



HÁSKÓLI ÍSLANDS



Háskólinn
á Akureyri



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2016

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

Titill: Erlendir gestir á Siglufirði sumarið 2015. Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Höfundur: Lilja B. 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-07-2016
ISBN: 978-9935-437-53-2
ISSN 978-9935

Forsíðumynd Siglufjörður © Fjallabyggð

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 á Siglufirði sumarið 2015

Niðurstöður ferðavenjukönnunar

Lilja Berglind Rögnvaldsdóttir

Samantekt

Í þessari skýrslu eru kynntar niðurstöður ferðavenjukönnunar meðal erlendra gesta á Siglufirði árið 2015. Út frá niðurstöðunum er svæðisbundið umfang atvinnugreinarinnar áætlað. Sambærileg könnun var framkvæmd á Höfn í Hornafirði, Húsavík og í Mývatnssveit 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 og Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri. Samband var haft við fulltrúa sveitarfélaga sem fóru með málefni ferðaþjónustu á hverjum stað og á Siglufirði aðstoðaði starfsfólk Síldarminjasafns Íslands við utanumhald og framkvæmd spurningakönnunarinnar. Þeim, spylum 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. Við samanburð staðanna skar Siglufjörður sig helst úr hvað varðar dvalartíma erlendra gesta, gistihlutfall og útgjöld á svæðinu. Meðaldvalarlengd erlendra gesta á Siglufirði mældist 6,4 klst. sem er töluvert styttri tími en á hinum stöðunum. Um 17% þeirra dvaldi yfir nótt og meðalútgjöld gestanna á sólarhring reiknuðust 3.866 kr. Flestir aðspurðra áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið og nýta sér veitingaþjónustu staðarins, en stærsti útgjaldaliðurinn var vegna veitinga. Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (59%) og voru á ferðalagi með vinum og/eða ættingjum (75%).

Fjöldi erlendra gesta á Siglufirði er áætlaður um 48 þúsund árið 2015. Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði 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 155-193 m.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 40-50 þúsund erlendir 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

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 til Siglufjarðar?.....	19
3.4	Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?.....	20
3.5	Gisting.....	21
3.6	Gistimáti	23
3.7	Dvalarlengd.....	24
3.8	Tilgangur heimsóknar	25
3.9	Ástæða heimsóknar.....	26
3.10	Tímasetning ákvörðunar um heimsókn.....	27
3.11	Uppruni upplýsinga um Siglufjörð	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.....	45
4	Umræður og ályktanir	47
5	Heimildir	49
6	Viðaukar.....	53
6.1	Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur	53
6.2	Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði sumarið 2015	63
6.3	Viðauki 3. Spurningakönnunin.....	67

Myndaskrá

Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Siglufirði eftir búsetulandi sumarið 2015	16
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Siglufirði í samanburði við þjóðerni brottfararfarþega í KEF	17
Mynd 3. Með hverjum ferðaðist þú?	18
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða	18
Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?.....	19
Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?	20
Mynd 7. Dvaldir þú á Siglufirði síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?	21
Mynd 8. Fjöldi gestakoma ferðamanna á Siglufirði 2006-2015	22
Mynd 9. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015	22
Mynd 10. Hvaða gístiaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Siglufirði?	23
Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða	23
Mynd 12. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Siglufirði muni vara?	24
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða	24
Mynd 14. Hver er megintilgangur heimsóknar þinnar til Siglufjarðar?.....	25
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða	26
Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sem áfangastaður...	27
Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?	27
Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða	28
Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Siglufjörð	29
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða.....	29
Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Siglufjarðar?	30
Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða	31
Mynd 23. Afþreying	32
Mynd 24. Vinsamlegast tilgreindu hver sólarhringsútgjöld þín voru á Siglufirði eftir útgjaldaliðum ...	34
Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Siglufirði?	36
Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða.....	37
Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði.....	38
Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði 2004-2016.....	39
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erl. gesta á Siglufirði og heildarfj. erl. ferðam. á Íslandi 2007-2016 ...	40
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erl. gesta á Siglufirði og erl. gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016	40
Mynd 31. Fjöldi gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016. Heimild (Síldarminjasafn Íslands, 2016)	41
Mynd 32. Fjöldi skemmtiferðaskipa á Siglufirði og farþega þeirra 2008-2015.	42
Mynd 33. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði eftir mánuðum 2004, 2010 og 2013	42
Mynd 34. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2006-2015 eftir mánuðum (allir gestir)	43
Mynd 35. Fjöldi gestakoma á Siglufirði, erlendir gestir 2006-2015	44
Mynd 36. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2015, íslenskir og erlendir gestir	44

Töfluskrá

Tafla 1. Helstu þættir sem mikilvægt er að afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar	5
Tafla 2. Atvinnugreinaflokkar ferðabjónustu	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.....	53
Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur.....	54
Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur.....	55
Tafla 13. Dvalarlengd, bakgrunnsbreytur	56
Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur	57
Tafla 15. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?	58
Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur.....	59
Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.....	60
Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur.....	61
Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur	62

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 ferðaþjónustunnar 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 ferðaþjónustu 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 ferðaþjónustu á hverjum stað þar sem eftirspurn ferðamanna geti verið breytileg eftir svæðum sem og fjárfestingarþörf ferðaþjónustuaðilanna. Til að gæta samræmis þurfi svo að flokka ferðaþjónustutengdar 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 ferðaþjónustutölfræði (e. *International Recommendations for Tourism Statistics*) í því tilliti (United Nations, 2010a).

Svæðisbundin efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu 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 gesta voru metin með sérstökum ferðavenjukönnunum og framboðshlið atvinnugreinarinnar var metin með viðtölum við ferðaþjónustuaðila 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 ferðaþjónustu hefur lengi verið viðvarandi hérlendis þó ýmislegt hafi áunnist í þeim efnum (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar, 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 vísendingar 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). Áferðirnar 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 áferðum 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

Spurningakönnunin¹ 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 tilfalli. Spurningar sem snéru að búsetulandi, aldri og útgjöldum voru opnar svo svarendur gátu skrifað

¹ 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 afla gagna um til að greina einkenni gesta og ferðar (United Nations, 2010a, bls. 23-24).

Helstu einkenni gesta	Helstu einkenni ferðar
<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 gesta. Það felur í sér ferðaþjónustutengdar vörur s.s. samgöngur, gistingu og veitingaþjónustu en einnig aðrar vörur s.s. listmuni, skartgripir, 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.)

Einkennandi atvinnugreinar í ferðþjónustu	Aðrar atvinnugreinar
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 o.fl.	
7. Ferðaskrifstofur	
8. Menningarstarfsemi	
9. Afþreying og tómsundastarfsemi	

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

Gistiþjónusta
Veitingaþjónusta innan gististaðar
Veitingaþjónusta utan gististaðar
Samgöngur
Afþreying 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 spyrjar 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).²

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

² 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. $\pm 5\%$ úrtakssekkju 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 á Siglufirði).

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. ³ . 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 $\pm 5\%$ úrtakssekkju á öllum stöðum eins og fram kemur í töflu 5. Á Siglufirði tók framkvæmd könnunarinnar 12 daga. Spyrjar á vegum RMF og Rannsóknaseturs HÍ á Húsavík voru staðsettir á svæði sem náði frá hafnarsvæði bæjarins að Síldarminjasafninu. Þeir gengu um svæðið og óskuðu eftir þátttöku ferðamanna sem 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 á Siglufirði 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 14. júlí til 19. ágúst. Innan dagsins var könnunin framkvæmd á tímabilinu kl. 10-19. Alls voru 539 erlendir ferðamenn beðnir um að taka þátt í könnuninni. Af þeim samþykktu 428 þátttöku, eða 79%.

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 einungis til dvalar að kvöld- og næturlagi sem og þeirra sem fóru ekki fótgangandi um hið skilgreinda rannsóknarsvæði á meðan framkvæmd spurningakönnunarinnar fór fram.

³ Fjallað er um áætlaðan fjölda ferðamanna í kafla 3.17

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 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 gisti hlutfalli ($p=0,302$) 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 tölfraeðiforritið 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 tölfraeðileg 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 velta⁴ 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

⁴ Virðisaukaskattur meðtalin

þar sem gagna var m.a. aflað um svæðisbundna veltu fyrirtækjanna, ferðapjónustuhlutfall, launakostnað og ársverk. Samkvæmt þeim útreikningum var launakostnaður fyrirtækjanna að meðaltali 28,9%⁵ af ferðapjónustutengdri veltu m.vsk. og 24,5% m.v. útreiknaðan skattstofn launa. Reiknuð meðal mánaðarlaun í ferðapjónustu 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 ferðapjónustuaðila 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 ferðapjónustutengd 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. Við úrvinnslu niðurstaðna í þessu verkefni mátti greina ósamræmi í niðurstöðum spurninga um val á afþreyingu á Siglufirði þar sem mögulegt var að gera samanburð á niðurstöðum og rauntölum frá ferðapjónustuaðilum. Niðurstöður könnunarinnar sýndu hærra hlutfall erlendra gesta Síldarminjasafnsins en rauntölur sögðu til um. Gera má ráð fyrir að nálægð rannsóknarsvæðisins á Siglufirði við Síldarminjasafnið hafi þar haft áhrif.

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 reyndist ekki nægilegt að þekkja einungis hlutfall þeirra gesta sem áformaði að heimsækja Síldarminjasafnið meðan á dvöl þeirra stóð. Þar sem ekki lágu fyrir fullnægjandi upplýsingar til frekari lagskiptingar úrtaks og gagnavigtunar eru gögnin birt án slíkra aðgerða. Ofangreint ósamræmi er tekið fram í texta í kafla um niðurstöður þar sem það á við.

Alþjóða efnahags- og framfarastofnunin (OECD) hefur bent á takmarkanir tölfræðigagna í ferðapjónustu 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 ferðapjónustu 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

⁵ Hlutfallið í verkefninu í Þingeyjarsýslum reiknaðist út frá allri ferðapjónustutengdri veltu óháð því hvort um var að ræða íslenska eða erlenda gesti svæðisins.

eiga sannarlega við um Ísland þar sem framboð svæðisbundinna tölfraeðigagna í ferðaþjónustu er ábótavant og hefur mögulegum takmörkunum verið komið á framfæri í samantekt, inngangi og lokaorðum þessarar skýrslu. Þrátt fyrir mögulega tölfraeðilega annmarka slíkra verkefna gefa niðurstöður þeirra engu að síður mikilvægar vísendingar 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 undirflokk; Norðurlönd og Bretlandseyjar (Írland meðtalið):

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

Norður-Evrópa	Vestur-Evrópa	Mið-/Austur-Evrópa	S-Evrópa / Miðjarðarhaf
Bretland	Austurríki	Armenía	Albanía
Danmörk	Belgía	Aserbaídsjan	Andorra
Finnland	Frakkland	Búlgaría	Bosnía og Hersigóvina
Írland	Holland	Eistland	Grikkland
Ísland	Liechtenstein	Georgía	Ísrael
Noregur	Lúxemborg	Hvíta-Rússland	Ítalía
Svíþjóð	Mónakó	Kasakstan	Króatía
	Sviss	Kirkigystan	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 á Siglufirði sumarið 2015. Heildarfjöldi gilda svara í könnuninni var 425. Meðalaldur þátttakenda var 47,1 ár og meirihluti svarenda (55%) voru konur. Langflestir þátttakendur í könnuninni voru frá Vestur-Evrópu (54%). Næst flestir komu frá Norður Ameríku (20%). Skilgreiningu markaðssvæða má finna í kafla 2.3. Meðalaldur gesta frá Bandaríkjunum var hæstur (57 ár) og lægstur hjá gestum frá Ítalíu (37 ár).

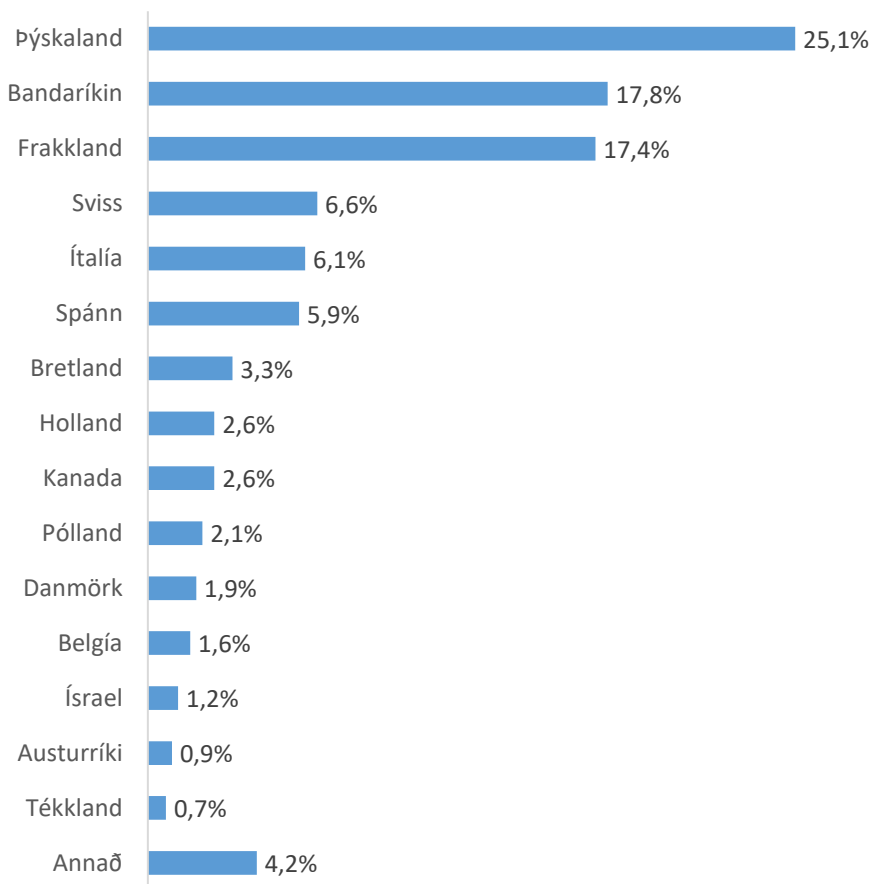
Tafla 7. Helstu bakgrunnsbreytur þátttakenda

	Fjöldi	18-24 ára	25-34 ára	35-44 ára	45-54 ára	55-64 ára	65 ára og eldri
Allir	425	6,6%	22,6%	14,1%	20,7%	18,8%	17,2%
Kyn							
Kona	231	6,1%	24,2%	10,8%	22,5%	16,9%	19,5%
Karl	191	7,3%	20,9%	18,3%	18,3%	20,9%	14,1%
Markaðssvæði							
Norðurlönd	9	22,2%	11,1%	0,0%	11,1%	55,6%	0,0%
Bretlandseyjar	15	0,0%	20,0%	26,7%	13,3%	26,7%	13,3%
Vestur-Evrópa	230	4,8%	23,9%	12,6%	24,3%	21,3%	13,0%
Mið-Evrópa	18	0,0%	77,8%	16,7%	5,6%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	57	15,8%	28,1%	26,3%	19,3%	3,5%	7,0%
Norður-Ameríka	85	5,9%	3,5%	9,4%	17,6%	22,4%	41,2%
Asía	2	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%
Annað	6	16,7%	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%
Búsetuland							
Þýskaland	107	2,8%	16,8%	11,2%	23,4%	26,2%	19,6%
Bandaríkin	74	6,8%	2,7%	8,1%	14,9%	23,0%	44,6%
Frakkland	74	8,1%	27,0%	9,5%	29,7%	16,2%	9,5%
Sviss	27	0,0%	40,7%	22,2%	25,9%	7,4%	3,7%
Ítalía	26	15,4%	34,6%	23,1%	15,4%	7,7%	3,8%
Spánn	25	16,0%	24,0%	32,0%	20,0%	0,0%	8,0%
Bretland	14	0,0%	21,4%	21,4%	14,3%	28,6%	14,3%
Kanada	11	0,0%	9,1%	18,2%	36,4%	18,2%	18,2%
Holland	11	9,1%	18,2%	18,2%	9,1%	45,5%	0,0%
Pólland	9	0,0%	55,6%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	25,0%	12,5%	0,0%	12,5%	50,0%	0,0%
Belgía	7	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%	28,6%	14,3%
Ísrael	5	0,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%	20,0%
Austurríki	4	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	10,0%	50,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%

Í ferðavenjukönnun Ferðamálastofu var meðalaldur erlendra gesta á Íslandi 41 ár sumarið 2014 (Ferðamálastofa, 2014a) sem gerir meðalaldur gestanna á Siglufirði 2015 heldur hærri en á landsvísu sumarið áður. Meðalaldur erlendra gesta á Húsavík var 42,8 ár, í Mývatnssveit 47,2 og á Höfn 37,7 ár.

3.1 Búsetuland

Þegar fjöldi þátttakenda er skoðaður eftir búsetulöndum kemur í ljós að flestir þeirra komu frá Þýskalandi (25%). Alls voru um 18% svarenda frá Bandaríkjunum og 17% frá Frakklandi (mynd 1).

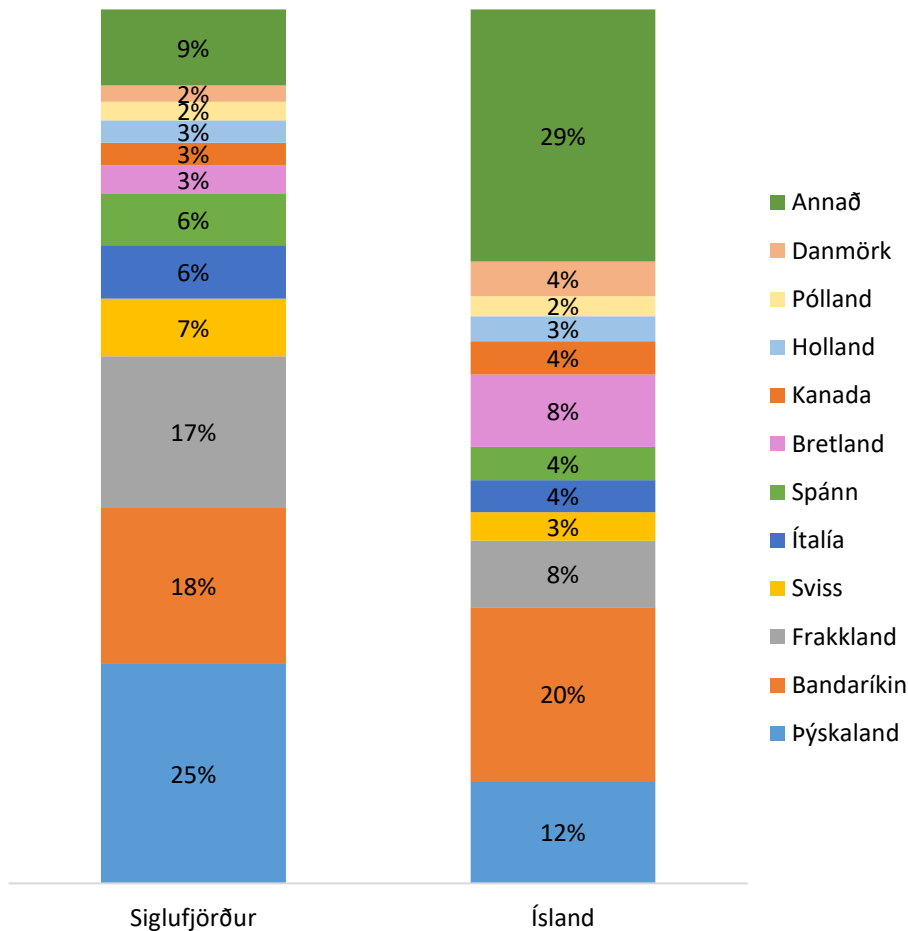


Mynd 1. Hlutfall erlendra gesta á Siglufirði eftir búsetulandi sumarið 2015

Athyglisvert er að skoða hlutfall ferðamanna í Flugstöð Leifs Eiríkssonar (KEF) á sama tíma⁶ eftir þjóðerni. Þar kemur í ljós að 12% brottfararfarþega voru frá Þýskalandi og 8% frá Frakklandi og Bretlandi sem er nokkuð á skjön við niðurstöðurnar frá Siglufirði (mynd 2). Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 20% (Ferðamálastofa, e.d.b.).

