



HÁSKÓLI ÍSLANDS

**RANNSÓKNA- OG FRÆÐASETUR HÁSKÓLA ÍSLANDS Á  
VESTFJÖRÐUM**

# **FERÐAMENN Á VESTFJÖRÐUM**

## **SUMARIÐ 2008**

Albertína Friðbjörg Elíasdóttir  
Alda Davíðsdóttir  
Íris Hrund Halldórsdóttir  
og Guðbjörg Ásta Ólafsdóttir

**Nóvember 2008**

## SAMANTEKT

Ferðaþjónusta er á meðal stærstu atvinnugreina í heimi og er ört vaxandi. Á Íslandi hefur ferðaþjónusta vaxið hratt, á árinu 2005 var ferðaþjónusta 5,1% af landframleiðslu og skapaði 12,4% af útflutningstekjum þjóðarinnar. Frekari uppbygging ferðaþjónustu er því líkleg til að skipta Ísland miklu máli, ekki síst á landsbyggðinni. Sumarið 2008 stóð Rannsókn- og fræðasetur Háskóla Íslands á Vestfjörðum og Markaðsstofa Vestfjarða fyrir könnun á ferðamönnum. Farið var víða um Vestfirði og lagður fyrir ferðamenn spurningalisti þar sem meðal annars var spurt um ástæður komu, upplýsingaöflun, nýtingu og ánægju með þjónustu á Vestfjörðum sem og ánægju með ferðina í heild.

Könnunin gefur mynd af því hvernig ferðamenn koma til Vestfjarða, hvar þeir eru líklegir til að leita sér upplýsinga og hverju þeir hafa helst áhuga á að kynnast eða upplifa á ferð sinni um Vestfirði. Þá er leitast við að skýra hvaða þættir hafa helst áhrif á ánægju ferðamanna. Niðurstöðurnar gefa til kynna að náttúruferðamenn séu afgerandi hópur á Vestfjörðum og að þeir ferðamenn sem hingað koma séu almennt ánægðir með ferðina. Það má þó lengi bæta og gefa niðurstöður könnunarinnar vísbendingar um að enn megi bæta aðgengi ferðamanna að upplýsingum og afþreyingarmöguleika á svæðinu. Vonast er til að nýta megi niðurstöður þessarar könnunar til að greina styrkleika Vestfjarða sem ferðamannastaðar, skilgreina möguleika í kynningu svæðisins og greina frekari möguleika á uppbygginu afþreyingar og þjónustu fyrir ferðamenn.

## INNGANGUR

Ferðapjónusta er ört vaxandi atvinnugrein á Vestfjörðum. Aukin þekking á ferðamennsku er grundvallaratriði til að kortleggja og skipuleggja frekari uppbyggingu í ferðapjónustu. Þekking er þó ekki síður nauðsynleg til að fylgjast með þróun ferðamennsku á svæðinu og eiga þannig möguleika á að grípa inn í eða stýra atvinnugreininni með sjálfbæra þróun í huga.

Lýðfræðilegar, félagslegar og efnahagslegar breytingar í nútíma samfélagi kalla á endurskipulagningu atvinnuvega og nýtingu náttúruauðlinda. Landsbyggðin hefur ríka hefð fyrir því að nýting náttúruauðlindir skapi grundvöll atvinnuvega og á síðustu árum hefur ferðamennska og ferðapjónusta sem byggir á sérstöðu náttúru eða samfélags aukist til muna í dreifbýli allsstaðar í heiminum (Luloff et al., 1994; Marcouiller, 1997; Wilson et al., 2001). Þá sækja ferðamenn í auknum mæli til landsbyggðarinnar gagnert til að njóta dreifbýlis, fámennis og óskert útsýnis (Marcouiller & Deller, 1996; Marcouiller, 1998). Á þessu sviði liggja því augljósir möguleikar fyrir Vestfirði.

Samhliða endurskipulagningu atvinnuvega eru sífellt ríkari kröfur eru gerðar um sjálfbærni atvinnuvega og er ferðapjónustan þar engin undantekning (Bramwell & Lane, 1993; Bramwell et al., 1998; Butler, 1999). Í þeim tilfellum þar sem aðdráttarafl ferðamannastaðarins er náttúra og sérstaða afskekktara eða strjálbýlla staða verður sjálfbærni enn frekar nauðsynleg til að viðhalda aðdráttarafli ferðamannastaðarins og koma í veg fyrir hnignun (Höchtel et al., 2005; Hudson & Miller, 2005; Lynn & Brown, 2003). Þrátt fyrir að ferðamannaíðnaði sé oft haldið á lofti sem umhverfisvænum og sjálfbærum fylgja honum vandamál líkt og öðrum atvinnugreinum bæði fyrir náttúru og samfélög (Lansing & De Vries, 2007; Saarinen, 2006). Það er því nauðsynlegt að huga vel að skipulagi og fylgjast með áhrifum af ferðamönnum og breytingum á ferðamannastraumi til að vernda auðlindir og viðhalda ferðamennsku sem arðbærri og sjálfbærri atvinnugrein. Sjálfbær ferðamennska ætti því ekki einungis að miða að efnahagslegum ávinningi og ánægjulegri upplifum ferðamannsins heldur einnig að viðhaldi og sjálfbærri þróun náttúrulegra auðlinda og félagslegrar uppbyggingar samfélagsins (Bramwell et al., 1998; Butler, 1999).

Eftirfarandi skýrsla kynnir niðurstöður rannsóknar sem var gerð á meðal ferðamanna sem heimsóttu Vestfirði sumarið 2008. Þessi rannsókn er samstarfsverkefni Rannsókn- og fræðaseturs HÍ á Vestfjörðum og Markaðsstofu Vestfjarða, og var rannsóknin styrkt af Vaxtarsamningi Vestfjarða. Vonast er til að rannsókn þessi geti nýst þeim er standa að ferðapjónustu til frekari framþróunar og uppbyggingu greinarinnar á Vestfjörðum.

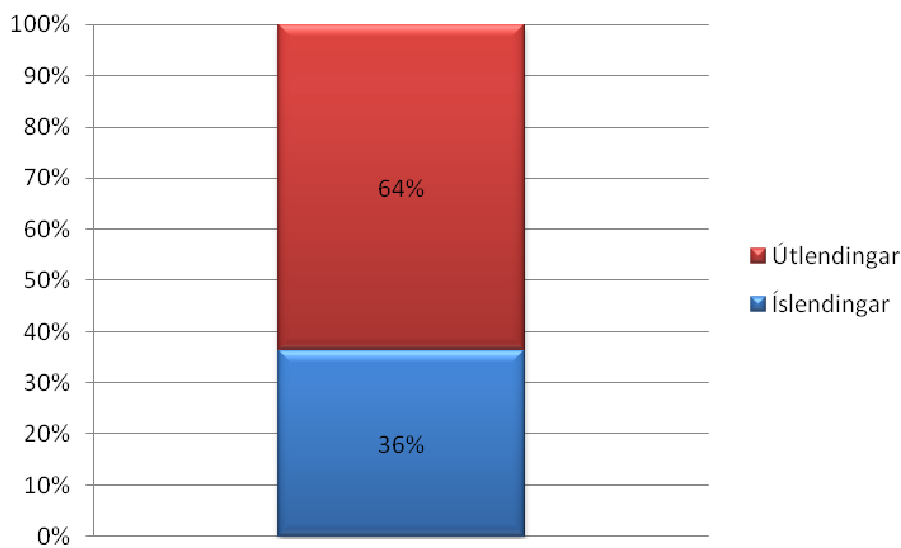
Rannsóknin var gerð í þeim tilgangi að fá mynd af nokkrum grundvallarþáttum sem nauðsynlegt er að hafa í huga við skipulag og uppbyggingu ferðaþjónustu á Vestfjörðum. Leitast var við að svara eftirfarandi spurningum.

- Hvernig ferðamenn koma til Vestfjarða?
- Hvernig er ferðahegðun þeirra sem ferðast um Vestfirði þ.e. hvernig ferðast þeir, hvert fara þeir og hvaða þjónustu nýta þeir?
- Hvernig er skipulagi og upplýsingaöflun ferðamannanna háttað og hve vel nýtast þær upplýsingaveitur?
- Hver er upplifun ferðamanna af ferðalagi sínu um Vestfirði og af Vestfjörðum?

## HVERNIG FERÐAMENN KOMA TIL VESTFJARÐA?

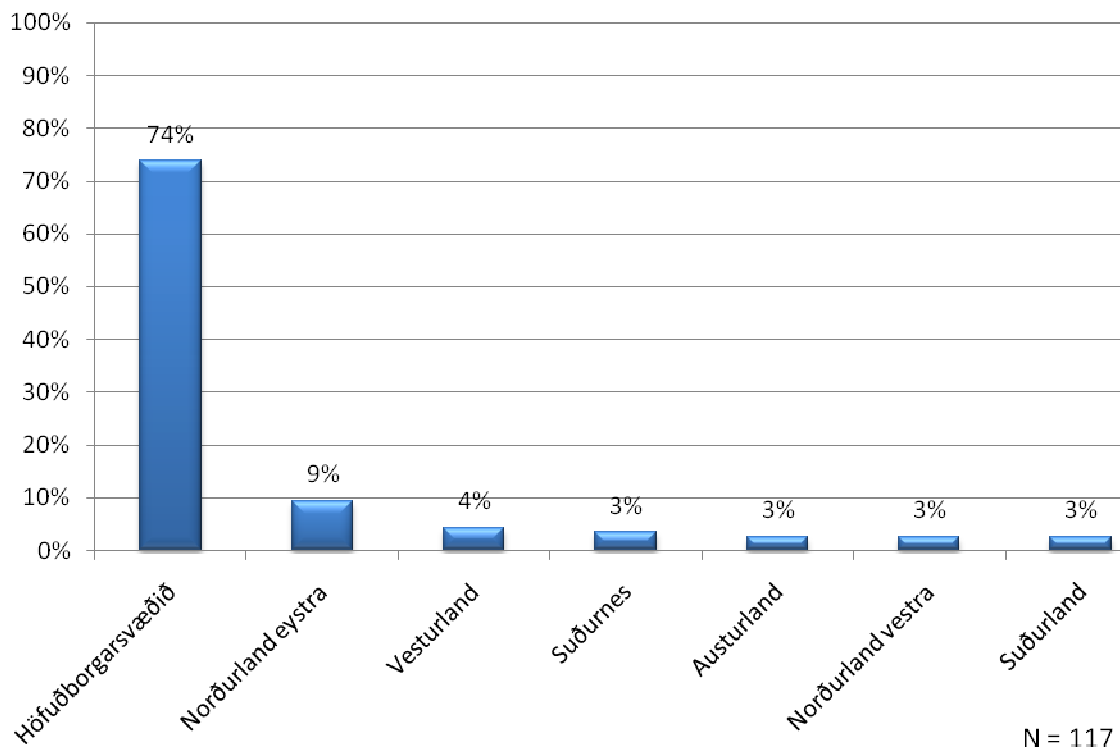
Kenningar ferðamálafræðinnar gera ráð fyrir því að áfangastaðir ferðamanna þróist á ákveðinn hátt (Butler, 1980). Til að fá mynd af því hvernig ferðamenn koma til Vestfjarða var safnað grunnupplýsingum um kyn, aldur, þjóðerni, atvinnu, tekjur o.fl. og lögð fyrir spurning um áhugasvið svaranda. Auk þess var gerð sambærileg könnun í Reykjavík til að meta hvort að erlendir ferðamenn sem koma til Vestfjarða séu á einhvern hátt ólíkir erlendum ferðamönnum í Reykjavík.

### ÞJÓÐERNI OG BÚSETA



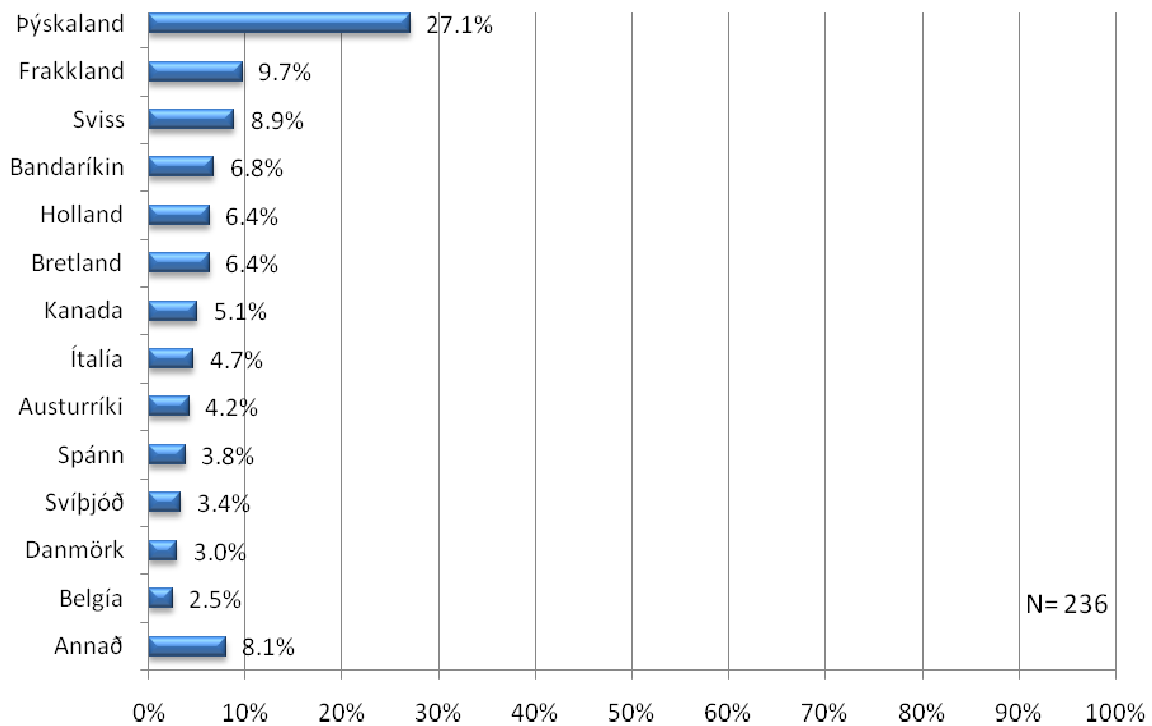
Mynd 1 - Hlutfall innlendra og erlendra ferðamanna

Rúmlega þriðjungur ferðamannanna sem tóku þátt í könnuninni voru búsettir á Íslandi. Af þeim 136 innlendu ferðamönnum sem svöruðu voru flestir af höfuðborgarsvæðinu eða 74% og þar á eftir svöruðu næst flestir frá norðurlandi eystra, 9%. 4% komu frá Vesturlandi og 1-3% frá öðrum landshlutum. Er hlutfallskipting innlendra ferðamanna í samræmi við eldri rannsóknir (atvest, 2001, atvest, 2003; Guðmundsson, 2004, atvest, 2004) sem hafa verið gerðar um ferðamenn á Vestfjörðum.



