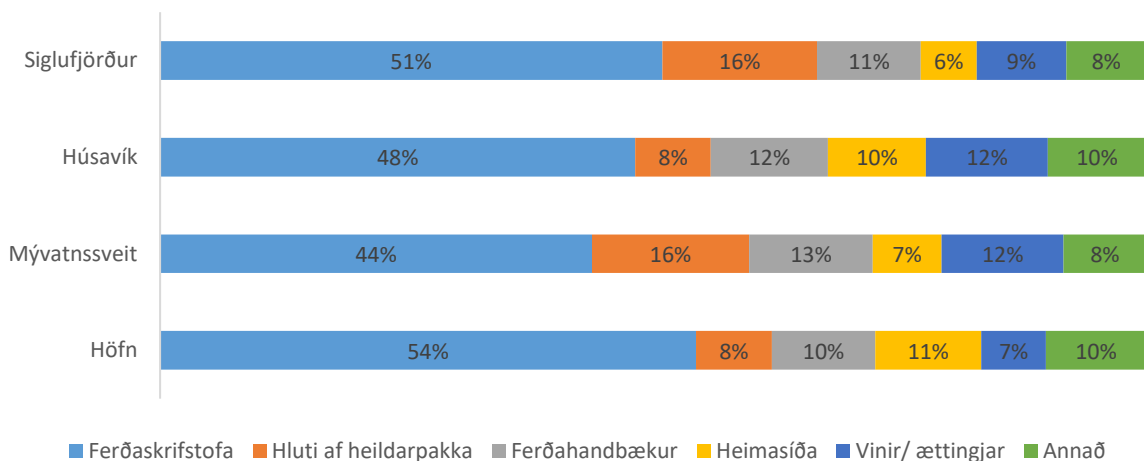
Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland. Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

<sup>12</sup> Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur



**Mynd 18. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Mývatnssveit/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina?**

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman (mynd 19) en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 18). Ferðamenn á stöðunum fjórum höfðu í flestum tilvikum fengið upplýsingar frá ferðaskrifstofum. Hlutfall þeirra sem sögðu að heimsókn staðarins væri partur af heildarpakka og því hefði upplýsinga ekki verið aflað sérstaklega um svæðið er herra í Mývatnssveit og á Siglufirði en á Húsavík og Höfn sem er í nokkru samræmi við hlutfall þeirra sem sögðust vera í hópferð (mynd 4).

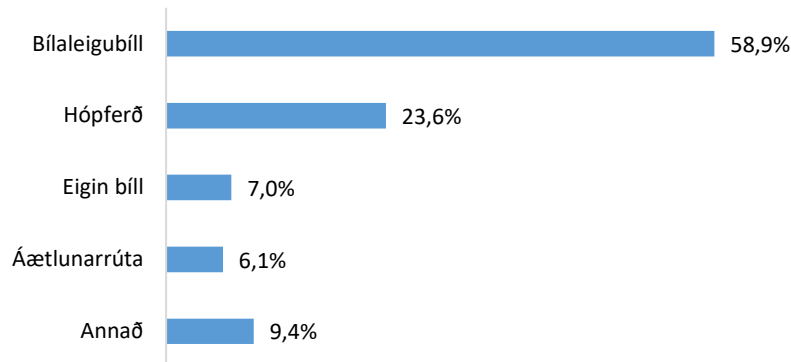


**Mynd 19. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða<sup>13</sup>**

<sup>13</sup> Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur. Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs.

### 3.12 Ferðamátí

Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Mývatnssveitar (mynd 20). Langflestir komu með bílaleigubíl (59%). Þar næst var um að ræða hópferð í rútu (24%), eigin bíl (7%) og áætlunarrúta (6%). Um 9% svarenda nefndu annað s.s. bíl vinar (2%), puttaferðalag (3%), mótorhjól (1%) og húsbíl (0,5%). Fjöldi svara var 488 hjá 474 svarendum.

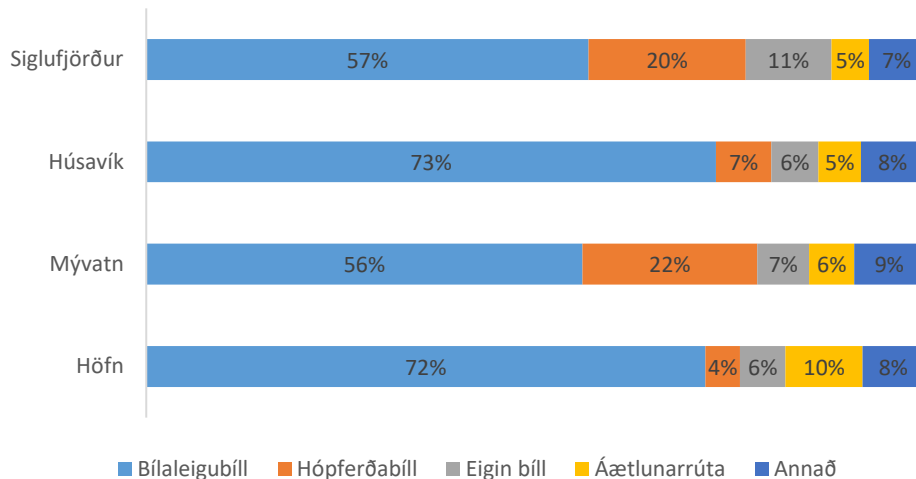


Mynd 20. Hvernig ferðaðist þú til Mývatnssveitar?

Þegar svörin eru skoðuð eftir búsetulandi þátttakenda má greina hátt hlutfall hópferða hjá gestum frá Þýskalandi (41%) og Bandaríkjunum (40%). Hlutfall hópferða var töluvert lægra meðal gesta frá Hollandi (8%) og Sviss (7%). Um 26% gesta frá Frakklandi ferðuðust með hópferðabíl. Hlutfall gesta sem komu með bílaleigubíl var yfir meðaltali meðal gesta frá Danmörku (87%), Sviss (77%), Hollandi (75%) og Frakklandi (60%) en undir meðaltali hjá gestum frá Bandaríkjunum (37%) og Þýskalandi (48%). Hæst var hlutfall bílaleigubíla meðal gesta í aldurshópnum 25-34 ára (80%) og lægst hjá 65 ára og eldri (26%). Að sama skapi var hlutfall hópferðabíla lægst meðal gesta á aldrinum 25-34 ára (5%) og hæst meðal 65 ára og eldri (57%). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Marktækur munur var á milli svæða varðandi ferðamáta ( $p < 0,01$ ). Bílaleigubíl var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit í samanburði við önnur svæði (mynd 20). Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. með Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíl (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu var spurt um hvaða ferðamáti hafi verið nýttur á meðan á Íslandsdvöl stóð svo algengt var að svarendur veldu fleiri en einn svarmöguleika (80% fleiri svör en svarendur). Einungis var spurt um einn sólarhring í þessu verkefni og ber að hafa það í huga við samanburð.





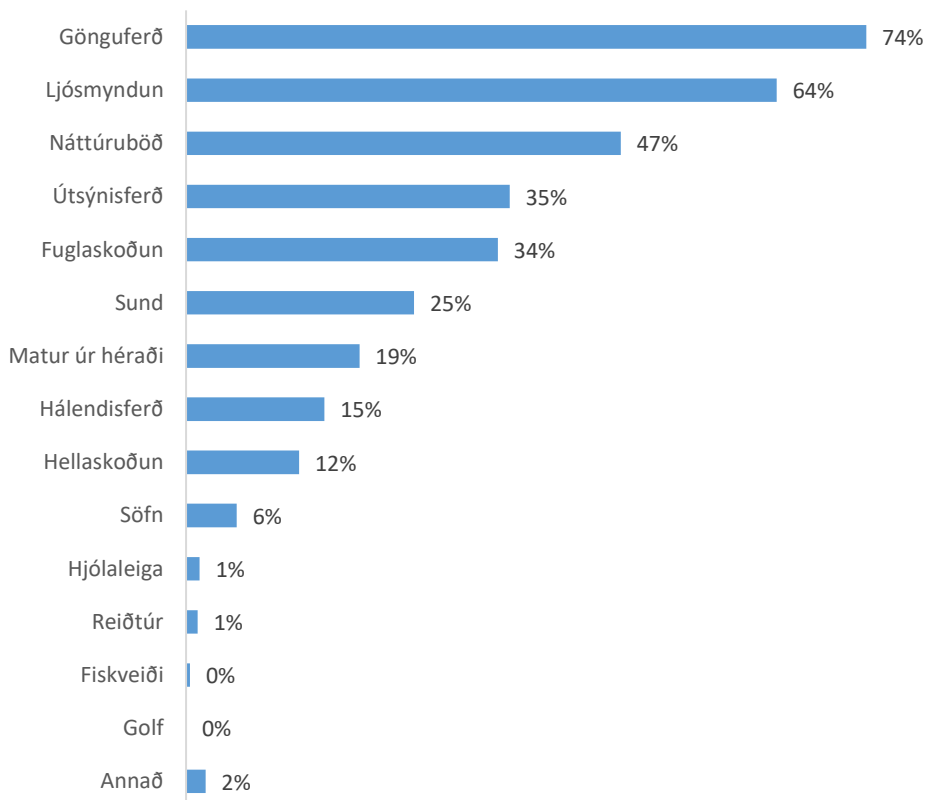
**Mynd 21. Ferðamáti, samanburður svæða<sup>14</sup>**

### 3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra í Mývatnssveit stæði. Alls svöruðu 472 þátttakendur spurningunni en heildarfjöldi svara var 1587 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt (mynd 22). Flestir (74%) gestanna nefndu gönguferð og 64% ljósmyndun. Um 47% nefndu náttúruböð og 35% útsýnisferð. Alls ætluðu 25% svarenda að fara í sund og 19% að smakka mat úr héraði. Um 15% hugðust fara í hálendisferð og 12% í hellaskoðun. Alls ætluðu 6% að skoða söfn og 1% að fara í reiðtúr og veiði.

Gera má ráð fyrir að hlutföllin séu nokkuð hærri í könnuninni en í raunveruleikanum þar sem spurt er hvaða afþreyingu svarendur hygðust nýta sér óháð því hvort það gengi eftir. Til samanburðar má nefna að heildarfjöldi erlendra gesta í Jarðböðin var 124 þúsund árið 2015 (Jarðböðin, 2017) en ef reiknað er með að 47% af heildarfjölda erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 hafi farið í böðin verður útkoman heldur hærri, eða 144 þúsund. Ekki má þó útiloka að hluti svaranna eigi við um náttúruböð annars staðar en í Jarðböðunum, t.d. í Stórugjá.

<sup>14</sup> Við samanburð á milli svæða eru niðurstöður reiknaðar niður á fjölda svara en ekki svarenda. Það gerir þær frábrugðnar þeim sem birtar eru fyrir hvert svæði í þeim tilvikum sem fjöldi svara er fleiri en svarendur.



**Mynd 22. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér í Mývatnssveit á meðan á dvöl þinni stendur**

Nokkuð jöfn dreifing var meðal aldursflokka og markaðssvæða almennt en þó má greina lækkandi hlutfall gesta sem áformar að fara í gönguferðir með hækkandi aldri. Af þeim sem ætluðu að fara í náttúruböð var hæst hlutfall meðal yngsta aldurshópsins (63%) og lægst hlutfall meðal 65 ára og eldri (22%). Um 76% gesta frá Hollandi og 59% gesta frá Spáni hugðust fara í náttúruböð til samanburðar við 26% gesta frá Ítalíu og 32% gesta frá Bandaríkjunum. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 18 í viðauka 1.

### 3.14 Útgjöld

Í spurningakönnuninni voru þátttakendur beðnir um að áætla og sundurliða útgjöld sín í Mývatnssveit síðasta sólarhringinn. Ef dvölin var styttri en sólarhringur voru svarendur beðnir um að tilgreina útgjöld sín þann tíma sem dvölin varaði. Þeir sem voru nýkomnir á svæðið voru beðnir að áætla útgjöld sín á meðan á dvöl þeirra stæði og takmarka þau við 24 klst. að hámarki ef ætlunin var að dvelja lengur. Í kafla 2.1 er farið yfir skilgreiningu útgjaldaliða og hvað telst vera ferðakostnaður. Gild svör voru á bilinu 390 til 431 eftir útgjaldaliðum. Svarendur tilgreindu sérstaklega hve marga kostnaðurinn átti við og takmarkast gild svör við 1-6 neytendur hverju sinni. Til lækkunar á gildum svörum komu einnig útlagar, eða svör sem ekki geta talist eðlileg í gagnasafninu og í kostnaðarliðnum gisting var einungis notast við

svör þeirra þátttakenda sem höfðu sagst ætla að gista í Mývatnssveit og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

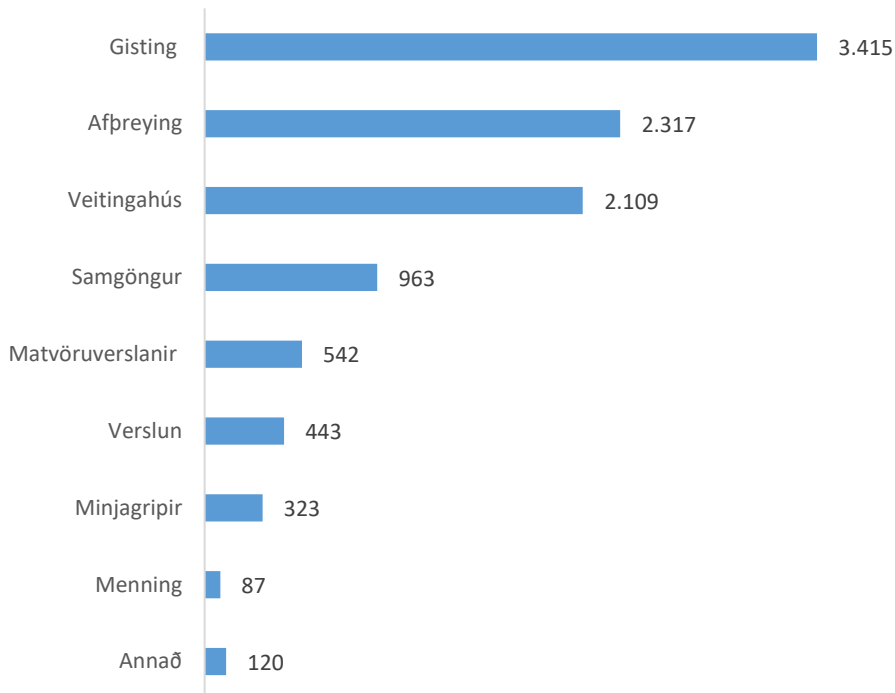
Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 10.333 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöldin í gistiþjónustu, eða 7.317 kr. á sólarhring. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla erlenda gesti staðarins, óháð því hvort þeir gistu eða ekki, er meðalupphæð á gest 3.415 kr. Hafa ber í huga að af öllum þeim sem gistu, dvöldu 45% á tjaldsvæðum en það lækkar meðalgistikostnað töluvert.

**Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustuþáttum**

Þjónustuþáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustuþáttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gilda svara
Gisting	7.317	3.415	47%	390
Veitingar	3.042	2.124	70%	431
Afþreying	4.624	2.317	50%	431
Menning	1.696	87	5%	431
Minjagripir	2.173	323	15%	431
Verslun	2.848	985	35%	431
Samgöngur	3.579	963	27%	431
Annað	2.344	120	5%	431
		10.333		

Af þeim sem keyptu veitingar meðan á dvöl þeirra stóð var meðalkostnaður 3.042 kr. Þegar sú upphæð er reiknuð á alla gesti svæðisins er upphæðin 2.124 kr. á sólarhring. Alls keyptu 70% allra gesta veitingar á veitingastöðum eða kaffihúsum í Mývatnssveit. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 17% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.

Um 50% svarenda greiddu sérstaklega fyrir afþreyingu í Mývatnssveit, eða 2.317 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. gönguferð með leiðsögn, náttúruböð, hestaferðir og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi s.s. reiðhjól.



**Mynd 23. Meðalútgjöld erlendra gesta í Mývatnssveit eftir útgjaldaliðum**

Um 5% þátttakenda greiddu fyrir menningu meðan á dvöl þeirra stóð. Inn í þann flokk falla heimsóknir á söfn, gallerí, sýningar og tónleika svo dæmi séu tekin. Að meðaltali greiddu þeir sem nýttu sér þjónustubáttinn 1.696 kr. sem reiknast sem 87 kr. að meðaltali meðal allra svarenda.

Um 35% svarenda tilgreindu verslun sem útgjaldalið. Að meðaltali eyddu þeir 2.848 kr. í verslun eða 985 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 55% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Alls greiddu um 27% aðspurðra fyrir samgöngur. Í langflestum tilvikum var um að ræða bensínkostnað þar sem tekjur vegna áætlunarferða um svæðið renna til fyrirtækja sem eru staðsett utan Mývatnssveitar. Rútuferðir í Öskju sem og aðrar sérsniðnar ferðir með leiðsögn innan svæðisins flokkast með afbreytingu.

Í töflu 9 eru meðalútgjöld allra þátttakenda birt eftir útgjaldaflokkum og svæðum. Útgjöldin reiknast á alla svarendur óháð því hvort þeir hafi keypt vörur eða þjónustu í útgjaldaliðunum eða ekki.

**Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða<sup>15</sup>**

	Húsavík	Mývatnssveit	Höfn	Siglufjörður
Gisting	2.440	3.415	4.870	969
Veitingar	2.232	2.124	3.443	1.413
Afþreying	5.994	2.317	1.310	41
Menning	770	87	43	877
Minjagripir	255	323	113	21
Verslun	856	985	1.026	216
Samgöngur	714	963	1.056	216
Annað	48	120	58	114
	13.309	10.333	11.920	3.866

Útgjöld vegna gistingu voru í samræmi við gistihlutfall staðanna. Hæst var hlutfallið á Höfn 73%, þar næst í Mývatnssveit 46%, svo á Húsavík 37% og lægst á Siglufirði 17% (sjá kafla 3.5). Þegar tegundir gistimáta voru bornar saman, voru lægstu útgjöldin alla jafna hjá þeim sem dvöldu á tjaldsvæðum og hæstu meðal þeirra sem völdu hótलगistingu. Hlutfall þeirra sem gistu á tjaldsvæðum á stöðunum fjórum var á bilinu 35% til 46%, hótela á bilinu 16%-24% og gistiheimila 13%-21% (sjá kafla 3.6).

Útgjöld vegna veitingaþjónustu voru hæst á Höfn (3.443 kr.) og lægst á Siglufirði (1.413 kr.). Hlutfall þeirra sem keypti veitingaþjónustu var nokkuð svipað á milli staða eða á bilinu 65% til 70%.

Útgjöld vegna afþreyingar voru afgerandi hæst á Húsavík (5.994 kr.) og lægst á Siglufirði (41 kr.) þegar þau höfðu verið reiknuð niður á alla þátttakendur könnunarinnar óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki. Um 65% allra þátttakenda á Húsavík greiddi fyrir afþreyingu þar sem hvalaskoðun var langalgengasta tegund afþreyingar. Næst hæst voru útgjöldin í þessum lið í Mývatnssveit (2.317 kr.) þar sem 50% aðspurðra greiddi fyrir afþreyingu. Aðgangseyrir í Jarðböðin var algengastur í þeim lið. Þar á eftir kom Höfn (1.310 kr.) þar sem 15% greiddu fyrir afþreyingu. Á Siglufirði var framboð afþreyingar takmarkað og einungis 2% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir þann lið, alls 41 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda.

Meðalútgjöld tengd menningu voru hæst á Siglufirði (877 kr.) þar sem 62% aðspurðra sagðist hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu á svæðinu. Á Húsavík greiddu 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

Útgjöld vegna minjagripa voru á bilinu 21 kr. á Siglufirði til 323 kr. í Mývatnssveit. Meðalútgjöld vegna verslunar voru hæst á Höfn (1.026 kr.), þar sem 40% aðspurðra sögðust hafa greitt fyrir vörur í

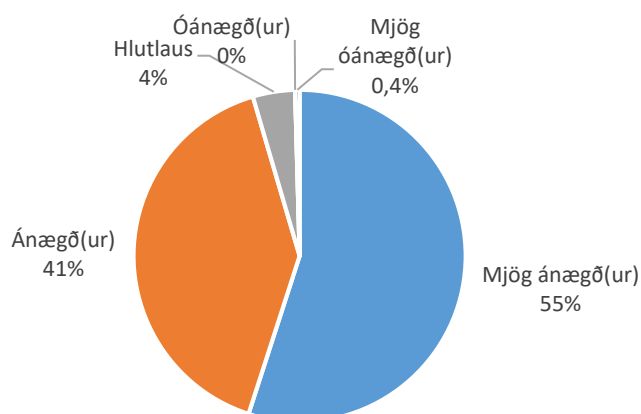
<sup>15</sup> Um er að ræða meðalútgjöld allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki.

verslunum bæjarins. Þar af voru 80% útgjalda vegna matvöru. Í Mývatnssveit voru meðalútgjöldin 985 kr. þar sem 35% aðspurðra sögðust hafa verið með útgjöld í þessum lið. Þar af voru 55% vegna matvöru. Á Húsavík voru 33% aðspurðra með útgjöld tengd verslun (856 kr.), þar af voru 62% útgjaldanna vegna matvöru. Á Siglufirði voru meðalútgjöldin í þessum lið 216 kr. þar sem 17% aðspurðra sögðust hafa keypt vörur og þjónustu í þessum útgjaldaflokki. Þar af voru 98% vegna matvöru.

Hæst voru útgjöld vegna samgangna á Höfn (1.056 kr.) og lægst á Siglufirði (216 kr.). Um 37% aðspurðra á Höfn greiddu fyrir samgöngur, 21% á Húsavík (1.286 kr.), 27% í Mývatnssveit (963 kr.) og 7% á Siglufirði. Í langflestum tilfella var um að ræða bensín- og olúkaup.

### 3.15 Ánægja

Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína í Mývatnssveit. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 462. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (55%) eða ánægðir (41%). Um 4% svarenda voru hlutlausir og einungis tveir þátttakendur sögðust vera mjög óánægðir sem verður að teljast mjög jákvætt fyrir ferðabjónustuna á svæðinu (mynd 24).

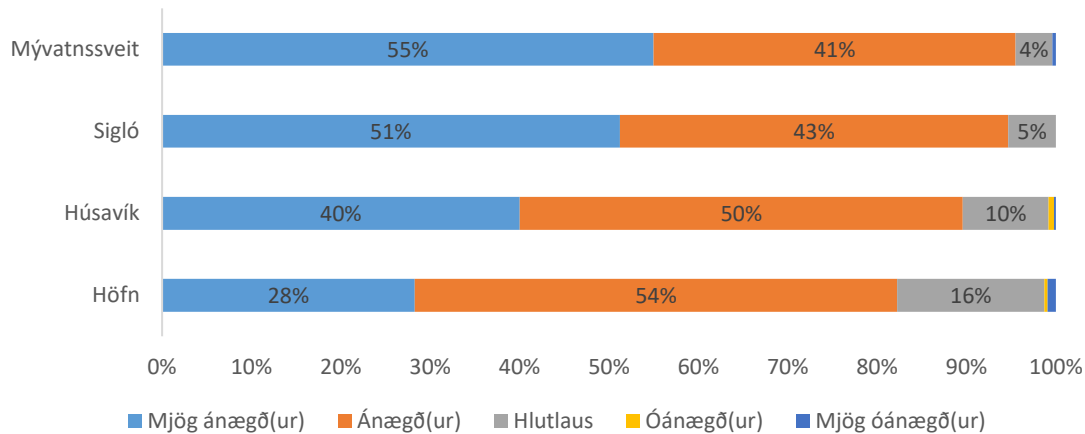


Mynd 24. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína í Mývatnssveit?

Um 58% gesta frá Frakklandi sögðust vera mjög ánægðir og 38% ánægðir sem var hæsta hlutfall ánægju greint eftir búsetulandi gesta. Þar á eftir sögðust 58% Bandaríkjamanna vera mjög ánægðir og 33% ánægðir. Niðurstöðurnar má sjá í töflu 19 í viðauka 1.

Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ( $p < 0.01$ )<sup>16</sup>. Fleiri erlendir gestir í Mývatnssveit og á Siglufirði sögðust vera mjög ánægðir á meðan fleiri sögðust vera ánægðir á Húsavík og Höfn.

<sup>16</sup> Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir.  $N=1904$ ,  $p < 0,01$ .



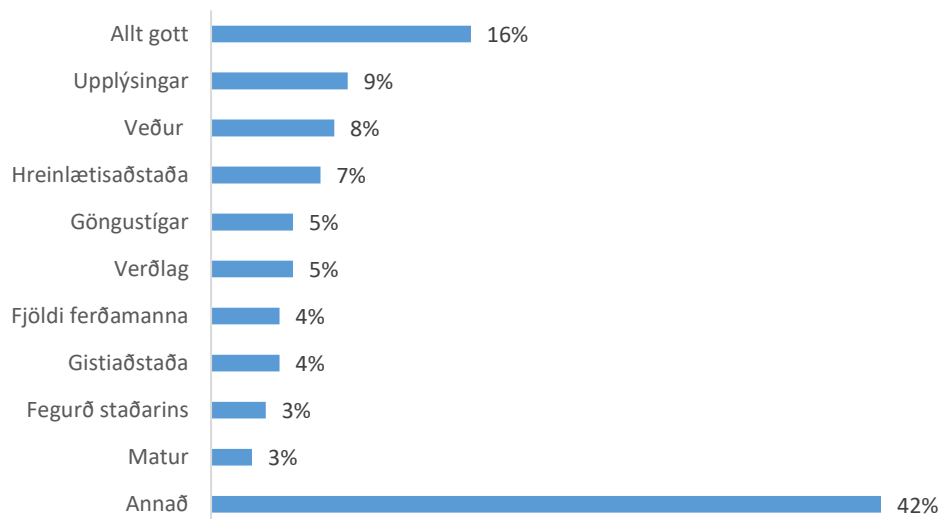
**Mynd 25. Ánægja, samanburður milli svæða**

### 3.16 Athugasemdir

Í lok spurningalistans voru þátttakendur spurðir hvort þeir vildu koma einhverju á framfæri eða hvort þeir hefðu nýjar hugmyndir að afþreyingu eða þjónustu á svæðinu. Alls svöruðu 116 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 125 athugasemdir (mynd 26).