⁶ Í júlí og ágúst 2015

Þegar litið er til gagna Hagstofu Íslands um gestakomur og gistinætur (Hagstofa Íslands, e.d.b.) var hlutfall þeirra ferðamanna sem gistu á Norðurlandi vestra sumarið 2015 hæst meðal Þjóðverja (24%). Þar á eftir voru Frakkar (14%), svo Bandaríkjamenn (11%) og Bretar (9%). Hlutfall þeirra sem komu til Íslands og gistu á Norðurlandi vestra var því hærra meðal Þjóðverja og Frakka (5%) en Bandaríkjamanna og Breta (3%) (Hagstofa Íslands, e.d.b.). Gistihlutfallið var þó töluvert lægra í heildina á Norðurlandi vestra en á Norðurlandi eystra og Austurlandi sem notuð voru sem samanburðarsvæði í þessu verkefni.



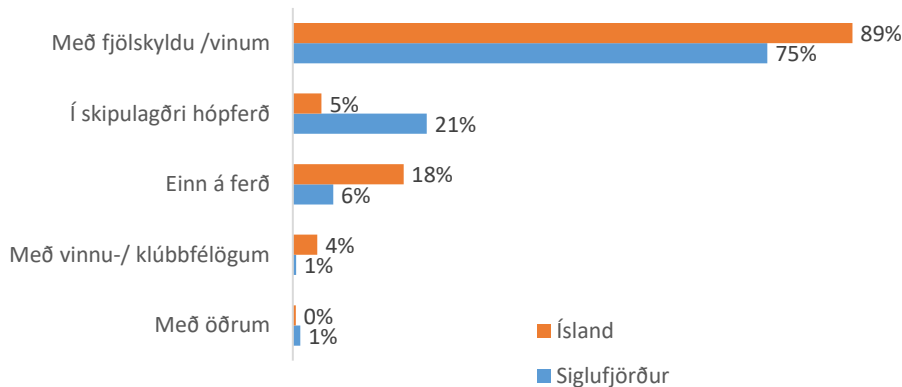
Mynd 2. Hlutföll búsetulanda gesta á Siglufirði í samanburði við Þjóðerni brottfararfarþega í Flugstöð Leifs Eiríkssonar í júlí og ágúst 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

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).

3.2 Ferðafélagar

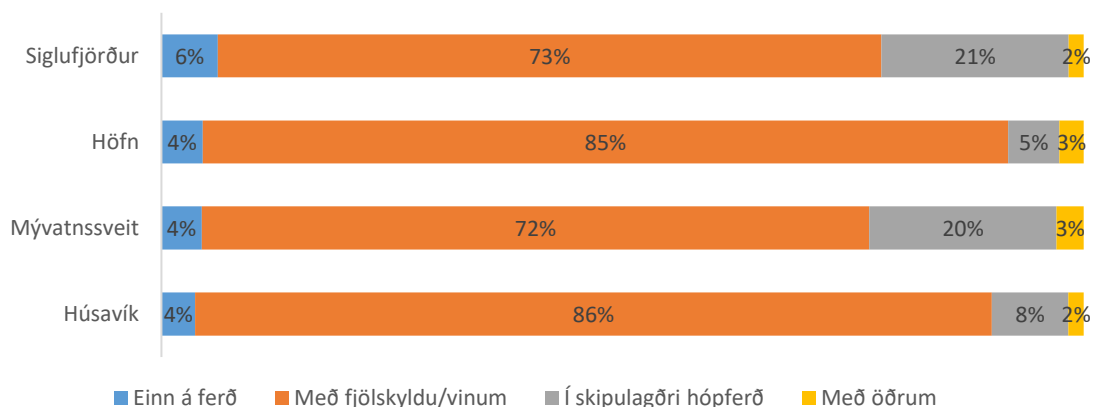
Af þeim sem ferðuðust til Siglufjarðar voru flestir í hópi með fjölskyldu og vinum (75,1%). Næstflestir voru í skipulagðri hópferð (21,2%) og 6,4% voru einir á ferð. Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 vekur athygli hátt hlutfall þeirra sem ferðast í skipulagðri hópferð til Siglufjarðar (21%).

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 eru fleiri en svarendur. Í töflu 10 í viðauka 1 má sjá helstu bakgrunnsbreytur spurningarinnar. Athygli vekur helst að yfir helmingur þeirra Frakka sem heimsóttu Siglufjörð voru í skipulagðri hópferð en skiptingin var nokkuð líkari meðaltalinu hjá öðrum þjóðum. Hlutfall þeirra sem voru í hópferð fór einnig hækkandi eftir aldri og í hópi 65 ára og eldri sögðust 56% aðspurðra vera í hópferð.



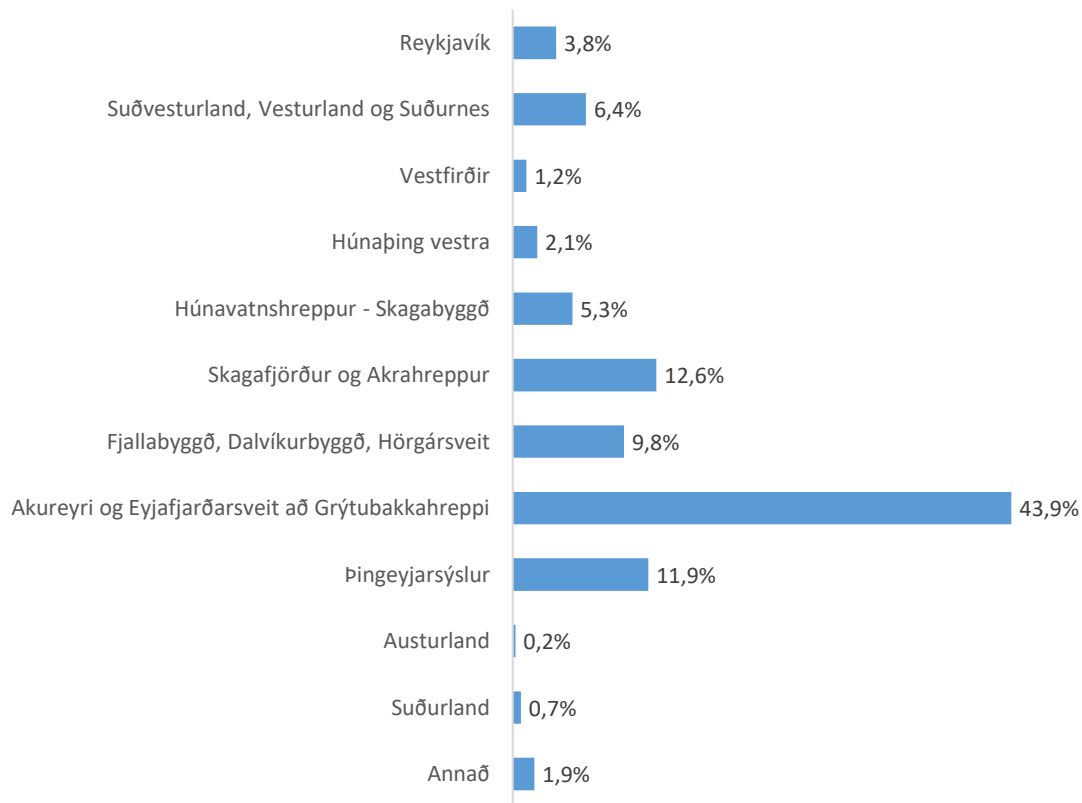
Mynd 4. Ferðafélagar, samanburður svæða⁷

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

Þegar svörin eru borin saman á milli svæða (mynd 4) má sjá að hærra hlutfall fólks var í hópferð á Siglufirði og Mývatnssveit heldur en á Húsavík og Höfn. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$).

3.3 Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?

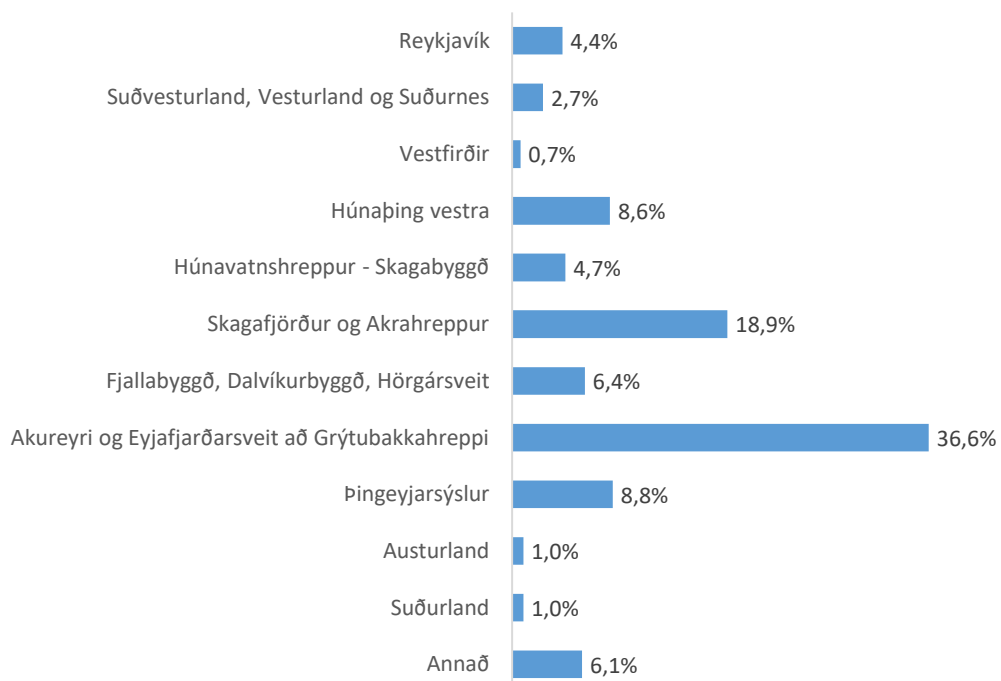
Ferðamenn voru spurðir að því hvar þeir hefðu dvalið nóttina áður en þeir komu til Siglufjarðar. Spurningin var opin og svarendur tilgreindu sérstaklega þann stað sem þeir dvöldu á. Svörin voru síðan flokkuð eftir sveitarfélögum og landshlutum eftir því sem við átti. Á Siglufirði var fjöldi gilda svara 419. Flestir höfðu dvalið á Akureyri og nágrenni, eða 184 (43,8%). Af þeim gistu langflestir (177) á Akureyri. Alls gistu 53 (12,6%) í Skagafirði og Akrahreppi. Þar af gistu flestir (22) á Sauðárkróki, ellefu í Varmahlíð, sex á Hólum og fimm á Hofsósi. Af þeim 41 (9,8%) sem dvöldu í Fjallabyggð, Dalvíkurbyggð og Hörgársveit, gistu flestir (34) á Dalvík og fimm í Ólafsfirði. Af þeim 50 sem gistu í Þingeyjarsýslum dvöldu flestir í Mývatnssveit (25), níu á Húsavík og sjö á Laugum.



Mynd 5. Hvar dvaldir þú nóttina áður en þú komst til Siglufjarðar?

3.4 Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?

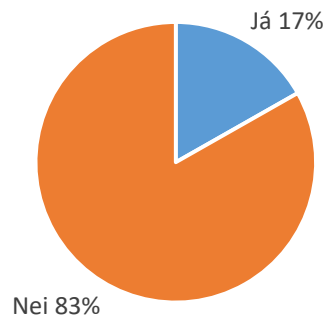
Ferðamenn voru einnig spurðir að því hvar þeir hygðust dvelja næstu nótt eftir að þeir færu frá Siglufirði. Gild svör voru 407. Flestir áformuðu að gista á Akureyri, í Eyjafjarðarsveit og á Svalbarðsströnd, eða alls 148 (36,4%). Þar af hugðust 143 gista á Akureyri. Alls ætluðu 19,4% aðspurðra að gista í Skagafirði og Akrahreppi, þar af flestir í Varmahlíð (33), tuttugu á Sauðárkróki, átta á Hofsósi og sex á Hólum í Hjaltadal. Af þeim 36 (8,8%) sem hugðust gista í Húnaþingi vestra ætluðu flestir (13) að gista í Hrútafirði, ellefu á Hvammstanga og sex á Laugarbakka. Alls ætluðu 34 að gista í Þingeyjarsýslum, þar af flestir (15) í Mývatnssveit eða á Húsavík (12).



Mynd 6. Hvar hyggstu dvelja fyrstu nóttina eftir að þú ferð frá Siglufirði?

3.5 Gisting

Spurt var hvort gestir hefðu dvalið á Siglufirði síðustu nótt eða áformuðu að dvelja þar næstu nótt. Alls svöruðu 416 þátttakendur spurningunni og þar af sögðust 70 svarendur (16,8%) hafa gist eða myndu gista á staðnum næstu nótt.



Mynd 7. Dvaldir þú á Siglufirði síðustu nótt eða hyggst þú dvelja þar í nótt?

Af þeim löndum þar sem svarafjöldinn náði lágmarki⁸ var gistihlutfallið hæst meðal gesta frá Þýskalandi (20,0%) og var nokkuð yfir meðaltali á meðan hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 12,3% og frá Frakklandi 14,3%. Um 16,5% gesta sem ferðuðust með bílaleigubíl gistu á staðnum og 23,7% gesta á eigin bíl. Einungis 4,6% gesta í hópferð gistu á staðnum.

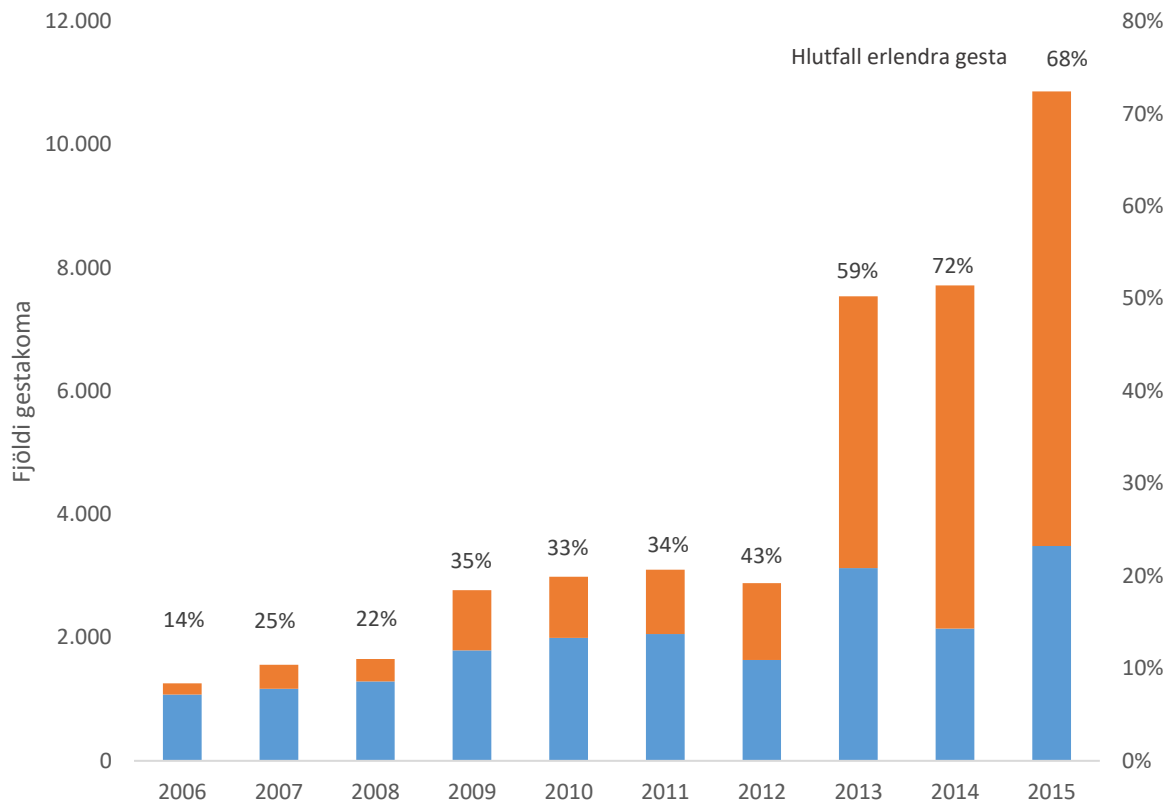
Þegar gistihlutfallið er reiknað með áætluðum fjölda erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 er niðurstaðan sú að 7.511⁹ erlendir ferðamenn hafi gist yfir nótt á Siglufirði. Fjöldi gestakoma samkvæmt Hagstofu Íslands voru alls 7.373 árið 2015 á Siglufirði sem er í nokkru samræmi við áætlanir út frá könnuninni. Samkvæmt tölum Hagstofunnar hefur hlutfall erlendra gesta af heildarfjölda gestakoma til Siglufjarðar hækkað úr 14% árið 2006 í 68% árið 2015 (sjá mynd 8). Fjallað er um fjölda erlendra gesta á Siglufirði og gistinætur Hagstofunnar í kafla 3.17.

Stærsti gististaðurinn á Siglufirði, Sigló Hótel opnaði formlega um miðjan júlí 2015 og var því á fyrsta mánuði rekstrar þegar könnunin var framkvæmd.

Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 11 í viðauka 1.

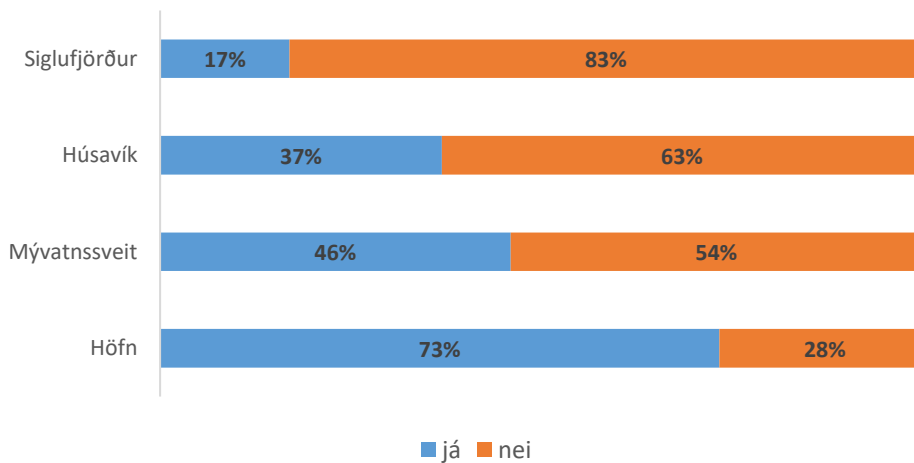
⁸ Einungis er tekið tillitið til bakgrunnsbreyta þar sem fjöldi svara var 20 eða fleiri (sjá kafla 2.1).

⁹ Hér er gert ráð fyrir að 79% erlendra ferðamanna hafi heimsótt Siglufjörð yfir sumarmánuðina þrjá og 21% utan sumars (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Reiknað er með 30% lægra gistihlutfalli utan sumars líkt og í Þingeyjarsýslum 2014 (Guðmundsson, 2015).



Mynd 8. Fjöldi gestakoma ferðamanna á Siglufirði 2006-2015 (Hagstofa Íslands, 2017)

Á mynd 9 má sjá samanburð niðurstaðna meðal staðanna fjögurra þar sem könnunin var framkvæmd sumarið 2015.