## Mynd 2 - Búseta íslenskra ferðamanna

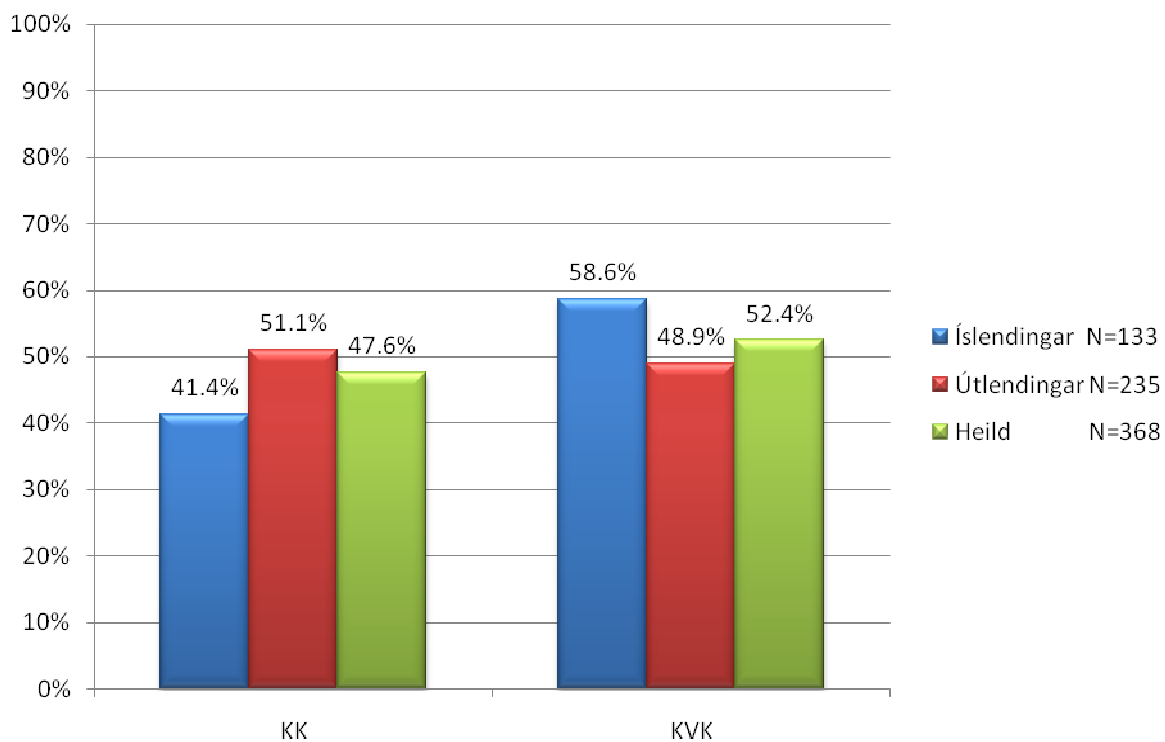
Af þeim 240 erlendu ferðamönnum sem svöruðu könnuninni var mikill meirihluti frá Þýskalandi, eða um 27%. Alls voru svarendur frá 26 löndum. Á eftir Þjóðverjum voru Frakkar (9.7 %) og Svisslendingar (8.9 %). Það háa hlutfall Þjóðverja sem koma til Vestfjarða kemur ekki á óvart. Samkvæmt tölum Hagstofunnar (Hagstofa Íslands, 2008) um heimaland erlendra ferðamanna til Íslands eru þeir einnig fjölmennasti hópur erlendra farþega sem koma til landsins.



**Mynd 3 - Þjóðerni erlendra ferðamanna**

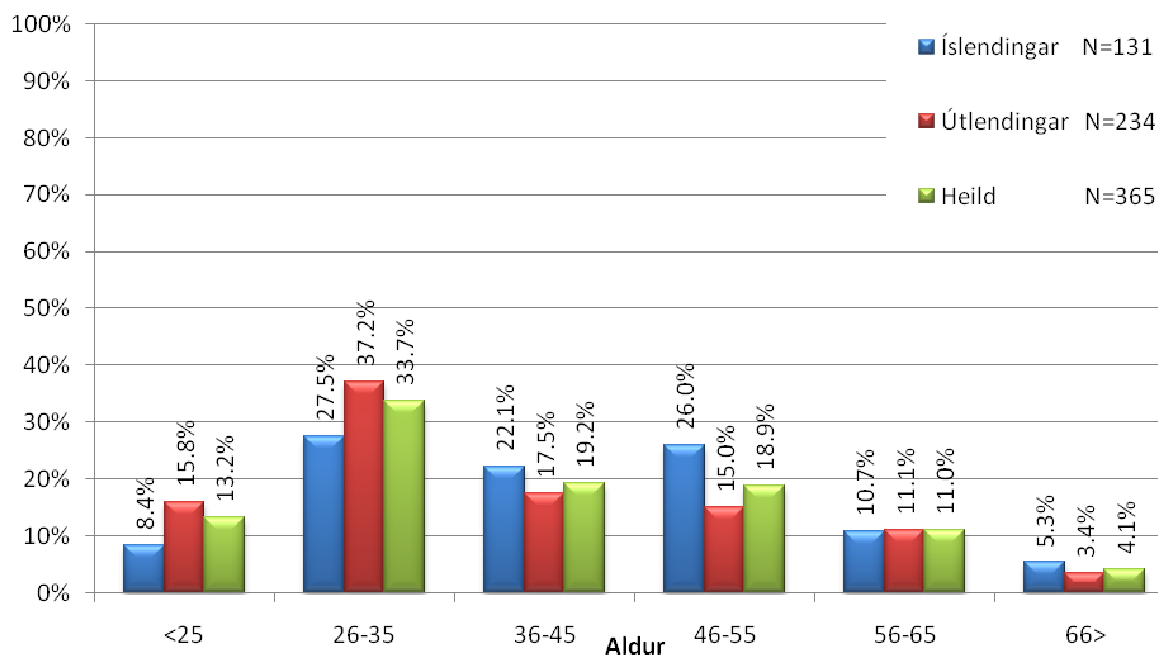
### **KYN OG ALDUR**

Af þeim sem svöruðu voru álíka margir karlar og konur, eða 48% karlar og 52% konur. Ef skoðuð er skipting kynja eftir því hvort að viðkomandi er erlendur ferðamaður eða innlendur, má sjá að munur er þar á. Hjá innlendum ferðamönnum svöruðu konur í 59% tilfella og karlar um 41%. Erlendu ferðamennirnir skiptust í 51% karla og 49% konur.



#### Mynd 4 - Kyn þátttakenda

Þátttakendur í könnuninni voru fólk á öllum aldri. Sá yngsti var 16 ára og sá elsti 75 ára. Flestir voru á aldursbilinu 26 til 35 ár. Meðalaldur innlendra ferðamanna var um 43 ár en þeirra erlendu var 38 ár.

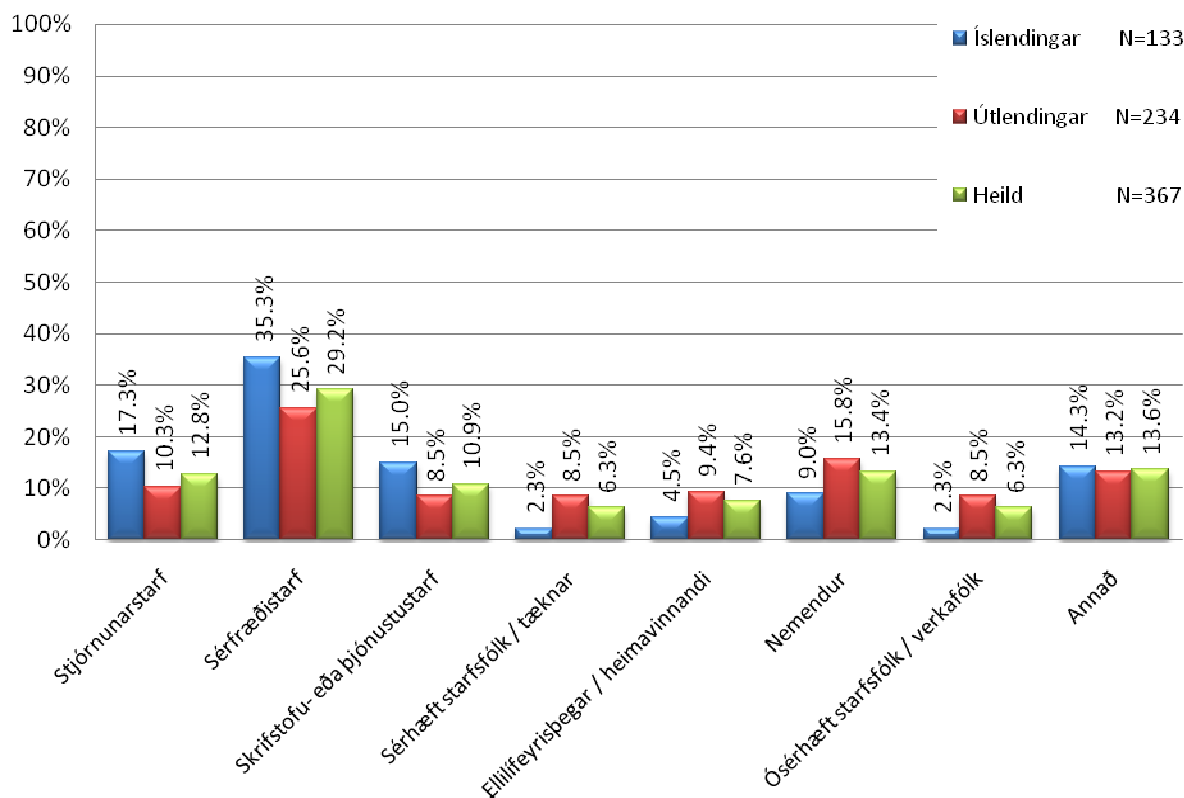


#### Mynd 5 - Dreifing á aldri svarenda



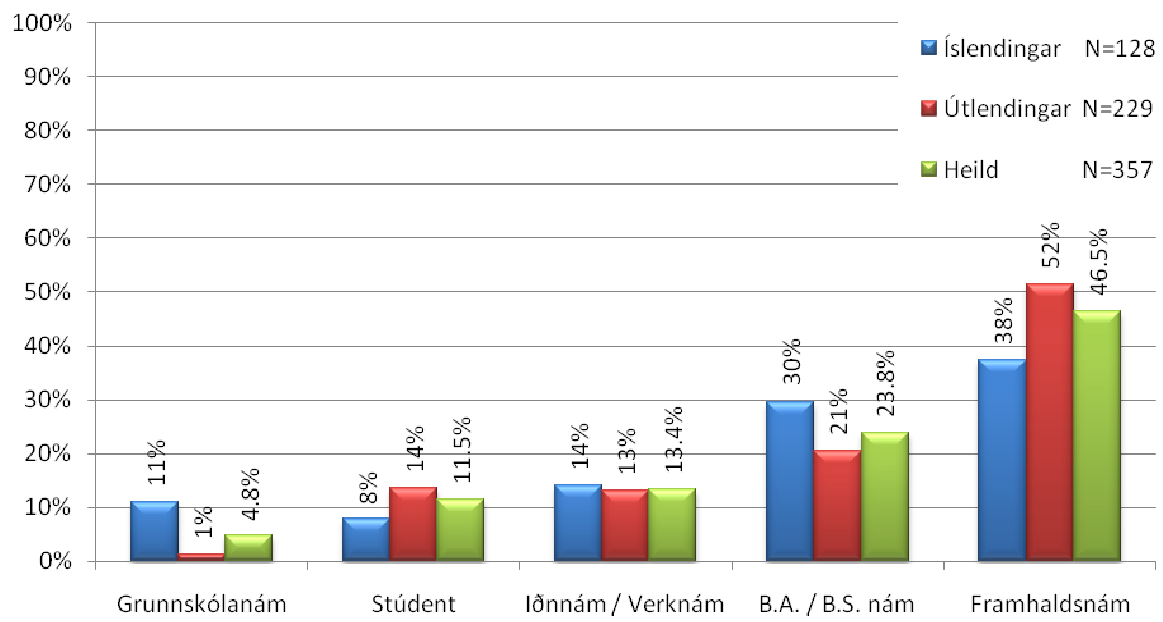
## ATVINNA OG MENNTUN

Þegar atvinna þátttakenda er skoðuð má sjá að hlutfall sérfræðistarfa er hátt. Alls voru um 26% erlendra þátttakenda í sérfræðistarfi og um 35% innlendra ferðamanna. Í næsta flokki þar á eftir voru þeir sem voru í stjórnunarstarfi og svo nemendur. Undir flokknum „annað“ voru nefnd dæmi eins og leikari, tónlistarmaður, myndlistamaður og ljósmyndari. Um 7% svarenda tóku sérstaklega fram að þeir væru kennarar.



### Mynd 6 - Atvinna þátttakenda

Samkvæmt niðurstöðum er menntunarstig ferðamanna á Vestfjörðum hátt og er það í samræmi við aðrar rannsóknir sem gerðar hafa verið meðal ferðamanna á svæðinu (Guðmundsson, 2004; atvest, 2001). Rúmlega helmingur erlendra þátttakenda hafa lokið framhaldsnámi á háskólastigi þ.e. meistara- eða doktorsnámi og rúmlega þriðjungur innlendra ferðamanna (Mynd 7). Næstalgengasti menntunarflokkurinn var háskólanám á grunnstigi en þann flokk fylltu 21 % erlendra ferðamanna og 30 % innlendra.



Mynd 7 - Menntun þátttakenda

### Box 1. Hvernig ferðamenn koma til Vestfjarða?

Butler (1980) setti fram líkan til að skýra þróun ferðamannastaða í tíma. Líkanið er byggt á markaðsfræði og gerir ráð fyrir að í upphafi sæki staðinn fáir ferðamenn sem vilja upplifa hið nýja eða óhefðbundna, í kjölfar þeirra fylgi ferðamannastraumur sem aftur valdi hnignun staðarins og hvarfi ferðamanna. Hver ferðamannastaður gengur því í gegnum ákveðinn feril sem getur verið endurtekinn.

Þrátt fyrir margvíslegar takmarkanir líkansins, sem felast meðal annars í því að það tekur hvorki tillit til stýringar, landfræðilegs skala né gerir það grein fyrir þróun svæða eftir “hrun” (Hernandez & Leon, 2007; Hovinen, 1982; Russell & Faulkner, 1998), þá er líkanið engu síður gagnlegt til viðmiðunar þegar þróun ferðamannastaða er könnuð (Hovinen, 2001; Butler, 2006). Það má því gera ráð fyrir því að ferðamannastaður sem byggir á ímynd náttúru og hreinleika laði fyrst að ferðamenn sem krefjast lítillar þjónustu en vilja fyrst og fremst njóta “óspilltrar” náttúru, kyrrðar og hins “óhefðbundna” (Butler, 2006).