Um 16% svarenda lýstu yfir ánægju með dvölinu í Mývatnssveit og gerðu engar frekari athugasemdir. Af þeim nefndu 2% sérstaklega hve vingjarnlegir heimamenn væru. Alls kvörtuðu um 9% svarenda yfir því að upplýsingar vantaði á svæðinu og átti það í flestum tilfellum við um kort og merkingar á gönguleiðum. Um 8% svarenda hefðu viljað hafa betra veður og 7% gerðu athugasemdir um skort á hreinlætisaðstöðu á svæðinu og nefndu þá sérstaklega vöntun á salernum við vinsælar gönguleiðir sem og við eftirsóttta staði. Um 5% svarenda kom með athugasemdir vegna göngustíga sem snéru helst að því að gera þyrfti lagfæringar á stígunum. Í því tilliti voru sérstaklega nefndir stígar við Kröflu, Námaskarð og Dimmuborgir. Athugasemdir vegna betri merkinga og salernisaðstöðu við göngustíga tilheyra öðrum flokkum<sup>17</sup>. Um 5% svarenda fannst verðlagið á svæðinu of hátt og 4% kvartaði undan of miklum fjölda ferðamanna. Um 4% svarenda kom með athugasemdir í tengslum við gístiaðstöðu á svæðinu. Þær voru bæði jákvæðar og neikvæðar, einn hafði áhyggjur af hraðri uppbyggingu hótela á svæðinu og annar óskaði eftir ókeypis aðstöðu fyrir húsbíla. Um 3% nefndi sérstaklega fegurð svæðisins og önnur 3% komu með athugasemdir tengdar mat. Sem dæmi má nefna að einn svarenda kom með tillögu að matreiðsluferð um héraðið.

<sup>17</sup> Þær tilheyra flokkunum upplýsingar og hreinlætisaðstaða



**Mynd 26. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit**

Um 42% svarenda komu með aðrar athugasemdir. Af þeim vildu 2% sjá stærri bílastæði og önnur 2% kvartaði yfir flugum. Um 2% svarenda vildi hafa bát á vatninu og sama hlutfall lagði til bættar samgöngur frá Reykjahlíð að eftirsóttum stöðum í nágrenninu (Dimmuborgir og Jarðböðin sérstaklega nefnd). Dæmi um aðrar athugasemdir voru tillögur að klifri á gosbergi, jarðfræðilegri leiðsögn um svæðið, að hafa tröll og jólasveina á svæðinu yfir sumartímann, fleiri hvíldarstaði utandyra, fleiri bari o.fl. Í viðauka 2 má sjá allar athugasemdir þátttakenda.

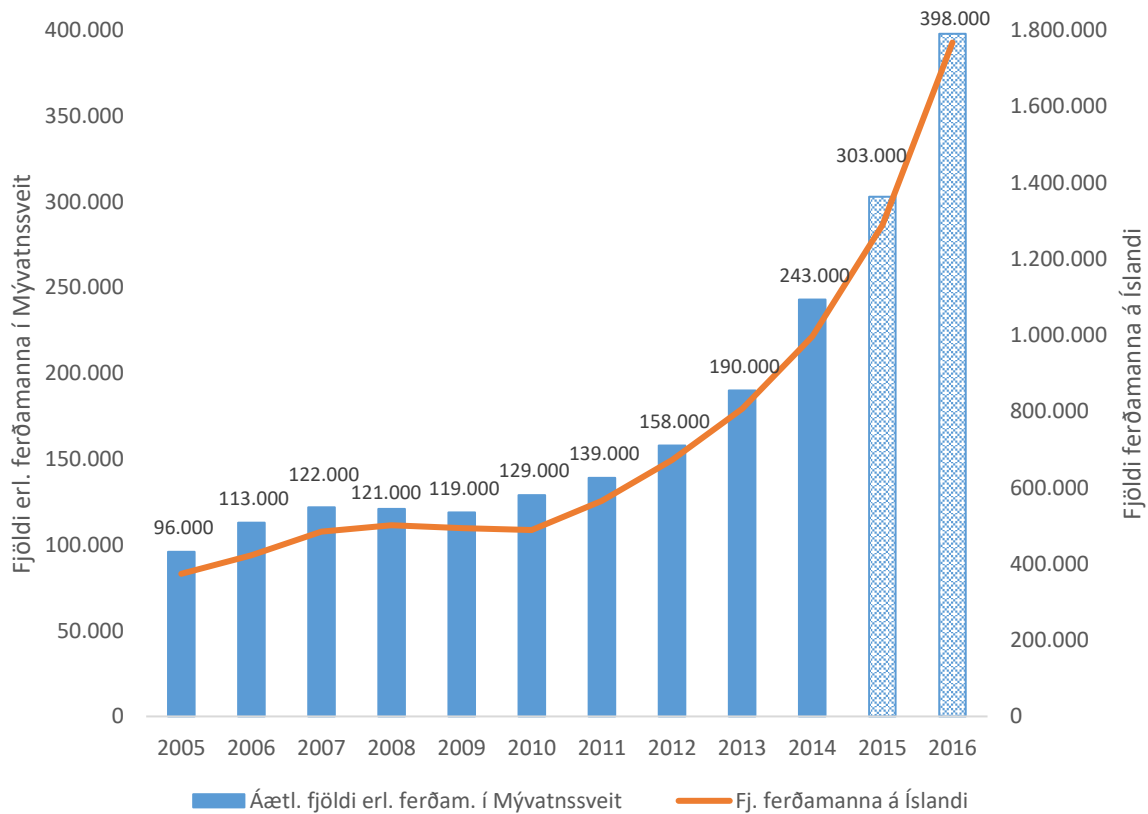
### 3.17 Umfang og áhrif

Umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra ferðamanna sem og áætluðum fjöldatölum erlendra gesta árið 2015.

Á mynd 27 er áætlaður fjöldi ferðamanna í Mývatnssveit. Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) birti skýrslu með áætluðum fjöldatölum erlendra ferðamanna á svæðinu fyrir tímabilið 2005-2014 (Rögvaldur Guðmundsson, 2015) eins og þær koma fyrir á myndinni. Fjöldatölur annarra ára eru áætlaðar af höfundi. Í þessum fjöldatölum er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa<sup>18</sup> né íslenskum gestum.

<sup>18</sup> RRF áætlað að til viðbótar við þá 243 þúsund gesti, sem heimsóttu Mývatnssveit árið 2014 og ferðuðust til landsins með flugi eða ferju, megi reikna með að 25 þúsund hafi komið með skemmtiferðaskipum (Rögvaldur Guðmundsson, 2015).





**Mynd 27. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna í Mývatnssveit 2005-2016. (Ferðamálastofa e.d.b.; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015 (fylltu súlurnar)). Mynstraðar súlur eru áætlun höfundar**

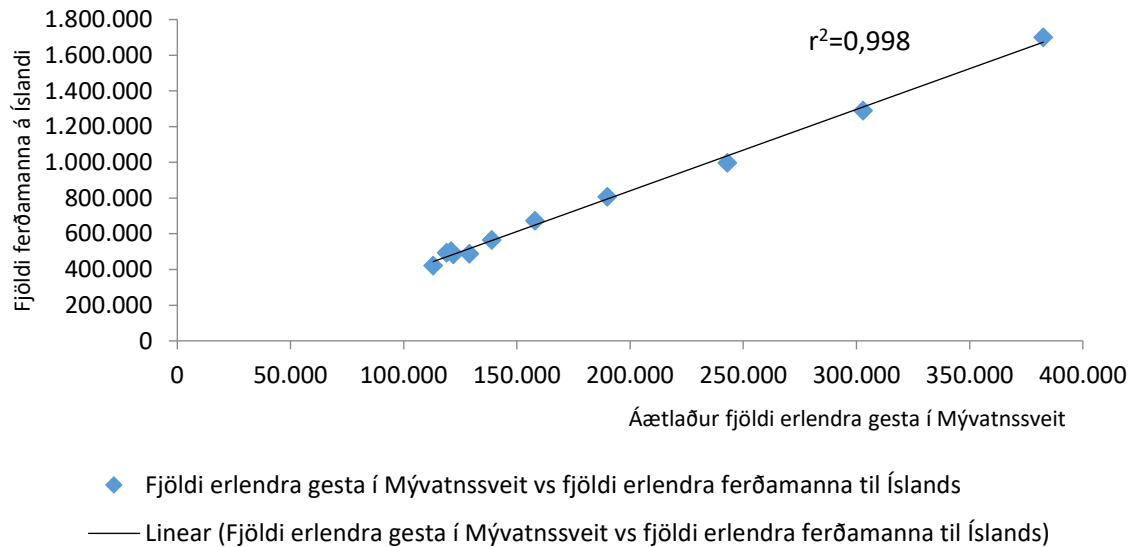
Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit árin 2015 og 2016 á mynd 27 byggir í grunninn á fjórum meginþáttum: Mælingum RRF árin 2005-2014 á fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit, þróun gestafjölda í Jarðböðunum, reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda gesta til landsins og þróun sama hlutfalls fyrir Norðurland árin 2010, 2013 og 2015. Einnig eru hafðar til hliðsjónar niðurstöður bílateljara í Dimmuborgum 2015-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b.; Jarðböðin, 2017; Rögnvaldur Guðmundsson, 2015, 2016; Rögnvaldur Ólafsson, 2016). Áætlun ársins 2016 er heldur lægri en áætlun Ferðamálastofu sem gerir ráð fyrir að alls hafi 301 þúsund erlendir gestir heimsótt Mývatnssveit sumarið 2016 og 139 þúsund veturinn 2016, eða samtals 440 þúsund erlendir gestir. Ferðamálastofa áætlað jafnframt að fjöldi íslenskra gesta í Mývatnssveit hafi verið 38 þúsund árið áður. Miðað við óbreyttan fjölda íslenskra gesta í Mývatnssveit árið 2016 má áætla að hlutfall þeirra á svæðinu hafi verið um 8% það ár og hlutfall erlendra gesta því 92% samkvæmt gögnum Ferðamálastofu (Ferðamálastofa, 2017).

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem komu til landsins og heimsóttu Mývatnssveit hefur farið aðeins lækkandi á tímabilinu 2005-2014 (úr 26% árið 2005 í 24% árið 2014) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015). Gert er ráð fyrir lækkun úr 24% árið 2014 í 23% árið 2016 í samræmi við aðra staði á Norðurlandi<sup>19</sup>. Er

<sup>19</sup> Skv. RRF var hlutfall þeirra sem komu til Íslands og heimsóttu Norðurland árið 2010 alls 32,5%. Árið 2013 var hlutfallið 29,0% og árið 2015 27,8% (Rögnvaldur Guðmundsson, 2016).

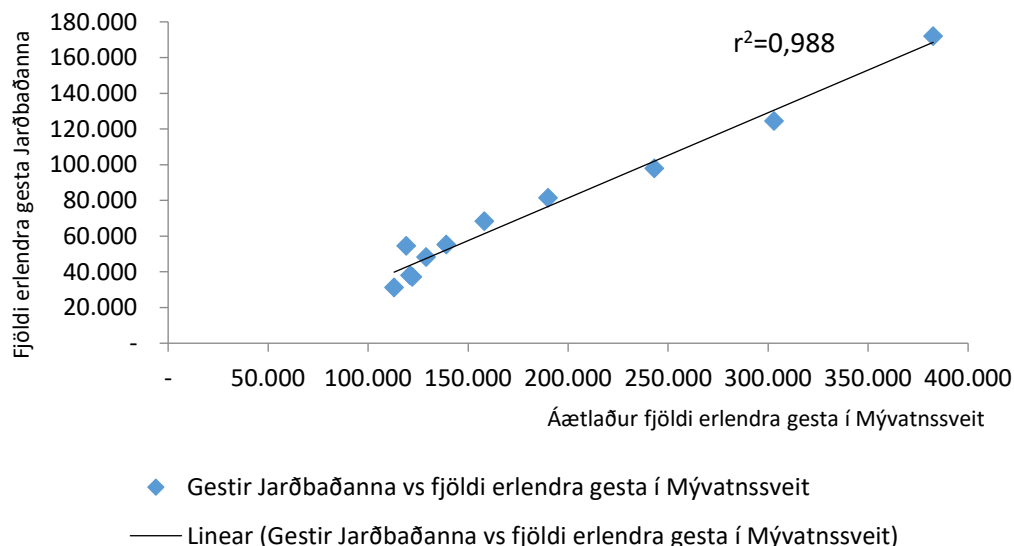
það að mestu leyti vegna aukningar í fjölda heimsókna til landsins utan sumartíma sem skilar sér síður á Norðurland<sup>20</sup>.

Mynd 28 sýnir fylgni milli áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit og talningar ferðamanna í flugstöð Leifs Eiríkssonar á tíu ára tímabili 2007-2016.