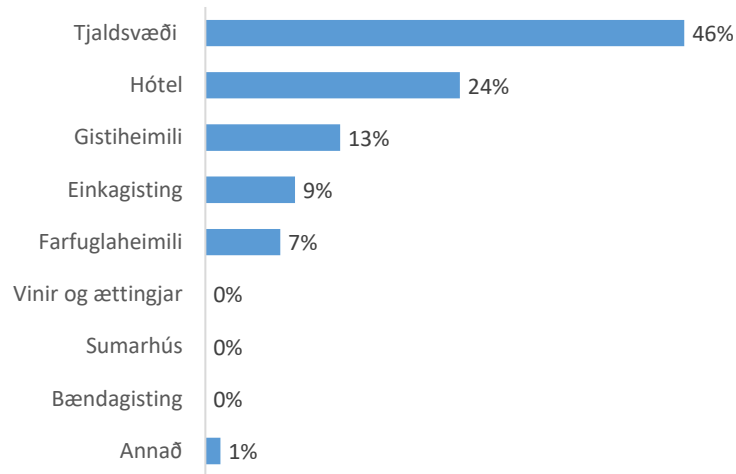


Mynd 9. Gistihlutfall eftir stöðum sumarið 2015

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

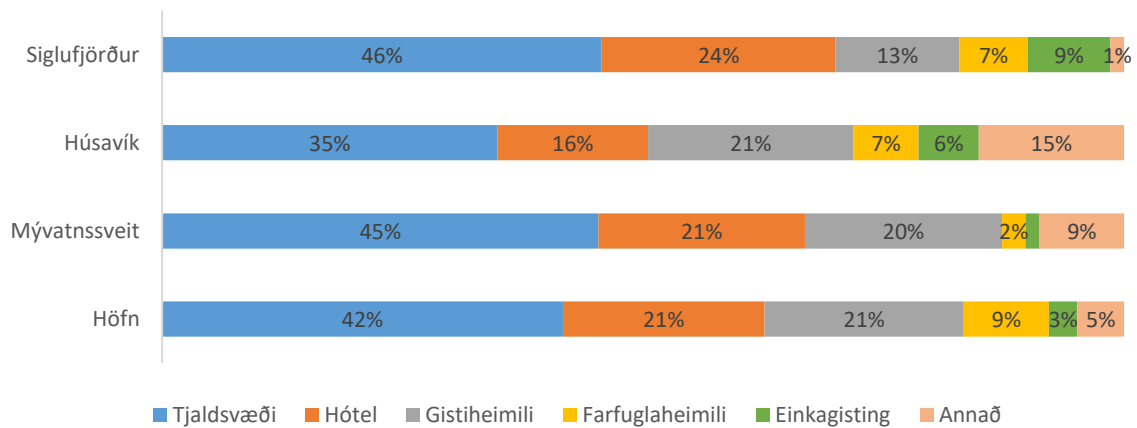
Gestir voru spurðir um hvaða tegund gistiþjónustu þeir nýttu sér á Siglufirði (mynd 10). Einungis þeir sem sögðust hafa gist eða myndu gista næstu nótt á svæðinu svöruðu þessari spurningu.



Mynd 10. Hvaða gistaðstöðu nýttir þú þér / hyggst þú nýta þér á Siglufirði?

Þar sem einungis 70 svarendur sögðust ætla að gista á Siglufirði ber að varast að rýna um of í bakgrunnsbreytur þessarar spurningar. Engu að síður eru þær birtar í töflu 12 í viðauka 1.

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 11).

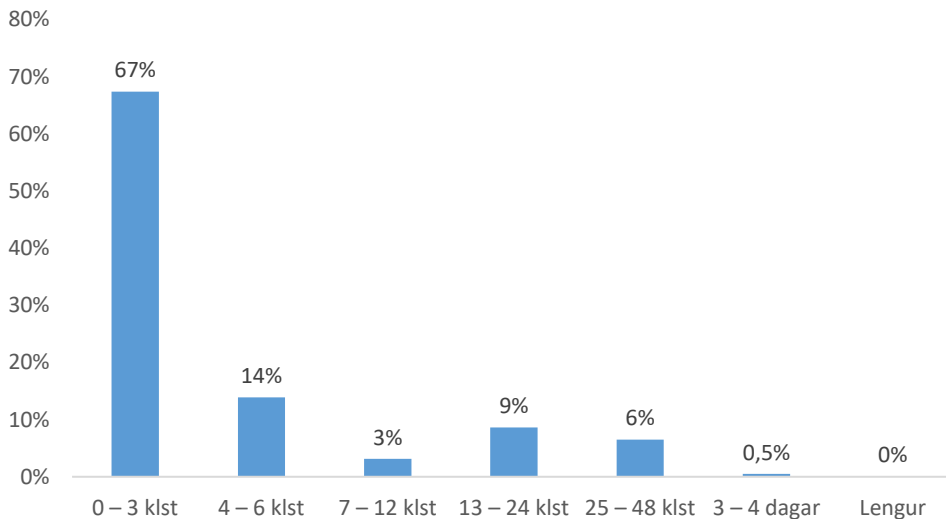


Mynd 11. Gistimáti, samanburður svæða

Hlutfall tjaldsvæða, hótels og einkagistingar var heldur hærra á Siglufirði en annars staðar. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$). Eins og fram hefur komið ber að hafa í huga lágt gistihlutfall á Siglufirði og því færri svör á bak við hvern valmöguleika í samanburði við aðra staði.

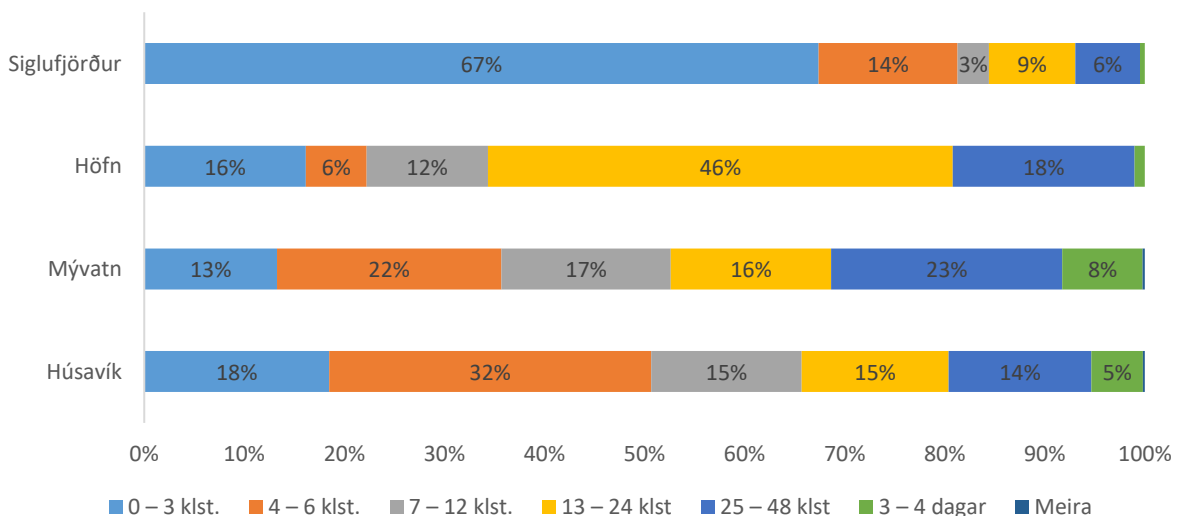
3.7 Dvalarlengd

Ferðamenn voru beðnir að áætla dvalarlengd sína á Siglufirði. Að meðaltali dvöldu gestir svæðisins í 6,4 klst. Þegar niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir því hvort um var að ræða dagsgesti eða næturgesti dvöldu dagsgestir að meðaltali í 2,3 klst. og næturgestir 26,4 klst. Á mynd 12 má sjá hvernig svörin skiptust hlutfallslega eftir dvalartíma, en langflestir (67%) dvöldu í 0-3 klst. á svæðinu.



Mynd 12. Hversu lengi telur þú að dvöl þín á Siglufirði muni vara?

Hlutfall þeirra sem dvöldu í 0-3 klst. var lægst hjá yngsta aldurshópnum 18-24 ára (50%) en hæst hjá næsta aldurshóp fyrir ofan (25-34 ára) þar sem hlutfallið var 74%. Dvalartími gesta var lengstur hjá gestum frá Sviss (7,1 klst.), Spáni (6,8 klst.) og Þýskalandi (6,3 klst.). Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 13 í viðauka 1.



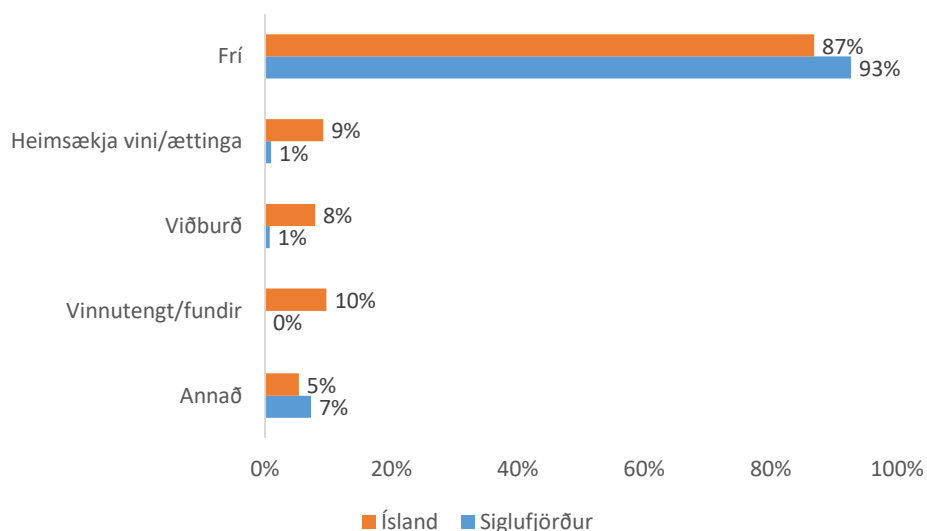
Mynd 13. Dvalartími, samanburður svæða

Á mynd 13 er dvalartími gesta borinn saman eftir svæðum. Þar sést glöggst hve stutt gestir dvelja á Siglufirði í samanburði við aðra staði. Marktækur munur var á milli svæða ($p < 0,01$) og þegar dvalartími allra svæðanna var reiknaður saman var meðaldvalarlengdin um 15,4 klst. Hjá dagsgestunum var meðaldvalartími allra svæða 4,5 klst. og næturgestum 30,5 klst. 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 Siglufjarðar kom í ljós að langflestir voru þar í frí, eða alls um 93% svarenda. Enginn var í vinnutengdum erindagjörðum og einungis 0,7% svarenda heimsótti staðinn vegna viðburðar¹⁰. Alls komu 1,0% í þeim tilgangi að heimsækja vini og ættingja. Um 7,3% svarenda nefndu annað sem valmöguleika. Þar af nefndu tæp 3% safn sem megingilgang heimsóknar, 1% nefndu nám eða rannsóknarvinnu en önnur svör í þeim lið myndu flokkast undir frí. Nokkrir aðspurðra nefndu fleiri en einn valmöguleika svo fjöldi svara var fleiri en svarenda. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 14 í viðauka 1.

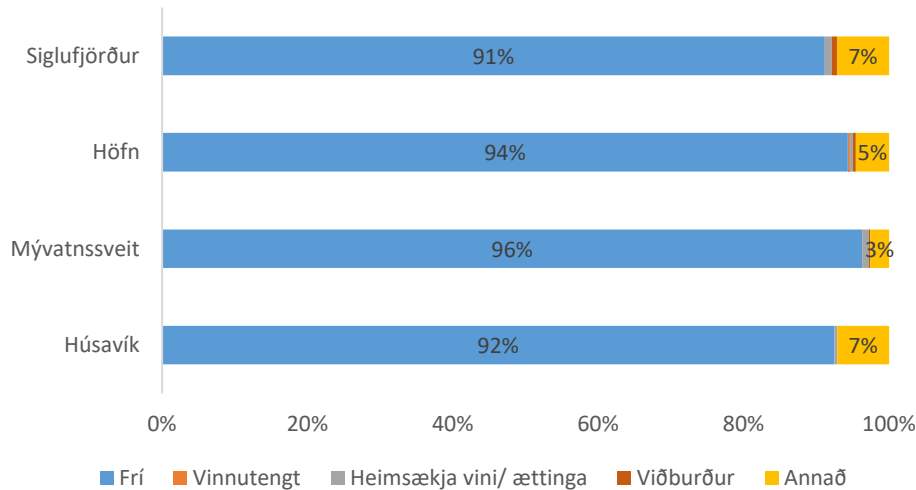
Þegar megingilgangur heimsóknar til Siglufjarðar er borinn saman við niðurstöður ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna á Íslandi sumarið 2014 (mynd 14) kemur í ljós að þar nefna aðeins færri frí sem megingilgang ferðar eða 87% aðspurðra. Um 9% nefndu heimsókn sem megingilgang, 8% viðburð og 10% vinnutengt og um 5% annað (Ferðamálastofa, 2014a).



Mynd 14. Hver er megingilgangur heimsóknar þinnar til Siglufjarðar?

¹⁰ Einn af tólf dögum framkvæmdar var föstudagurinn fyrir Verslunarmannahelgi. Af þeim 0,7% sem nefndu viðburð sem tilgang ferðar, svöruðu 0,5% þann dag.

Við samanburð á svæðunum fjórum sést að langflestir gesta svæðanna telja megintilgang ferðarinnar vera frí, eða á bilinu 91-96%. Marktækur munur var á milli svæða ($p=0,01$)¹¹ (mynd 15).



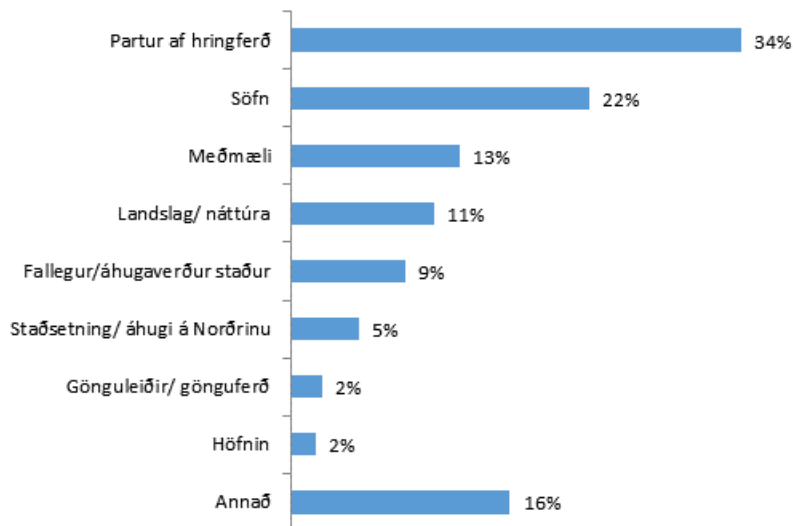
Mynd 15. Tilgangur ferðar. Samanburður svæða¹²

3.9 Ástæða heimsóknar

Í könnuninni voru ferðamenn spurðir um meginástæðu þess að Siglufjörður hafi orðið fyrir valinu sem áfangastaður. Spurningin var opin og svarendur skrifuðu skýringu sem niðurstöðurnar eru flokkaðar eftir og greindar út frá. Í nokkrum tilvikum nefndu þátttakendur fleiri en eina ástæðu og því eru fleiri svör en svarendur, eða alls 423 svör hjá 371 svaranda. Í flestum tilvikum (34%) var ástæða heimsóknar sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn. Þar næst nefndu svarendur söfn staðarins (22%). Um 13% svarenda kom til staðarins vegna meðmæla sem fengust ýmist úr ferðahandbókum, frá ferðaskrifstofum, heimamönnum eða öðrum fjölskyldumeðlimum og vinum.

¹¹ Munurinn var mældur á milli þeirra sem völdu frí og samtölu annarra svarmöguleika.

¹² 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.

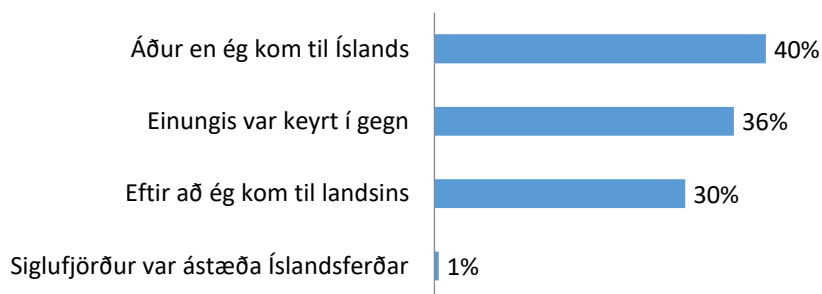


Mynd 16. Vinsamlegast tilgreindu ástæðu þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sem áfangastaður

Náttúra og landslag dró 11% svarenda til Siglufjarðar og fegurð staðarins 9%. Áhugi manna á Norðrinu og staðsetning staðarins var ástæða heimsóknar hjá 5% svarenda, gönguleiðir 2% og höfnin 2%. Um 16% svarenda nefndu aðrar ástæður s.s. sögu staðarins, veitingastaði, viðburð, námsferð, ljósmyndun, veðurspá, hvalaskoðun, tengsl við staðinn, göngin o.fl. (allt undir 2%).

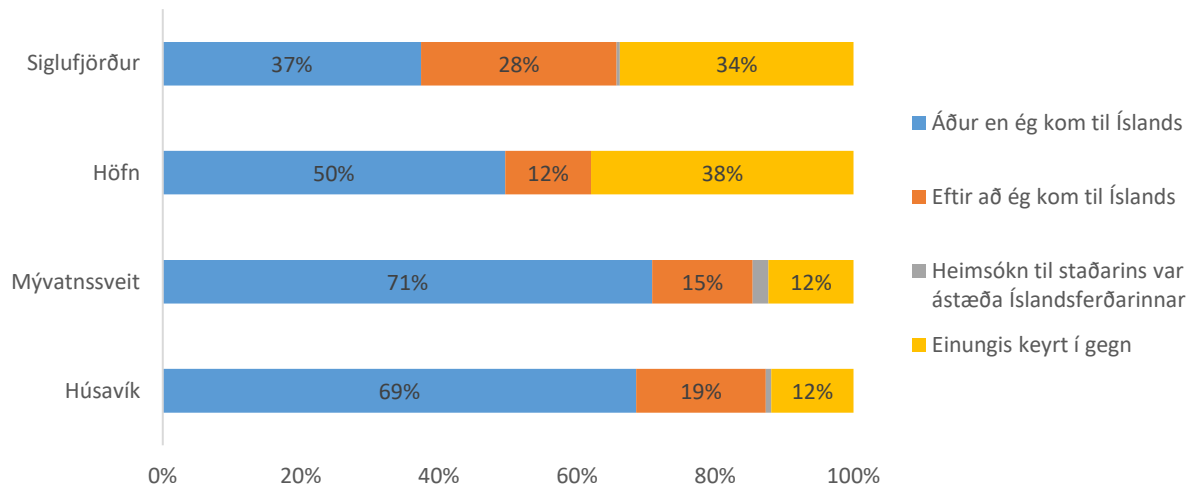
3.10 Tímasetning ákvörðunar um heimsókn

Þegar menn voru spurðir um það hvenær þeir tóku ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð kom í ljós að um 40% höfðu ákveðið að heimsækja staðinn áður en þeir komu til Íslands. Um 30% tóku ákvörðun eftir að þeir komu til landsins og í um 36% tilvika var ástæða þess að Siglufjörður varð fyrir valinu sú að hann var hluti af lengri ferð og keyra þurfti í gegnum staðinn. Í einungis hálfu prósent tilvika var Siglufjörður meginástæða Íslandsheimsóknar. Í nokkrum tilvikum tilgreindu svarendur fleiri en eina ástæðu svo fjöldi svara var 438 hjá 415 svarendum.



Mynd 17. Hvenær var ákvörðun um að heimsækja Siglufjörð tekin?

Fyrirfram ákveðin heimsókn til Siglufjarðar var hlutfallslega algengust meðal gesta frá Ítalíu, en 62% þeirra höfðu tekið ákvörðun um heimsækja staðinn áður en lagt var af stað til Íslands. Hlutfall gesta frá Bandaríkjunum var 61%, frá Spáni 48%, Frakklandi 41%, Sviss 33% og Þýskalandi 28%. Um helmingur gesta frá Þýskalandi (51%) ætlaði einungis að keyra í gegnum staðinn og svipað hlutfall var meðal gesta frá Frakklandi (47%). Til samanburðar sagðist 8% gesta frá Ítalíu, 17% gesta frá Bandaríkjunum, og 30% gesta frá Sviss einungis ætla að keyra í gegn og tilgreindi því ekki sérstaka tímasetningu ákvörðunar um að heimsækja Siglufjörð. Í töflu 15 í viðauka 1 má finna bakgrunnsbreytur þessarar spurningar.