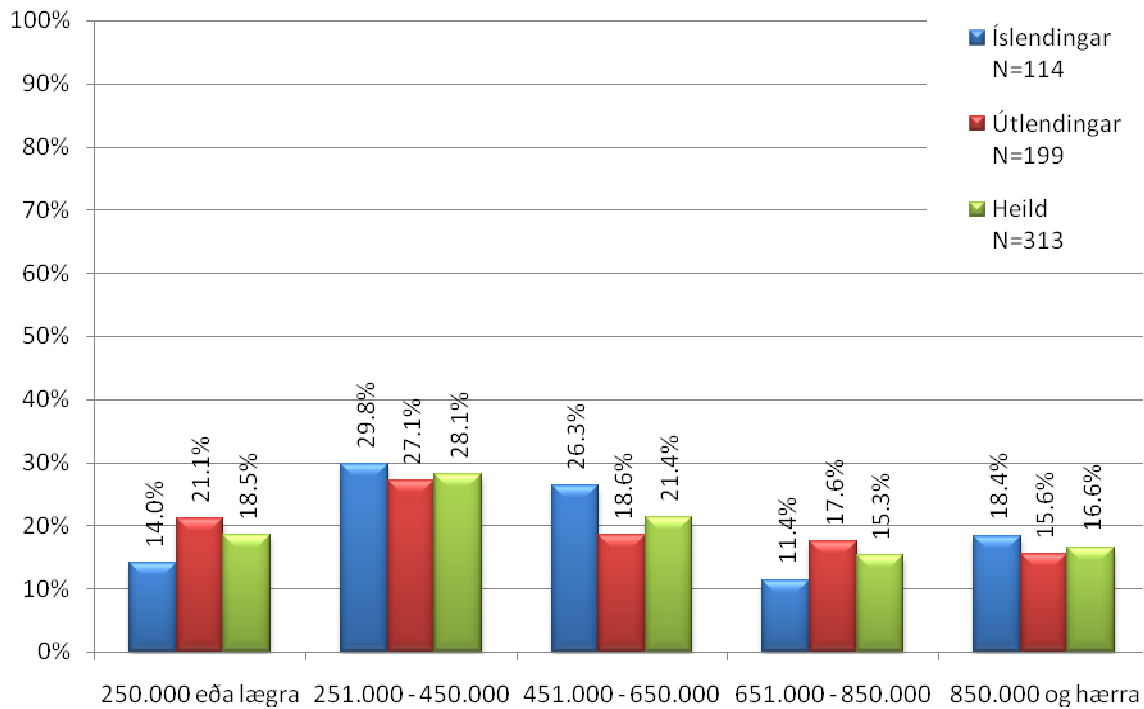
***Niðurstöður þessarar könnunar sýna að þeir ferðamenn sem komu til Vestfjarða sumarið 2008 eru fyrst og fremst náttúruunnendur sem sækja í frið og ró og eru almennt meðvitaðir um umhverfismál. Samanburður við erlenda ferðamenn í Reykjavík sýnir að “náttúruferðamenn” eru líklega afgerandi hópur meðal erlendra ferðamanna um allt land, ekki einungis á Vestfjörðum. Nær allir erlendu ferðamennirnir sem talað var við bæði í Reykjavík og á Vestfjörðum höfðu mikinn áhuga á náttúru og umhverfismálum, það sem greindi ferðamennina á Vestfjörðum og í Reykjavík að var kannski fyrst og fremst meiri áhugi á fuglaskoðun og ljósmyndun hjá þeim ferðamönnum sem sóttu Vestfirði heim.***

***Það er almennt einkennandi fyrir “náttúruferðamenn” að þeir krefjast lítillar þjónustu og afþreyingar af ferðamannastaðnum en leggja megin áherslu á upplifun á hinu “ósnerta” eða “óhefðbundna” (Butlin, 2006). Það má segja að þetta sé einkennandi fyrir núverandi stig ferðamennsku á Vestfjörðum a.m.k. ef einungis er litið til erlendra ferðamanna sem ferðast á eigin vegum.***

Það má þó gera ráð fyrir því að fylgi Vestfirðir sem ferðamannastaður hefðbundinni þróun með fjölgun ferðamanna breytist samsetning og áhugasvið ferðamanna sem hingað koma samhliða (Butler, 2006). Það er því mikilvægt að gera ráð fyrir og fylgjast með breytingum á áhugasviði og kröfum ferðamönnum sem koma til Vestfjarða. Ásamt heilsteyptri stefnu um hvernig og að hve miklu leiti byggja skal Vestfirði upp sem ferðamannastað er þekking á ferðamanninum sjálfum og komum ferðamanna grundvallaatriði til að stýra ferðamannastrauminum.

## TEKJUR

Spurt var um tekjur heimilisins fyrir skatta og alls svöruðu 84% þátttakenda þeirri spurningu. Spurningar um fjárhag eru alla jafna viðkvæmar og gera má ráð fyrir að ekki séu allir tilbúnir til að svara þeim (Judd, Smith & Kidder, 1991).

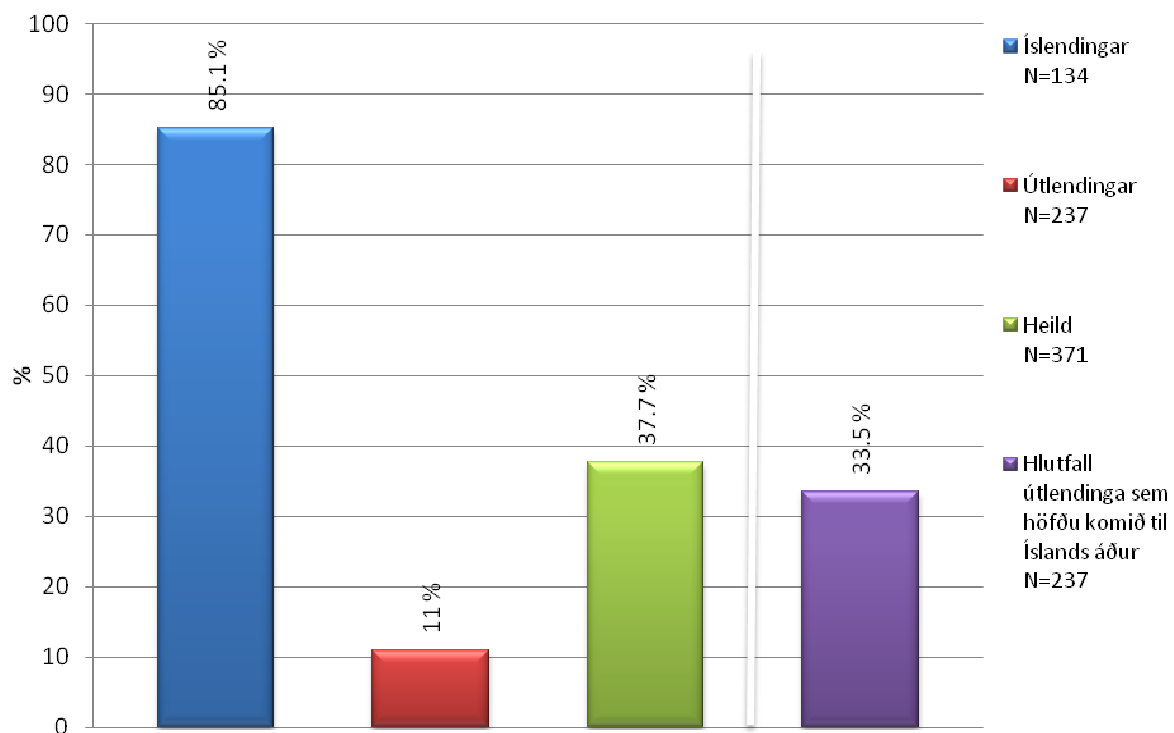


### Mynd 8 - Tekjur heimilisins fyrir skatta

Af þeim sem svöruðu merktu flestir við flokkinn „251.000 - 450.000 í.kr.“ og var þar ekki mikill munur á innlendum og erlendum ferðamönnum. Alls voru það um 30% innlendra ferðamanna sem voru í þeim tekjuflokki og 27% erlendra. Næstflestar ferðamenn merktu við næsta tekjuflokk fyrir ofan; 451.000 – 650.000, eða 26% innlendra og 18,6 % erlendra ferðamanna.

## HEFUR ÞÚ KOMIÐ TIL VESTFJARÐA/ÍSLANDS ÁÐUR?

Annar hluti spurningalistans snerist um að afla ferðaupplýsinga, t.d. hvort svarendur hefðu komið áður til Vestfjarða, helstu ástæður ferðarinnar, ferðamáti, með hverjum er ferðast, lengd ferðar, nýting þjónustu, gisting og fleira. Fyrsta spurning þessa hluta var spurning 6. Sú spurning var tvískipt. Svarendur búsettir á Íslandi voru eingöngu spurðir hvort þeir hefðu komið til Vestfjarða áður og þá hversu oft, en erlendir svarendur voru spurðir sömu spurningar, auk þess sem spurt var hvort þeir hefðu komið til Íslands áður, og hversu oft. Sjá mynd 9.

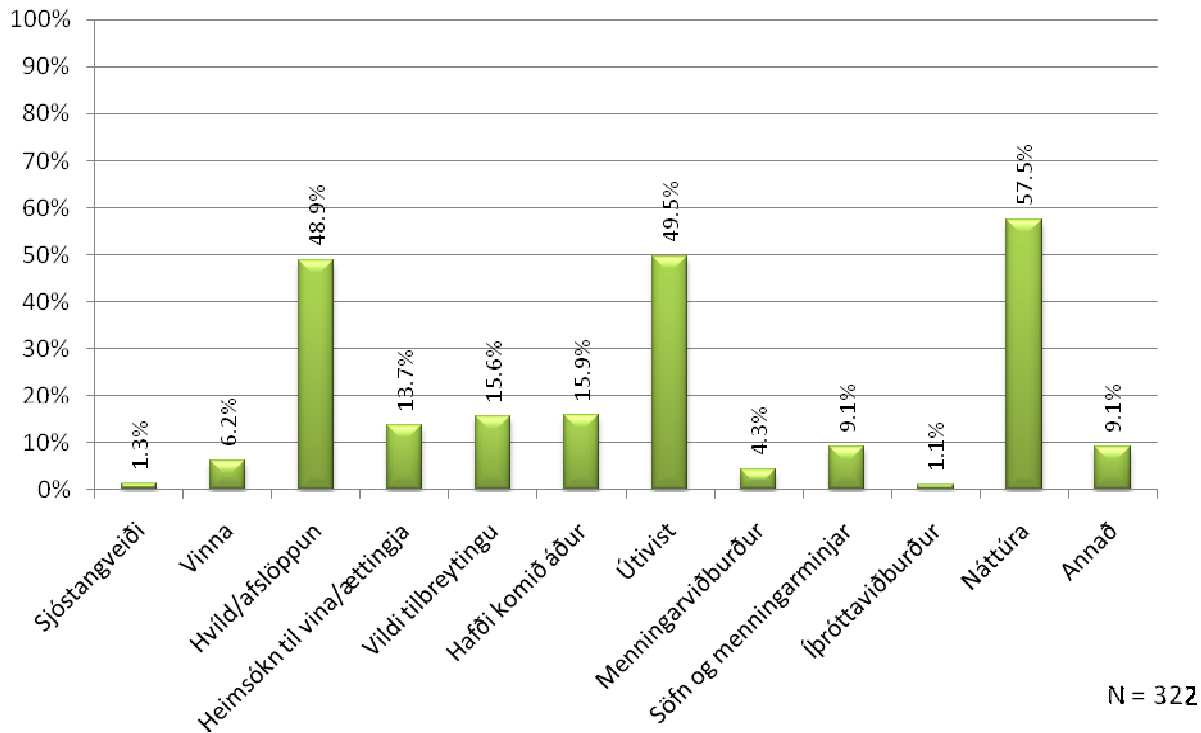


Mynd 9 – Hlutfall svarenda sem segjast hafa komið áður til Vestfjarða/Íslands

Til að auðvelda samanburð hafa svör við þessum tveimur spurningum verið settar saman inn á mynd. Á henni má sjá má að 85,1% innlendra ferðamanna segjast hafa komið til Vestfjarða áður og 11% erlendra. Alls hafa 33,5% erlendu ferðamannanna komið til Íslands áður. Er það ekki í samræmi við þá hugmynd að erlendir ferðamenn heimsæki Vestfirðina ekki fyrr en í annari eða þriðju heimsókn sinni til Íslands. Þeir ferðamenn búsettir á Íslandi sem höfðu komið áður til Vestfjarða höfðu komið í að meðaltali, 3,7 skipti ( $s = 2,75$ ). Þeir erlendu ferðamenn sem höfðu komið áður höfðu komið í færri skipti, eða að meðaltali 2 sinnum áður ( $s = 2,138$ ) og að meðaltali 2,41 sinnum til Íslands.

## HELSTA ÁSTÆÐA HEIMSÓKNAR

Spurt var hver helsta ástæða svarenda væri fyrir heimsókn þeirra til Vestfjarða. Boðið var upp á 11 mismunandi valmöguleika, auk opins valmöguleika „annað“ þar sem hægt var að skrifa aðrar ástæður en þessar 11 sem voru í boði. Merkja mátti við fleiri en einn valmöguleika. Sjá mynd 10.



### Mynd 10 - Helstu ástæður heimsóknar til Vestfjarða

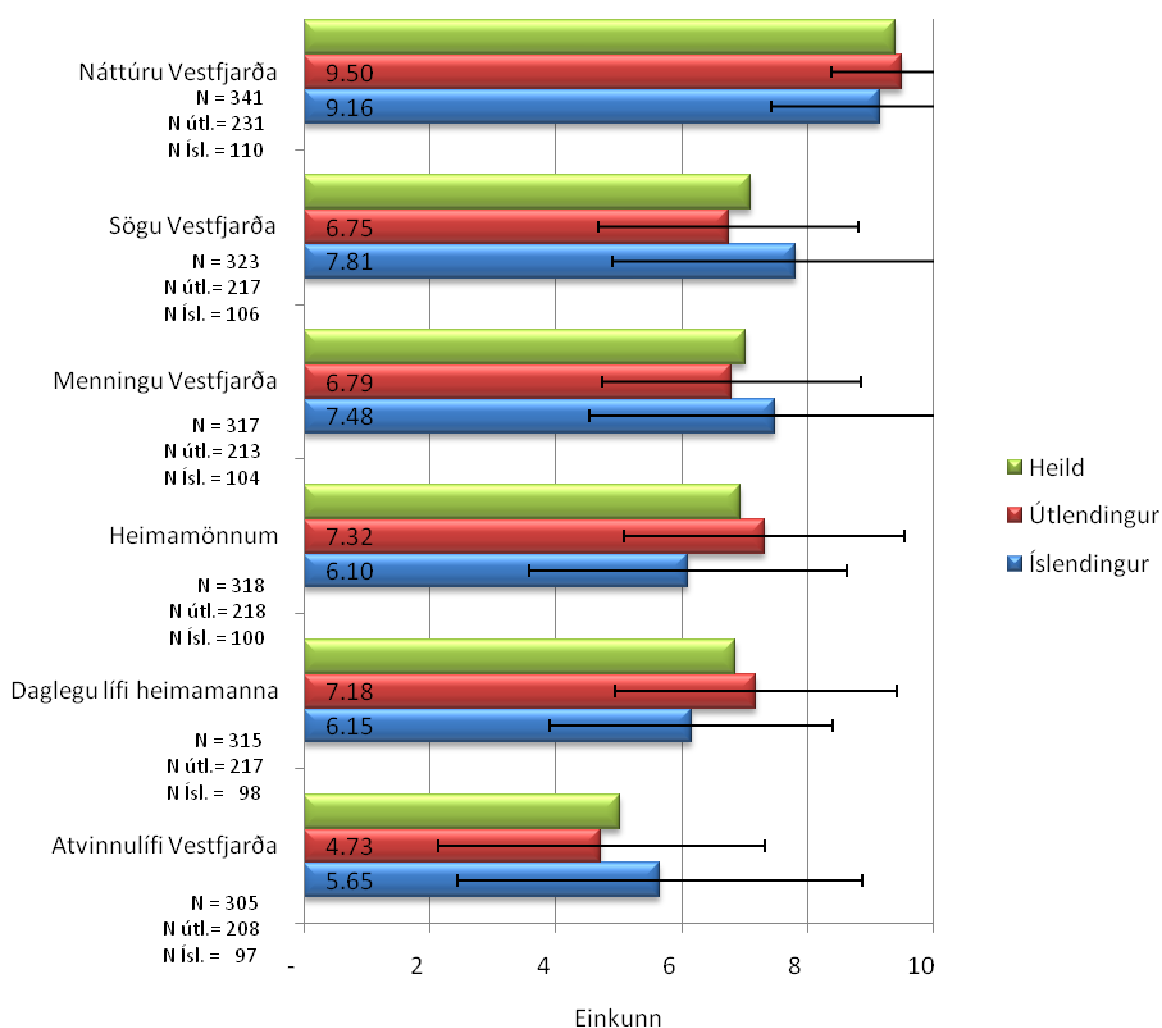
Langflestir svarendur nefndu náttúruna sem helstu ástæðu fyrir heimsókn til Vestfjarða eða 57,5%. Því næst kemur útivistin sem 49,5% svarenda nefna og svo hvöld og afslöppun sem 48,9% nefna. Aðrir valmöguleikar voru sjaldnar nefndir. Þessir sömu þrjár valmöguleikar voru oftast nefndir þegar svörun var skipt eftir erlendum og innlendum ferðamanna, en nokkuð stórt hlutfall ferðamanna búsettra á Íslandi nefndu einnig heimsókn til vina/ættingja og að þeir hefðu komið áður og langaði að koma aftur.