**Mynd 28. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og heildarfjölda erlendra ferðamanna á Íslandi 2007-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b., Rögnvaldur Guðmundsson, 2015)**

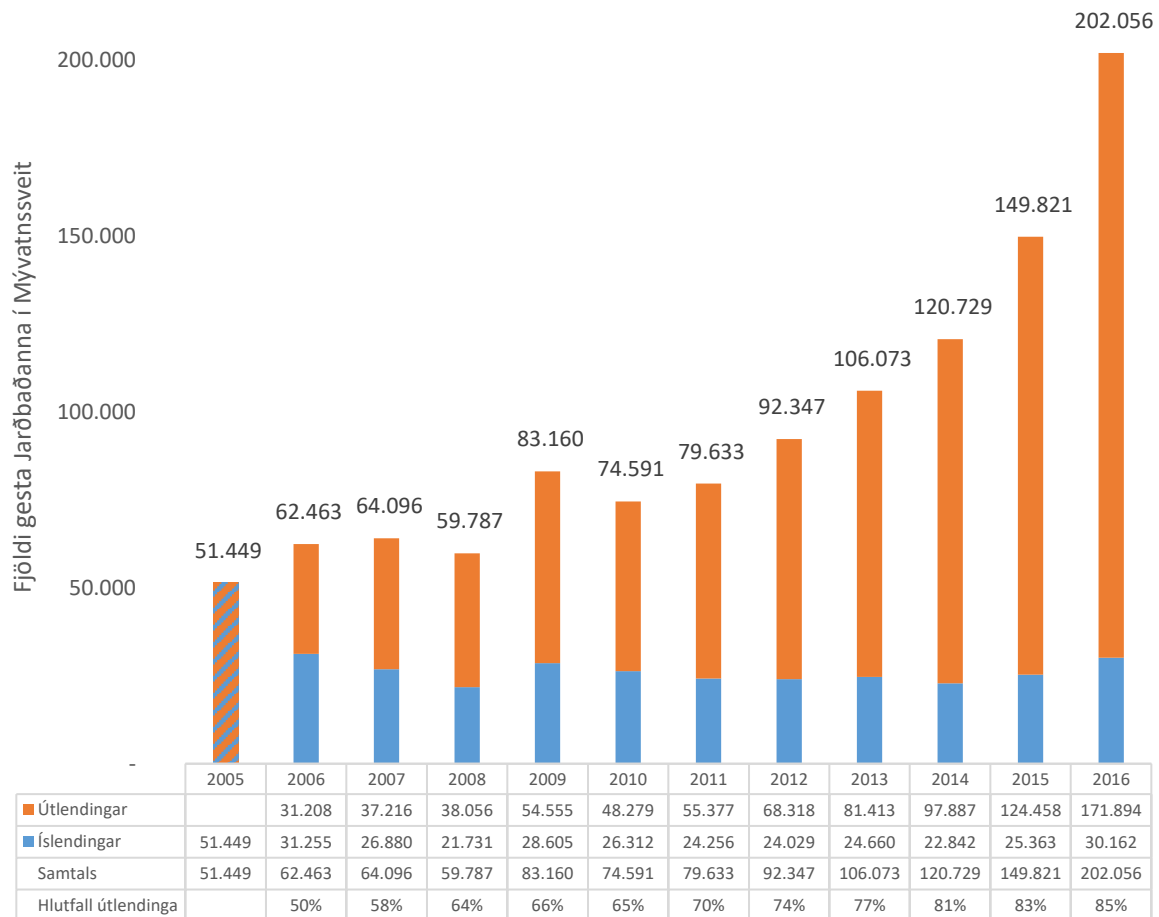
Á mynd 29 má sjá fylgni milli áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna í Mývatnssveit og rauntala um fjölda erlendra gesta í Jarðbaðunum. Sterk jákvæð fylgni var í báðum tilvikum ( $r^2 = 0,988$  og  $r^2 = 0,998$ ).



**Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta í Mývatnssveit og erlendra gesta Jarðbaðanna 2007-2016 (Jarðböðin, 2017, Rögnvaldur Guðmundsson, 2015)**

<sup>20</sup> Skv. áætlun Ferðamálastofu var hlutfallið 24,9% árið 2016 (45,3% yfir sumarmánuðina þrjá og 12,6 yfir vetrarmánuðina).

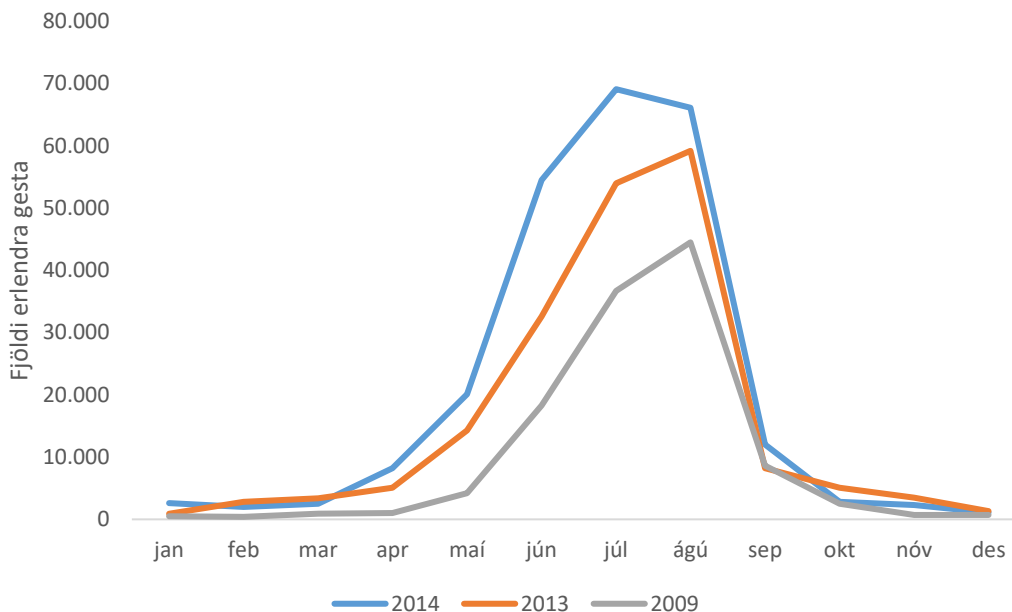
Á mynd 30 má sjá þróun í gestafjölda Jarðbaðanna í Mývatnssveit frá opnun þeirra árið 2005. Í upphafi var skipting meðal erlendra og íslenskra gesta nokkuð jöfn en hlutfall erlendra gesta árið 2016 hefur hækkað í 85%. Fjöldi íslenskra gesta hefur haldist tiltölulega jafn út tímabilið á meðan erlendum gestum hefur fjölgað um tæp 450%<sup>21</sup> (Jarðböðin, 2017).



**Mynd 30. Fjöldi gesta Jarðbaðanna í Mývatnssveit 2005-2016 (Jarðböðin, 2017)**

Mikil árstíðasveifla er í ferðapjónustu í Mývatnssveit eins og mynd 31 sýnir en árið 2009 komu um 84% erlendra gesta í Mývatnssveit yfir sumartímenn en 16% yfir vetrartímenn. Sama hlutfall var 78% yfir sumartímenn árið 2014 og 22% yfir vetrartímenn (Rögvaldur Guðmundsson, 2015). Ferðamálastofa (2017) áætla að árið 2016 hafi 68% erlendra gesta heimsótt Mývatnssveit yfir sumartímenn og 32% yfir vetrartímenn.

<sup>21</sup> Reiknast frá 2006 þar sem fjöldi gesta var ekki sundurliðaður eftir því hvort um var að ræða erlenda eða íslenska gesti árið 2005.



**Mynd 31. Áætlaður fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit eftir mánuðum 2009, 2013 og 2014 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2015, bls. 15)**

Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 var nokkur breyting á hlutfalli mánaða á milli áranna 2014 og 2015. Árið 2014 voru gestakomur erlendra ferðamanna á gístistöðum í Mývatnssveit um 73% yfir sumarmánuðina þrjá og 27% utan sumartíma. Skiptingin árið 2015 var 65% yfir sumarmánuðina og 35% á öðrum tíma ársins. Munar þar mest um fjölgun gesta í september (úr 9% í 13%) og október úr (3% í 5%). Hlutfall erlendra ferðamanna af heildar gestakomum ársins 2015 var 91% og Íslendinga því 9% (Hagstofa Íslands, 2017).

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 hafi verið á bilinu 290-305 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 2,99-3,15 ma.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðþjónustutengd velta<sup>22</sup> fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Áætlaður launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðþjónustu er áætlaður 734-772 m.kr. sem skapar á bilinu 165-174 ársverk. Þegar þessar niðurstöður eru bornar saman við niðurstöður verkefnisins um efnahagsleg áhrif ferðþjónustu í Þingeyjarsýslum frá árinu 2013 má greina nokkuð samræmi í fjölgun ársverka og fjölgun erlendra gesta. Árið 2013 var áætlaður fjöldi ársverka sem skapaðist vegna erlendra gesta í Mývatnssveit alls 105<sup>23</sup>. Samkvæmt því hefur ársverkum fjölgað um 57-65% á sama tíma og fjölgun erlendra gesta er áætluð 53-61% m.v. ofangreindar forsendur um fjölda gesta.

<sup>22</sup> Virðisaukaskattur meðtalinn.

<sup>23</sup> Árið 2013 var heildarfjöldi ársverka í ferðþjónustu áætlaður alls 117 af ferðþjónustufyrirtækjum í Mývatnssveit (Lilja B. Rögnvaldsdóttir, 2016). Þegar reiknað er með að hlutfall ársverka vegna erlendra gesta hafi verið 90% af heildarfjölda ársverka í ferðþjónustu árið 2013 reiknast fjöldinn 105. Það hlutfall er byggt á hlutfalli erlendra ferðamanna í gestakomum Hagstofunnar (91%) árið 2015 og áætlun Ferðamálastofu um hlutfall erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2016 (92%) (Ferðamálastofa, 2017; Hagstofa Íslands, 2017).

Forsendur þessara útreikninga byggja á skýrslu um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslum (Lilja Rögnvaldsdóttir, 2016) og er lýst í kafla 2.3 um aðferðafræði verkefnisins. Um er að ræða nálgun út frá áætluðum fjöldataölum og hlutföllum svo niðurstöðurnar ber að taka með fyrirvara líkt og fjallað er um í kafla 2.3. Engu að síður gefa þær vísbendingu um umfang atvinnugreinarinnar út frá gefnum forsendum.

Í þessum kafla hefur umfang og áhrif ferðaþjónustunnar verið áætlað út frá útgjöldum og áætluðum fjölda erlendra gesta á svæðinu árið 2015. Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu er þó mikilvægt að huga að fleiri þáttum en arðsköpun og gestafjölda. Gæta þarf að þolmörkum staðarins og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Í því samhengi er vert að nefna verkefni Rannsóknamiðstöðvar ferðamála um samfélagsleg áhrif ferðaþjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn var megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðaþjónustunnar samhliða lengra ferðamannatímabili á minni bæjarfélög, íbúa þeirra, menningu og daglegt líf í samfélagslegu tilliti (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016).

### 3.18 Samantekt

Þegar niðurstöður könnunarinnar eru bornar saman milli svæða sker Mývatnssveit sig nokkuð úr hvað varðar dvalarlengd gesta og tímasetningu ákvörðunar um heimsókn. Erlendir gestir svæðisins dvöldu lengur í Mývatnssveit en á hinum stöðunum eða í alls um 21 klst. og tæpur helmingur þeirra (46%) gisti yfir nótt. Algengast var að gestirnir gistu á tjaldsvæðum (45%) en þar næst voru nefnd hótél (21%) og gistiheimili (20%). Hlutfall þeirra sem höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands var hærra í Mývatnssveit en á samanburðarsvæðunum. Meðalaldur gesta var 47,2 ár og flestir komu frá Þýskalandi (22%) og Frakklandi (19%). Ánægjustig erlendra gesta í Mývatnssveit var mjög hátt en um 96% aðspurðra voru ýmist ánægðir eða mjög ánægðir með dvöl sína á staðnum.

Fegurð staðarins, náttúra og landslag voru mikilvægt aðdráttarafli og voru gjarnan nefnd sem meginástæða heimsóknar (39%). Jarðsagan og eldvirknin laðaði einnig marga gesti til staðarins (18%). Um 24% aðspurðra sögðu ástæðu heimsóknar vera fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því var ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn.

Um 74% aðspurðra áformuðu að ganga um svæðið og um 47% hugðust fara í náttúruböð<sup>24</sup> á meðan á dvöl þeirra stóð. Flestir ferðuðust með fjölskyldu eða vinum (76%) og um 21% gestanna voru í hópferð, sem er nokkuð hærra hlutfall en á Húsavík og Höfn.

---

<sup>24</sup> Heimsókn í Jarðböðin er hluti af því.

Gestir svæðisins nýttu sér helst þjónustu veitingastaða á meðan á dvöl þeirra stóð en um 70% aðspurðra keypti sér veitingar í Mývatnssveit. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan ferðamann voru 10.333 kr. Þar af voru útgjöld vegna veitinga 2.124 kr. Útgjöld vegna gistiþjónustu voru 3.415 kr. Og vegna afþreyingar 2.317 kr. en þar gegndu Jarðböðin mikilvægu hlutverki.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (58%) og alls sögðu 97% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þeirra sem heimsóttu Mývatnssveit höfðu gist nóttina áður á Akureyri (37%) og flestir aðspurðra (34%) áformuðu að gista þar einnig næstu nótt (35%). Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um svæðið hjá ferðaskrifstofu (63%) en í 23% tilvika var heimsókn til Mývatnssveitar partur af heildarpakka og upplýsinga um staðinn ekki leitað sérstaklega.