Mynd 18. Tímasetning ákvörðunar, samanburður svæða¹³

Þegar niðurstöðurnar eru bornar saman á milli staða (mynd 18) kemur í ljós að heimsóknir til Húsavíkur og Mývatnssveitar virðast hafa verið ákveðnar með lengri fyrirvara en í tilviki Hafnar og Siglufjarðar. Auk þess eru færri sem segja Húsavík og Mývatnssveit einungis hafa verið hluti af lengri ferð og því hafi þurft að keyra í gegnum þá.¹⁴

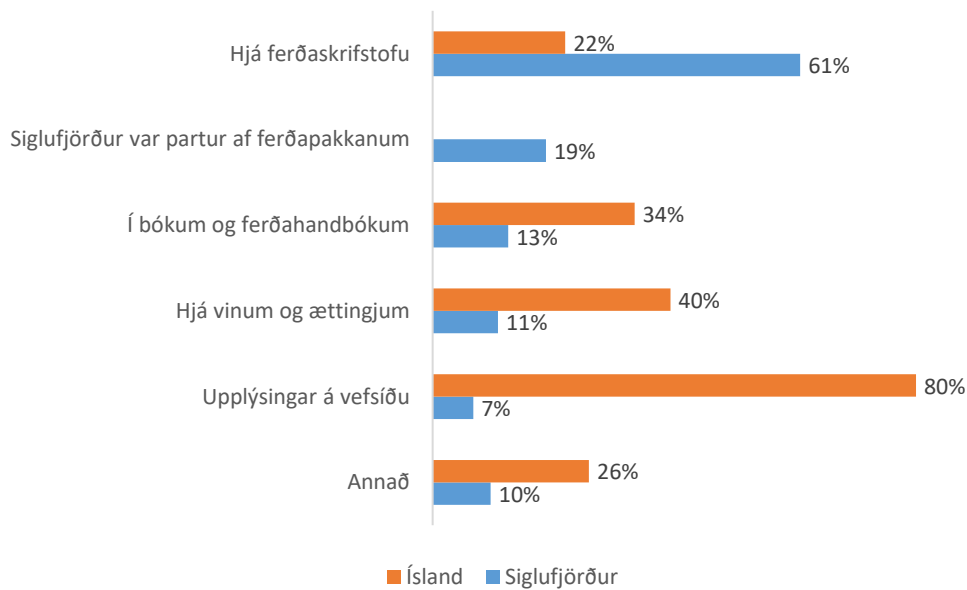
3.11 Uppruni upplýsinga um Siglufjörð

Ferðamenn voru spurðir að því hvaðan þeir höfðu aflað sér upplýsinga um Siglufjörð. Fjöldi svarenda var 414 en langflestir (61%) höfðu fengið upplýsingar hjá ferðaskrifstofu. Í 19% tilvika var heimsókn til Siglufjarðar hluti af tilbúnum ferðapakka og ekki leitað sérstaklega upplýsinga um staðinn. Um 13% aðspurðra höfðu fengið upplýsingar úr bókum og ferðahandbókum og 11% hjá vinum og ættingjum. Tæp 7% nefndu vefsíður, s.s. Trip Advisor og Lonely Planet og 10% nefndu annað. Sem dæmi um annað

¹³ 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

¹⁴ Spurningin uppfyllti ekki skilyrði marktektarprófs

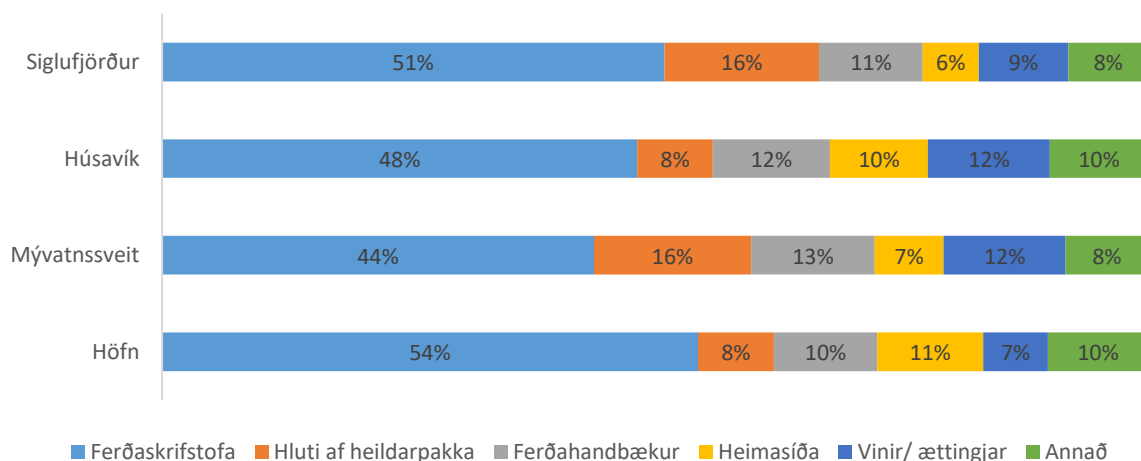
voru fjölmiðlar, upplýsingamiðstöð, gististaðir, fólk sem var á ferðinni, vinnufélagar ofl. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 16 í viðauka 1.



Mynd 19. Hvaðan aflaðir þú upplýsinga um Siglufjörð/Ísland þegar þú varst að ákveða þig með Íslandsferðina?

Þessar niðurstöður eru nokkuð ólíkar niðurstöðum könnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 þegar spurt var um uppruna upplýsinga um Ísland (mynd 19). Þar höfðu 80% svarenda notað Internetið, 40% fengið upplýsingar hjá vinum og ættingjum, 34% í bæklingum og ferðahandbókum og 16% hjá ferðaskrifstofu (Ferðamálastofa, 2014a).

Meiri líkindi eru á milli niðurstaðna þegar rannsóknarsvæðin eru borin saman en þegar svæðin eru borin saman við niðurstöður ferðavenjuskönnunar Ferðamálastofu sumarið 2014 (mynd 20).



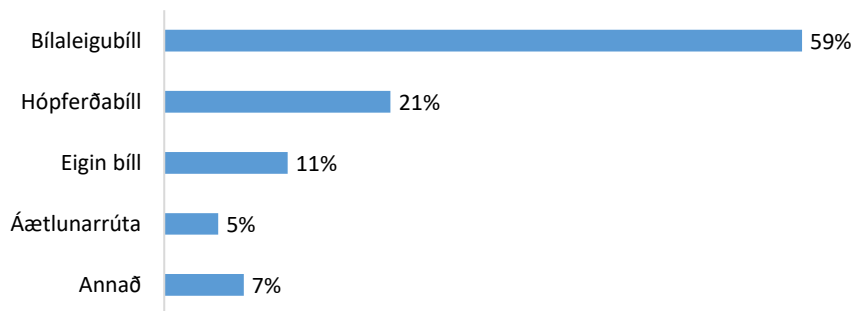
Mynd 20. Uppruni upplýsinga. Samanburður svæða¹⁵

¹⁵ 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.

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 hærra 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).

3.12 Ferðamáti

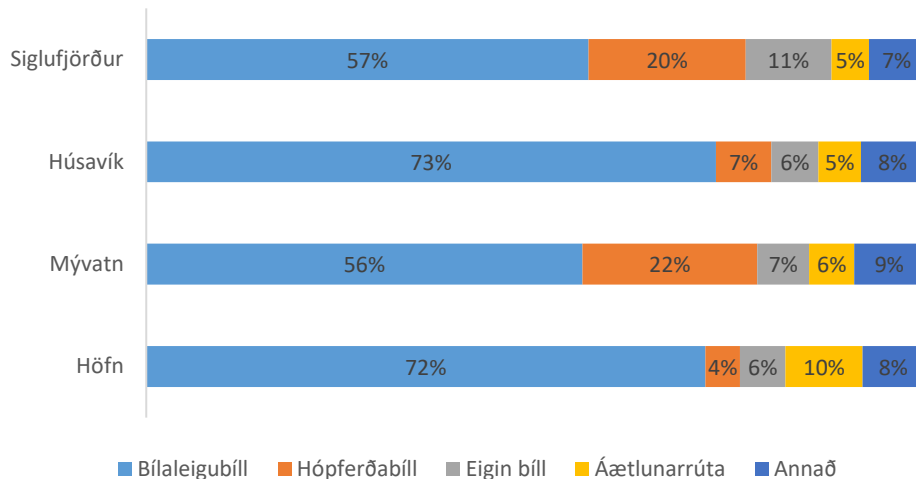
Ferðamenn voru spurðir að því hvaða ferðamáta þeir hefðu valið sér til Siglufjarðar (mynd 21). Langflestir komu með bílaleigubíl (59%). Þar næst var um að ræða hópferð í rútu (21%), eigin bíl (11%) og áætlunarrúta (5%). Um 7% svarenda nefndu annað, s.s. puttaferðalag (3%), bíl vinar (2%), mótórhjól (1%) og húsbíl (0,5%). Enginn aðspurðra hafði komið með skemmtiferðaskipi. Fjöldi svara var 436 hjá 422 svarendum.



Mynd 21. Hvernig ferðaðist þú til Siglufjarðar?

Þegar bakgrunnsbreyturnar eru skoðaðar má helst greina hátt hlutfall 65 ára og eldri sem ferðuðust með hópferðabíl (63%). Sá ferðamáti var algengastur meðal gesta frá Bandaríkjunum (58%) á meðan meirihluti gesta frá öðrum búsetulöndum ferðaðist með bílaleigubíl. Um 76% gesta frá Ítalíu ferðaðist með bílaleigubíl, 75% frá Spáni, 73% frá Frakklandi, 64% frá Sviss, 46% frá Þýskalandi og 33% frá Bandaríkjunum. Bakgrunnsbreytur spurningarinnar má finna í töflu 17 í viðauka 1.

Marktækur munur var á milli svæða varðandi ferðamáta ($p < 0,01$). Bílaleigubíll var algengasti ferðamátinn alls staðar en heldur hærra hlutfall hópferðabíla var á Siglufirði og í Mývatnssveit í samanburði við önnur svæði (mynd 22).



Mynd 22. Ferðamáti, samanburður svæða¹⁶

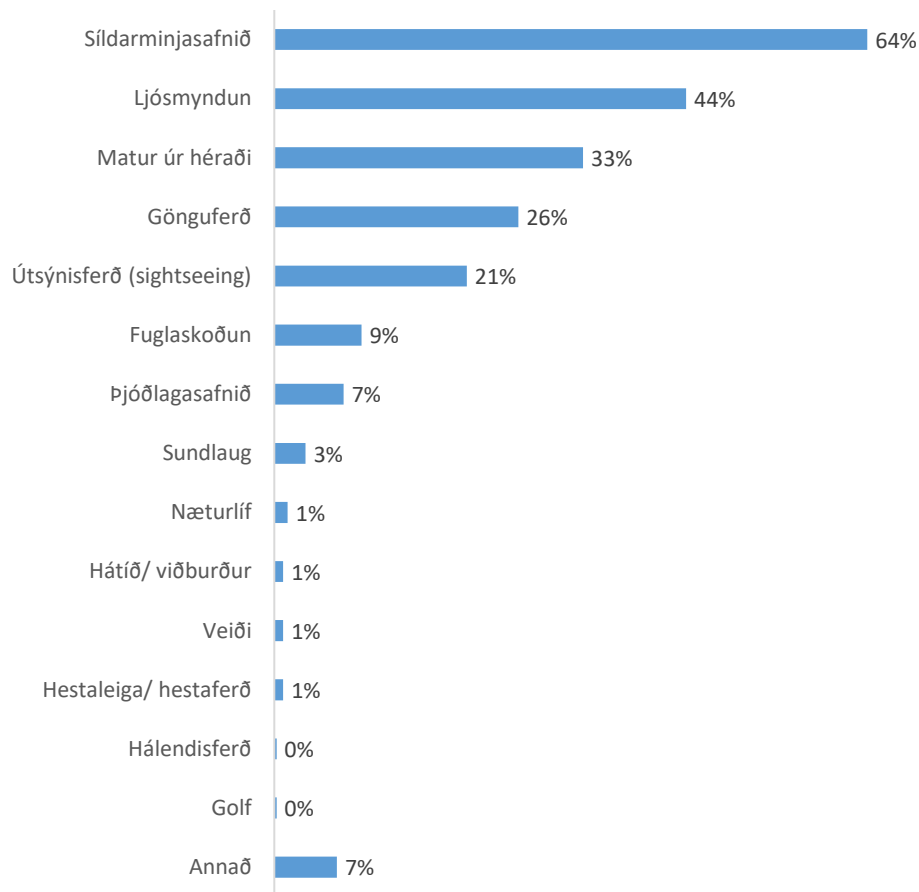
Í niðurstöðum ferðavenjukönnunar Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna sumarið 2014 voru hlutföllin önnur. Flestir (43%) ferðuðust með áætlunarbifreið (t.d. Strætó eða flugrútu), 38% fóru í sérstaklega skipulagðar rútuferðir og 36% ferðuðust með bílaleigubíll (Ferðamálastofa, 2014a). Í könnun Ferðamálastofu 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.

3.13 Afþreying

Ferðamenn voru beðnir um að tilgreina hvaða afþreyingu þeir hygðust nýta sér á meðan á dvöl þeirra á Siglufirði stæði. Alls svöruðu 417 ferðamenn spurningunni en heildarfjöldi svara var 914 þar sem tilgreina mátti fleiri en einn þátt. Flestir (64%) gestanna ætluðu sér að heimsækja Síldarminjasafnið. Um 44% gesta ætluðu að taka ljósmyndir og um 33% að smakka mat úr héraði. Um 26% svarenda hafði hugsað sér að fara í gönguferð og 21% í útsýnisferð. Af þeim 7% sem nefndu annað ætluðu 5% á kaffi- eða veitingahús.

Þegar niðurstöður spurningarinnar eru bornar saman við tölur Síldarminjasafnsins um fjölda safngesta, er hlutfall þeirra sem áformuðu heimsókn í Síldarminjasafnið töluvert hærra og gæti markast af staðsetningu spyrllanna sem voru staðsettir á svæði sem náði frá hafnarsvæðinu að Síldarminjasafninu. Heildarfjöldi erlendra safngesta í Síldarminjasafninu árið 2015 var um 14.200 (um 30% af áætluðum heildarfjölda erlendra gesta).

¹⁶ 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 23. Vinsamlegast tilgreindu hvaða þætti/afþreyingu þú hyggst nýta þér á Siglufirði á meðan á dvöl þinni stendur

Þegar hlutfall þeirra gesta sem áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið var skoðað eftir búsetulöndum kom í ljós að hlutfallið var hæst meðal gesta frá Bandaríkjunum (83%). Um 71% gesta frá Sviss, 67% gesta frá Frakklandi, 58% gesta frá Þýskalandi, 42% gesta frá Ítalíu og 36% gesta frá Spáni áformuðu að heimsækja safnið. Hlutfall þeirra sem ætlaði í gönguferð fór lækkandi með hækkandi aldri en hlutfall safngesta á Síldarminjasafninu var hæst meðal þeirra sem voru 65 ára eða eldri (81%). Um 64% Frakka ætluðu í gönguferð en einungis 14% Þjóðverja. Um 53% gesta frá Bandaríkjunum hugðust smakka mat úr héraði en einungis 18% gesta frá Þýskalandi. 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 á Siglufirði 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 389 til 399 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 á Siglufirði og því eru þar færri gild svör en annars staðar.

Meðalútgjöld allra þátttakenda reiknuðust 3.866 krónur á sólarhring á verðlagi ársins 2015 (tafla 8). Hæst voru útgjöld vegna veitinga eða að meðaltali 2.171 kr. á sólarhring. Um 65% svarenda greiddu fyrir veitingaþjónustu á meðan á dvöl þeirra stóð. Þegar sú upphæð hefur verið reiknuð á alla þátttakendur er meðalupphæð á gest 1.413 kr. Spurt var sérstaklega hvort veitingaþjónustan hafi verið innan gististaðar eða utan. Um 14,7% allra útgjalda vegna veitinga voru greidd innan gististaðar.

Tafla 8. Útgjöld eftir þjónustubáttum

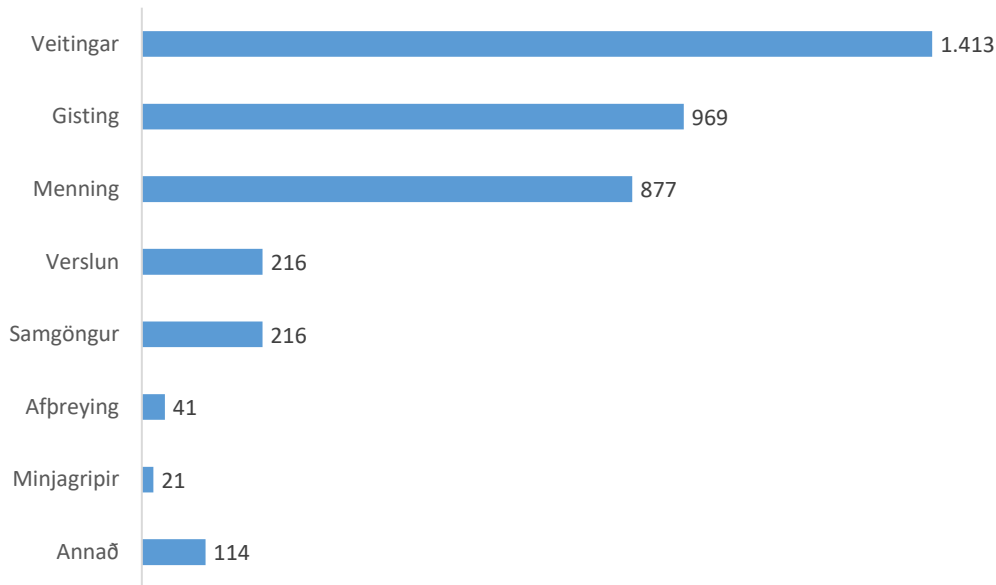
Þjónustubáttur	Þeir sem nýttu sér þjónustu- báttinn	Allir þátttakendur	Hlutfall svarenda með tilgreind útgjöld	Heildarfjöldi gilda svara
Gisting	5.712	969	17%	389
Veitingar	2.171	1.413	65%	398
Afþreying	1.825	41	2%	399
Menning	1.411	877	62%	399
Minjagripir	745	21	3%	399
Verslun	1.285	216	17%	399
Samgöngur	2.965	216	7%	399
Annað	5.052	114	2%	399
		3.866		

Um 17% aðspurðra greiddu fyrir gistingu á meðan á dvöl þeirra stóð. Meðalútgjöld hjá þeim sem nýttu sér þjónustubáttinn voru 5.712 kr., eða 969 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Af þeim sem gistu, dvöldu 46% á tjaldsvæði, 24% á hóteli og 13% á gistiheimili. Sigló hótél var formlega opnað um miðjan júlí 2015, eða um sama leyti og könnunin var framkvæmd.

Um 62% 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 1.411 kr. sem reiknast sem 877 kr. að meðaltali meðal allra gilda svara.

Um 17% svarenda keyptu vörur í verslunum bæjarins og greiddu fyrir þær að meðaltali 1.285 kr. eða 216 kr. að meðaltali meðal allra þátttakenda. Spurt var sérstaklega hvort um væri að ræða matvöruverslun eða annars konar verslun og niðurstaðan var sú að 98% útgjalda vegna verslunar var matvara.