Við hluta af valmöguleikunum var boðið upp á að koma með nánari skýringar; við útivist, menningarviðburði, söfn og menningarminjar, íþróttaviðburði og náttúru. Höfðu svarendur þar tækifæri til að segja frá t.a.m. hvernig útivist var stunduð, hvort það væri einhver sérstakur staður í tengslum við náttúruna, e-r ákveðinn menningarviðburður o.s.frv.

Algengast var að svarendur nýttu sér þennan möguleika undir útivist og náttúru. Í tengslum við útivist voru gönguferðir langoftast nefndar, næst komu fuglar og fuglaskoðun. Í tengslum við náttúruna var Látrabjarg oftast nefnt, næst á eftir komu Hornstrandir og svo Rauðasandur. Aðrir staðir voru nefndir sjaldnar.

### HVERJU FINNST FERÐAMÖNNUM MIKILVÆGT AÐ KYNNAST Á FERÐALAGI SÍNU?

Þátttakendur voru fengnir til að gefa því einkunn hversu mikilvægt það væri fyrir þá að kynna ymsum þáttum svæðisins.



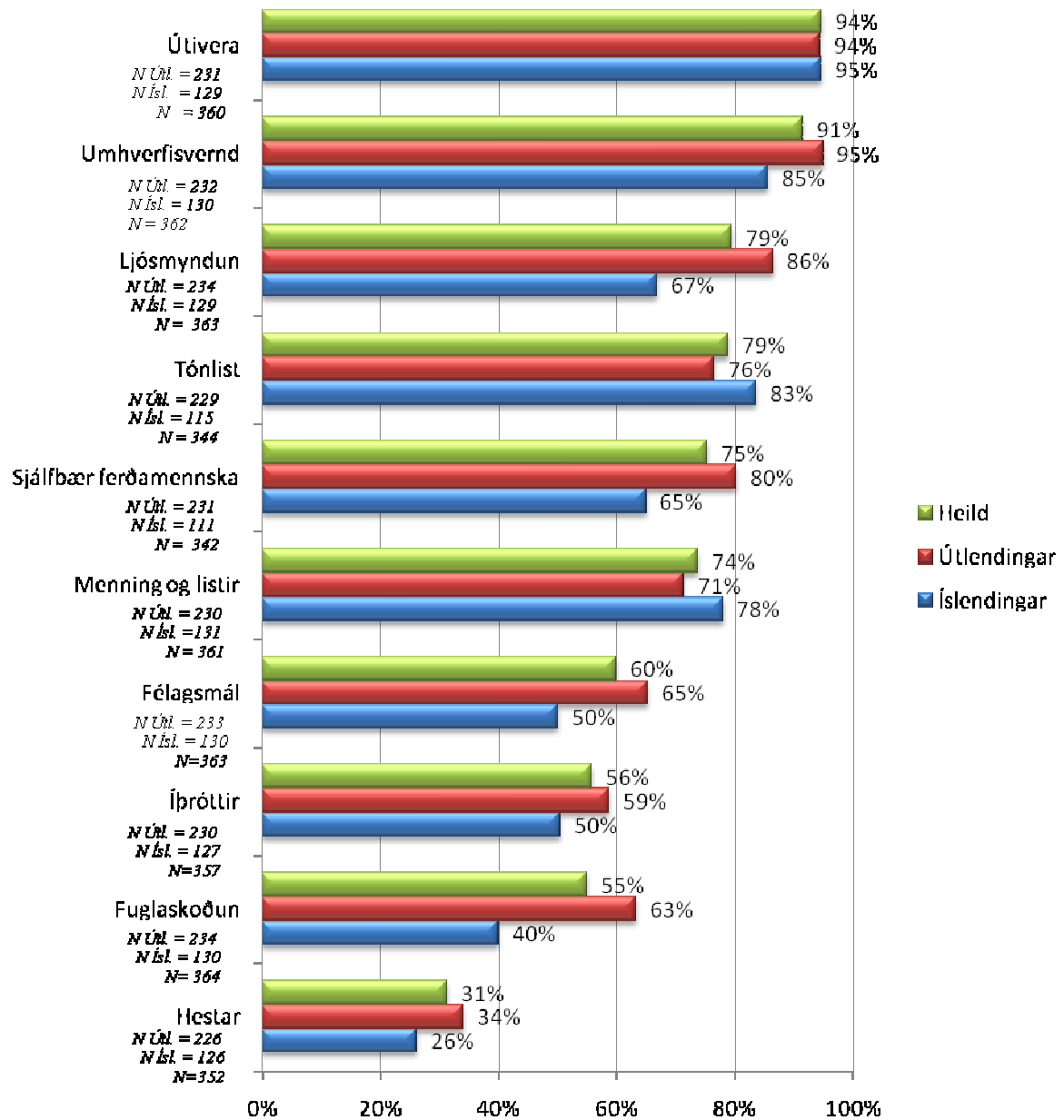
Mynd 11- Mikilvægi þess að kynna ymsum þáttum á Vestfirðum

Mikilvægi þess að kynnast náttúru Vestfjarða var áberandi bæði hjá innlendum og erlendum ferðamönnum. Á eftir því fannst þeim innlendu mikilvægt að kynnast sögu svæðisins og menningu en þeir erlendu vildu frekar kynnast heimamönnum og daglegu lífi heimamanna. Sjá mynd 11.

### ÁHUGASVIÐSKÖNNUN

Til þess að gera grein frekari grein fyrir ferðamönnum sem hingað koma voru þeir spurðir um áhugamál. Þátttakendur svöruðu hve mikinn eða lítinn áhuga þeir hefðu á fyrirfram skilgreindum sviðum (Mynd 12). Mikill meirihluti þátttakenda svaraði þessari spurningu og af þeim sem svöruðu var áberandi hversu margir hafa áhuga á umhverfisvernd og útivist. Áhugi erlendra ferðamanna virðist helst liggja í því sem má tengja náttúru og umhverfi á einhvern hátt, svo sem umhverfisvernd og útivist og svo ljósmyndun, sjálfbærri ferðamennsku og fuglaskoðun. Áhugi innlendra ferðamanna er að mörgu leiti svipaður en þó er sjáanlegur munur þar sem heldur minni áhugi virðist vera fyrir hendi á umhverfisvernd og sjálfbærri ferðamennsku en hinsvegar meiri á tónlist og menningu og listum.

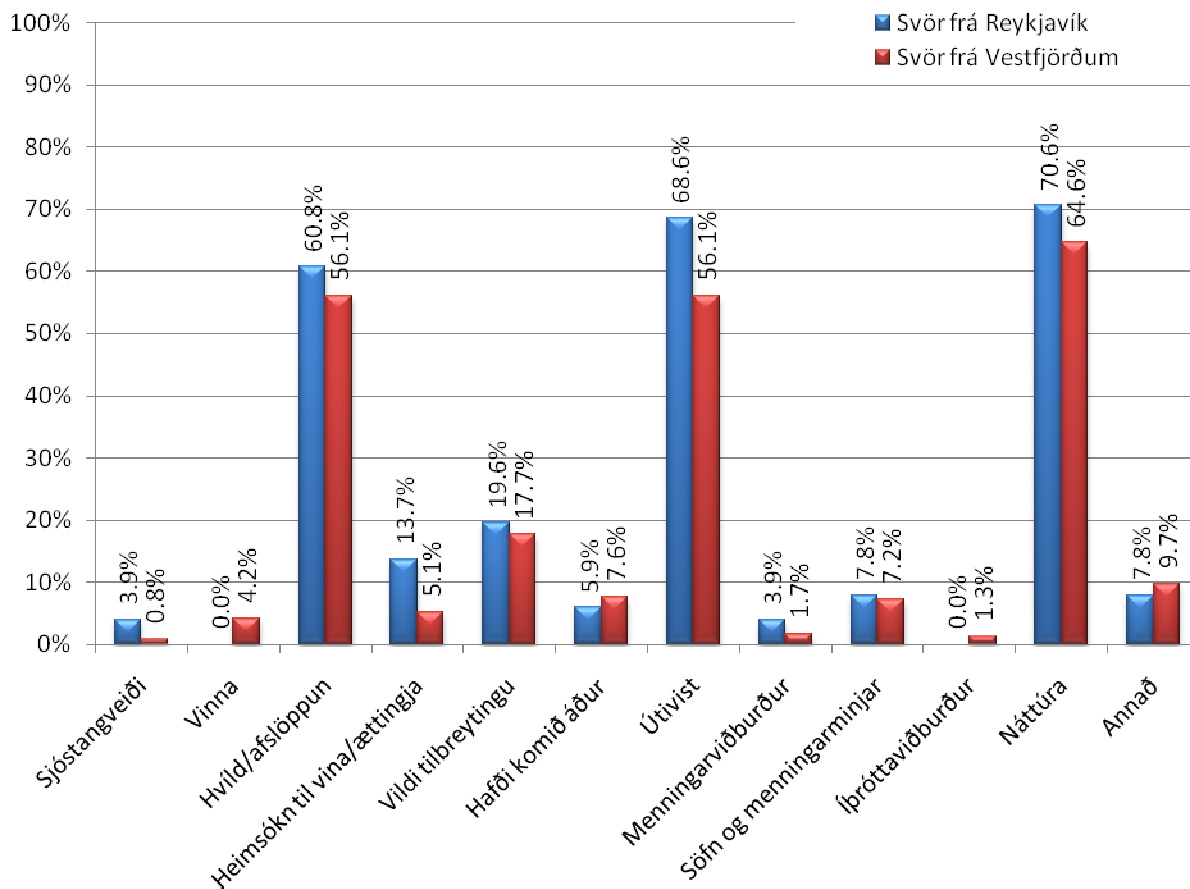




Mynd 12 – Áhugasvið þátttakenda. Hlutfallstölur tákna fjölda svaranda sem hafði mikinn eða frekar mikinn áhuga á viðkomandi þætti.

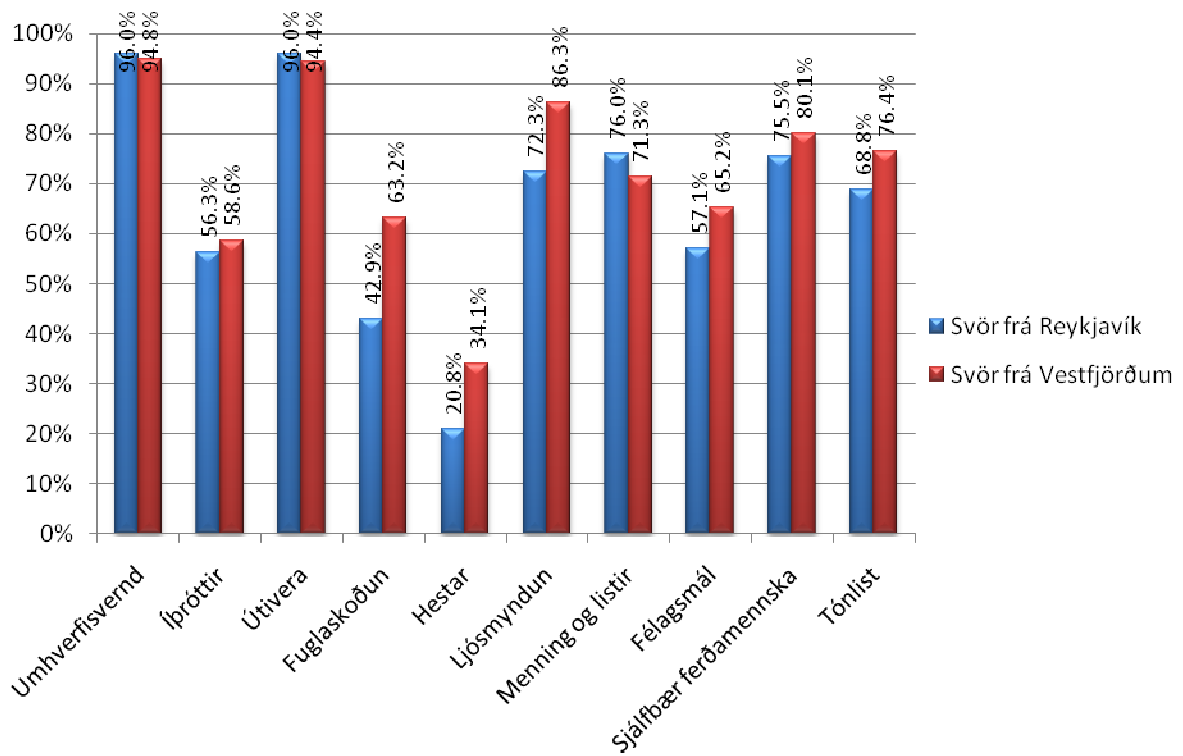
## SAMANBURÐUR Á ERLENDUM FERÐAMÖNNUM Í REYKJAVÍK OG Á VESTFJÖRÐUM

Til þess að fá skýrari mynd af því hvernig ferðamenn eru að koma til Vestfjarða var sambærileg könnun lögð fyrir erlenda ferðamenn í Reykjavík í lok júlí. Samtals svöruðu 52 ferðamenn spurningalistum í Reykjavík. Hér er bornar saman helstu ástæður komu og áhugasvið erlendra ferðamanna í Reykjavík og á Vestfjörðum.



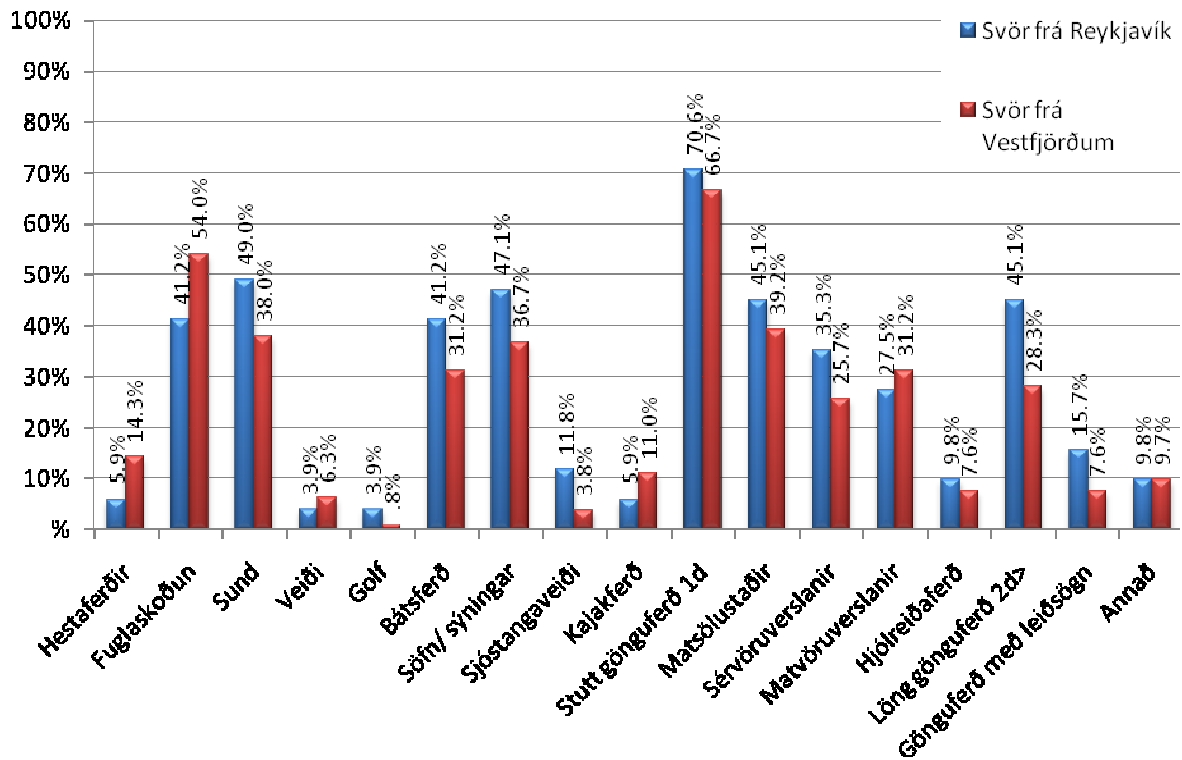
**Mynd 13 – Samanburður á ástæðu komu erlendra ferðamanna í Reykjavík og á Vestfjörðum**

Eins og sjá má á myndum 13 og 14 er óverulegur munur á áhugasviðum og ástæðum komu erlendra ferðamanna á Vestfjörðum og erlendra ferðamanna sem svara spurningalistum í Reykjavík. Það veur þó athygli að ferðamenn á Vestfjörðum hafa frekar áhuga á fuglum, hestum og ljósmyndun (mynd 14).