Þátttakendur könnunarinnar voru beðnir að koma á framfæri athugasemdum varðandi dvöl sína á svæðinu en þar lýstu flestir (15%) yfir ánægju með dvölinu og gerðu engar frekari athugasemdir. Alls kvörtuðu um 9% svarenda yfir því að upplýsingar vantaði á svæðinu og átti það í flestum tilvikum við kort og merkingar á gönguleiðum. Um 8% svarenda hefðu viljað hafa betra veður og 7% gerðu athugasemdir um skort á hreinlætisaðstöðu á svæðinu og nefndu þá sérstaklega vöntun á salernum við vinsælar gönguleiðir sem og við eftirsóttu staði.

Fjöldi erlendra gesta í Mývatnssveit var áætlaður 303 þúsund árið 2015. Talsverð árstíðasveifla er ennþá í ferðaþjónustu á staðnum en samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta í Mývatnssveit árið 2015 komu 73% erlendra gesta til Mývatnssveitar yfir sumarmánuðina þrjá og 27% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra gesta af heildargestakomum til Mývatnssveitar árið 2015 var 91% og hefur hækkað aðeins frá árinu 2006 þegar það var 85% (Hagstofa Íslands, 2017).

Þegar umfang atvinnugreinarinnar í Mývatnssveit er metið út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra gesta og fjöldatölum þeirra árið 2015 má áætla að heildar ferðaþjónustutengd velta vegna erlendra gesta hafi verið á bilinu 2,99-3,15 ma.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 290-305 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt Mývatnssveit. Út frá því má reikna að heildarfjöldi ársverka sama ár hafi verið á bilinu 165-174.

## 4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Mývatnssveit sumarið 2015. Ferðahegðun þeirra og neyslumynstur voru könnuð meðan á dvöl þeirra stóð og mat lagt á svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar út frá ofangreindum atriðum. Niðurstöðurnar voru að lokum bornar saman við niðurstöður sambærilegra verkefna sem framkvæmd voru á Höfn, Húsavík og á Siglufirði á sama tíma.

Meðal niðurstaðna verkefnisins er að ferðahegðun gesta var á margan hátt ólík eftir stöðum sem undirstrikar mikilvægi þess að ofangreindir þættir séu kannaðir á hverju svæði fyrir sig. Erfitt getur reynst að fanga upplifun ferðamanna og fá upplýsingar um útgjöld þeirra eftir að þeir hafa yfirgefið svæðið. Því er mikilvægt að upplýsinga sé aflað á áfangastað og á þeim tíma sem dvalið er á staðnum til að ná sem áreiðanlegustum gögnum.

Samkvæmt niðurstöðum verkefnisins reyndust ástæður heimsóknar, dvalartími og neyslumynstur erlendra ferðamanna talsvert ólík eftir rannsóknarsvæðunum fjórum. Aðdráttarafl hvers svæðis markaðist af sérkennum þess og var ýmist bundið menningu svæðisins, afþreyingu eða landslagi. Útgjöld tengdust þjónustuframboði á hverjum stað og því sem helst dró ferðamenn til svæðisins. Þegar útgjöldin reiknuðust á alla gesti svæðisins voru hæstu útgjöldin á Húsavík tengd hvalaskoðun, á Siglufirði voru þau vegna veitinga og á Höfn og í Mývatnssveit voru útgjöld vegna gistipjónustu hæst.

Þrátt fyrir að marktækur munur á niðurstöðum hafi í mörgum tilvikum mælst á milli staða þá voru yfirleitt meiri líkindi með svæðunum en þegar niðurstöður svæða voru bornar saman við kannanir á landsvísu<sup>25</sup>. Má þar nefna sem dæmi að samsetning erlendra gesta með hliðsjón af búsetulandi var nokkuð svipuð á milli svæða en hins vegar nokkuð frábrugðin niðurstöðum talningar á Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Sama má segja um gistimáta, ferðamáta, tíma ákvarðanatöku um heimsókn, uppruna upplýsinga um áfangastað o.fl.

Hver áfangastaður hefur sitt sérkenni sem mikilvægt er að þekkja. Ekki síst vegna þess hraða vaxtar sem atvinnugreinin hefur gengið í gegnum að undanförunu og þeirri uppbyggingarþörf innviða sem hefur skapast í kjölfarið. Íslensk stjórnvöld hafa brugðist við með mörkun stefnu í þessum málum þar sem markmiðin hafa m.a. snúið að markvissri uppbyggingu áfangastaða, lengingu ferðamannatímabilsins og betri dreifingu ferðamanna um landið (Ferðamálastofa, 2011). Til að vinna að þessum markmiðum hefur farið af stað verkefni um gerð stefnumótandi stjórnunaráætlana fyrir ferðapjónustuna í hverjum landshluta (Ferðamálastofa, e.d.c.). Slík vinna krefst upplýsinga um hverjir það eru sem sækja áfangastaðina heim, hvað drifi þá þangað og hver upplifun þeirra sé. Þess er vænst að niðurstöður þessa verkefnis nýtist sem mikilvægt innlegg í þá vinnu.

---

<sup>25</sup> Könnun Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 og fjöldatalningar í Flugstöð Leifs Eiríkssonar

Aðstæður til að framkvæma spurningakannanir meðal ferðamanna eru á ýmsan hátt sérstæðar hér á landi. Má þar nefna mikla árstíðasveiflu í atvinnugreininni og ótryggt veðurfar sem gerir gagnaöflun oft á tíðum erfiða og kostnaðarsama í framkvæmd og þá sér í lagi yfir vetrartímann. Mikilvægt er að ná umræðu um aðferðafræði og framkvæmd verkefnis sem þessa áður en haldið er af stað í frekari gagnaöflun og greiningu. Lærdóm má draga af því sem betur hefur mátt fara sem og því sem vel tókst til með. Svæðisbundnar spurningakannanir meðal erlendra ferðamanna innihalda óhjákvæmilega takmarkanir og þá sérstaklega vegna þess hve erfitt getur reynst að ná úrtaki sem endurspeglar þýðið. Meðal þess sem ekki er hægt að útiloka að hafi haft takmarkandi áhrif á niðurstöður þessarar könnunar er afmörkun rannsóknarsvæðisins og tími framkvæmdar. Nánar er farið yfir takmarkanir verkefnisins í köflum 2.2 og 2.3. og því lýst hvernig unnið var með þær.

Mikilvægt er að yfirvöld leggi línur varðandi gagnaöflun á áfangastöðum til framtíðar og meti hvaða svæði þarfnist skoðunar hverju sinni og hvar þurfi að endurtaka fyrri rannsóknir. Með því skapast möguleiki á að meta breytingar á milli ára og spá fyrir um þróun atvinnugreinarinnar á hverju svæði. Misjafnt er eftir löndum hvernig staðið er að slíku. Á Nýja-Sjálandi er m.a. svæðisbundin kortavelta notuð sem vísir um þróun atvinnugreinarinnar eftir svæðum (Statistics New Zealand, e.d.) og í Ástralíu eru reglulega framkvæmdar svæðisbundnar ferðavenjukannanir (Tourism Research Australia, e.d.). Í Danmörku eru framkvæmdar útgjaldakannanir meðal ferðamanna á gististöðum og í Finnlandi hefur verið þróaður gagnabanki (ASTA) sem byggir á svæðisbundnum útgjaldakönnunum og talningum meðal erlendra ferðamanna á hverjum stað (OECD, 2016).

Þegar horft er til framtíðar ferðaþjónustu á völdum áfangastöðum ber að huga að fleiri þáttum en greint er frá í þessu verkefni. Gæta þarf að þolmörkum staðanna og að jafnvægi ríki meðal heimamanna og gesta. Ýmsar rannsóknir hafa verið unnar sem vert er að skoða til samanburðar og má í því samhengi nefna þolmarkarannsóknir dr. Önnu Dóru Sæþórsdóttur (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2015), greiningu RMF á samfélagslegum áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum (Eyrún Jenný Bjarnadóttir o.fl., 2016), mat á fjölda ferðamanna eftir svæðum (Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2015; Rögnvaldur Guðmundsson, 2016) og ýmislegt fleira. Öll áreiðanleg gögn sem aflað er um ferðaþjónustu innan áfangastaða nýtast að endingu sem púsl í heildarmynd atvinnugreinarinnar á landsvísu. Út frá þeim gögnum sem og öðrum má að lokum vinna heildstæða stefnumótun um framtíð ferðaþjónustu á Íslandi.



## 5 HEIMILDIR

- Andri Valur Ívarsson og Óli Halldórsson (2011). *Fjölgar kreppan krónum*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir. (2015). *Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður- og Vesturlandi sumarið 2014*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2014). *Aðferðir við að meta fjölda og taka úrtak meðal ferðamanna. Áfangaskýrsla um verkefnið: Þolmörk ferðamanna á átta vinsælum ferðamannastöðum á Suður og Vesturlandi*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). *Vegvísir í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Dwyer, L., Forsyth, P., og Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2010*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir. (2012). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll – Könnun meðal brottfararfarþega sumarið 2012*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og menning.
- Edward H. Huijbens og Jón Gestur Helgason. (2011). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega hjá Iceland Express sumarið 2011*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir og Jón Gestur Helgason. (2010). *Millilandaflug um Akureyrarflugvöll. Könnun meðal brottfararfarþega Iceland Express sumarið 2009*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, Arnar Þór Jóhannesson og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum: Höfn, Mývatnssveit og Siglufjörður*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Ferðamálastofa. (2011). *Ferðamálaáætlun 2011-2020*. Reykjavík. Sótt frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/utgefing-efni/stefnumotun-og-skipulag/ferdamalaaaetlun-2011-2020>
- Ferðamálastofa. (2014a). *Erlendir ferðamenn á Íslandi sumar 2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2014b). *Erlendir ferðamenn á Íslandi vetur 2013-2014*. Reykjavík: Maskína.
- Ferðamálastofa. (2017). *Áætlaður fjöldi á svæðum og stöðum*. Sótt 16. febrúar 2017 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/aaetladur-fjoldi-a-svaedum-og-stodum>

- Ferðamálastofa. (e.d.a.). *Ferðavenjur Íslendinga*. Sótt 21. nóvember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/kannanir-og-rannsoknir/ferdavenjur-islendinga>
- Ferðamálastofa. (e.d.b.). *Fjöldi ferðamanna: Ferðamenn um Keflavíkurlflugvöll*. Sótt 26. ágúst 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>
- Ferðamálastofa (e.d.c.) *Stefnumarkandi stjórnumarkandi - (DMP)*. Sótt 15. desember 2016 frá <http://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/stefnumarkandi-stjornunaraetlanir/dmp-er-aaetlun-um-skipulag-throun-og-markadssetningu-svaedis-auk-skilgreindra-leida>
- Frechtling, D. og Smeral, E. (2010). Measuring and Interpreting the Economic Impact of Tourism: 20/20 Hindsight and Foresight. (D. G. Pearce, og R. W. Butler, Ritstj.) *Tourism Research: A 20-20 Vision*, 67-79. Sótt frá <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/FrechtlingSmeral2020.pdf>
- Finn, M., Elliott-White, M., & Walton, M. (2000). *Tourism & leisure research methods: Data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gyða Þórhallsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson. (2015). *Fjöldi gesta í Vatnajökulsþjóðgarði*. Reykjavík: Vatnajökulsþjóðgarður.
- Hagstofa Íslands. (2013). Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012. *Hagtíðindi. Verðlag og neysla*, 40(98), bls. 1-40.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðaþjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Hagstofa Íslands. (e.d.b.). *Gistinætur og gestakomur á öllum tegundum gististaða 1998-2015*. Sótt frá Atvinnuvegir, Gisting: [http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir\\_\\_ferdathjonusta\\_\\_Gisting\\_\\_3\\_allartegundirgististada/SAM01601.px/](http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Atvinnuvegir/Atvinnuvegir__ferdathjonusta__Gisting__3_allartegundirgististada/SAM01601.px/)
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Jarðböðin. (2017). Gestafjöldi Jarðbaðanna við Mývatn. Tölvupóstur frá Guðmundi Þór Birgissyni, 27. febrúar 2017.
- Kaupilla, P. og Karjalainen, T. P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127-128, 88-97.
- Kristján Ólafsson og Oddný Þóra Óladóttir. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðaþjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðaþjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðaþjónustu í Þingeyjarsýslu*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014a). *Tourism Data Collection: Analysis at the sub-national level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2014b). *Þróun og staða ferðaþjónustu á Húsavík: Niðurstöður ferðavenjukannana sumrin 2013 og 2014*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.

- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2016). *Economic Effects of Tourism in Þingeyjarsýslur: An analysis at the subnational level in Iceland*. Akureyri: Rannsóknamiðstöð ferðamála.
- Malhotra, N. K. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.
- Manzanera, E. T., Melijosa, I. S., Estebanez, J. M., og Pelaez, L. V. (2002). A solution to problems and disadvantages of surveys of visitors at accommodation establishments and at popular visitor places. Í Á. Probáld (Ritstj.), *Proceedings of the sixth international forum on tourism statistics* (bls. 385-399). Budapest: Hungarian Central Statistical Office.
- OECD. (2016). An OECD Review of Statistical Initiatives Measuring Tourism at Subnational Level, *OECD Tourism Papers 2016/01*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. (2010). *OECD Tourism Trends and Policies 2010*. Paris: OECD publishing.
- Rannsóknamiðstöð ferðamála. (2016). Tölur um skipakomur. Tölvupóstur frá Þórnýju Barðadóttur, 20. desember, 2016.
- Rannveig Guðmundsdóttir, Andri Valur Ívarsson (2008). *Efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík: Tilkoma hvalaskoðunar*. Húsavík: Þekkingarnet Þingeyinga.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2014). *Ferðamenn í Fjallabyggð 2004-2013*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson (2015). *Erlendir ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2005-2014*. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Guðmundsson. (2016). *Erlendir ferðamenn á Norðurlandi 2010-2015*. Hafnarfjörður: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar.
- Rögnvaldur Ólafsson. (2016). Gögn úr Mývatnssveit. Tölvupóstur frá Rögnvaldi Ólafssyni 6. október 2016.
- 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), bls. 91-113.
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaþjónustu*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið. Sótt frá [http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum\\_i\\_ferdatjonustu\\_1996.pdf](http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/stefnumotum_i_ferdatjonustu_1996.pdf)
- Smith, S. L. (2010). *Practical Tourism Research*. Wallingford: CABI.
- Statistics New Zealand. (e.d.). *Regional tourism indicators and estimates*. Sótt 18. janúar 2017, frá Review of Ministry of Business, Innovation and Employment's tourism statistics: [http://www.stats.govt.nz/browse\\_for\\_stats/industry\\_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx](http://www.stats.govt.nz/browse_for_stats/industry_sectors/Tourism/review-mbie-tourism-stats/region-tourism-indicat-ests.aspx)
- Tourism Research Australia. (e.d.). *Destination Visitor Survey results*. Sótt 18. janúar 2017, frá Regional tourism: <https://www.tra.gov.au/research/regional.html>
- United Nations. (2010a). *The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Sótt 12. nóvember 2012 frá [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf)

United Nations. (2010b). *Tourism satellite account: Recommended methodological framework 2008*. Luxemburg: United Nations Publication. Sótt 12. nóvember 2012 frá [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf)

UNWTO. (2014). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO. (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. Madrid: UNWTO.

Vaske, J. J. (2008). *Survey Research and Analysis: Application in Parks, Recreation and Human Dimensions*. Pennsylvania: Venture Publishing.

Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., og Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.

## 6 VIÐAUKAR

### 6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjsk. / vinum	Með vinnu- / klúbbfélögum	Í skipulagðri hópferð	Annað
<b>Allir</b>	477	4,6%	76,3%	2,5%	21,4%	0,6%
<b>Kyn</b>						
Kona	260	3,4%	72,8%	3,4%	26,1%	0,8%
Karl	217	6,0%	81,1%	1,4%	15,2%	0,5%
<b>Aldur</b>						
18-24 ára	27	14,8%	70,4%	14,8%	14,8%	0,0%
25-34 ára	120	4,2%	90,0%	0,8%	5,0%	0,8%
35-44 ára	76	6,6%	84,2%	1,3%	7,9%	0,0%
45-54 ára	80	2,5%	83,8%	0,0%	13,8%	0,0%
55-64 ára	85	0,0%	64,7%	1,2%	41,2%	1,2%
65 ára og eldri	86	7,0%	55,8%	5,8%	46,5%	1,2%
<b>Markaðssvæði</b>						
Norðurlönd	34	2,9%	88,2%	0,0%	11,8%	0,0%
Bretlandseyjar	28	7,1%	89,3%	0,0%	3,6%	0,0%
Vestur Evrópa	286	2,1%	76,2%	2,8%	23,8%	0,7%
Mið-Evrópa	13	15,4%	61,5%	15,4%	0,0%	7,7%
Suður-Evrópa	20	15,0%	85,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	83	8,4%	67,5%	0,0%	32,5%	0,0%
Asía	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	5	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	0,0%	60,0%	0,0%	40,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>						
Þýskaland	107	2,8%	66,4%	0,0%	36,4%	0,0%
Frakkland	89	1,1%	77,5%	9,0%	21,3%	2,2%
Bandaríkin	69	8,7%	65,2%	0,0%	36,2%	0,0%
Holland	35	0,0%	86,5%	0,0%	13,5%	0,0%
Sviss	27	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	24	4,2%	91,7%	0,0%	8,3%	0,0%
Bretland	18	0,0%	94,4%	0,0%	5,6%	0,0%
Belgía	16	12,5%	75,0%	0,0%	12,5%	0,0%
Spánn	16	18,8%	81,3%	6,3%	0,0%	0,0%
Kanada	14	7,1%	78,6%	0,0%	14,3%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Tékkland	9	0,0%	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	8	12,5%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	5	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	0,0%	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%
Annað	22	13,6%	68,2%	4,5%	13,6%	4,5%

Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
<b>Allir</b>	449	45,9%	54,1%
<b>Kyn</b>			
Kona	240	43,3%	56,7%
Karl	206	48,5%	51,5%
<b>Aldur</b>			
18-24 ára	23	17,4%	82,6%
25-34 ára	113	58,4%	41,6%
35-44 ára	76	60,5%	39,5%
45-54 ára	73	49,3%	50,7%
55-64 ára	76	34,2%	65,8%
65 ára og eldri	81	28,4%	71,6%
<b>Markaðssvæði</b>			
Norðurlönd	30	16,7%	83,3%
Bretlandseyjar	25	40,0%	60,0%
Vestur-Evrópa	274	50,7%	49,3%
Mið-Evrópa	10	60,0%	40,0%
Suður-Evrópa	20	65,0%	35,0%
Norður-Ameríka	77	37,7%	62,3%
Asía	3	0,0%	100,0%
Ástralía og Kyrrahafseyjar	6	33,3%	66,7%
Annað	4	50,0%	50,0%
<b>Búsetuland</b>			
Þýskaland	99	46,5%	53,5%
Frakkland	85	47,1%	52,9%
Bandaríkin	63	34,9%	65,1%
Holland	36	38,9%	61,1%
Sviss	28	71,4%	28,6%
Danmörk	20	25,0%	75,0%
Bretland	18	50,0%	50,0%
Belgía	14	100,0%	0,0%
Spánn	16	75,0%	25,0%
Kanada	14	50,0%	50,0%
Austurríki	12	41,7%	58,3%
Tékkland	6	66,7%	33,3%
Svíþjóð	5	20,0%	80,0%
Ástralía	6	33,3%	66,7%
Noregur	6	0,0%	100,0%
Annað	21	23,8%	76,2%
<b>Tilgangur ferðar</b>			
Frí	419	47,0%	53,7%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	2	0,0%	100,0%
Viðburð	1	100,0%	0,0%
Annað	9	33,3%	66,7%
<b>Ferðamáti</b>			
Áætlunarrúta	19	42,1%	57,9%
Eigin bíll	28	71,4%	28,6%
Bílaleigubíll	261	54,8%	45,2%
Bíll vinar	7	14,3%	85,7%
Flug	6	66,7%	33,3%
Hópfurð	105	19,0%	81,0%
Skemmtiferðaskip	4	0,0%	100,0%
Hjól	2	100,0%	0,0%
Annað	11	81,8%	18,2%

**Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur**

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Ættingjar og vinir	Annað
<b>Allir</b>	205	45,4%	3,4%	2,4%	1,5%	20,5%	21,5%	3,4%	0,0%	2,0%
<b>Kyn</b>										
Kona	104	42,3%	5,8%	2,9%	1,9%	23,1%	21,2%	1,9%	0,0%	1,0%
Karl	99	48,5%	1,0%	2,0%	1,0%	18,2%	21,2%	5,1%	0,0%	3,0%
<b>Aldur</b>										
18-24 ára	4	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%
25-34 ára	66	60,6%	1,5%	3,0%	1,5%	21,2%	10,6%	0,0%	0,0%	1,5%
35-44 ára	45	42,2%	2,2%	2,2%	4,4%	22,2%	11,1%	8,9%	0,0%	6,7%
45-54 ára	36	44,4%	8,3%	0,0%	0,0%	25,0%	19,4%	2,8%	0,0%	0,0%
55-64 ára	26	38,5%	3,8%	3,8%	0,0%	15,4%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	23	17,4%	4,3%	4,3%	0,0%	17,4%	52,2%	4,3%	0,0%	0,0%
<b>Markaðssvæði</b>										
Norðurlönd	5	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	10	63,6%	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%	18,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	139	46,6%	4,1%	2,1%	2,1%	24,0%	17,1%	3,4%	0,0%	0,7%
Mið-Evrópa	6	83,3%	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	12	80,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	29	22,6%	3,2%	0,0%	0,0%	3,2%	64,5%	6,5%	0,0%	0,0%
Asía	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	2	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>										
Þýskaland	46	32,6%	4,3%	2,2%	0,0%	34,8%	26,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Frakkland	40	40,0%	7,5%	2,5%	5,0%	27,5%	10,0%	2,5%	0,0%	5,0%
Bandaríkin	22	22,7%	4,5%	0,0%	0,0%	4,5%	59,1%	9,1%	0,0%	0,0%
Holland	14	57,1%	0,0%	7,1%	0,0%	7,1%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%
Sviss	21	71,4%	4,8%	0,0%	0,0%	14,3%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	5	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	9	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	14	57,1%	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	11	72,7%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%
Kanada	7	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	5	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	4	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	2	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	2	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Tilgangur ferðar</b>										
Frí	197	46,2%	3,6%	2,5%	1,5%	21,3%	19,3%	3,6%	0,5%	2,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsókn	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	3	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%

Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	0 – 3 klst.	4 – 6 klst.	7 – 12 klst.	13 – 24 klst.	25 – 48 klst.	3 – 4 dagar	5 – 6 dagar	Meira
<b>Allir</b>	437	13,3%	22,4%	16,9%	16,0%	23,1%	8,0%	0,2%	0,0%
<b>Kyn</b>									
Kona	234	13,7%	23,5%	17,9%	15,0%	20,9%	8,5%	0,4%	0,0%
Karl	203	12,8%	21,2%	15,8%	17,2%	25,6%	7,4%	0,0%	0,0%
<b>Aldur</b>									
18-24 ára	24	12,5%	37,5%	29,2%	8,3%	8,3%	0,0%	0,0%	4,2%
25-34 ára	111	7,2%	18,0%	11,7%	22,5%	30,6%	9,9%	0,0%	0,0%
35-44 ára	76	3,9%	21,1%	14,5%	18,4%	28,9%	13,2%	0,0%	0,0%
45-54 ára	72	12,5%	15,3%	22,2%	16,7%	25,0%	6,9%	1,4%	0,0%
55-64 ára	71	21,1%	29,6%	12,7%	11,3%	16,9%	8,5%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	81	25,9%	29,6%	18,5%	8,6%	13,6%	3,7%	0,0%	0,0%
<b>Markaðssvæði</b>									
Norðurlönd	30	20,0%	46,7%	16,7%	3,3%	6,7%	6,7%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	24	0,0%	33,3%	25,0%	20,8%	16,7%	4,2%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	268	12,7%	17,9%	16,4%	17,2%	23,9%	11,9%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	10	10,0%	20,0%	10,0%	30,0%	30,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	10,0%	15,0%	10,0%	20,0%	45,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	76	17,1%	30,3%	17,1%	14,5%	19,7%	0,0%	1,3%	0,0%
Asía	3	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	6	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	4	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>									
Pýskaland	95	10,5%	20,0%	23,2%	20,0%	14,7%	11,6%	0,0%	0,0%
Frakkland	85	16,5%	18,8%	14,1%	17,6%	25,9%	7,1%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	62	21,0%	29,0%	17,7%	12,9%	17,7%	0,0%	1,6%	0,0%
Holland	35	25,7%	22,9%	11,4%	14,3%	17,1%	8,6%	0,0%	0,0%
Sviss	27	3,7%	11,1%	11,1%	11,1%	44,4%	18,5%	0,0%	0,0%
Danmörk	20	10,0%	50,0%	15,0%	5,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Bretland	17	0,0%	11,8%	35,3%	29,4%	17,6%	5,9%	0,0%	0,0%
Belgía	14	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	35,7%	50,0%	0,0%	0,0%
Spánn	16	6,3%	12,5%	6,3%	18,8%	56,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	14	0,0%	35,7%	14,3%	21,4%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	12	0,0%	16,7%	25,0%	16,7%	41,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	0,0%	33,3%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	5	0,0%	80,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	6	33,3%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	21	19,0%	38,1%	14,3%	9,5%	19,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Tegund gistingar</b>									
Tjaldsvæði	88	0,0%	0,0%	3,4%	30,7%	55,7%	10,2%	0,0%	0,0%
Bændagisting	7	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%
Farfuglaheimili	5	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Einkagisting	3	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Gistiheimili	42	0,0%	0,0%	2,4%	19,0%	26,2%	52,4%	0,0%	0,0%
Hótel	43	0,0%	0,0%	7,0%	39,5%	53,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Sumarhús	7	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%	42,9%	28,6%	0,0%	0,0%
Ættingjar / vinir	0	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	4	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%



Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ættingja	Viðburður	Annað
<b>Allir</b>	469	97,2%	0,0%	0,9%	0,2%	2,6%
<b>Kyn</b>						
Kona	251	97,2%	0,0%	1,2%	0,4%	2,4%
Karl	215	97,2%	0,0%	0,5%	0,0%	2,8%
<b>Aldur</b>						
18-24 ára	27	96,3%	0,0%	3,7%	0,0%	7,4%
25-34 ára	120	98,3%	0,0%	0,0%	0,8%	0,8%
35-44 ára	76	96,1%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%
45-54 ára	79	98,7%	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%
55-64 ára	81	96,3%	0,0%	1,2%	0,0%	2,5%
65 ára og eldri	79	97,5%	0,0%	1,3%	0,0%	2,5%
<b>Markaðssvæði</b>						
Norðurlönd	32	96,9%	0,0%	3,1%	0,0%	3,1%
Bretlandseyjar	28	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Vestur-Evrópa	287	98,6%	0,0%	0,3%	0,0%	1,4%
Mið-Evrópa	13	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	76	90,8%	0,0%	2,6%	0,0%	7,9%
Asía	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	80,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>						
Þýskaland	106	99,1%	0,0%	0,9%	0,0%	0,9%
Frakkland	88	98,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
Bandaríkin	62	88,7%	0,0%	3,2%	0,0%	9,7%
Holland	36	97,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
Sviss	30	96,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
Danmörk	22	95,5%	0,0%	4,5%	0,0%	4,5%
Bretland	18	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	16	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	16	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	14	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Ástralía	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	22	95,5%	0,0%	0,0%	4,5%	0,0%

Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Mývatnssveit tekin?