Einungis 2% svarenda greiddu sérstaklega fyrir afþreyingu á Siglufirði, eða 41 kr. að meðaltali meðal allra svarenda. Til afþreyingar teljast sérstakar ferðir, s.s. gönguferð með leiðsögn, bátsferð, hestaleiga og annað sem talist getur til afþreyingar. Einnig getur verið um að ræða leigu á búnaði sem flokkast til afþreyingarstarfsemi. Útgjöldin einskorðast við Siglufjörð svo ekki var hægt að telja til afþreyingu utan svæðisins þó hún væri í nágrenni staðarins.



Mynd 24. Meðalútgjöld erlendra gesta á Siglufirði eftir útgjaldaliðum

Um 3% aðspurðra greiddu fyrir minjagripir að meðaltali 745 kr. eða 21 kr. meðal allra svarenda. Um 7% aðspurðra greiddu fyrir samgöngur á svæðinu, að meðaltali 2.965 kr. eða 216 kr. meðal allra þátttakenda. Á Siglufirði flokkast einungis eldsneytiskaup til samgangna. Aðrir liðir flokkast ekki til þessa þáttar þar sem skilyrt er að þjónustufyrirtækið sé með starfsemi á svæðinu. Áætlunarferðir Strætó flokkast til þjónustu utan svæðis og ekki komu upp tilvik vegna leigubílaþjónustu innan Siglufjarðar. Um 2% aðspurðra nefndu annan kostnað, eða að meðaltali 5.502 kr. meðal þeirra sem greiddu fyrir aðra kostnaðarliði. Þegar sú tala er reiknuð niður á alla þátttakendur verður hún 114 kr.

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. Meðalútgjöld gesta á Siglufirði skera sig nokkuð úr og eru í flestum tilfellum lægri en á öðrum stöðum.

Tafla 9. Meðalútgjöld allra þátttakenda, samanburður svæða¹⁷

	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%. Þegar útgjöld vegna veitingaþjónustu voru einungis reiknuð meðal þeirra sem keyptu þjónustuna var meðalkostnaðurinn hæstur á Höfn 4.996 kr. og lægstur á Siglufirði, 2.171 kr.

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. Er það í samræmi við hlutfall þeirra sem heimsóttu söfn staðarins (mynd 24). Hafa ber í huga við túlkun niðurstaðna hve nálægt Síldarminjasafninu

¹⁷ Um er að ræða meðalútgjöld allra þátttakenda, óháð því hvort þeir greiddu fyrir þjónustuþáttinn eða ekki.

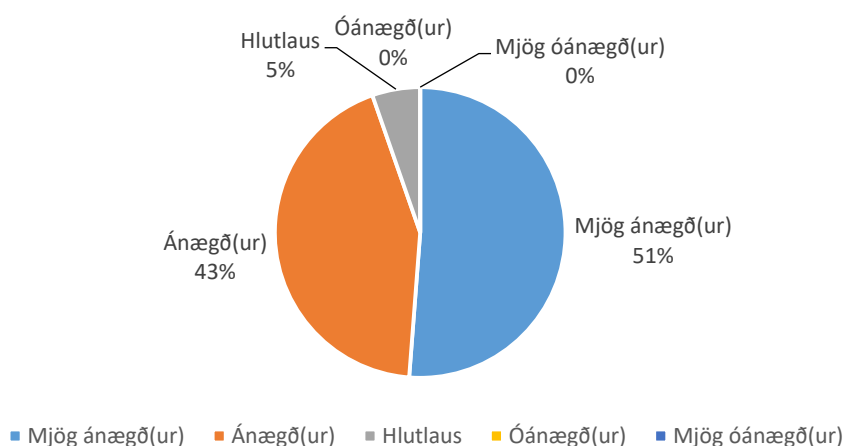
spyrnlarnir voru staðsettir¹⁸. Á Húsavík greiddu 57% aðspurðra fyrir menningartengda þjónustu, að meðaltali 770 kr. þegar útgjöldin reiknast á alla þátttakendur könnunarinnar. Í Mývatnssveit sögðust 5% hafa greitt fyrir menningartengda þjónustu og 4% á Höfn.

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 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

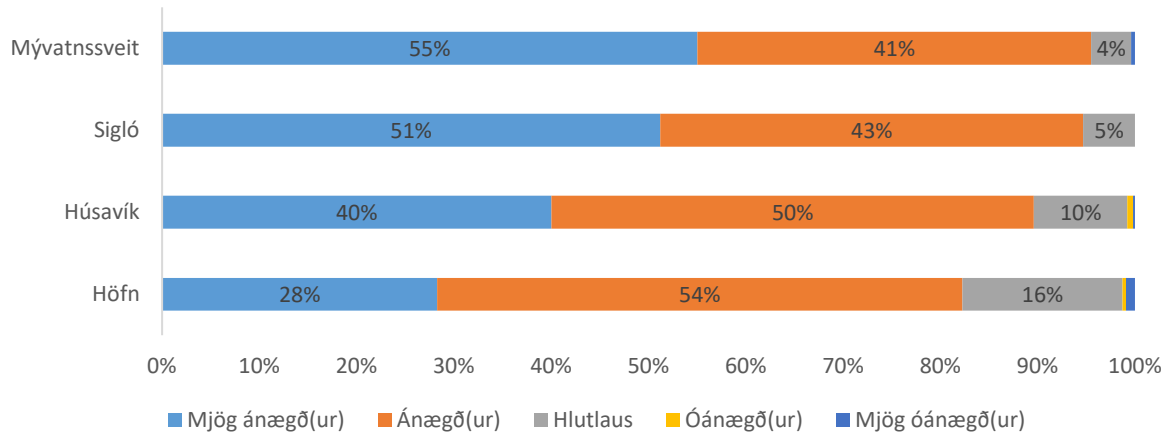
Þátttakendur voru spurðir um hversu ánægðir þeir væru með dvöl sína á Siglufirði. Spurningin var í formi fimm stiga Likert kvarða og heildarfjöldi svara var 412. Almennt voru svarendur mjög ánægðir (51%) eða ánægðir (43%). Um 5% svarenda voru hlutlausir en enginn þátttakenda sagðist vera óánægður eða mjög óánægður sem verður að teljast einstakt og jákvætt fyrir ferðaþjónustuna á svæðinu



Mynd 25. Hversu ánægð(ur) eru með dvöl þína á Siglufirði?

¹⁸ Rannsóknarsvæðið náði frá veitingastöðunum við höfnina að Síldarminjasafninu og Sigló hóteli. Spyrnlarnir gengu um svæðið og spurðu alla þá sem á vegi þeirra urðu. Niðurstöður könnunarinnar sýna töluvert herra hlutfall menningartengdrar þjónustu en tölur Síldarminjasafnsins um fjölda erlendra gesta (sjá 3.13).

Um 65% gesta frá Bandaríkjunum sögðust vera mjög ánægðir og 34% ánægðir sem var hæsta hlutfall ánægju greint eftir búsetulandi gesta. Um 42% gesta frá Þýskalandi voru mjög ánægðir og 48% ánægðir til samanburðar. Að öðru leyti eru niðurstöðurnar nokkuð sambærilegar eftir bakgrunnsbreytum (tafla 19 í viðauka 1).



Mynd 26. Ánægja, samanburður milli svæða

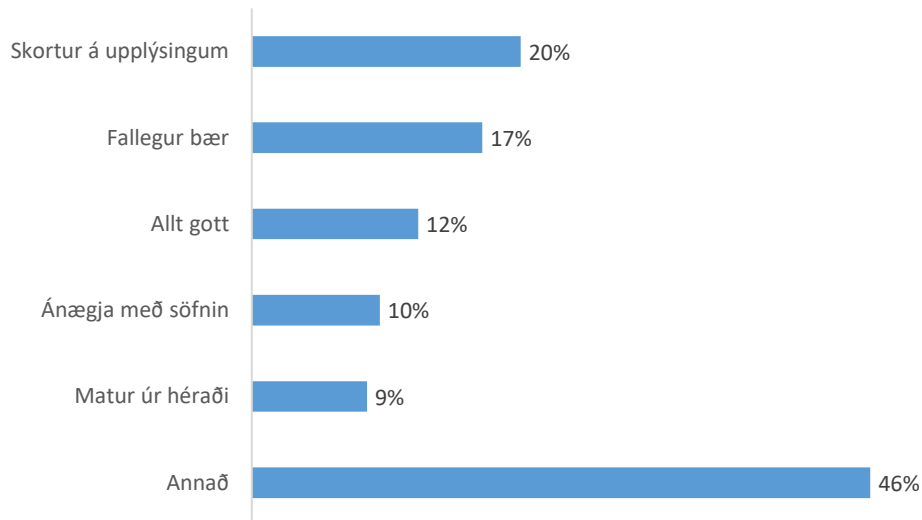
Marktækur munur var á ánægjustigi milli svæða ($p < 0.01$)¹⁹. Fleiri erlendir gestir Siglufjarðar og Mývatnssveitar sögðust vera mjög ánægðir á meðan fleiri sögðust vera ánægðir á Húsavík og Höfn (mynd 26).

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 105 þátttakendur spurningunni og þegar svörin höfðu verið greind eftir innihaldi flokkuðust þau sem 119 athugasemdir (mynd 27).

Alls minntust 20% svarenda á skort á upplýsingum. Þar af nefndu 12% að það vantaði götuskipti sem vísuðu á helstu staði bæjarins s.s. söfnin, hótelið, upplýsingamiðstöðina, bensínstöðina, göngustíga ofl. Aðrir nefndu að það vantaði bæklinga um safnið, fleiri tungumál fyrir markaðsefni bæjarins og safnanna, meiri upplýsingar tengdar nálægð bæjarins við heimskautsbaug ofl. Um 17% aðspurðra nefndu fegurð staðarins og umhverfi hans, 12% höfðu ekkert nema gott um heimsóknina að segja og 10% lýstu sérstaklega yfir ánægju með söfnin. Um 9% aðspurðra hefðu viljað sjá meira framboð á mat úr héraði, s.s. fersku sjávarfangi á mörkuðum eða í verslunum og meira úrval af matvöru úr héraði á veitingastöðum bæjarins.

¹⁹ Marktækt var einungis prófuð á milli þeirra sem voru mjög ánægðir, ánægðir og hlutlausir. $N=1904$, $p < 0,01$.



Mynd 27. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði

Af þeim 46% sem nefndu annað, gerðu 4,8% athugasemdir við tjaldsvæðin, 3,8% nefndu skort á heitum laugum/pottum, 3,8% skort á afþreyingu, 2,9% voru ánægðir með almenningssalerni og sturtur á tjaldsvæði og 2,9% vildu betra veður.

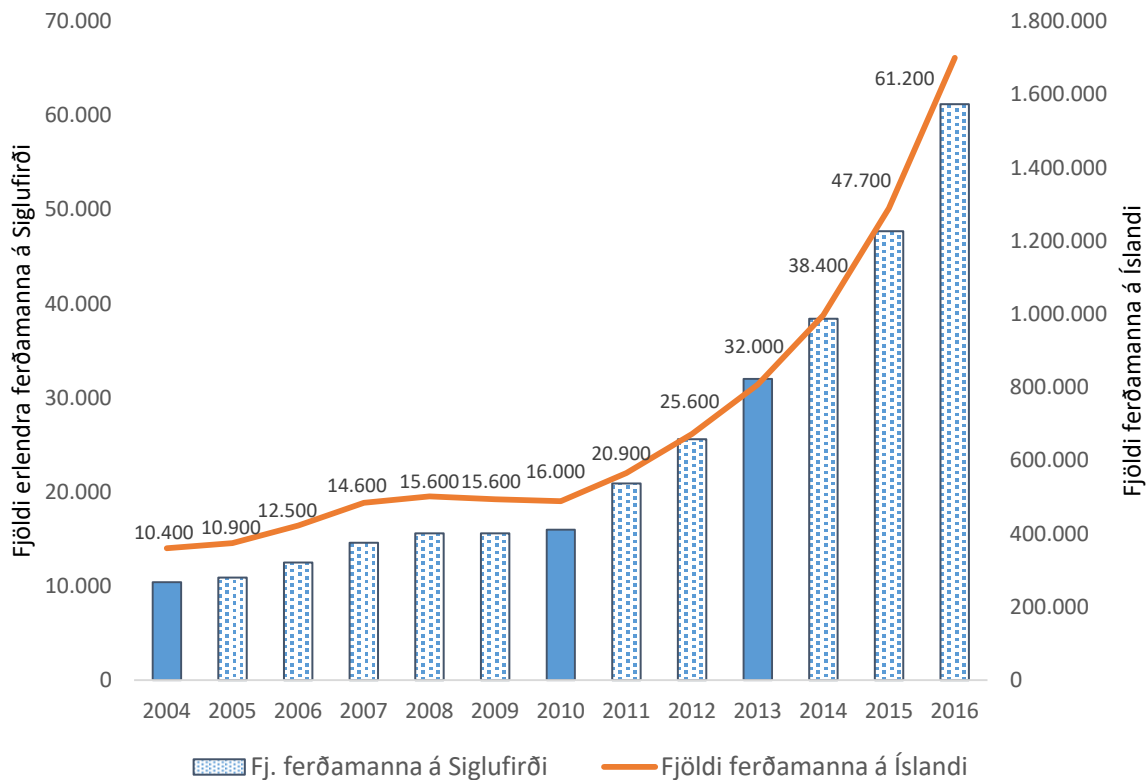
Í viðauka 2 má sjá allar athugasemdir þátttakenda.

3.17 Umfang og áhrif

Siglufjörður á sér langa og merkilega sögu. Á síldarárunum var Siglufjörður miðstöð síldveiða á Íslandi og fimmti stærsti bær landsins með yfir 3.000 í búa (Síldarminjasafn Íslands, n.d.). Eftir að síldin hvarf tók við árabíl hnignunar í frumframleiðslugreinum með tilheyrandi fækkun íbúa á staðnum. Undanfarin ár hefur þó átt sér stað aukning í störfum tengdum iðnaði og ferðaþjónustu og með tilkomu Héðinsfjarðarganganna árið 2010 hafa skapast nýir möguleikar í atvinnumálum á svæðinu, m.a. í ferðaþjónustu (Þóroddur Bjarnason og Edward H. Huijbens, 2014; Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson, 2008).

Í þessu verkefni er umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði áætlað út frá niðurstöðum útgjaldakönnunar meðal erlendra ferðamanna sem og áætluðum fjöldatölum erlendra gesta árið 2015.

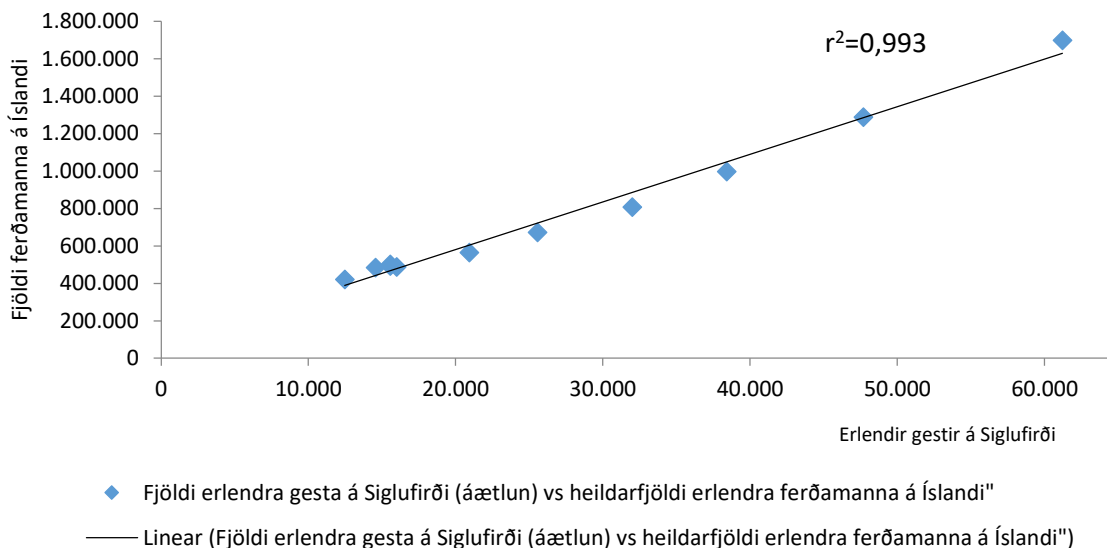
Á mynd 28 er áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði á tímabilinu 2004 til 2016. Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) birti skýrslu með áætluðum fjöldatölum erlendra ferðamanna á svæðinu fyrir árin 2004, 2010 og 2013 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Fjöldatölur annarra ára eru áætlaðar af höfundi en í þeim er hvorki gert ráð fyrir farþegum skemmtiferðaskipa né íslenskum gestum.



Mynd 28. Áætlaður fjöldi erlendra ferðamanna á Siglufirði 2004-2016. Heimild: Rögnvaldur Guðmundsson (2014) (fylltu súlurnar) og áætlun höfundar (mynstraðar súlur).

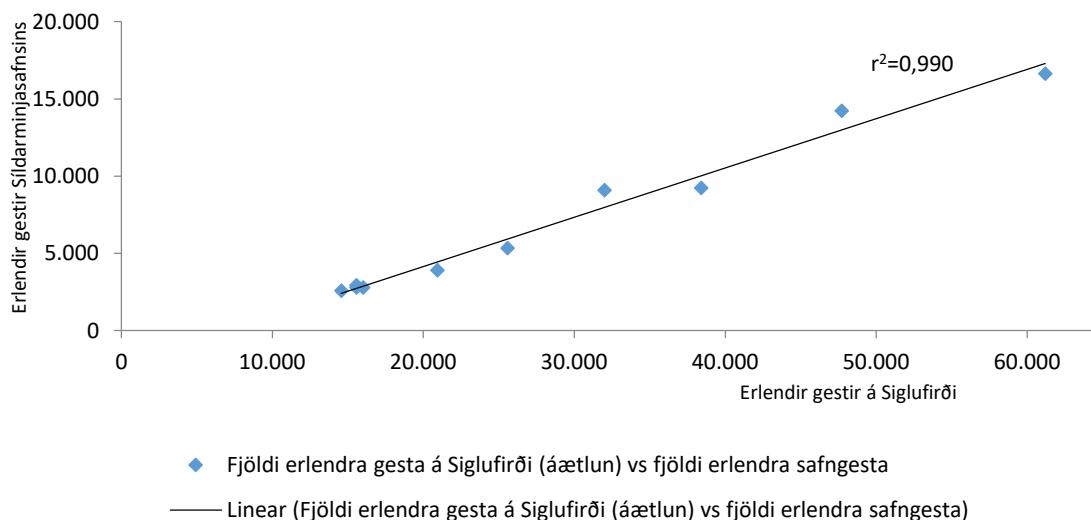
Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði á mynd 28 byggir í grunninn á fjórum meginþáttum: Mælingum RRF árin 2004, 2010 og 2013 á fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði, þróun gestafjölda Síldarminjasafnsins, reiknuðu hlutfalli af heildarfjölda gesta til landsins og þróun sama hlutfalls fyrir Norðurland árin 2010, 2013 og 2015 (Ferðamálastofa, e.d.b.; Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, 2016; Síldarminjasafn Íslands, 2016).

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem komu til landsins og heimsóttu Siglufjörð hefur, öfugt við hina staðina, farið heldur hækkandi á tímabilinu 2004-2013 (úr 2,9% árið 2004 í 4,0% árið 2013) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Gert er ráð fyrir lækkun úr 4,0% árið 2013 í 3,6% árið 2016 í samræmi við aðra staði á Norðurlandi. Er það að mestu leyti vegna aukningar í fjölda heimsóknna til landsins utan sumartíma sem skilar sér síður á Norðurland. Sú skarpa fjölgun gesta sem varð við opnun Héðinsfjarðarganga hefur einnig haft áhrif á fjöldapróunina sem og hraður vöxtur ferðaþjónustu á Siglufirði í samanburði við hin svæðin á þessu tímabili. Á mynd 29 má sjá fylgniútreikning fyrir áætlaðan fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði og heildarfjölda ferðamanna á Íslandi á tíu ára tímabili 2007-2016.