**Mynd 14 – Samanburður á áhugasviðum erlendra ferðamanna í Reykjavík og á Vestfirðum. Hlutfallstölur tákna fjölda svaranda sem hafði mikinn eða frekar mikinn áhuga á viðkomandi þætti.**

Almennt voru erlendir ferðamenn í Reykjavík líklegri til að nýta þjónustu þó að óverulegur munur sé á flestum svörum (mynd 15). Það er þó eftirtektarvert að erlendir ferðamenn á Vestfirðum fara frekar í fuglaskoðun, hestaferðir og kajakferðir.



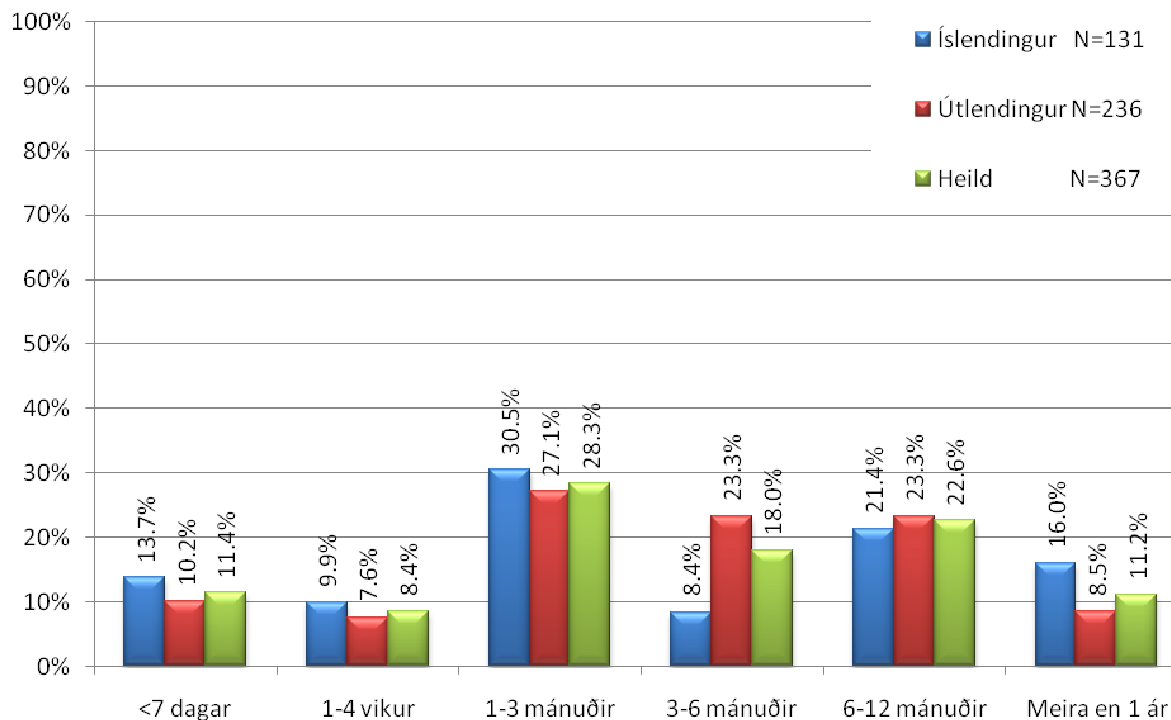
Mynd 15 – Samanburður á nýting þjónustu erlendra ferðamanna í Reykjavík og á Vestfjörðum

## SKIPULAG FERÐARINNAR OG UPPLÝSINGAÖFLUN

Hluti spurningalistans fjallaði um upplýsingasöfnun svarenda vegna ferðarinnar. Þar var meðal annars spurt um hvaðan hugmyndin um ferðalag til Vestfjarða kom, hvaðan upplýsingar voru fengnar og hvaða upplýsingaveitur reyndust bestar. Spurt var um hvernig gekk að finna upplýsingar um Vestfirði, sem og hvort að upplifun svarenda af svæðinu væri í samræmi við þær upplýsingar fengnar voru. Þekking á upplýsingaröflun þeirra ferðamanna sem koma til Vestfjarða, bæði hvar þeir leita sér upplýsinga og hvenær er mikilvæg til að hægt sé að koma upplýsingum og auglýsingum til ferðamanna á skilvirkan hátt.

### HVAÐ ER LANGT SÍÐAN VIÐKOMANDI ÁKVAÐ AÐ HEIMSÆKJA VESTFIRÐI

Flestir innlendir sem og erlendir ferðamenn tóku ákvörðun um að ferðast til Vestfjarða 1-3 mánuðum áður.

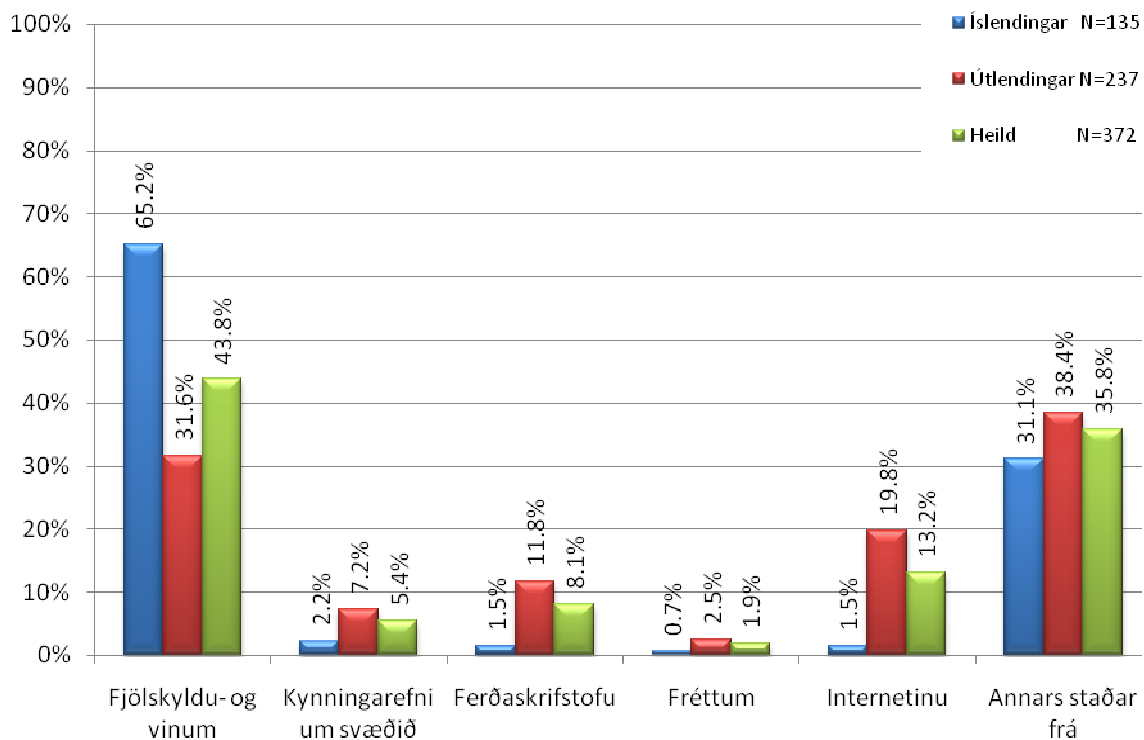


### Mynd 16 - Lengd síðan viðkomandi tók ákvörðun um að heimsækja Vestfirði

Þegar svörin við þessari spurningu eru skoðuð vekur það athygli hversu margir innlendir ferðamenn tóku ákvörðun um ferðalag til Vestfjarða með löngum fyrirvara, en rúm 22% tóku ákvörðun með 6-12 mánaða fyrirvara og rúm 15% með meira en árs fyrirvara sem er nokkuð

hærra hlutfall en meðal erlendra ferðamanna. Ástæður fyrir því geta verið að gönguhópar taki ákvarðanir um næstu gönguferð með góðum fyrirvara. Erlendir ferðamenn tóku flestir ákvörðun með 1-3 mánaða fyrirvara, eða 27,1% svarenda. Hlutfall þeirra sem sögðust hafa ákveðið sig með 3-6 mánaða fyrirvara og 6-12 mánaða fyrirvara var jafnstórt, eða 23.3% svarenda í hvorum hópnum. Það er því ljóst að flestir ferðamenn sem koma til Vestfjarða taka ákvörðun um ferðalagið með nokkuð góðum fyrirvara.

### HVAÐAN KOM HUGMYNDIN?

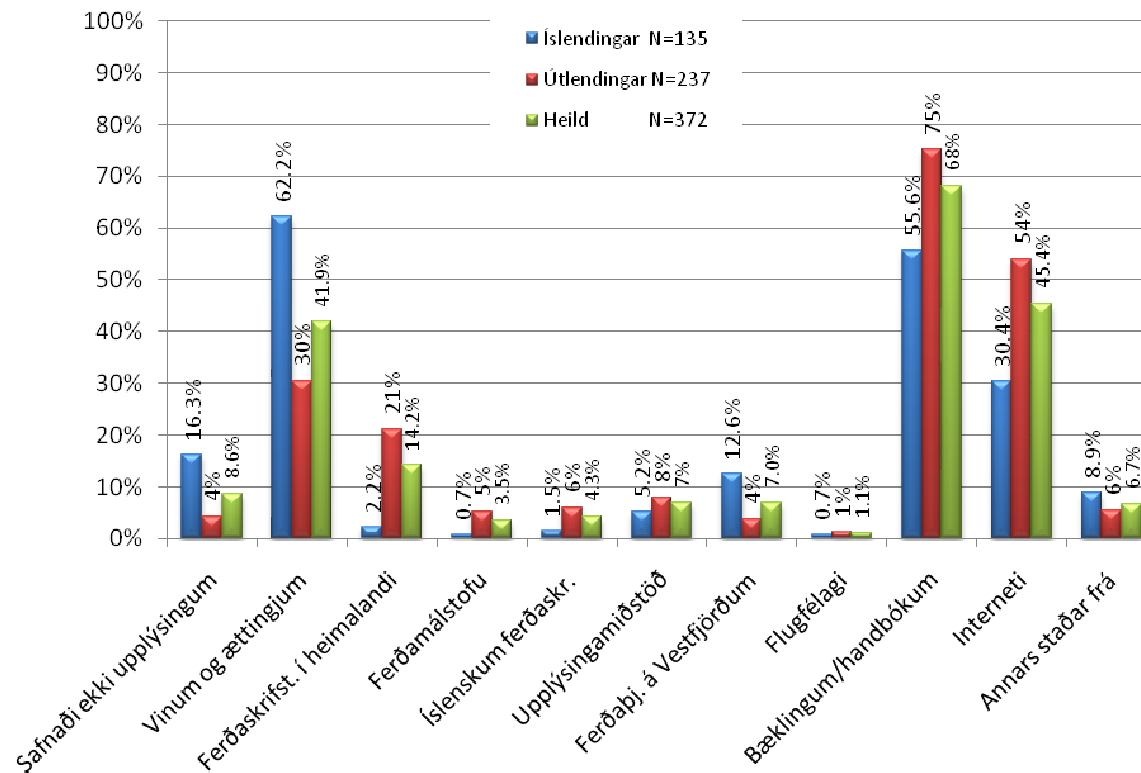


### Mynd 17 - Hvaðan kom hugmyndin um ferðalag til Vestfjarða?

Eins og sjá má á mynd 17 þá reyndust langflestir svarenda hafa fengið hugmyndina að því að ferðast til Vestfjarða frá fjölskyldu- eða vinum. Næstflestir sögðust hafa fengið hugmyndina annars staðar frá og nefndu þá langflestir ferðahandbækur, en einnig nefndu einhverjir svarenda að þá hefði alltaf langað að heimsækja Vestfirðina en hefðu átt það eftir.

### HVAÐAN VORU UPPLÝSINGAR FENGNAR?

Spurt var hvaðan svarendur hefðu fengið upplýsingar um Vestfirði, áður en lagt var af stað. Áberandi var hversu margir sögðust hafa fengið upplýsingar úr bæklingum/handbókum, interneti og frá fjölskyldu og vinum. Sjá mynd 18.

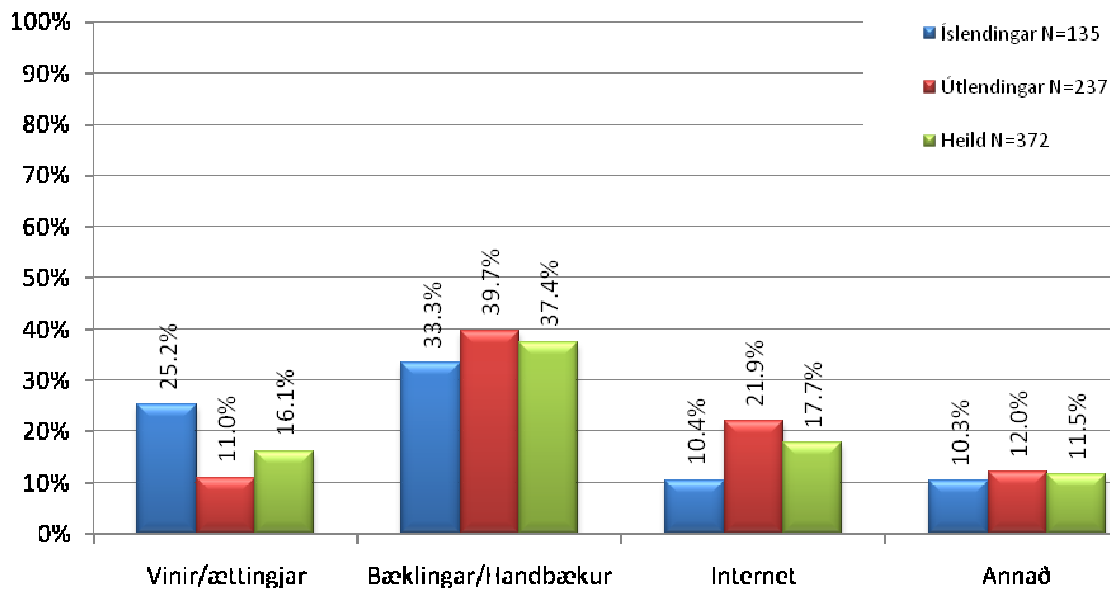


### Mynd 18 - Hvaðan voru upplýsingar fengnar um Vestfirði áður en lagt var af stað?

Nokkur munur er á innlendum og erlendum ferðamönnum hvað þetta varðar, en töluvert fleiri erlendir ferðamenn nota bæklinga/handbækur og internetið. Á móti kemur að um tvöfalt fleiri innlendir ferðamenn afla upplýsinga frá vinum og ættingjum. Það þarf þó ekki að koma á óvart þar sem ætla má að þeir þekki talsvert fleiri staðkunnuga. Á sama hátt hafa innlendir ferðamenn því e.t.v. minni þörf fyrir handbækur og upplýsingar af interneti en erlendir, þar sem þeir hafa betri aðgengi að upplýsingum frá vinum og ættingjum. Hátt hlutfall ferðamanna á Vestfjörðum notar bæklinga/handbækur og internetið til að afla sér upplýsinga. Ef fyrri rannsóknir sem gerðar hafa verið á ferðamennsku á Vestfjörðum eru skoðaðar koma í ljós svipaðar niðurstöður (Guðmundsson, 2004; atvest, 2001). Svarendur höfðu kost á í þessari spurningu að skrifa hvaða heimasíður þeir hefðu notað. Ekki voru margir sem nýttu sér þann möguleika eða um 30% af þeim sem sögðust nota internetið til að afla upplýsinga. Þeir sem nefndu síður nefndu [www.vesturferdir.is](http://www.vesturferdir.is) oftast (10 sinnum), þar á eftir [www.vestfirdir.is](http://www.vestfirdir.is) (7 sinnum), [www.westfjords.is](http://www.westfjords.is) (6 sinnum). Aðrar síður voru sjaldnar nefndar.