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis kevirt í gegn
<b>Allir</b>	466	74,2%	15,2%	2,4%	12,9%
<b>Kyn</b>					
Kona	250	74,4%	15,6%	2,4%	12,8%
Karl	213	73,7%	15,0%	2,3%	13,1%
<b>Aldur</b>					
18-24 ára	26	53,8%	42,3%	3,8%	0,0%
25-34 ára	120	73,3%	20,0%	1,7%	5,8%
35-44 ára	74	81,1%	10,8%	5,4%	10,8%
45-54 ára	79	74,7%	19,0%	1,3%	10,1%
55-64 ára	80	71,3%	7,5%	3,8%	27,5%
65 ára og eldri	80	76,3%	7,5%	0,0%	18,8%
<b>Markaðssvæði</b>					
Norðurlönd	33	87,9%	12,1%	0,0%	6,1%
Bretlandseyjar	28	82,1%	14,3%	0,0%	7,1%
Vestur-Evrópa	278	73,7%	14,4%	2,2%	15,8%
Mið-Evrópa	13	46,2%	46,2%	7,7%	0,0%
Suður-Evrópa	20	70,0%	15,0%	15,0%	0,0%
Norður-Ameríka	80	75,0%	12,5%	1,3%	13,8%
Asía	3	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%
Ástralía og Kyrrah.	6	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>					
Þýskaland	101	65,3%	12,9%	2,0%	27,7%
Frakkland	84	91,7%	9,5%	2,4%	1,2%
Bretland	66	74,2%	12,1%	0,0%	16,7%
Bandaríkin	36	61,1%	27,8%	2,8%	11,1%
Spánn	30	73,3%	13,3%	3,3%	16,7%
Ítalía	23	91,3%	8,7%	0,0%	8,7%
Holland	18	88,9%	11,1%	0,0%	5,6%
Sviss	15	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Kanada	16	68,8%	12,5%	18,8%	0,0%
Austurríki	14	78,6%	14,3%	7,1%	0,0%
Belgium	12	50,0%	16,7%	0,0%	50,0%
Ástralía	9	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%
Danmörk	8	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%
Polland	6	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Annað	22	68,2%	22,7%	0,0%	9,1%
<b>Tilgangur ferðar</b>					
Frí	441	74,8%	15,2%	2,5%	12,2%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	1	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	11	63,6%	18,2%	0,0%	27,3%

Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ættingjar	Sýning/ ráðstefna	Fjöl- miðlar	Ferða- skrifstofa	Ferða- handbækur	Hluti af heildar- pakka	Heima- síða	Annað
<b>Allir</b>	472	18%	1%	7%	63%	18%	23%	10%	4%
<b>Kyn</b>									
Kona	255	20%	1%	7%	59%	17%	26%	9%	4%
Karl	214	16%	1%	8%	68%	18%	19%	11%	5%
<b>Aldur</b>									
18-24 ára	27	44%	4%	11%	52%	7%	7%	4%	7%
25-34 ára	119	29%	2%	9%	84%	9%	8%	8%	6%
35-44 ára	75	16%	0%	11%	75%	17%	19%	9%	4%
45-54 ára	78	12%	0%	8%	76%	18%	21%	17%	4%
55-64 ára	84	14%	0%	6%	39%	24%	33%	10%	2%
65 ára og eldri	82	4%	0%	1%	35%	28%	46%	11%	2%
<b>Markaðssvæði</b>									
Norðurlönd	33	46%	0%	9%	82%	24%	3%	3%	0%
Bretlandseyjar	26	23%	0%	12%	69%	12%	8%	19%	0%
Vestur-Evrópa	285	14%	1%	6%	68%	19%	24%	10%	4%
Mið-Evrópa	13	69%	0%	23%	69%	8%	0%	0%	8%
Suður-Evrópa	20	35%	5%	40%	60%	10%	0%	15%	5%
Norður-Ameríka	82	6%	0%	2%	40%	15%	42%	10%	7%
Asía	3	0%	0%	0%	0%	67%	33%	33%	0%
Ástralía+Kyrrah.	5	40%	0%	0%	40%	0%	0%	20%	0%
Annað	5	20%	0%	0%	60%	40%	20%	20%	0%
<b>Búsetuland</b>									
Þýskaland	103	10%	2%	8%	60%	11%	42%	4%	3%
Frakkland	89	11%	0%	3%	63%	26%	18%	16%	6%
Bretland	68	4%	0%	3%	32%	16%	46%	6%	9%
Bandaríkin	37	11%	0%	3%	84%	24%	11%	16%	0%
Spánn	28	46%	0%	0%	86%	21%	7%	0%	7%
Ítalía	23	44%	0%	13%	87%	26%	0%	0%	0%
Holland	16	6%	0%	13%	75%	19%	13%	31%	0%
Sviss	16	13%	0%	13%	75%	6%	6%	19%	6%
Kanada	16	38%	0%	50%	63%	0%	0%	19%	6%
Austurríki	14	14%	0%	0%	79%	7%	21%	29%	0%
Belgium	12	0%	0%	17%	67%	42%	25%	0%	0%
Ástralía	9	78%	0%	11%	67%	0%	0%	0%	11%
Danmörk	8	50%	0%	13%	63%	0%	0%	0%	0%
Polland	5	40%	0%	0%	40%	0%	0%	20%	0%
Tékkland	6	33%	0%	0%	67%	17%	0%	17%	0%
Annað	22	36%	5%	9%	55%	36%	14%	9%	0%
<b>Tilgangur ferðar</b>									
Frí	445	18%	1%	7%	64%	18%	21%	10%	4%
Vinnutengt	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Heimsækja	4	50%	0%	0%	50%	0%	25%	0%	0%
Viðburður	1	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
Annað	12	8%	0%	25%	42%	42%	58%	17%	0%

Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.

	Fjöldi	Áætlunarrúta	Eigin bíll	Bílaleigubíll	Hópfærð	Annað
<b>Allir</b>	474	6,1%	7,0%	58,9%	23,6%	9,4%
<b>Kyn</b>						
Kona	255	5,5%	7,1%	54,5%	26,3%	12,2%
Karl	216	6,9%	6,5%	64,8%	19,9%	6,4%
<b>Aldur</b>						
18-24 ára	26	3,8%	7,7%	57,7%	15,4%	23,1%
25-34 ára	120	5,0%	5,8%	80,0%	5,0%	7,4%
35-44 ára	75	1,3%	5,3%	74,7%	14,7%	6,7%
45-54 ára	80	2,5%	8,8%	70,0%	12,5%	10,1%
55-64 ára	82	12,2%	7,3%	37,8%	39,0%	12,3%
65 ára og eldri	84	10,7%	4,8%	26,2%	57,1%	8,4%
<b>Markaðssvæði</b>						
Norðurlönd	33	6,1%	3,0%	84,8%	6,1%	6,0%
Bretlandseyjar	28	3,6%	14,3%	60,7%	10,7%	14,3%
Vestur-Evrópa	287	3,8%	8,4%	59,2%	26,5%	7,6%
Mið-Evrópa	12	0,0%	8,3%	50,0%	8,3%	33,3%
Suður-Evrópa	19	5,3%	5,3%	89,5%	5,3%	0,0%
Norður-Ameríka	82	15,9%	1,2%	40,2%	34,1%	12,1%
Asía	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	6	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	33,4%
Annað	4	25,0%	0,0%	75,0%	0,0%	25,0%
<b>Búsetuland</b>						
Þýskaland	103	0,0%	8,7%	47,6%	40,8%	4,8%
Frakkland	90	5,6%	6,7%	60,0%	25,6%	7,7%
Bandaríkin	68	16,2%	1,5%	36,8%	39,7%	10,3%
Holland	36	5,6%	8,3%	75,0%	8,3%	13,9%
Sviss	30	3,3%	13,3%	76,7%	6,7%	13,4%
Danmörk	23	4,3%	4,3%	87,0%	4,3%	4,3%
Bretland	18	0,0%	11,1%	66,7%	16,7%	11,2%
Belgía	16	18,8%	6,3%	62,5%	12,5%	6,3%
Spánn	15	0,0%	6,7%	93,3%	6,7%	0,0%
Kanada	14	14,3%	0,0%	57,1%	7,1%	21,4%
Austurríki	12	0,0%	8,3%	58,3%	33,3%	0,0%
Tékkland	8	0,0%	12,5%	50,0%	0,0%	37,5%
Svíþjóð	8	12,5%	12,5%	50,0%	0,0%	25,0%
Ástralía	6	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	33,4%
Noregur	6	16,7%	0,0%	83,3%	0,0%	0,0%
Annað	21	9,5%	4,8%	71,4%	9,5%	14,4%
<b>Tilgangur ferðar</b>						
Frí	449	4,7%	7,1%	60,4%	22,7%	9,3%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	25,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%
Viðburður	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Annað	11	27,3%	0,0%	54,5%	18,2%	27,3%

Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Fuglaskoðun	Sund	Söfn	Útsýnisferð	Gönguferð	Ljósmyndun	Náttúruböð	Hellaskoðun	Hálendisferð	Matur úr héraði	Annað
<b>Allir</b>	472	34%	25%	6%	35%	74%	64%	47%	12%	15%	19%	5%
<b>Kyn</b>												
Kona	255	36%	25%	6%	36%	73%	61%	50%	11%	12%	24%	4%
Karl	214	31%	24%	5%	34%	76%	68%	44%	14%	19%	13%	7%
<b>Aldur</b>												
18-24 ára	27	37%	26%	11%	22%	85%	70%	63%	22%	7%	30%	7%
25-34 ára	119	24%	38%	2%	20%	88%	80%	57%	16%	14%	19%	10%
35-44 ára	76	30%	25%	5%	32%	76%	65%	58%	13%	13%	25%	9%
45-54 ára	78	39%	30%	8%	33%	73%	60%	54%	12%	18%	18%	4%
55-64 ára	84	38%	19%	6%	44%	73%	64%	35%	6%	18%	20%	1%
65 ára og eldri	81	41%	6%	6%	57%	51%	43%	22%	9%	15%	10%	0%
<b>Markaðssvæði</b>												
Norðurlönd	33	49%	39%	12%	39%	55%	76%	70%	24%	9%	18%	9%
Bretlandseyjar	28	21%	18%	11%	32%	68%	57%	54%	18%	4%	14%	11%
Vestur-Evrópa	282	36%	30%	4%	30%	79%	66%	46%	8%	17%	19%	5%
Mið-Evrópa	13	39%	31%	0%	23%	85%	62%	62%	8%	31%	23%	0%
Suður-Evrópa	20	15%	35%	0%	30%	65%	70%	65%	20%	15%	0%	5%
Norður-Ameríka	83	29%	4%	6%	53%	70%	55%	35%	21%	13%	23%	4%
Asía	3	0%	0%	0%	33%	100%	33%	100%	33%	0%	67%	0%
Ástralía og Kyrrah.	5	40%	0%	40%	60%	60%	40%	20%	0%	0%	20%	0%
Annað	5	40%	0%	0%	60%	40%	100%	40%	0%	20%	0%	20%
<b>Búsetuland</b>												
Þýskaland	104	38%	39%	5%	46%	79%	69%	43%	4%	11%	15%	1%
Frakkland	87	36%	18%	3%	26%	74%	63%	39%	9%	21%	20%	2%
Bandaríkin	69	29%	4%	7%	59%	68%	51%	32%	20%	12%	25%	4%
Ítalía	35	43%	11%	9%	23%	66%	57%	26%	11%	14%	20%	6%
Spánn	29	14%	41%	3%	7%	97%	69%	59%	0%	31%	17%	10%
Holland	23	52%	39%	13%	39%	57%	74%	74%	30%	9%	13%	13%
Sviss	18	28%	17%	17%	39%	72%	44%	61%	22%	0%	17%	0%
Bretland	15	47%	27%	0%	13%	93%	73%	87%	40%	27%	47%	27%
Kanada	16	19%	31%	0%	25%	69%	69%	75%	25%	13%	0%	6%
Danmörk	14	29%	0%	0%	21%	79%	79%	50%	21%	21%	14%	0%
Belgía	12	50%	75%	0%	8%	92%	67%	92%	0%	8%	17%	17%
Austurríki	9	33%	33%	0%	22%	89%	67%	67%	11%	22%	33%	0%
Ástralía	8	13%	25%	0%	25%	63%	100%	50%	13%	13%	13%	13%
Svíþjóð	5	40%	0%	40%	60%	60%	40%	20%	0%	0%	20%	0%
Tékkland	6	17%	33%	17%	50%	33%	67%	50%	17%	17%	33%	0%
Annað	22	32%	23%	0%	36%	64%	68%	50%	5%	18%	14%	14%

**Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur**

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
<b>Allir</b>	462	55,0%	40,5%	4,1%	0,0%	0,4%
<b>Kyn</b>						
Kona	249	59,4%	37,3%	2,8%	0,0%	0,4%
Karl	211	49,8%	44,1%	5,7%	0,0%	0,5%
<b>Aldur</b>						
18-24 ára	25	48,0%	44,0%	8,0%	0,0%	0,0%
25-34 ára	116	48,3%	47,4%	4,3%	0,0%	0,0%
35-44 ára	73	50,7%	46,6%	2,7%	0,0%	0,0%
45-54 ára	78	66,7%	30,8%	1,3%	0,0%	1,3%
55-64 ára	86	59,3%	34,9%	5,8%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	77	53,2%	40,3%	5,2%	0,0%	1,3%
<b>Markaðssvæði</b>						
Norðurlönd	33	57,6%	39,4%	0,0%	0,0%	3,0%
Bretlandseyjar	27	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur-Evrópa	277	53,1%	41,9%	5,1%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	12	41,7%	58,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	20	55,0%	45,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Norður-Ameríka	80	58,8%	33,8%	6,3%	0,0%	1,3%
Asía	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrah.	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	5	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Búsetuland</b>						
Þýskaland	104	50,0%	42,3%	7,7%	0,0%	0,0%
Frakkland	81	58,0%	38,3%	3,7%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	67	58,2%	32,8%	7,5%	0,0%	1,5%
Ítalía	37	37,8%	56,8%	5,4%	0,0%	0,0%
Spánn	29	48,3%	48,3%	3,4%	0,0%	0,0%
Holland	23	52,2%	43,5%	0,0%	0,0%	4,3%
Sviss	18	72,2%	27,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	78,6%	21,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	16	56,3%	43,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	13	61,5%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	12	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	8	37,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	71,4%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Svíþjóð	5	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	6	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	22	40,9%	59,1%	0,0%	0,0%	0,0%

## 6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna í Mývatnssveit sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölinu í Mývatnssveit eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 116 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Að okkar mati er allt fullkomið. Vinsamlegast fylgið ekki þeirri Vestur-Evrópsku fyrirmynd að fella allt undir reglugerðir og stafræna tækni.

Allir á Íslandi eru mjög vingjarnlegir og hjálpsamir. Auðvitað, því þeir eru íslenskir!

Allt frábært (x2).

Allt gott.

Almenningssamgöngur vantar á milli Reykjahlíðar og Jarðbaðanna. Við gátum ekki heimsótt böðin.

Auðeldari gönguleiðir fyrir fatlaða.

Bar.

Báta á vatnið.

Betra kort af svæðinu! Með ítarlegum upplýsingum.

Betra veður.

Betra veður, annars fullkomið.

Betra viðhald á göngustígum við Námafjall.

Betri merkingar.

Betri merkingar fyrir gönguleiðir.

Betri merkingar fyrir göngustíga og gönguleiðir. Fleiri ruslafötur.

Dvölin hér hefur verið dásamleg, náttúran og Askja eru stórkostleg. Að mínu mati þarf engu að breyta hér!! Kærar þakkir!!

Ef við hefðum fundið gistingu þyrftum við ekki að tjalda.

Ekkert.

Ekki nokkuð...Þetta er frábært.

Ég mun þurfa að koma aftur og eyða meiri tíma hér! Þvílíkt land!

Ég myndi mæla með Mývatnssveit við hvern þann sem heimsækir Ísland.

Ég myndi óska mér að liggja í náttúrulegum.

Ég mæli með verslun á tjaldsvæðinu með fatnað, mat og útilegugræjur.

Ég sá allt.

Fallegt land.

Fallegur staður. Flugnavandamál.

Fleiri ferðamöguleika.

Fleiri salerni á eftirsóttum stöðum.

Fleiri salerni og sturtur á tjaldsvæðinu.

Frábær upplifun.

Frábærar myndir.

Færra fólk.

Færra fólk (ferðamenn eins og við).

Gistiheimili og veitingahús eru mjög dýr hér fyrir norðan!

Gistingin er of dýr.

Gott veður.

Góð þjónusta. En það þarf að vernda endurnar betur. Með ágangi ferðamanna geta andafjölskyldur sundrast. Við tókum eftir einu atviki þar sem andarungi týndi móður sinni og varð einn eftir.

Göngustígarnir eru ekki vel merktir (frá Reykjahlíð í Dimmuborgir).

Hef bara verið hér í nokkrar klukkustundir.

Hlýrra, betra veður.

Hótelin eru of dýr.

Í Dimmuborgum þarf að hafa góða tónlist í eyrunum (helst þungarokk). Drepið flugurnar!!

Í gær vorum við í Kröflu og þar vantar að mínu mati fleiri ruslafötur. Það er frábær staður sem laðar að marga gesti en þar var orðið sóðalegt þar sem salernin voru lokuð.

Í raun ekki.

Í raun ekki, kannski ókeypis salernisaðstaða.

Ítarlegri göngukort.

Jarðfræðilega leiðsögn.

Klifur á gosbergi, klifurgarður.

Kort til að taka með um Dimmuborgir.

Landið er mjög dýrt.

Matreiðsluferð um héraðið.

Matur í gönguferðum.

Meiri sól, tröll.

Meiri tíma.

Mjög áhugavert - takk fyrir.

Mjög fín gístaðstaða.



Mýflug er frábært.

Mývatn er mjög vel þróað svæði.

Nákvæmt kort með öllum gönguleiðum á netinu sem hægt er að skoða áður en svæðið er heimsótt.

Nei (x9).

Nei takk, Ég naut þess að vera hér.

Nei, allt mjög gott að svo stöddu.

Nei, en ég myndi vilja vera einn í burtu frá öðru fólki.

Nei, við erum ánægð með þetta.

Nei, vinsamlegast haldið áfram á sömu braut. Við erum hæstánægð með dvöl okkar hér.

Nei, þvert á móti hefur ferðapjónustan þróast vel hérna.

Nei, því meira afslappað (low-key), því betra.

Of dýrt fyrir okkur.

Of fáir hvíldarstaðir.

Of mörg hótél hafa áhrif á náttúruna.

Ódýr matur úr héraði.

Ókeypis gistingualeikar fyrir húsbíla.

Panta betra veður.

Rúta (skutla) úr Dimmuborgum í Reykjavíki.

Rúturnar verða að drepa á vélinni.

Salernisaðstaða á gönguleiðum.

Sól (x2).

Stærri bílastæði fyrir rútur.

Takk fyrir (x2).

Traustari göngustígar. Salernisaðstaða á gönguleiðum.

Útsýnisflug með flugvél eða þyrlu.

Vel gerðir göngustígar.

Við erum undrandi yfir fjölda ferðamanna hér.

Við söknum sólarinnar.

Vingjarnlegt fólk.

Vinsamlegast ekki byggja meira, við erum hér vegna náttúrunnar.

Það er frábært!

Það hefði verið gaman að hitta jólasveinana.

Það tekur lengri tíma en þú heldur.

Það vantar bari til að fara á á kvöldin.

Það vantar t.d. fleiri kaffihús, salerni, ódýrari ferðamannaverslanir, bílastæði.

Það vantar upp á hreinlætisaðstöðuna á tjaldsvæðinu (wc, sturtur ofl.).

Það væri fínt að fá kort af gönguleiðunum við Höfða.

Það væri fínt að hafa bát á vatninu.

Það væri ráðleggra að rukka fyrir aðgang að þjóðgarðinum en ekki salernunum.

Það þarf að laga göngustígana fyrir eldra fólk.

Það þyrfti að hanna stærri bílastæði.

Það þyrfti að laga göngustígana við Kröflu.

Þýðið upplýsingaskiltin við gönguleiðirnar á ensku.

### 6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



#### Visitor survey in Mývatn, summer 2015

Húsavík  
Academic Center

This survey is conducted by Húsavík Academic Center. The aim of this study is to gather tourist information in order to improve tourist services in Mývatn and surroundings. We would be grateful if you could spare few minutes to respond to this survey. Answers will be treated anonymously.

1. Gender  Female  Male

2. Year of birth \_\_\_\_\_

3. Country of residence? \_\_\_\_\_

4. Your travel companion(s)?

- None  Co-workers  
 Family/friends/partner  Organized tour group  
 Others, who? \_\_\_\_\_

5. Where did you spend the night before arriving in Mývatn?

\_\_\_\_\_

6. Where will you spend the first night after leaving Mývatn?

\_\_\_\_\_

7. Did you stay in Mývatn last night or will you stay tonight?

- Yes  No (If no, please go to question 9)



8. What sort of accommodation did you/will you use in Mývatn?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping site                 | <input type="checkbox"/> Hotel                 |
| <input type="checkbox"/> Farm Holidays                | <input type="checkbox"/> Summer house/Cottages |
| <input type="checkbox"/> Hostel                       | <input type="checkbox"/> Family/friends        |
| <input type="checkbox"/> Private rental (e.g. Airbnb) | <input type="checkbox"/> Other, what? _____    |
| <input type="checkbox"/> Guesthouse                   |  |

9. What is the main purpose of your visit to Mývatn?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Holiday                  | <input type="checkbox"/> Visiting relatives/friends |
| <input type="checkbox"/> Business trip/Conference | <input type="checkbox"/> Event/festival             |
| <input type="checkbox"/> Other, what? _____       |   |

10. Please specify why you chose to travel to Mývatn:

\_\_\_\_\_

11. When did you decide to visit Mývatn? (multiple choices)

- Before the journey to Iceland began
- After the journey to Iceland began
- It was the reason for coming to Iceland
- Mývatn was only a drive through

12. Where did you get information about Mývatn? (multiple choices)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Friends and relatives    | <input type="checkbox"/> Books and guides                   |
| <input type="checkbox"/> Fairs and/or exhibitions | <input type="checkbox"/> It was part of the travel package  |
| <input type="checkbox"/> Media                    | <input type="checkbox"/> Information website: specify _____ |
| <input type="checkbox"/> Travel agency            | <input type="checkbox"/> Other, what: _____                 |



14. How did you travel to Mývatn?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bus (Scheduled service) | <input type="checkbox"/> Tour bus           |
| <input type="checkbox"/> Your own car            | <input type="checkbox"/> Cruise/sail        |
| <input type="checkbox"/> Rental car              | <input type="checkbox"/> Bicycle            |
| <input type="checkbox"/> Friend's car            | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Flight                  |   |

15. How long do you expect your total stay in Mývatn to be?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 – 3 hours   | <input type="checkbox"/> 25 – 48 hours   |
| <input type="checkbox"/> 4 – 6 hours   | <input type="checkbox"/> 3 – 4 days      |
| <input type="checkbox"/> 7 – 12 hours  | <input type="checkbox"/> 5 – 6 days      |
| <input type="checkbox"/> 13 – 24 hours | <input type="checkbox"/> More _____ days |

16. Please mark all aspects/activities you plan to experience during your stay in Mývatn?

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bird watching    | <input type="checkbox"/> Horse trips      | <input type="checkbox"/> Highland tour      |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall    | <input type="checkbox"/> Fishing          | <input type="checkbox"/> Local food tasting |
| <input type="checkbox"/> Golf             | <input type="checkbox"/> Photography      | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Museum           | <input type="checkbox"/> Nature Bath      |   |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Cave exploration |   |
| <input type="checkbox"/> Hiking           | <input type="checkbox"/> Bicycle rental   |   |

In questions 17 and 18 we seek information on the total tourist expenditure in Mývatn for the last 24 hours (one day) and what it was spent on.

- Please specify all your spending (or that of your group) in Mývatn last 24 hours. Please specify as well if you have prepaid any services or will pay later for services or goods consumed within a period of 24 hours (or total expenditure during your stay if it has been shorter than 24 hours).
- If you are in a group (e.g. family) where one person pays all expenditure for the group, please specify the total spending of the group and mark the number of persons in question 17.
- If you pay your own share of joint spending, please specify only your own spending and mark , "1" in question 17.



17. How many people does this expenditure cover?

\_\_\_\_\_ people

18. How much money did you spend in total on the following things for the last 24 hours in Mývatn? (Please specify the amount below and tick the currency used in the box on the right, estimates are appreciated).

Accommodation \_\_\_\_\_

Restaurants/cafés (outside your accommodation) \_\_\_\_\_

Restaurant/food service within your accommodation \_\_\_\_\_

Groceries (e.g. food, beverages in supermarkets) \_\_\_\_\_

Recreation (e.g. tours) \_\_\_\_\_

Culture (e.g. museum, craftshouse) \_\_\_\_\_

Souvenirs \_\_\_\_\_

Gas/oil \_\_\_\_\_

Shopping (e.g. clothing, goods) \_\_\_\_\_

Other (please specify what and the amount) \_\_\_\_\_

Currency

ISK

EUR

GBP

DKK

USD

Other  
\_\_\_\_\_

19. Overall, how satisfied are you with your visit to Mývatn?

Very satisfied    Satisfied    Neutral    Dissatisfied    Very dissatisfied

20. Is there anything at last you would like to add? Some activity, service, attraction, entertainment etc. you would like to see in Mývatn?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Thank you for your participation and have a pleasant stay in Iceland*





**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ  
FERÐAMÁLA**

**Desember 2016**