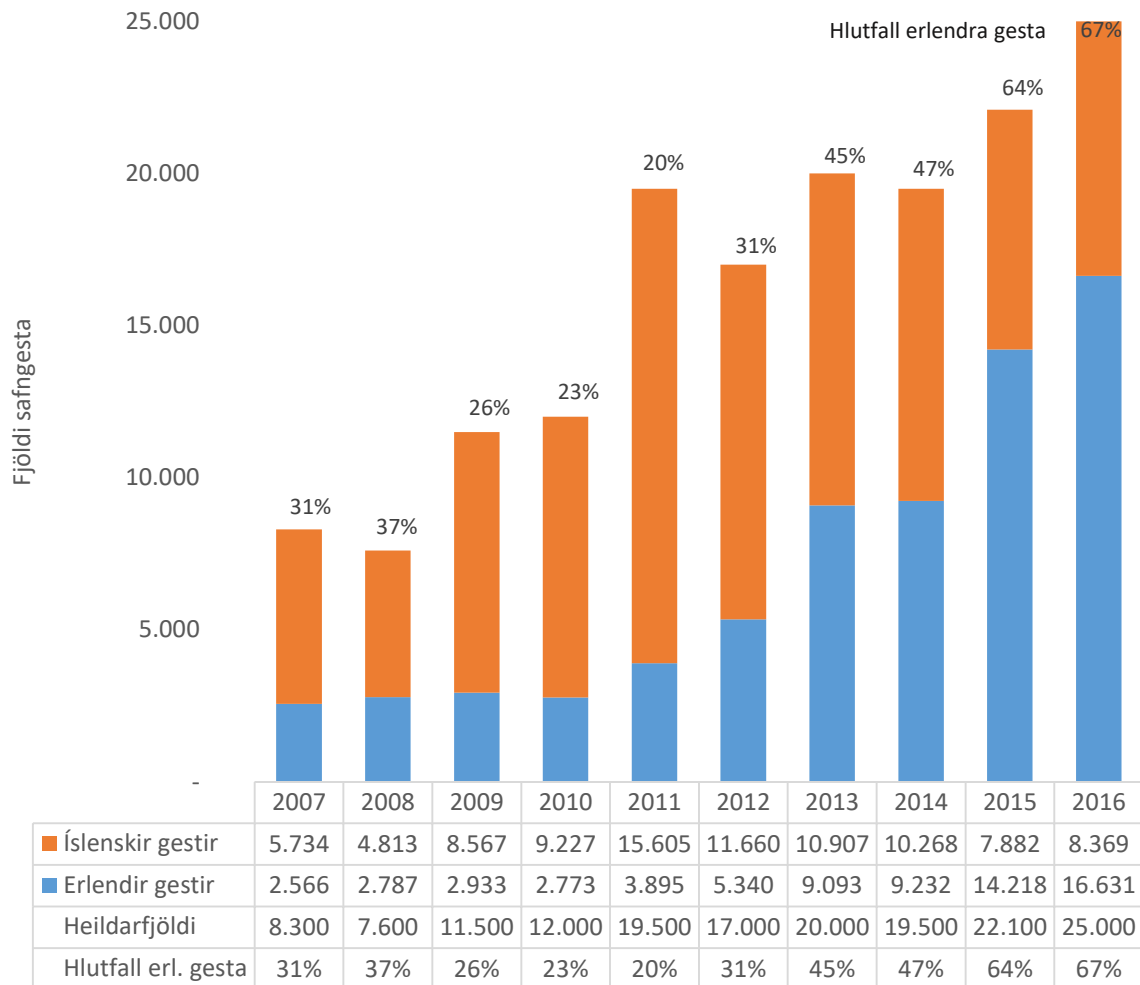
Mynd 29. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta á Siglufirði og heildarfjölda erlendra ferðamanna á Íslandi 2007-2016 (Ferðamálastofa, e.d.b.)

Á mynd 30 er reiknuð fylgni áætlaðs fjölda erlendra ferðamanna á Siglufirði og erlendra gesta Síldarminjasafnsins yfir tímabilið 2007-2016.



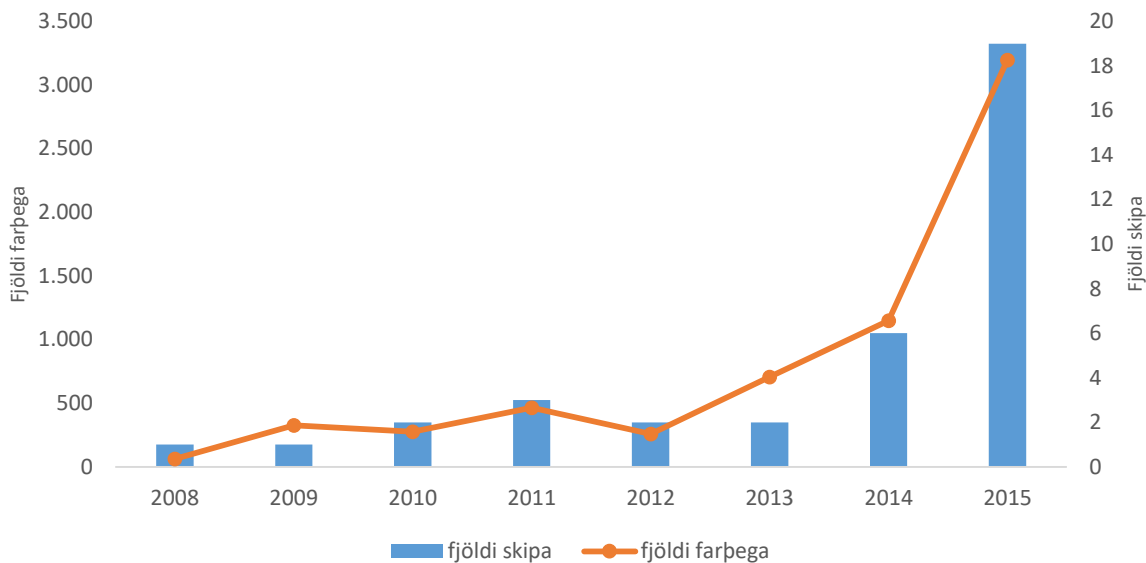
Mynd 30. Fylgni áætlaðs fjölda erlendra gesta á Siglufirði og erlendra gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016 (Síldarminjasafn Íslands, 2016)

Á mynd 31 má sjá þróun í gestafjölda Síldarminjasafnsins sl. 10 ár. Mikil aukning varð í fjölda íslenskra gesta árið 2011 sem rekja má til opunar Héðinsfjarðarganga í október 2010 en síðastliðin fimm ár hefur vöxtur í fjölda gesta að langsmestu leyti verið meðal erlendra gesta. Árið 2012 var hlutfall erlendra gesta Síldarminjasafnsins 31% af heildarfjölda gesta safnsins (5.340 af 17.000 gestum) en árið 2016 var hlutfallið orðið 67% (16.631 af 25.000 gestum). Íslenskum gestum fækkaði á sama tímabili úr 11.660 í 8.369 (Síldarminjasafn Íslands, 2013; 2016).



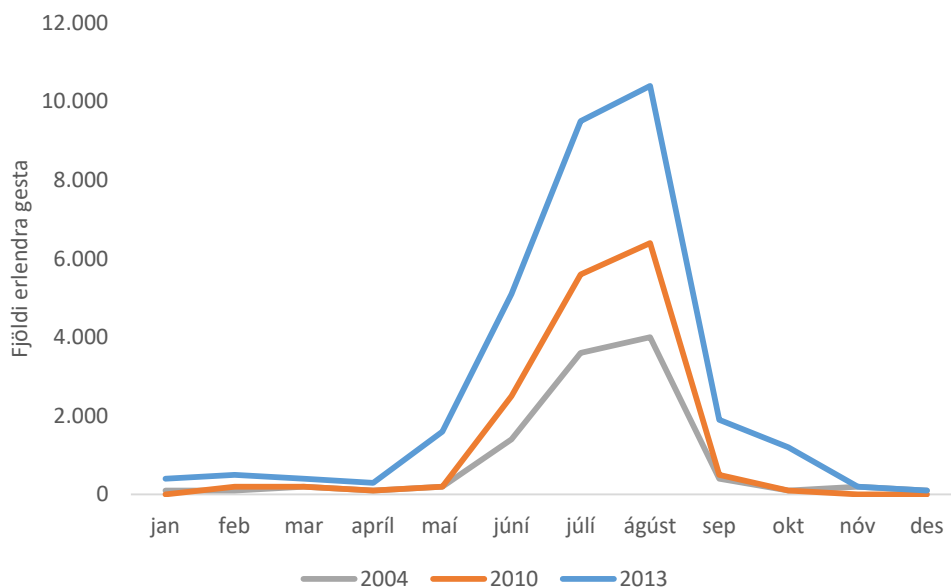
Mynd 31. Fjöldi gesta Síldarminjasafnsins 2007-2016. Heimild (Síldarminjasafn Íslands, 2016)

Töluverð aukning hefur orðið í fjölda farþega skemmtiferðaskipa til Siglufjarðar. Mynd 32 sýnir þróunina á tímabilinu 2008-2015. Fjöldi farþega skemmtiferðaskipa telst til dagsferðamanna og er ekki tekinn inn í áætlun um fjölda erlendra gesta á Siglufirði á mynd 28.



Mynd 32. Fjöldi skemmtiferðaskipa á Siglufirði og farþega þeirra 2008-2015 (Rannsóknamiðstöð ferðamála, 2016)

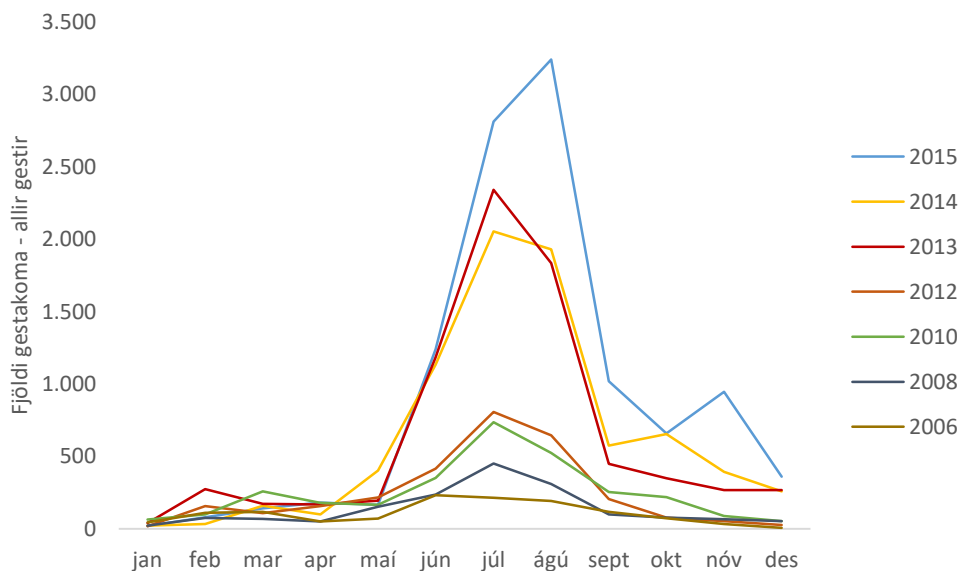
Mikil árstíðasveifla er í ferðapjónustu á Siglufirði eins og mynd 33 sýnir en árið 2004 komu um 86% erlendra ferðamanna til Siglufjarðar yfir sumartímann en 14% yfir vetrartímann. Hlutfall erlendra gesta yfir sumartímann var 79% árið 2013 og 21% yfir vetrartímann (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014). Samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 var skiptingin 77% yfir sumarmánuðina þrjá og 23% á öðrum tíma ársins (Hagstofa Íslands, 2017).



Mynd 33. Áætlaður fjöldi erlendra gesta á Siglufirði eftir mánuðum 2004, 2010 og 2013 (Rögnvaldur Guðmundsson, 2014, bls. 7)

Ef reiknað er með að heildarfjöldi erlendra gesta á Siglufirði árið 2015 hafi verið á bilinu 40-50 þúsund má áætla að heildarútgjöld þeirra á svæðinu hafi verið á bilinu 155-193 m.kr. sem verða túlkuð í þessari skýrslu sem ferðaþjónustutengd velta²⁰ fyrirtækja á svæðinu vegna erlendra ferðamanna (farþegar skemmtiferðaskipa undanskildir). Áætlaður launakostnaður vegna slíkrar veltu í ferðaþjónustu er áætlaður 38 - 47 m.kr. sem skapar á bilinu 9-11 ársverk. 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 fjöldatölum 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.

Á mynd 34 má sjá þróun í fjölda gestakoma á gististöðum og tjaldsvæðum á Siglufirði síðastliðin 10 ár (íslenskir og erlendir ferðamenn). Um miðjan júlí 2015 bættist Sigló hótél við framboð gistirýmis á staðnum sem styður aukninguna í fjölda gestakoma síðari hluta ársins.

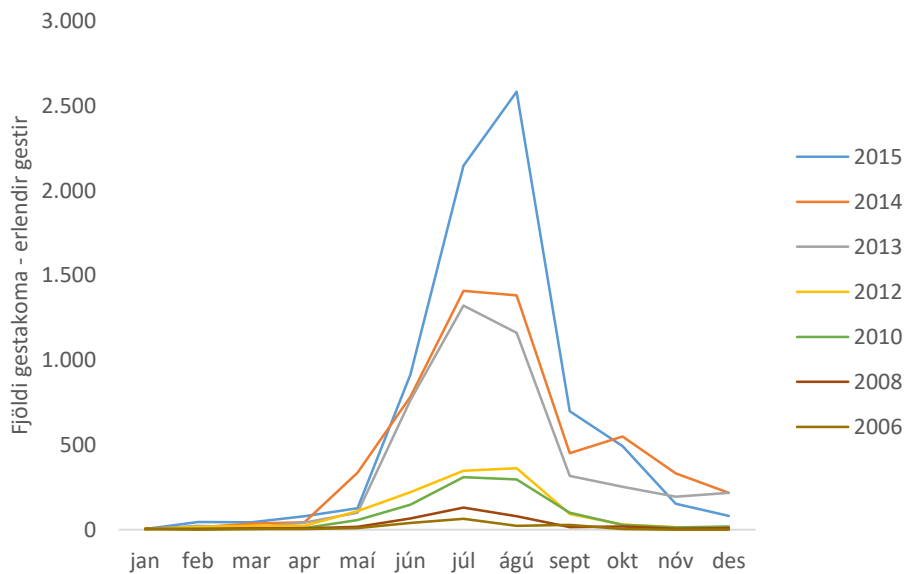


Mynd 34. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2006-2015 eftir mánuðum (allir gestir) (Hagstofa Íslands, 2017)

Á mynd 35 eru einungis birtar tölur yfir fjölda gestakoma erlendra gesta. Hlutfall erlendra gesta af heildargestakomum árið 2015 var 68% sem er töluverð hækkun frá árinu 2006 þegar hlutfallið var 16% (sjá mynd 8). Til samanburðar var hlutfall gestakoma erlendra gesta árið 2015 í Mývatnssveit 91%, á Húsavík 87% og á Höfn 89% (Hagstofa Íslands, 2017). Út frá þeim gögnum má sjá að hlutfall Íslendinga af heildarfjölda þeirra gesta sem dvelja yfir nótt á á gististöðum²¹ svæðanna var hæst á Siglufirði.

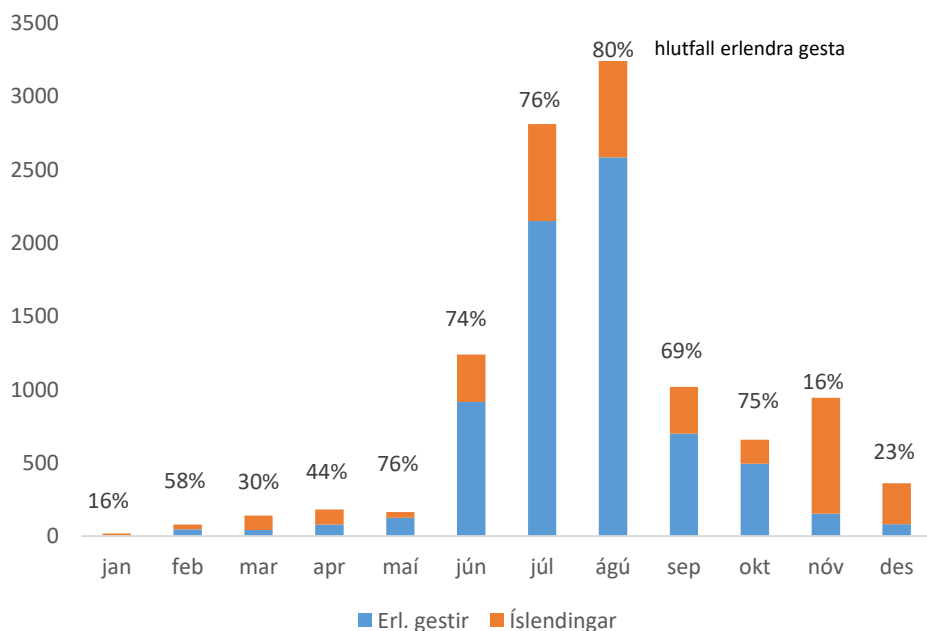
²⁰ Virðisaukaskattur meðtalinn

²¹ Þ.m.t. tjaldsvæðum



Mynd 35. Fjöldi gestakoma á Siglufirði, erlendir gestir 2006-2015 (Hagstofa Íslands, 2017)

Nánari sundurliðun á gestakomum eftir mánuðum má sjá á mynd 36 þar sem hlutfall erlendra gesta af heildarfjölda gesta er reiknað eftir mánuðum. Hlutfall erlendra gesta er hæst yfir sumarmánuðina þrjá en athyglisvert er að sjá aukninguna á milli ára í nóvember meðal íslenskra gesta (mynd 34 og 36).



Mynd 36. Fjöldi gestakoma á Siglufirði 2015, íslenskir og erlendir gestir (Hagstofa Íslands, 2017)

Út frá niðurstöðum verkefnisins má greina að þrátt fyrir mikla og hraða uppbyggingu ferðapjónustunnar á Siglufirði liggja enn töluverð tækifæri í eflingu atvinnugreinarinnar og þeim ábata sem nærsamfélagið getur haft af henni. Skilvirk upplýsingamiðlun, markviss markaðssetning og bættir afþreyingar- og gistingarmöguleikar á svæðinu geta saman stuðlað að lengingu dvalartíma gesta og auknum tekjum vegna þeirra.

Þegar horft er til framtíðar ferðapjónustu á svæðinu 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 ferðapjónustu og ferðamennsku á Siglufirði, Höfn og í Mývatnssveit árið 2015. Í þeirri rannsókn er megin viðfangsefnið mat á áhrifum hins hraða vaxtar ferðapjónustunnar 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 Siglufjörður sig nokkuð úr hvað varðar dvalartíma gesta og útgjöld þeirra á staðnum. Samkvæmt niðurstöðunum dvöldu gestirnir talsvert styttra á Siglufirði en á hinum stöðunum og sólarhringsútgjöld þeirra voru lægri. Ánægjustig gestanna var hins vegar yfir meðallagi. Færri gestir virtust hafa ákveðið að heimsækja Siglufjörð áður en þeir komu til landsins í samanburði við hina staðina. Söfn svæðisins voru mikilvægt aðráttarafi og voru gjarnan nefnd sem meginástæða heimsóknar (22%) en í flestum tilvikum (34%) var þó ástæða heimsóknar sögð sú að um var að ræða fyrirfram skipulagða ferð sem jafnvel var partur af hringferð eða hópferð og því ekki gefin frekari ástæða fyrir heimsókn.