## HVAÐA UPPLÝSINGAVEITA REYNDIST BEST?

Í framhaldi af spurningu um upplýsingaveitur var spurt um hvaða upplýsingaveitur svarendur töldu hafa nýst best. Óháð þjóðerni nefndu flestir bæklinga/handbækur, en margir innlendir ferðamenn töldu þó upplýsingar frá vinum og ættingjum hafa reynst best og erlendir ferðamenn nefndu töldu internetið oft hafa reynst best. Aðrar upplýsingaveitur voru lítið nefndar og voru því sameinaðar í flokkinn annað (Mynd 19).

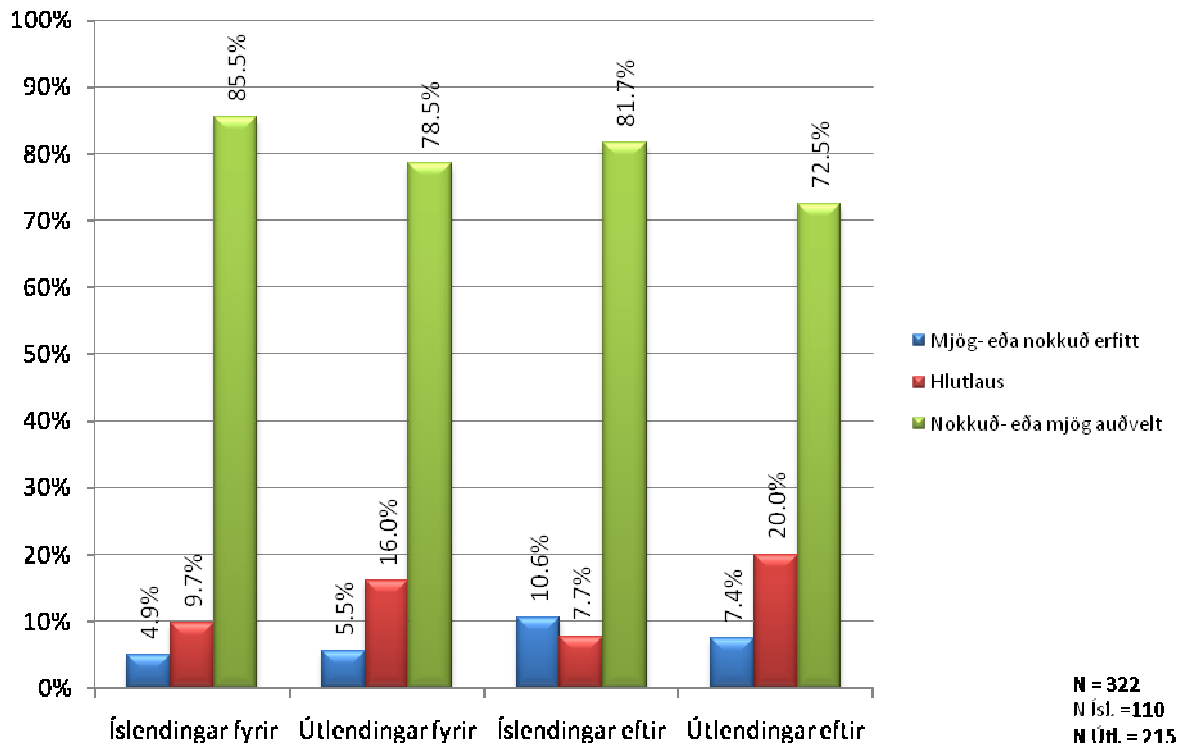


### Mynd 19 - Hvaða upplýsingaveita nýttist best?

Athyglisvert er að þrátt fyrir töluvert stórt hlutfall þeirra sem segjast nota internetið til að afla upplýsinga áður en farið er til Vestfjarða, 45,4%, að þá telja aðeins 17,7% svarenda internetið hafa reynst best.



## HVERNIG GEKK AÐ AFLA UPPLÝSINGA ÁÐUR OG EFTIR AÐ KOMIÐ VAR TIL VESTFJARÐA?

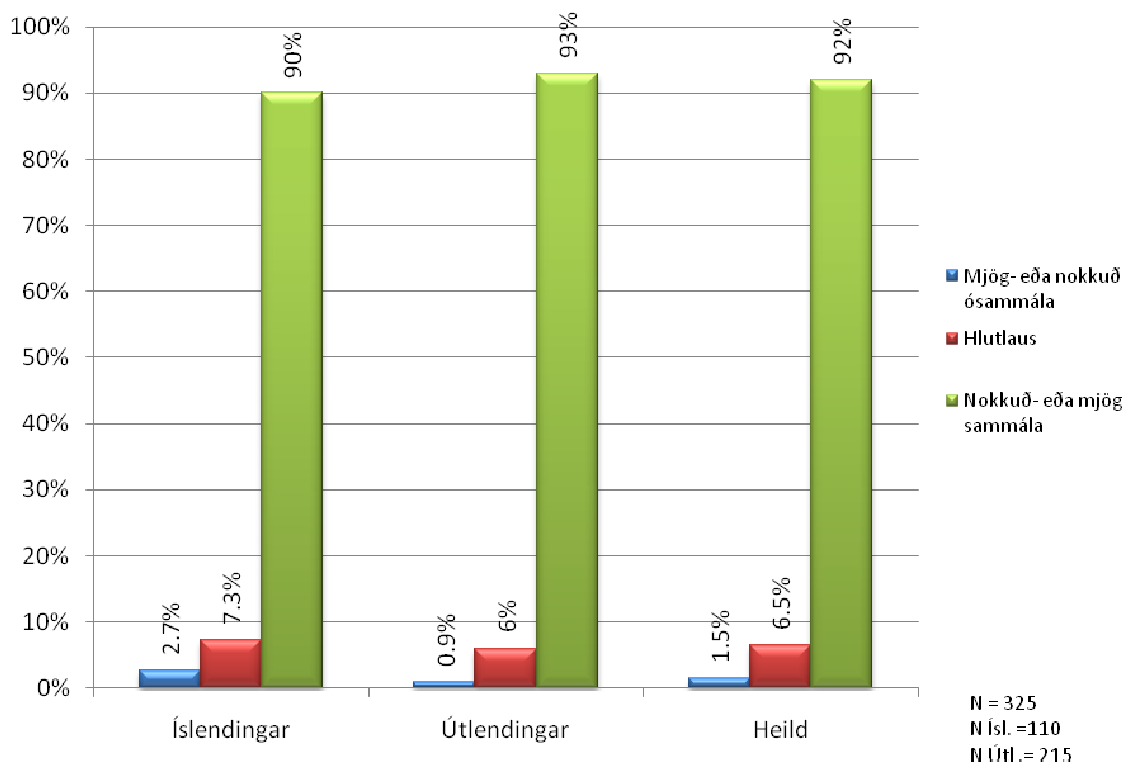


**Mynd 20 - Hvernig fannst þér að finna upplýsingar um Vestfirði a. áður og b. eftir að þú komst á Vestfirði?**

Á mynd 20 sést svörun við spurningu um hvernig ferðamönnum gekk að finna upplýsingar um Vestfirði, annars vegar áður en komið var á Vestfirði og hins vegar eftir að komið var á Vestfirði. Athygli vekur að yfir 10% innlendra ferðamanna fannst mjög eða nokkuð erfitt að finna upplýsingar eftir að komið var á svæði og einungis 72.5 % erlendra ferðamanna finnst auðvelt að finna upplýsingar eftir að komið var á svæðið. Í báðum tilfellum lækkar hlutfall þeirra sem finnst aðgengi að upplýsingum gott eftir að komið er til Vestfjarða.

### VAR UPPLIFUN Í SAMRÆMI VIÐ UPPLÝSINGAR?

Til að fá betri upplýsingar um hvort aflaðar upplýsingar væru í samræmi við upplifun, var spurt hvort að upplifun svarenda af Vestfjörðum væri (hefði verið) í samræmi við þær upplýsingar sem viðkomandi hafði aflað sér.



**Mynd 21 - Upplifun í samræmi við upplýsingar?**

Eins og sjá má á mynd 21 þá telja langflestir svarenda upplifun sína vera í samræmi við þær upplýsingar sem safnað var. Það má því ætla að upplýsingarnar sem svarendur hafa aflað sér áður en haldið var af stað séu nokkuð réttar.

## Box 2. VAR UPPLIFUN Í SAMRÆMI VIÐ VÆNTINGAR?

Ímynd ferðamannastaða hefur áhrif á hverskonar ferðamenn sækja þá heim (Goodall, 1992). Ímynd verður til af samspili margra þátt áður en ákvörðun um ferðalag er tekin en talið er að munnlegar og óháðar upplýsingaveitur séu þær sem hafa mest áhrif á tilurð ímyndar ferðamannastaða (Beerli & Martin, 2004; Bigné et al., 2001) er endurskoðuð af ferðamanninum á meðan á ferðinni stendur og eftir að heim er komið en upplýsingaveitur hafa afgerandi áhrif á ímynd ferðamannsins áður en komið er á áfangastað (Hanlan & Kelley, 2005).

Hér er kannað hvort að upplýsingaöflun, þ.e. hve auðvelt ferðamanninum fannst að finna upplýsingar og hvaða upplýsingaveita var notuð, hefur áhrif á að skapa ímynd sem er í samræmi við væntingar hjá ferðamönnum um Vestfirði.

***Niðurstöður þessarar könnunar sýna að aðgengi að upplýsingum fyrir ferðina hefur mikil áhrif á hvort upplifun er í samræmi við væntingar og það hve auðvelt ferðamönnum fannst að nálgast upplýsingar á svæðinu hefur nokkur áhrif. Ekki kom fram marktækt samband við þá tegund upplýsingaveitu sem ferðamaðurinn nýtti sér mest.***

Þar sem sýnt er að sterkt samband er á milli þess að upplifun sé í samræmi við væntingar og ánægju með ferðamannastaðinn (Box 3, þessi skýrsla) er mikilvægt að tryggja aðgengi ferðamanna að áreiðanlegum upplýsingum.

## **FERÐAHEGÐUN**

Í eftirfarandi kafla eru teknar saman niðurstöður um ferðahegðun svaranda. Hér er m.a. fjallað um viðkomustaði á ferðinni, hvaða þjónusta eða afþreying var nýtt, ferðamáta og gistingu.

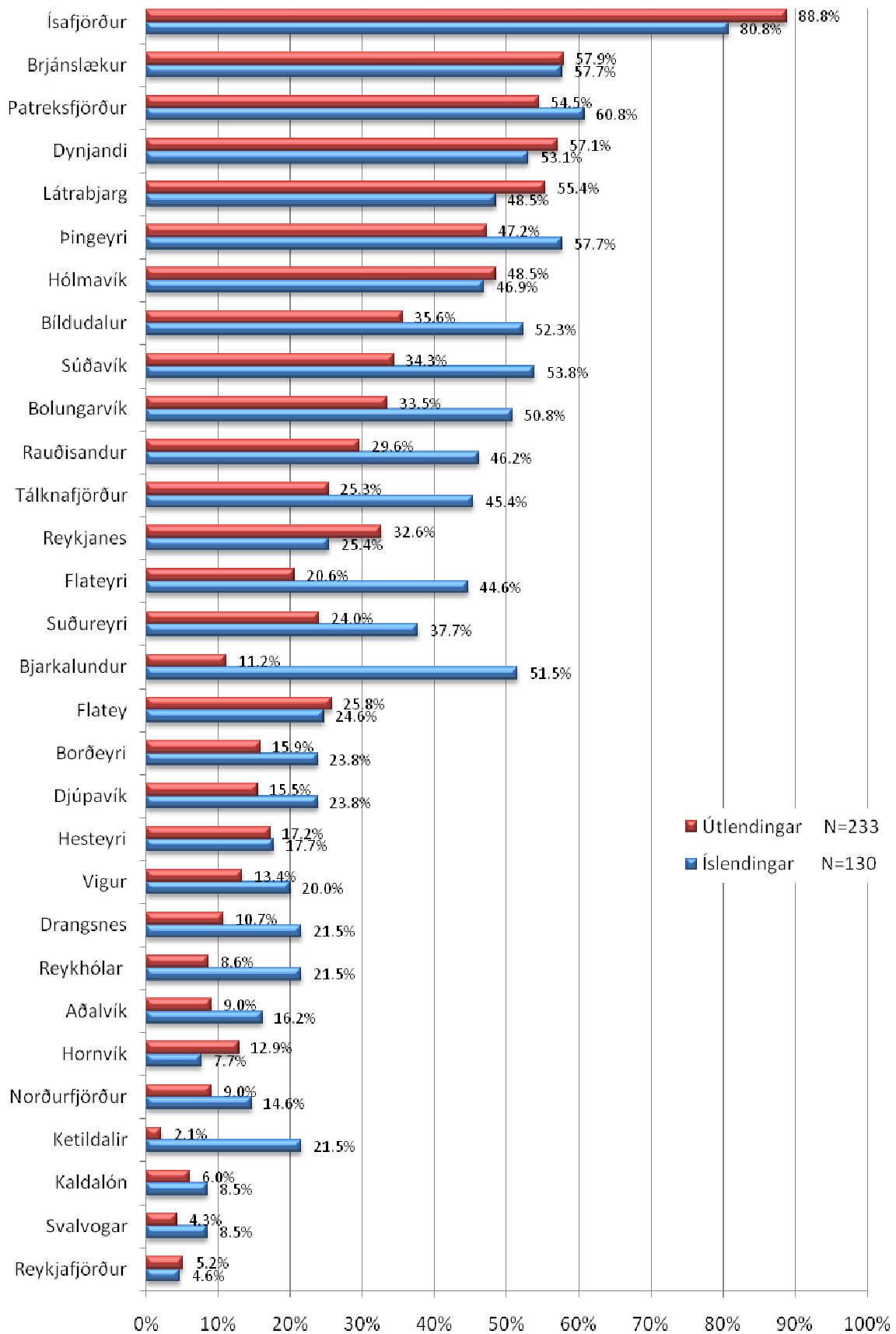
### **VIÐKOMUSTAÐIR Á VESTFJÖRÐUM**

Helstu áfangastaðir erlendra ferðamanna voru á suðurfjörðum Vestfjarða, ef undan er skilinn Ísafjörður og Hólmavík. Yfir 50% erlendra ferðamanna heimsóttu, Ísafjörð, Brjánslæk, Dynjanda, Látrabjarg, Patreksfjörð og Hólmavík. Innlendir ferðamenn fóru víðar um Vestfirði og sóttu fleiri staði á norðanverðum Vestfjörðum en erlendir ferðamenn. Helstu viðkomustaðir innlendra ferðamanna voru í þessari röð: Ísafjörður, Patreksfjörður, Þingeyri, Súðavík, Bíldudalur, Bjarkalundur og Bolungarvík (Mynd 22).

Tilgangurinn með þessari spurningu var að fá fram hvaða áfangastaði ferðamenn heimsækja og eins að finna út ferðamynstrið, þ.e.a.s. að sjá hvaða leiðir ferðamennirnir fara. Ferðamenn virðast gjarnan fara einn af þremur hringjum; sunnanverðir Vestfirðir eingöngu, Vestfjarðahringurinn (Vestfirðir allir utan Hornstrandir) og Tröllatunguhringur (Borðeyri, Dranganes, Hólmavík, Bjarkalundur).

Þá var nokkuð algengt að ferðamenn heimsæktu einungis Ísafjörð eða einungis Ísafjörð og næsta nágrenni, bendir það til þess að Ísafjörður sé orðinn vel þekktur áfangastaður einn og sér. Rúm 80% bæði innlendra og erlendra ferðamanna komu til Ísafjarðar. Vert er að minna á að spurningalistar voru ekki lagðir fyrir farþega skemmtiferðaskipa til að koma í veg fyrir skekkjur.

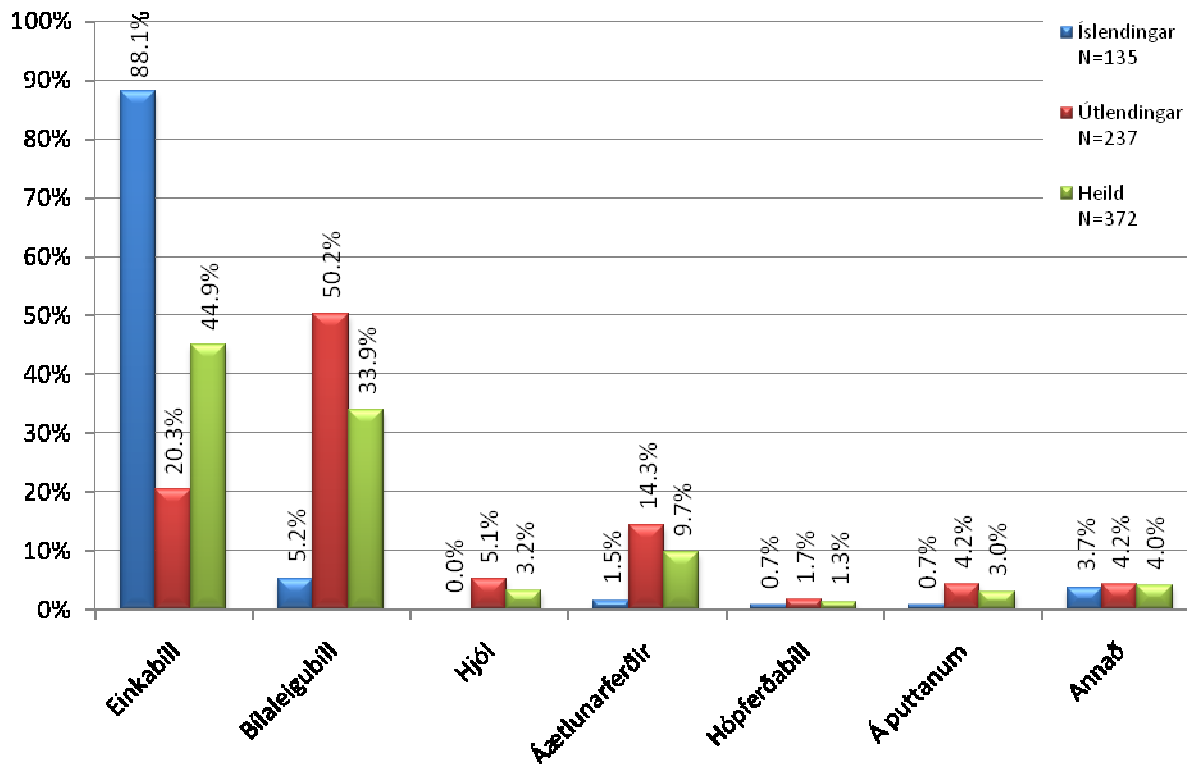
Áberandi munur er á innlendum ferðamönnum og erlendum á nokkrum áfangastöðum t.d. Bjarkalundi, Ketildölum og Borðeyri. Ástæða fyrir því getur verið sú að erlendir ferðamenn þekkja síður þessa staði.



Mynd 22 - Áfangastaðir þátttakenda

## HVER ER FERÐAMÁTI ÞINN?

Spurt var um ferðamáta svarenda. Hægt var að velja um sex mismunandi valmöguleika en einnig var einn opinn valmöguleiki þar sem svarendur gátu skrifað svar að eigin vali.

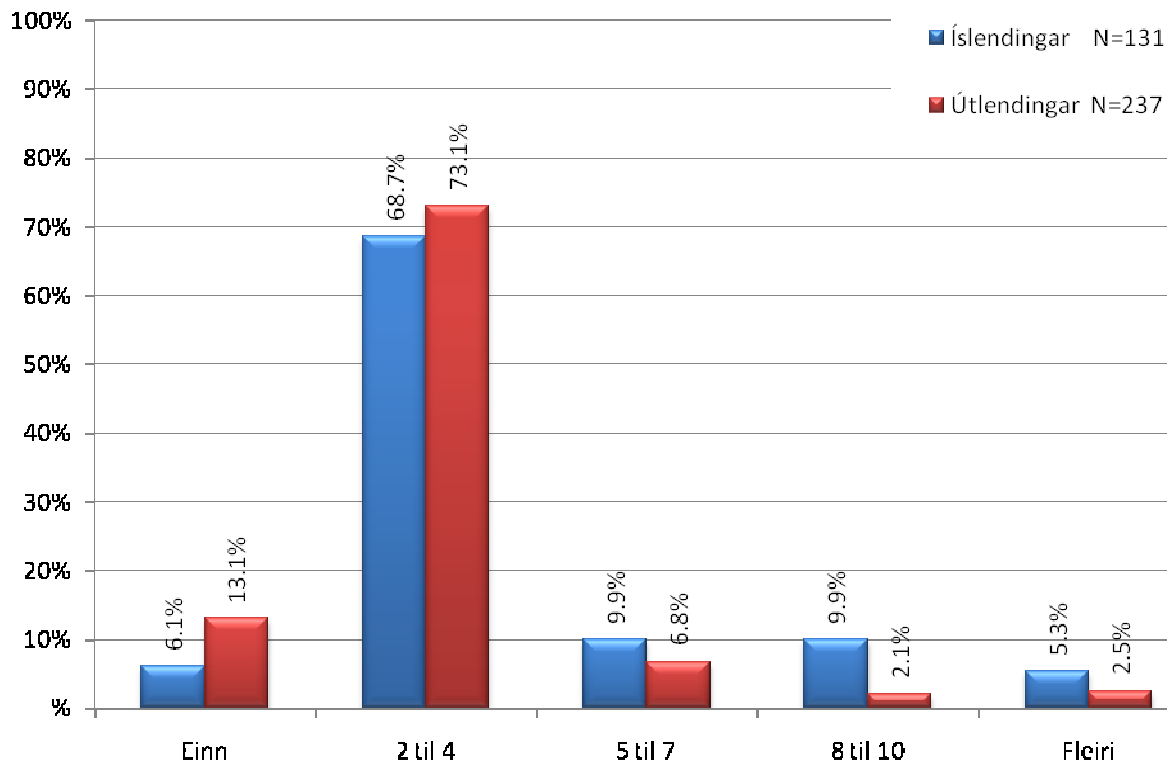


### Mynd 23 - Hver er ferðamáti þinn á Vestfjörðum?

Sjá má á mynd 23 að um 80% ferðamanna koma til Vestfjarða akandi á eigin bíl eða bílaleigubíl. Langflestir innlendu ferðamanna, eða 88,1%, ferðast á eigin bíl. Um 20% erlendra ferðamanna reyndust vera á eigin bíl en stærstur hluti þeirra, eða 50,2% voru á bílaleigubílum. Þá nýttu 14,3% erlendra ferðamanna áætlunarferðir.

## HVE MARGIR ERU FERÐAST SAMAN?

Mjög misjafnt er hvort ferðamenn ferðist sem hluti af stærri hóp eða einir. Því var spurt um hversu margir væru að ferðast með hverjum svarenda. Að meðaltali reyndust vera um 3,49 að ferðast saman, minnst var einn og flestir voru 27 í hóp. Innlendir ferðamenn ferðast með fleirum, eða 4,4 að meðaltali. Meðaltalið var töluvert lægra hjá erlendum svarendum, eða 2,88.

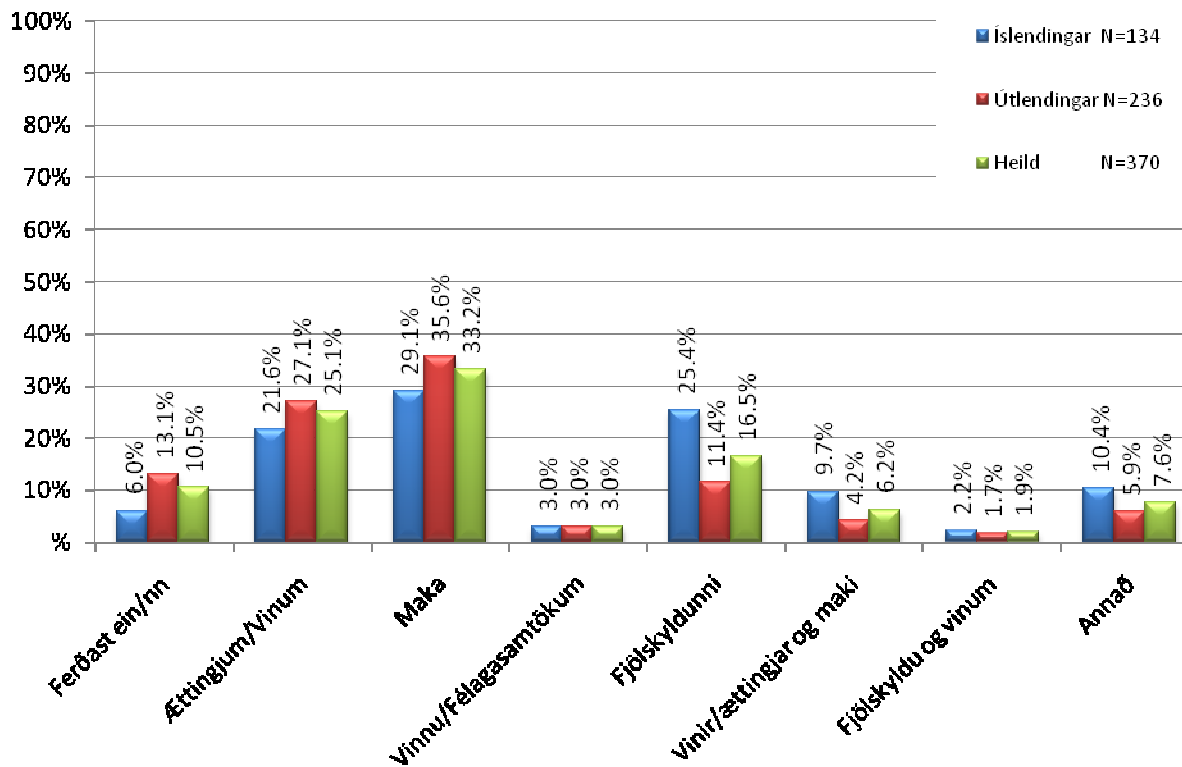


**Mynd 24 - Hversu margir ferðast með þér í hóp?**

Eins og sjá má á mynd 24 þá er langalgengast að 2-4 séu að ferðast saman og gildir það óháð þjóðerni. Töluvert algengara er að erlendir ferðamenn ferðist einir.

#### **MEÐ HVERJUM VAR FERÐAST?**

Flestir svarenda reyndust vera að ferðast með maka, eða 33,2%. Næstflestir voru að ferðast með vinum eða ættingjum. Þá ferðast töluverður fjöldi innlendra ferðamanna með fjölskyldunni. Aðrir hópar eða samsetningar voru fámennir t.d. „vinnu/félagasamtökum“ og voru því sameinaðir við valmöguleikann „annað“. Sjá mynd 25.



## Mynd 25 - Með hverjum ert þú að ferðast?

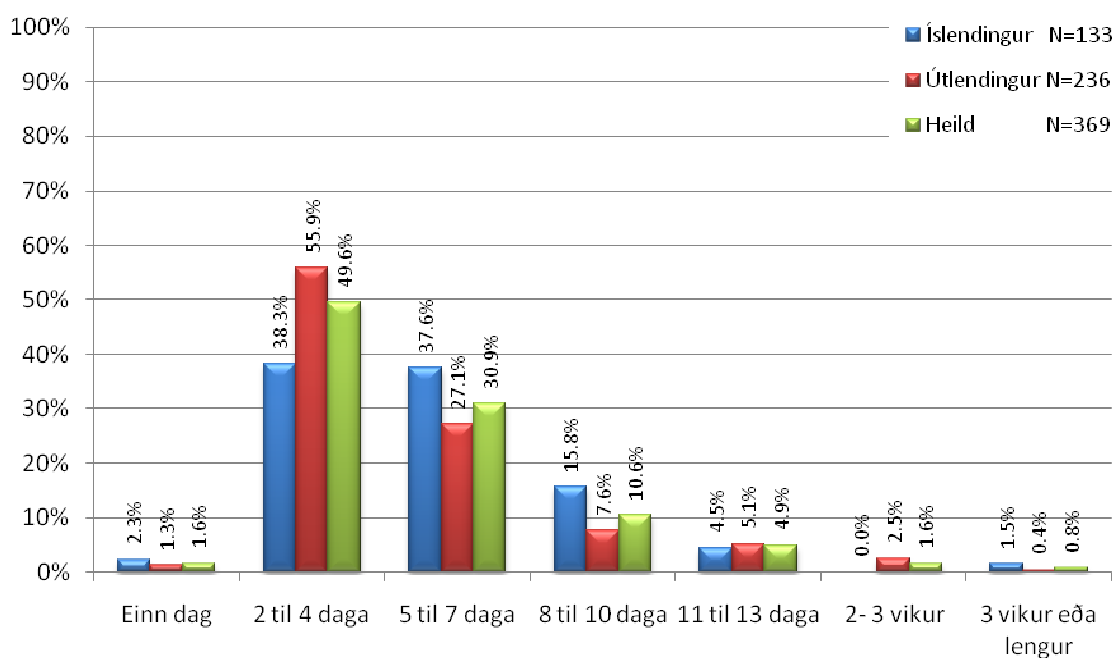
### LENGD FERÐAR

Þeir ferðamenn sem talað var við voru á ferðalagi á svæðinu allt frá einum degi og upp í einn mánuð. Flestir innlendu ferðamanna, um 75%, voru á ferðalagi um Vestfirði frá tveimur dögum til einnar viku. Það sama átti við um 83% erlendu gesta. Meðal dvalarlengd erlendu gesta á Vestfjörðum voru 5,3 dagar en ferðamenn búsettir á Íslandi voru heldur lengur eða 6 daga að meðaltali.