Meðalaldur gesta var 47,1 ár og flestir komu frá Þýskalandi (25%). Meðaldvalarlengd gesta var 6,4 klst. en um 17% aðspurðra áformuðu að gista á Siglufirði. Algengast var að næturgestir gistu á tjaldsvæðum bæjarins (46%). Gestir svæðisins nýttu sér helst þjónustu veitingastaða og kaffihúsa meðan á dvöl þeirra stóð og stærstur hluti útgjalda þeirra var vegna veitinga. Meðalútgjöld á sólarhring reiknuð á hvern erlendan gest voru 3.866 kr. Þar af voru útgjöld vegna veitinga 1.413 kr. Útgjöld í tengslum við menningu voru hærrí á Siglufirði en annars staðar (877 kr.) og gegndu söfn staðarins þar mikilvægu hlutverki. Um 64% aðspurðra áformuðu að heimsækja Síldarminjasafnið og um 33% hafði hugsað sér að snæða mat úr héraði. Mjög lítið var um að gestir nýttu sér afþreyingu og útgjöld vegna þess þáttar voru afgerandi lægst á Siglufirði.

Flestir ferðuðust með bílaleigubíl (59%) og voru á ferðalagi með vinum og/eða ættingjum (75%). Alls sögðu 93% aðspurðra að megintilgangur ferðarinnar væri frí. Flestir þeirra sem heimsóttu Siglufjörð

höfðu gist nóttina áður á Akureyri (42%) og flestir aðspurðra (35%) áformuðu að gista þar næstu nótt (35%). Algengast var að gestirnir hefðu aflað sér upplýsinga um staðinn hjá ferðaskrifstofu (61%) en um (40%) aðspurðra höfðu ákveðið að heimsækja Siglufjörð áður en þeir komu til landsins. Þátttakendur könnunarinnar komu helst með athugasemdir varðandi skort á upplýsingum s.s. götuskiltum og bæklingum en einnig um fegurð staðarins og almennt góða upplifun.

Fjöldi erlendra gesta á Siglufirði var áætlaður 48 þúsund árið 2015. Mikil árstíðasveifla er í ferðaþjónustu á staðnum og samkvæmt tölum Hagstofu Íslands um gestakomur erlendra ferðamanna á Siglufirði árið 2015 komu 77% erlendra ferðamanna til Siglufjarðar yfir sumarmánuðina þrjá og 23% á öðrum tíma ársins. Hlutfall erlendra ferðamanna af heildargestakomum til Siglufjarðar árið 2015 var 68% sem er töluverð hækkun frá árinu 2006 þegar hlutfallið var 16% (Hagstofa Íslands, 2017).

Talsverð fjölgun hefur orðið meðal farþega skemmtiferðaskipa til Siglufjarðar, en árið 2015 komu 19 skip með samtals 3.195 farþega til staðarins.

Þegar umfang atvinnugreinarinnar á Siglufirði 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 155-193 m.kr. árið 2015 þegar miðað er við að 40-50 þúsund erlendir gestir hafi heimsótt staðinn. Út frá því má reikna að heildarfjöldi ársverka sama ár hafi verið á bilinu 9-11.

4 UMRÆÐUR OG ÁLYKTANIR

Með þessu verkefni var leitast við að varpa ljósi á það sem helst einkenndi þá erlendu gesti sem heimsóttu Siglufjörð 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 í Mývatnssveit 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.²² 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 stjórnunarátætlana 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.

²² 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 hefdi 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. (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 Keflavíkurflugvöll*. 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 stjórnunaráætlanir - (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.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/
- Hagstofa Íslands. (2017). Fjöldi gestakoma og gistinátta eftir póstnúmerum. Tölvupóstur frá Hjörvari Péturssyni 13.jan. 2017.
- Hagstofa Íslands. (e.d.a.). *Ferðapjónustureikningar*. Sótt 12. nóvember 2016 frá Neysla erlendra ferðamanna á Íslandi eftir atvinnugreinum og tegund ferðamanna, 2009-2013: <https://hagstofa.is/talnaefni/atvinnuvegir/ferdathjonusta/ferdathjonustureikningar/>
- Kauppila, 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 ferðapjónustu - Greining hagsmunaaðila*. Reykjavík: Ferðamálastofa.
- Lilja B. Rögnvaldsdóttir (2013). *Fémæti ferðapjónustu: Rannsókn á efnahagslegum áhrifum ferðapjónustu 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 ferðapjónustu 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). 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.
- 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
- Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson. (2008). *Byggðarlög með viðvarandi fólksfækkun*. Sauðárkrókur: Byggðastofnun.
- Síldarminjarsafn Íslands. (2013). Saga Síldarminjarsafnsins. Sótt 12. desember 2016 frá <http://www.sild.is/um/um-safnid/saga-safnsins/>
- Síldarminjarsafn Íslands. (2016). Tölvupóstur frá Anitu Elefsen, 29. desember 2016.
- Síldarminjarsafn Íslands. (n.d.). Sótt frá Síldarsagan - stutt: <http://www.sild.is/sildarsagan/sildarsagan/>
- 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
- 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
- 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
- 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.
- Póroddur Bjarnason og Edward H. Huijbens. (2014). Stefna íslenskra stjórnvalda og vöxtur ferðaþjónustu á jaðarsvæðum: Áhrif Héðinsfjarðarganga Fjallabyggð. *Stjórnmal og Stjórnsýsla*, 10(2), 565-586.

6 VIÐAUKAR

6.1 Viðauki 1. Bakgrunnsbreytur

Tafla 10. Ferðafélagar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Einn á ferð	Með fjölskyldu / vinum	Með vinnu- / klúbbfélögum	Í skipulagðri hópferð	Með öðrum
Allir	425	6,4%	75,1%	0,5%	21,2%	1,2%
Kyn						
Kona	231	4,8%	72,3%	0,4%	26,8%	0,9%
Karl	190	8,4%	78,9%	0,5%	14,2%	1,1%
Aldur						
18-24 ára	28	17,9%	67,9%	0,0%	14,3%	3,6%
25-34 ára	96	2,1%	89,6%	2,1%	7,3%	2,1%
35-44 ára	60	5,0%	90,0%	0,0%	5,0%	0,0%
45-54 ára	87	5,7%	82,8%	0,0%	13,8%	1,1%
55-64 ára	78	6,4%	67,9%	0,0%	26,9%	1,3%
65 ára og eldri	73	9,6%	46,6%	0,0%	56,2%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	11,1%	88,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	6,7%	86,7%	0,0%	6,7%	0,0%
Vestur Evrópa	229	5,2%	81,2%	0,9%	17,9%	0,0%
Mið-Evrópa	18	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	11,1%
Suður-Evrópa	56	10,7%	78,6%	0,0%	10,7%	0,0%
Norður Ameríka	87	8,0%	49,4%	0,0%	46,0%	3,4%
Asía	2	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	107	5,6%	76,6%	0,9%	21,5%	0,0%
Frakkland	76	6,6%	46,1%	0,0%	52,6%	2,6%
Bandaríkin	73	2,7%	87,7%	0,0%	16,4%	0,0%
Holland	27	3,7%	85,2%	3,7%	14,8%	0,0%
Sviss	26	7,7%	69,2%	0,0%	23,1%	0,0%
Danmörk	25	12,0%	88,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	7,1%	85,7%	0,0%	7,1%	0,0%
Belgía	11	18,2%	72,7%	0,0%	0,0%	9,1%
Spánn	11	18,2%	81,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	9	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	11,1%
Austurríki	8	12,5%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	7	14,3%	57,1%	0,0%	28,6%	0,0%
Svíþjóð	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Noregur	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	5,0%	80,0%	0,0%	10,0%	5,0%
Tilgangur ferðar						
Frí	380	6,6%	78,2%	0,5%	17,9%	0,8%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	30	10,0%	60,0%	0,0%	40,0%	3,3%

Tafla 11. Gistihlutfall, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Já	Nei
Allir	416	16,8%	83,2%
Kyn			
Kona	228	18,9%	81,1%
Karl	187	14,4%	85,6%
Aldur			
18-24 ára	28	32,1%	67,9%
25-34 ára	90	20,0%	80,0%
35-44 ára	60	6,7%	93,3%
45-54 ára	87	20,7%	79,3%
55-64 ára	78	14,1%	85,9%
65 ára og eldri	71	14,1%	85,9%
Markaðssvæði			
Norðurlönd	9	11,1%	88,9%
Bretlandseyjar	14	7,1%	92,9%
Vestur Evrópa	225	17,8%	82,2%
Mið-Evrópa	16	37,5%	62,5%
Suður-Evrópa	57	14,0%	86,0%
Norður Ameríka	84	14,3%	85,7%
Asía	2	0,0%	100,0%
Ástralía og Kyrrahaf	3	0,0%	100,0%
Annað	6	33,3%	66,7%
Búsetuland			
Þýskaland	105	20,0%	80,0%
Bandaríkin	73	12,3%	87,7%
Frakkland	70	14,3%	85,7%
Sviss	28	10,7%	89,3%
Ítalía	26	11,5%	88,5%
Spánn	25	16,0%	84,0%
Bretland	13	7,7%	92,3%
Kanada	11	27,3%	72,7%
Holland	11	36,4%	63,6%
Pólland	8	12,5%	87,5%
Danmörk	8	12,5%	87,5%
Belgía	7	28,6%	71,4%
Ísrael	5	20,0%	80,0%
Austurríki	4	0,0%	100,0%
Tékkland	3	66,7%	33,3%
Annað	19	26,3%	73,7%
Tilgangur ferðar			
Frí	378	16,4%	82,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	25,0%	75,0%
Viðburður	3	33,3%	66,7%
Annað	30	16,7%	76,7%
Ferðamáti			
Áætlanarrúta	16	18,8%	81,3%
Eigin bíll	38	23,7%	76,3%
Bílaleigubíll	242	16,5%	83,5%
Bíll vinar	8	12,5%	87,5%
Flug	1	100,0%	0,0%
Hópfærðabíll	87	4,6%	95,4%
Skemmtiferðaskip	0	0,0%	0,0%
Hjól	0	0,0%	0,0%
Annað	19	47,4%	52,6%

Tafla 12. Gistimáti, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Tjald- svæði	Bænda- gisting	Farfugla- heimili	Einka- gisting	Gisti- heimili	Hótel	Sumar- hús	Ættingjar / vinir	Annað
Allir	70	46%	0%	7%	9%	13%	24%	0%	0%	1%
Kyn										
Kona	43	44%	0%	5%	9%	14%	26%	0%	0%	2%
Karl	27	48%	0%	11%	7%	11%	22%	0%	0%	0%
Aldur										
18-24 ára	9	33%	0%	33%	11%	11%	11%	0%	0%	0%
25-34 ára	18	78%	0%	0%	6%	11%	0%	0%	0%	6%
35-44 ára	4	50%	0%	25%	25%	0%	0%	0%	0%	0%
45-54 ára	18	28%	0%	0%	17%	17%	39%	0%	0%	0%
55-64 ára	11	36%	0%	9%	0%	18%	36%	0%	0%	0%
65 ára og eldri	10	40%	0%	0%	0%	10%	50%	0%	0%	0%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Bretlandseyjar	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Vestur Evrópa	40	50%	0%	3%	8%	13%	28%	0%	0%	0%
Mið-Evrópa	6	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Suður-Evrópa	8	38%	0%	38%	0%	13%	13%	0%	0%	0%
Norður Ameríka	12	17%	0%	8%	25%	17%	33%	0%	0%	0%
Asía	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ástralía og Kyrrah.	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Annað	2	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%
Búsetuland										
Pýskaland	21	52%	0%	5%	5%	5%	33%	0%	0%	0%
Bandaríkin	9	11%	0%	11%	33%	0%	44%	0%	0%	0%
Frakkland	10	40%	0%	0%	0%	20%	40%	0%	0%	0%
Sviss	3	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ítalía	3	0%	0%	67%	0%	0%	33%	0%	0%	0%
Spánn	4	50%	0%	25%	0%	25%	0%	0%	0%	0%
Bretland	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Kanada	3	33%	0%	0%	0%	67%	0%	0%	0%	0%
Holland	4	50%	0%	0%	25%	25%	0%	0%	0%	0%
Pólland	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Danmörk	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Belgía	2	0%	0%	0%	50%	50%	0%	0%	0%	0%
Ísrael	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tékkland	2	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Annað	5	60%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	20%
Dvalarlengd										
7 – 12 Klst.	7	43%	0%	0%	0%	0%	57%	0%	0%	0%
13 – 24 Klst.	34	53%	0%	9%	6%	6%	26%	0%	0%	0%
25 – 48 Klst.	27	37%	0%	7%	11%	26%	15%	0%	0%	4%
3 – 4 dagar	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%
5 – 6 dagar	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Meira	0	0%	0%	0%	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	Lengur
Allir	417	67,4%	13,9%	3,1%	8,6%	6,5%	0,5%	0,0%
Kyn								
Kona	225	65,3%	13,3%	3,6%	8,9%	8,9%	0,0%	0,0%
Karl	188	69,1%	14,9%	2,7%	8,5%	3,7%	1,1%	0,0%
Gisting								
Já	70	0,0%	0,0%	10,0%	48,6%	38,6%	2,9%	0,0%
Nei	344	81,4%	16,6%	1,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Aldur								
18-24 ára	28	50,0%	14,3%	7,1%	17,9%	10,7%	0,0%	0,0%
25-34 ára	91	73,6%	6,6%	3,3%	12,1%	4,4%	0,0%	0,0%
35-44 ára	59	72,9%	13,6%	6,8%	5,1%	1,7%	0,0%	0,0%
45-54 ára	86	65,1%	14,0%	1,2%	7,0%	10,5%	2,3%	0,0%
55-64 ára	79	68,4%	17,7%	0,0%	7,6%	6,3%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	72	62,5%	19,4%	4,2%	6,9%	6,9%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði								
Norðurlönd	9	66,7%	22,2%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	80,0%	6,7%	6,7%	0,0%	6,7%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	230	71,7%	10,4%	2,6%	7,0%	7,4%	0,9%	0,0%
Mið-Evrópa	18	50,0%	16,7%	5,6%	22,2%	5,6%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	56	66,1%	16,1%	5,4%	7,1%	5,4%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	85	62,4%	18,8%	2,4%	10,6%	5,9%	0,0%	0,0%
Asía	2	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahaf	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	66,7%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%
Búsetuland								
Þýskaland	105	73,3%	6,7%	2,9%	9,5%	7,6%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	74	63,5%	20,3%	2,7%	10,8%	2,7%	0,0%	0,0%
Frakkland	70	74,3%	11,4%	1,4%	5,7%	7,1%	0,0%	0,0%
Sviss	28	67,9%	21,4%	0,0%	3,6%	3,6%	3,6%	0,0%
Ítalía	25	72,0%	12,0%	4,0%	12,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Spánn	25	68,0%	12,0%	8,0%	0,0%	12,0%	0,0%	0,0%
Bretland	14	78,6%	7,1%	7,1%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%
Kanada	10	60,0%	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Holland	11	45,5%	9,1%	9,1%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%
Pólland	8	75,0%	12,5%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	62,5%	25,0%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	7	42,9%	28,6%	0,0%	0,0%	28,6%	0,0%	0,0%
Annað	32	46,9%	25,0%	6,3%	18,8%	3,1%	0,0%	0,0%
Tilgangur ferðar								
Frí	372	67,7%	14,0%	3,0%	8,6%	6,5%	0,3%	0,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	2	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Viðburður	3	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Annað	24	70,8%	8,3%	4,2%	8,3%	4,2%	4,2%	0,0%

Tafla 14. Tilgangur ferðar, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Frí	Vinnutengt	Heimsækja vini/ættingja	Viðburður	Annað
Allir	412	92,7%	0,0%	1,0%	0,7%	7,3%
Kyn						
Kona	223	92,4%	0,0%	1,8%	0,9%	7,2%
Karl	185	93,0%	0,0%	0,0%	0,5%	7,6%
Aldur						
18-24 ára	28	89,3%	0,0%	0,0%	3,6%	7,1%
25-34 ára	96	93,8%	0,0%	1,0%	2,1%	5,2%
35-44 ára	59	91,5%	0,0%	1,7%	0,0%	8,5%
45-54 ára	85	92,9%	0,0%	2,4%	0,0%	7,1%
55-64 ára	77	92,2%	0,0%	0,0%	0,0%	7,8%
65 ára og eldri	65	93,8%	0,0%	0,0%	0,0%	9,2%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	88,9%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%
Bretlandseyjar	15	93,3%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%
Vestur Evrópa	223	93,7%	0,0%	1,8%	1,3%	4,5%
Mið-Evrópa	18	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	56	96,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%
Norður Ameríka	80	86,3%	0,0%	0,0%	0,0%	17,5%
Asía	2	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Ástralía+Kyrrahafseyjar	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	104	95,2%	0,0%	1,0%	0,0%	4,8%
Bandaríkin	69	85,5%	0,0%	0,0%	0,0%	17,4%
Frakkland	72	90,3%	0,0%	1,4%	2,8%	5,6%
Sviss	26	92,3%	0,0%	7,7%	3,8%	3,8%
Ítalía	26	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%
Spánn	24	95,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%
Bretland	14	92,9%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
Kanada	11	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%
Holland	11	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pólland	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Belgía	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	5	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Austurríki	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	95,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%

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

	Fjöldi	Áður	Eftir	Ástæða ferðar	Einungis keyrt í gegn
Allir	415	39,5%	29,9%	0,5%	35,7%
Kyn					
Kona	222	40,1%	28,4%	0,5%	36,0%
Karl	189	39,7%	31,2%	0,5%	34,9%
Aldur					
18-24 ára	28	53,6%	32,1%	0,0%	32,1%
25-34 ára	94	28,7%	34,0%	0,0%	45,7%
35-44 ára	60	31,7%	36,7%	0,0%	35,0%
45-54 ára	86	33,7%	33,7%	0,0%	34,9%
55-64 ára	78	44,9%	30,8%	1,3%	28,2%
65 ára og eldri	66	57,6%	12,1%	1,5%	31,8%
Markaðssvæði					
Norðurlönd	9	33,3%	55,6%	0,0%	44,4%
Bretlandseyjar	15	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%
Vestur Evrópa	223	31,8%	27,8%	0,0%	46,6%
Mið-Evrópa	18	27,8%	55,6%	0,0%	27,8%
Suður-Evrópa	57	54,4%	24,6%	1,8%	22,8%
Norður Ameríka	82	57,3%	24,4%	1,2%	19,5%
Asía	2	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	33,3%	50,0%	0,0%	16,7%
Búsetuland					
Þýskaland	103	28,2%	24,3%	0,0%	50,5%
Bandaríkin	71	60,6%	23,9%	1,4%	16,9%
Frakkland	71	40,8%	23,9%	0,0%	46,5%
Sviss	27	33,3%	44,4%	0,0%	29,6%
Ítalía	26	61,5%	30,8%	3,8%	7,7%
Spánn	25	48,0%	12,0%	0,0%	44,0%
Bretland	14	28,6%	35,7%	0,0%	35,7%
Kanada	11	36,4%	27,3%	0,0%	36,4%
Holland	11	27,3%	45,5%	0,0%	36,4%
Pólland	9	22,2%	44,4%	0,0%	33,3%
Danmörk	8	37,5%	62,5%	0,0%	37,5%
Belgía	7	14,3%	28,6%	0,0%	57,1%
Ísrael	5	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	4	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%
Tékkland	3	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	30,0%	60,0%	0,0%	20,0%
Tilgangur ferðar					
Frí	372	39,2%	29,6%	0,5%	36,0%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja vini/ættingja	4	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	3	33,3%	66,7%	0,0%	33,3%
Annað	29	41,4%	34,5%	0,0%	27,6%

Tafla 16. Uppruni upplýsinga, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Vinir/ ættingjar	Fjöl- miðlar	Ferða- skrifstofa	Ferða- handbækur	Hluti af heildar- pakka	Heima- síða	Annað
Allir	414	10,9%	3,4%	61,1%	12,6%	18,8%	6,8%	6,3%
Kyn								
Kona	223	9,0%	2,7%	59,6%	11,2%	21,1%	7,2%	8,1%
Karl	187	12,8%	4,3%	63,6%	13,9%	16,6%	6,4%	3,7%
Aldur								
18-24 ára	27	14,8%	7,4%	55,6%	14,8%	11,1%	3,7%	11,1%
25-34 ára	96	12,5%	1,0%	79,2%	2,1%	3,1%	10,4%	9,4%
35-44 ára	60	13,3%	5,0%	70,0%	6,7%	6,7%	5,0%	10,0%
45-54 ára	85	10,6%	1,2%	67,1%	12,9%	17,6%	11,8%	4,7%
55-64 ára	76	9,2%	6,6%	57,9%	13,2%	28,9%	2,6%	3,9%
65 ára og eldri	67	4,5%	3,0%	28,4%	29,9%	46,3%	3,0%	1,5%
Markaðssvæði								
Norðurlönd	9	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	15	13,3%	0,0%	60,0%	6,7%	20,0%	13,3%	6,7%
Vestur Evrópa	223	8,5%	3,1%	69,1%	12,6%	17,9%	2,7%	6,3%
Mið-Evrópa	18	27,8%	5,6%	66,7%	0,0%	0,0%	16,7%	11,1%
Suður-Evrópa	57	8,8%	8,8%	77,2%	7,0%	3,5%	12,3%	5,3%
Norður Ameríka	81	11,1%	1,2%	25,9%	22,2%	38,3%	9,9%	7,4%
Asía	2	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Ástralía+Kyrrah.	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
Annað	6	33,3%	0,0%	50,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Búsetuland								
Þýskaland	103	7,8%	2,9%	68,9%	8,7%	22,3%	1,9%	6,8%
Frakkland	71	9,9%	1,4%	21,1%	23,9%	43,7%	9,9%	5,6%
Bretland	70	4,3%	2,9%	68,6%	21,4%	20,0%	5,7%	2,9%
Bandaríkin	28	21,4%	3,6%	67,9%	3,6%	7,1%	0,0%	17,9%
Spánn	26	11,5%	3,8%	76,9%	7,7%	3,8%	11,5%	0,0%
Ítalía	25	8,0%	12,0%	80,0%	4,0%	0,0%	8,0%	8,0%
Holland	14	14,3%	0,0%	57,1%	7,1%	21,4%	14,3%	7,1%
Swiss	10	20,0%	0,0%	60,0%	10,0%	0,0%	10,0%	20,0%
Kanada	11	18,2%	9,1%	54,5%	18,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	9	33,3%	0,0%	77,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	8	37,5%	0,0%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía	7	0,0%	0,0%	85,7%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%
Danmörk	5	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%
Pólland	4	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	20	20,0%	5,0%	60,0%	5,0%	10,0%	25,0%	15,0%
Tilgangur ferðar								
Frí	371	10,5%	3,2%	63,9%	13,2%	16,7%	7,3%	5,9%
Vinnutengt	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Heimsækja	4	100,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Viðburður	3	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%
Annað	29	10,3%	6,9%	48,3%	10,3%	34,5%	3,4%	6,9%

Tafla 17. Ferðamáti, bakgrunnsbreytur.

	Fjöldi	Áætlunar- rúta	Eigin bíll	Bílaleigubíll	Hópferðabíll	Annað
Allir	422	5%	11%	59%	21%	7%
Kyn						
Kona	229	5%	11%	56%	25%	6%
Karl	189	5%	11%	63%	17%	9%
Aldur						
18-24 ára	26	8%	15%	42%	15%	23%
25-34 ára	96	0%	9%	78%	4%	10%
35-44 ára	60	3%	10%	78%	3%	10%
45-54 ára	86	5%	16%	67%	13%	2%
55-64 ára	80	5%	13%	56%	26%	1%
65 ára og eldri	71	13%	7%	16%	63%	7%
Markaðssvæði						0%
Norðurlönd	9	0%	44%	56%	0%	0%
Bretlandseyjar	15	7%	0%	80%	13%	0%
Vestur Evrópa	227	5%	15%	60%	17%	8%
Mið-Evrópa	18	6%	6%	56%	0%	33%
Suður-Evrópa	55	2%	7%	76%	4%	11%
Norður Ameríka	87	8%	3%	40%	51%	2%
Asía	2	0%	0%	100%	0%	0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	0%	0%	100%	0%	0%
Annað	6	0%	17%	50%	33%	0%
Búsetuland						0%
Þýskaland	106	2%	23%	46%	24%	9%
Bandaríkin	76	9%	4%	33%	58%	1%
Frakkland	71	10%	4%	73%	14%	4%
Sviss	28	0%	21%	64%	11%	7%
Ítalía	25	4%	4%	76%	8%	8%
Spánn	24	0%	13%	75%	0%	13%
Bretland	14	7%	0%	79%	14%	0%
Kanada	11	0%	0%	91%	0%	9%
Holland	11	0%	0%	91%	0%	9%
Pólland	9	11%	11%	44%	0%	33%
Danmörk	8	0%	38%	63%	0%	0%
Belgía	7	29%	14%	57%	0%	14%
Ísrael	5	0%	0%	100%	0%	0%
Austurríki	4	0%	25%	75%	0%	0%
Tékkland	3	0%	0%	33%	0%	67%
Annað	20	0%	10%	70%	10%	10%
Tilgangur ferðar						0%
Frí	377	5%	11%	62%	18%	7%
Vinnutengt	0	0%	0%	0%	0%	0%
Heimsækja vini/ættingja	4	0%	25%	75%	0%	0%
Viðburður	3	0%	33%	33%	0%	33%
Annað	30	10%	10%	37%	43%	7%

Tafla 18. Afþreying, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Fugla- skoðun	Sund	Sildar- minja- safnið	Útsýnis- ferð	Göngu- ferð	Ljós- myndun	Matur úr héraði	Þjóð- laga- safnið	Annað
Allir	417	9%	3%	64%	21%	26%	44%	33%	7%	12%
Kyn										
Kona	227	8%	4%	68%	20%	26%	42%	34%	8%	12%
Karl	186	11%	3%	59%	21%	27%	47%	32%	7%	11%
Aldur										
18-24 ára	28	11%	7%	61%	11%	39%	64%	25%	7%	22%
25-34 ára	93	4%	0%	43%	17%	37%	54%	36%	7%	12%
35-44 ára	60	8%	2%	53%	22%	27%	50%	40%	8%	8%
45-54 ára	84	11%	6%	69%	19%	33%	45%	36%	6%	10%
55-64 ára	78	13%	4%	76%	26%	17%	37%	22%	9%	8%
65 ára og eldri	72	11%	4%	81%	24%	10%	26%	36%	8%	17%
Markaðssvæði										
Norðurlönd	9	11%	0%	56%	11%	0%	33%	44%	33%	22%
Bretlandseyjar	15	27%	20%	67%	33%	13%	60%	53%	13%	7%
Vestur Evrópa	221	9%	4%	64%	23%	33%	41%	23%	5%	10%
Mið-Evrópa	18	0%	0%	72%	11%	28%	78%	44%	22%	22%
Suður-Evrópa	57	7%	0%	39%	26%	26%	63%	32%	4%	7%
Norður Ameríka	86	13%	4%	78%	14%	14%	30%	52%	7%	14%
Asía	2	0%	0%	50%	0%	0%	50%	50%	0%	0%
Ástralía + Kyrrahaf	3	0%	0%	100%	0%	33%	67%	33%	33%	33%
Annað	6	0%	0%	50%	0%	17%	33%	50%	17%	33%
Búsetuland										
Þýskaland	99	6%	4%	58%	44%	14%	41%	18%	5%	10%
Bandaríkin	75	13%	3%	83%	13%	12%	27%	53%	5%	15%
Frakkland	72	11%	3%	67%	1%	64%	46%	22%	8%	8%
Sviss	28	4%	4%	71%	18%	25%	25%	43%	4%	7%
Ítalía	26	0%	0%	42%	35%	19%	65%	23%	4%	8%
Spánn	25	8%	0%	36%	16%	28%	64%	44%	0%	8%
Bretland	14	29%	21%	64%	29%	14%	57%	50%	7%	7%
Kanada	11	9%	9%	46%	18%	27%	55%	46%	18%	9%
Holland	11	27%	0%	73%	0%	18%	64%	27%	0%	18%
Pólland	9	0%	0%	67%	11%	11%	89%	33%	22%	0%
Danmörk	8	13%	0%	63%	13%	0%	25%	38%	38%	25%
Belgía	7	14%	14%	86%	0%	57%	14%	0%	0%	14%
Ísrael	5	40%	0%	40%	20%	40%	40%	20%	20%	0%
Austurríki	4	0%	0%	50%	25%	0%	50%	25%	0%	25%
Tékkland	3	0%	0%	33%	0%	67%	67%	33%	0%	67%
Annað	20	0%	0%	70%	15%	25%	60%	55%	25%	25%

Tafla 19. Ánægja, bakgrunnsbreytur

	Fjöldi	Mjög ánægð(ur)	Ánægð(ur)	Hlutlaus	Óánægð(ur)	Mjög óánægð(ur)
Allir	412	51,2%	43,4%	5,3%	0,0%	0,0%
Kyn						
Kona	220	51,4%	42,3%	6,4%	0,0%	0,0%
Karl	188	50,5%	45,2%	4,3%	0,0%	0,0%
Aldur						
18-24 ára	27	59,3%	37,0%	3,7%	0,0%	0,0%
25-34 ára	92	44,6%	50,0%	5,4%	0,0%	0,0%
35-44 ára	59	52,5%	44,1%	3,4%	0,0%	0,0%
45-54 ára	86	51,2%	40,7%	8,1%	0,0%	0,0%
55-64 ára	76	51,3%	43,4%	5,3%	0,0%	0,0%
65 ára og eldri	69	53,6%	42,0%	4,3%	0,0%	0,0%
Markaðssvæði						
Norðurlönd	9	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Bretlandseyjar	14	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Vestur Evrópa	223	45,7%	47,1%	7,2%	0,0%	0,0%
Mið-Evrópa	17	35,3%	58,8%	5,9%	0,0%	0,0%
Suður-Evrópa	55	52,7%	41,8%	5,5%	0,0%	0,0%
Norður Ameríka	83	62,7%	34,9%	2,4%	0,0%	0,0%
Asía	2	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ástralía + Kyrrahafseyjar	3	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	6	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Búsetuland						
Þýskaland	102	41,2%	48,0%	10,8%	0,0%	0,0%
Bandaríkin	74	64,9%	33,8%	1,4%	0,0%	0,0%
Frakkland	73	49,3%	47,9%	2,7%	0,0%	0,0%
Sviss	26	53,8%	38,5%	7,7%	0,0%	0,0%
Ítalía	25	56,0%	36,0%	8,0%	0,0%	0,0%
Spánn	24	54,2%	41,7%	4,2%	0,0%	0,0%
Bretland	13	53,8%	46,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Kanada	9	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%	0,0%
Holland	11	36,4%	54,5%	9,1%	0,0%	0,0%
Pólland	9	11,1%	77,8%	11,1%	0,0%	0,0%
Danmörk	8	62,5%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Belgía	7	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Ísrael	5	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Austurríki	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tékkland	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Annað	19	63,2%	36,8%	0,0%	0,0%	0,0%

6.2 Viðauki 2. Athugasemdir erlendra ferðamanna á Siglufirði sumarið 2015

Spurt var hvort þátttakendur hefðu einhverjar athugasemdir varðandi dvölinu á Siglufirði eða tillögur að þjónustu sem þeim fyndist vanta á svæðinu. Alls svöruðu 105 þátttakendur spurningunni og eru athugasemdirnar eftirfarandi:

Allt fullkomið.

Allt gott.

Allt var gott, en ekkert fram úr hófi fallett. Dvöl okkar var ágæt að meðallagi.

Almenningssalernin eru mjög hrein! Takk fyrir!

Auka hitann á safninu.

Bátsferðir.

Bensínstöðin er ekki vel merkt. Mjög fallegur lítill bær.

Betri skilti eða plaköt sem benda á hótél og söfn.

Betur merktir göngustígar.

Bæklingur með myndum/ bók um safnið og sögu síldveiða.

Ef það væri meiri afþreying og söfn í boði myndi ég halda að fólk stoppaði lengur.

Eitthvað í líkingu við fiskmarkað, þar sem þú getur keypt og eldað ferskan mat (fisk).

Ekki finna upp á afþreyingarmöguleikum til að laða fólk að staðnum. Þjóðið frekar upp á góðan mat úr héraði og leyfið okkur að njóta náttúrunnar. Síldarminjasafnið er mjög gott - gefið okkur meiri sögu. Ég kann vel við þennan stað.

Ekki nógu góðar merkingar. Við fundum safnið með hjálp gps tækis. Allt er svo dýrt. Ósamræmi milli verðs og gæða.

Ekki nógur tími til að dæma.

Ekki viss - en gæti ég keypt skó hérna, eða gúmmístígvél ef ég vildi?

Engir lundar.

Engu við að bæta.

Engu við að bæta. Þetta er fallegur staður og ég myndi vilja koma hingað aftur.

Ég hafði mjög gaman af því að skoða Síldarminjasafnið og vélarnar.

Ég hef átt mjög góða sjö daga hringferð um landið, verð að koma aftur til Íslands.

Ég hef notið stuttrar dvalar hér - engar athugasemdir.

Ég hefði viljað hafa minibar á Hótel Sigló.

Ég naut heimsóknarinnar mjög vel, ég vona að staðnum verði ekki spillt.

Ég var að koma.

Ég vildi að ég hefði ákveðið að dvelja hér. Fallegur bær.

Fallegt svæði. Síldarminjasafnið er dásamlegt.

Fallegt umhverfi.

Fallegur staður.

Fleiri skilti takk.

Frábær bær. Ég vildi að við hefðum meiri tíma.

Frábær hádegisverður. Ég elska Hannes Boy, Síldarminjasafnið , verbúðina og kvikmyndina.

Frábært upplýsingamiðstöð! Fallegur bær.

Fullkomið.

Gott væri að fá leiðsögn á safninu.

Góður hádegisverður, partur af ferðinni.

Heit laug.

Heitar laugar, fiskveiðiferðir, fiskisúpu, meiri fisk fisk fisk!

Heitar laugar, fleiri sturtur á tjaldsvæðinu.

Heitir pottar og gufubað.

Hvalaskoðun.

Hvar er bensinstöðin? Mjög fallegur bær.

Kannski söluturn eða sýningu um nálægð staðarins við heimskautsbaug. Þetta var nyrsti hluti landsins sem við heimsóttum meðan á dvöl okkar á Íslandi stóð.

Kvikmynd um síldariðnaðinn.

Lítur vel út, Ég var að koma.

Meira að sjá í bænum. Betur merktir göngustígar.

Meira efni á þýsku á Síldarminjasafninu.

Meiri upplýsingar á netinu kæmu að gagni

Meiri upplýsingar á Síldarminjasafninu. Það þyrfti að vera leiðsögumaður í hverju rými.

Miklu áhugaverðari staður en ég átti von á. Það er gott að sjá aðra hlið á Íslandi en bara fossa. Góð innsýn í hvernig lífið var hér áður fyrr.

Minjagripaverslun.

Minjagripaverslun. Salernin eru opin fyrir alla og hrein. Takk fyrir !!

Minni framkvæmdir, meiri göngustígar, betra veður á sumrin.

Mjög ánægður með dvölinu á Íslandi.

Mjög fallegur fiskibær. Ekki breyta neinu!

Mjög gott.

Mjög lítið athugavert við safnið.

Mjög skemmtilegur lítill bær. Fullt af tækifærum.

Mjög vingjarnlegur tjaldvörður.

Nei (x2).

Nei, Allt gott og staðurinn fallegur.

Of snemmt að segja (x2).

Rækjusmökkun við höfnina.

Safnið er ótrúlega raunverulegt. Maður fær á tilfinninguna að maður sé kominn 50 ár aftur í tímann. Það gæti verið gaman að heimsækja fiskvinnsluna við höfnina.

Safnið var mjög áhugavert og vel framsett.

Sala á matvörum úr héraði.

Sameiginleg aðstaða fyrir gesti tjaldsvæðisins væri frábært.

Síldarminjasafnið er frábært og mjög áhugavert. Það þyrfti að vera til bók um safnið og póstkort með gömlum ljósmyndum frá síldarárunum.

Síldarminjasafnið hafði mikil áhrif á mig - var frábært upplifun.

Síldarverslun, sérvöruverslun með mat.

Skilti að safninu.

Sól (x2).

Sturtan var mjög heit – frábært.

Stutt stopp í hringferð. Mjög fallett.

Sætt kaffihús? Keilusalur?

Til hamingju með Síldarminjasafnið, það er mjög áhugavert.

Tjaldsvæðið er OK en ekki mjög gott að tjalda á því. Við sváfum í bílnum því það var bara laust pláss fyrir tjaldið við götuna.

Tjaldsvæðið þyrfti að vera betur staðsett. Þá hefðum við kannski gist yfir nótt.

Vantar betri lýsingu á safnið.

Vantar betri merkingar fyrir göngustíga.

Vantar betri skilti í bænum sem benda á söfnin, upplýsingamiðstöðina ofl.

Vantar skilti á hótelið, betri skilti fyrir fiskbúðina. Fiskrétti. Það mætti t.d. bjóða upp á íslenska rétti á Kaffi Rauðku.

Vantar skilti sem vísa á tjaldsvæðið eða bensínstöðina. Vantar upplýsingaskilti þegar maður kemur frá Ólafsfirði.

Vantar upplýsingabækling um sögu staðarins, síldveiðarnar og lífið á norðurhluta landsins.

Veitingastaður með fjölbreytt úrvali af sjávarfangi.

Við áttuðum okkur of seint á tjaldsvæðinu utan við bæinn.

Við erum mjög hissa á því að það eru hvergi neinar upplýsingar á spænsku, hvorki á Siglufirði né annars staðar á Íslandi. Ég myndi mæla með upplýsingum á spænsku alls staðar til að gera hlutina auðveldari fyrir ferðamenn.

Við hefðum viljað sitja á veitingastað en það var allt lokað á kvöldin.

Við komum með hópferðabíl. Allur kostnaður var innifalinn í ferðinni.

Við munum koma aftur - fallegur lítill bær. Næst viljum við dvelja hér lengur.

Við stoppum svo stutt. Það er erfitt að segja nokkuð.

Vonandi koma margir ferðamann, mjög fallegur staður.

Það er frekar erfitt að fara vestur, en annars hef ég engu við að bæta.

Það mætti vera meira í boði hérna, t.d. bátsferðir.

Það vantar bækling á frönsku um söfnin.

Það var kalt.

Það væri fínt að fá ferskan fisk á safninu (fiskisamlökur).

Þessi bær er fallegur og ég mun mæla með honum við aðra.

Þetta er í lagi.

Þetta var bara stutt stopp.

Þetta var fínt! Takk fyrir.

6.3 Viðauki 3. Spurningakönnunin (ensk útgáfa)



ICELANDIC TOURISM
RESEARCH CENTRE

Visitor survey in Siglufjörður, summer 2015

This survey is conducted by the Icelandic Tourism Research Centre. The aim of this study is to gather information about those visiting our community in order to improve tourist services in Siglufjörður. 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)?

<input type="checkbox"/> None	<input type="checkbox"/> Co-workers
<input type="checkbox"/> Family/friends/partner	<input type="checkbox"/> Organized tour group
	<input type="checkbox"/> Others, who? _____

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

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

7. Did you stay in Siglufjörður 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 Siglufjörður?

- | | |
|---|--|
| <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 Siglufjörður?

- | | |
|---|---|
| <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 Siglufjörður:

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

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

12. Where did you get information about Siglufjörður? (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 Siglufjörður?

- | | |
|--|---|
| <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 Siglufjörður 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 Siglufjörður?

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Bird watching | <input type="checkbox"/> Hiking | <input type="checkbox"/> Local food tasting |
| <input type="checkbox"/> Swimming hall | <input type="checkbox"/> Night life | <input type="checkbox"/> Festivals |
| <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Horse trips | <input type="checkbox"/> The Folk Music Centre |
| <input type="checkbox"/> The Herring Museum | <input type="checkbox"/> Fishing | <input type="checkbox"/> Other, what? _____ |
| <input type="checkbox"/> Sightseeing tour | <input type="checkbox"/> Photography | |

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

- Please specify all your spending (or that of your group) in Siglufjörður 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 Siglufjörður? (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 Siglufjörður?

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 Siglufjörður?

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





RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA

Desember 2016