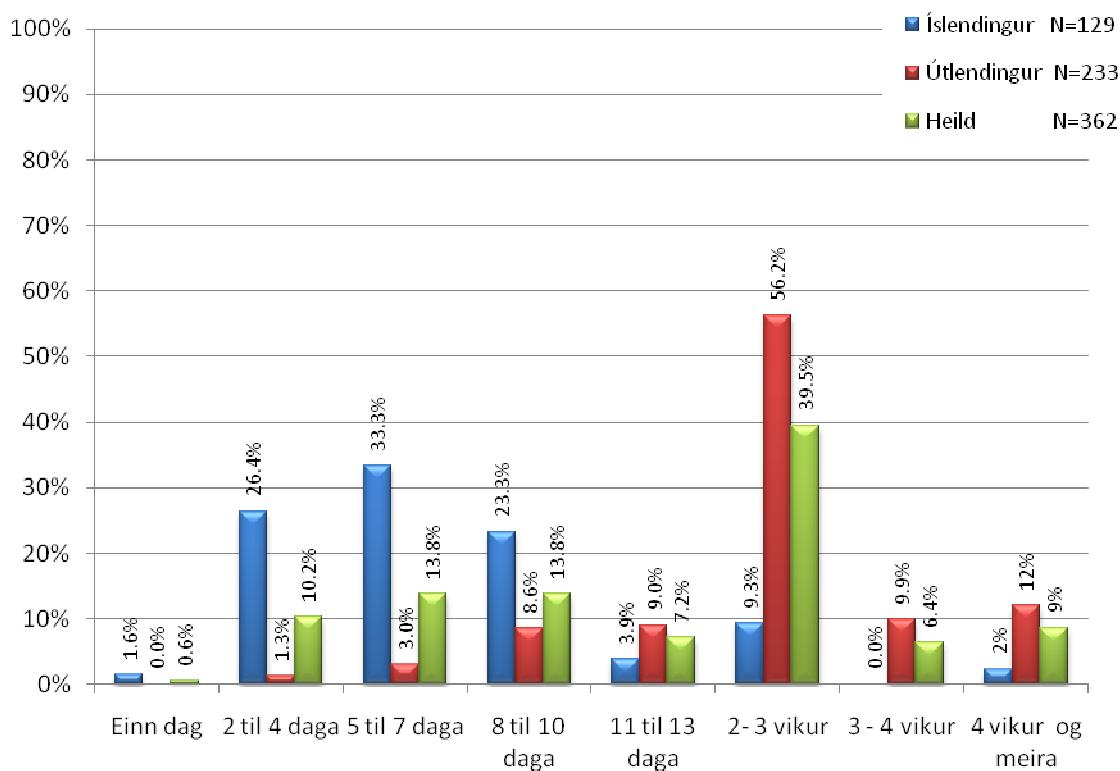
Auk lengdar ferðar á Vestfjörðum voru erlendir ferðamenn spurðir um heildarlengd ferðar á Íslandi. Í flestum tilfellum var ferðalag erlendra ferðamanna á Vestfirði hluti af stærra ferðalagi. Flestir erlendu ferðamennirnir voru að ferðast á Íslandi í tvær til þrjár vikur í heildina, eða 56%. Sá sem dvaldi lengst á Íslandi var á ferðalagi í 90 daga.

Íslenskir ferðamenn voru spurðir að því hve langt ferðalag þeirra væri í heildina til að reyna að gera grein fyrir hvort að ferðin um Vestfirði væri hluti af stærra ferðalagi. Í flestum tilfellum var það ekki svo. Flestir voru að sækja sérstaklega til Vestfjarða sem sjálfstæðs ferðalags. Rúm 83% innlendu ferðamanna voru að ferðast frá tveimur dögum og upp í 10 daga. Sá sem var lengst á ferðalagi var á ferðalagi í 60 daga. Sjá myndir 26 og 27.





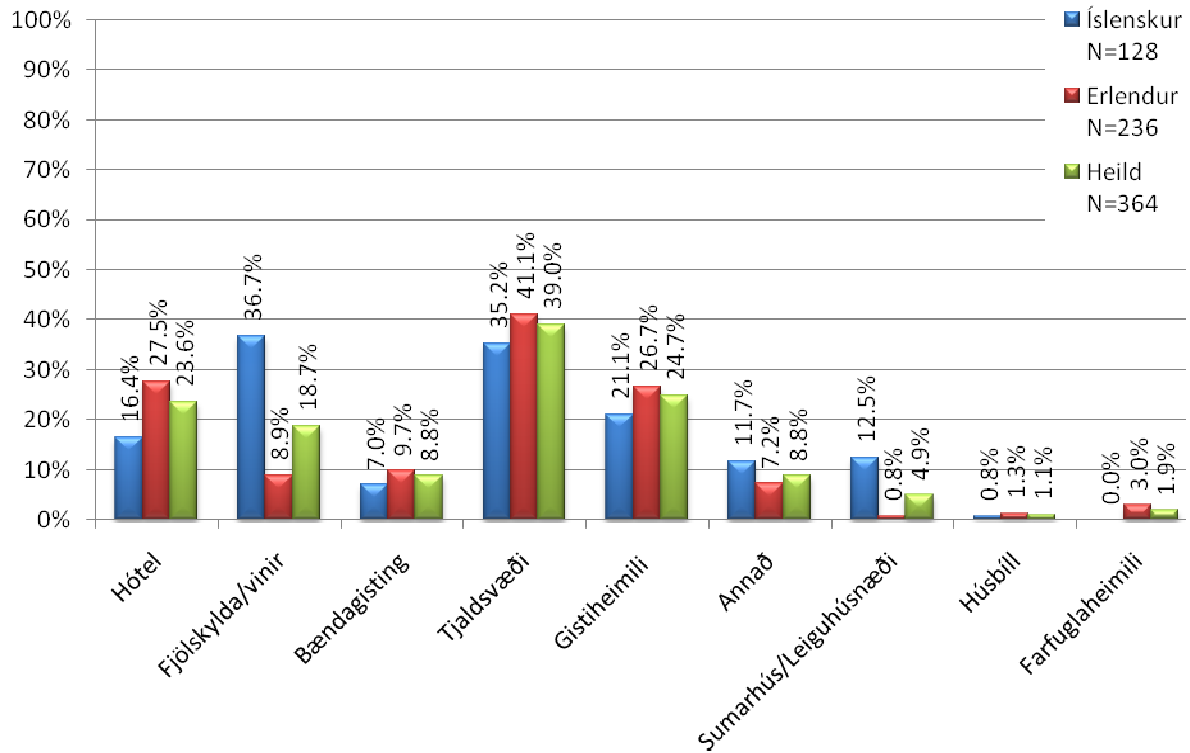
Mynd 26 - Hve lengi er viðkomandi á ferðalagi á Vestfjörðum



Mynd 27 - Hve lengi er viðkomandi á ferðalagi í heildina

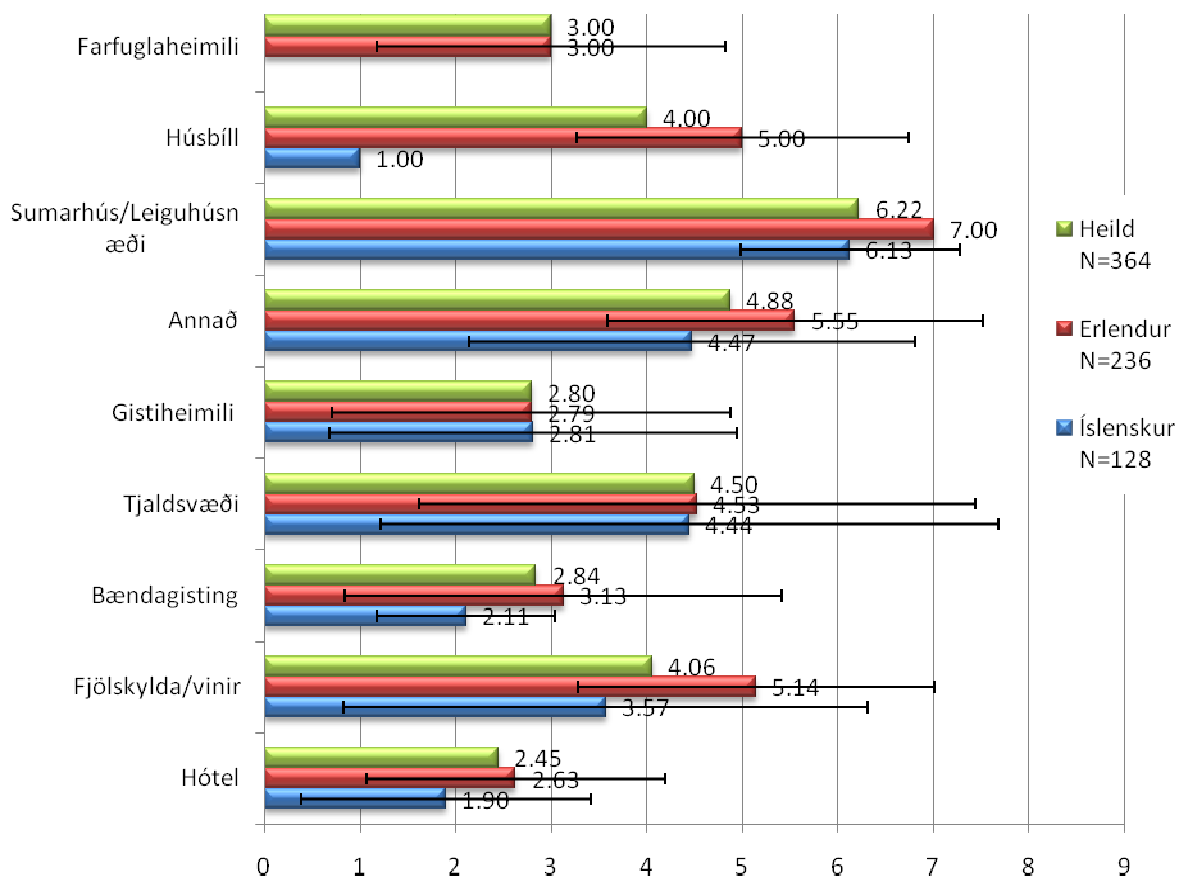
## GISTING Á FERÐAMANNA Á VESTFJÖRÐUM

Þátttakendur voru beðnir að svara því hver væri gistimáti á ferð þeirra um svæðið og hve margar nætur þeir gistu á hverjum stað fyrir sig.



### Mynd 28 – Hvernig var gist á Vestfjörðum

Flestir innlendu ferðamannanna gistu hjá fjölskyldu og vinum en þar á eftir komu tjaldsvæði og annað. Undir flokkinum „annað“ nefndu margir sumarhústaði. Erlendu ferðamennirnir gistu oftast á tjaldsvæðum og þar á eftir komu hótel og gistiheimili (Mynd 28).



**Mynd 29 - Meðalfjöldi náttu á gististað**

Algengt var að ferðamenn skiptu gistingunni upp í tvennt, hluta af ferð í t.d. tjaldi og hluti á hóteli eða gistiheimili.

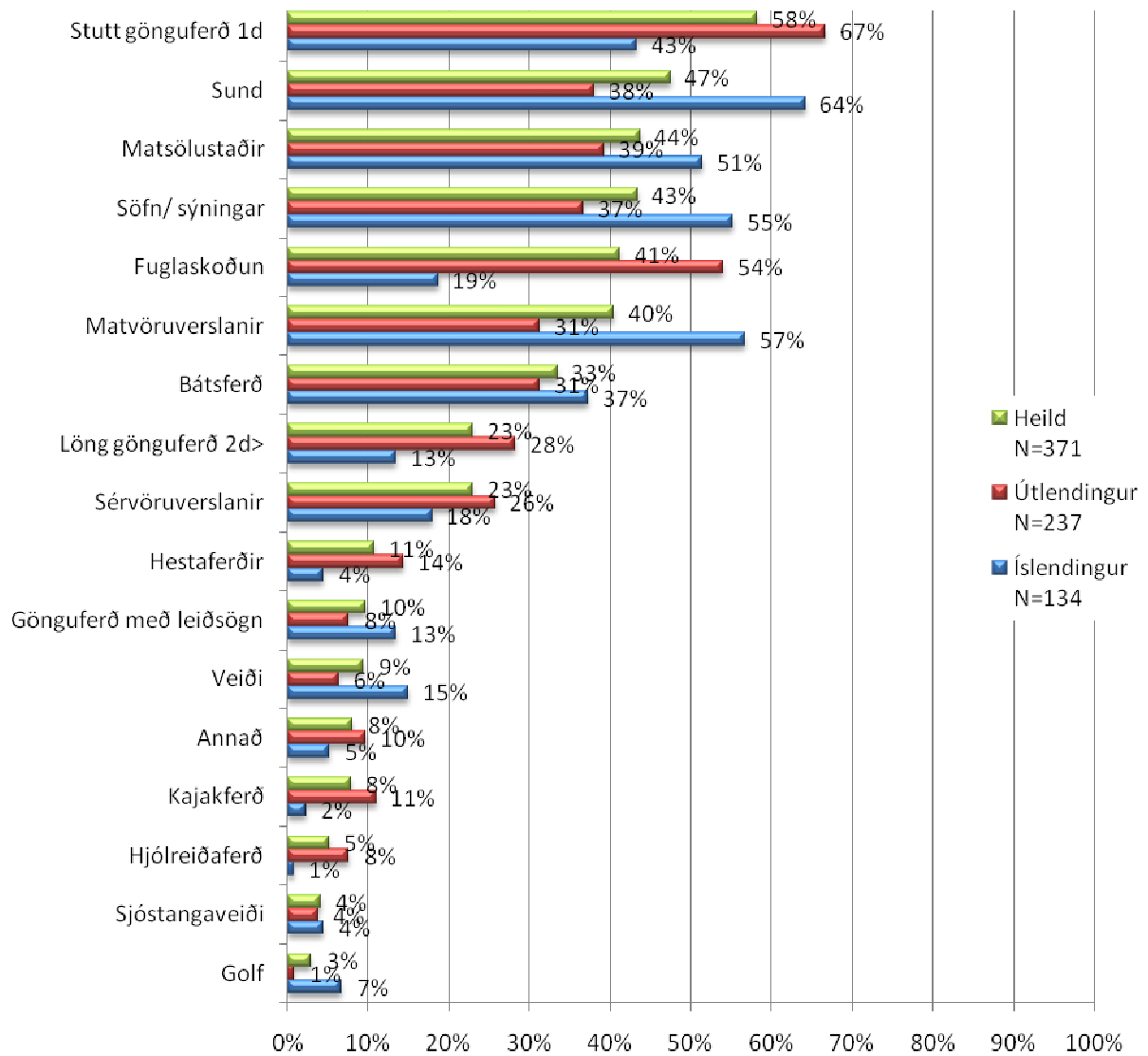
Að meðaltali skráðu innlendir ferðamenn flestar nætur í flokkinn annað og á tjaldsvæðum. Undir floknum annað má þá helst nefna sumarhúsnæði, leiguhúsnæði og húsbíll. Meðal dvalarlengd í floknum annað var 5,6 nætur sem er í samræmi við að algengasta dvalarlengd í sumarhúsum er vika, eða sex gistinætur.

Erlendir ferðamenn skráðu flestar nætur að meðaltali í flokkinn „annað“. Sem dæmi um það sem var skráð sem „annað“ hjá erlendu ferðamönnum má nefna leiguhúsnæði, svefnpokagistingu, skólhúsnæði, húsbíll og náttúran. Hjá fjölskyldu/vinum gistu erlendir ferðamenn að meðaltali í 5 nætur en innlendu ferðamennirnir voru ekki nema 3,6 nætur undir sama flokki. Þessar tölur eru nokkuð áhugaverðar en í samræmi við að lengd ferðar erlendra ferðamanna er töluvert lengri en þeirra innlendu. Benda má á að fáir erlendu ferðamanna,

alls 7%, gistu hjá fjölskyldu og vinum og þar af var einungis einn ferðamaður sem gisti á svæðinu hjá vinum lengur en í 11 daga, var hann í 30 daga.

#### **HVAÐA AÞPREYING / ÞJÓNUSTA VAR NÝTT**

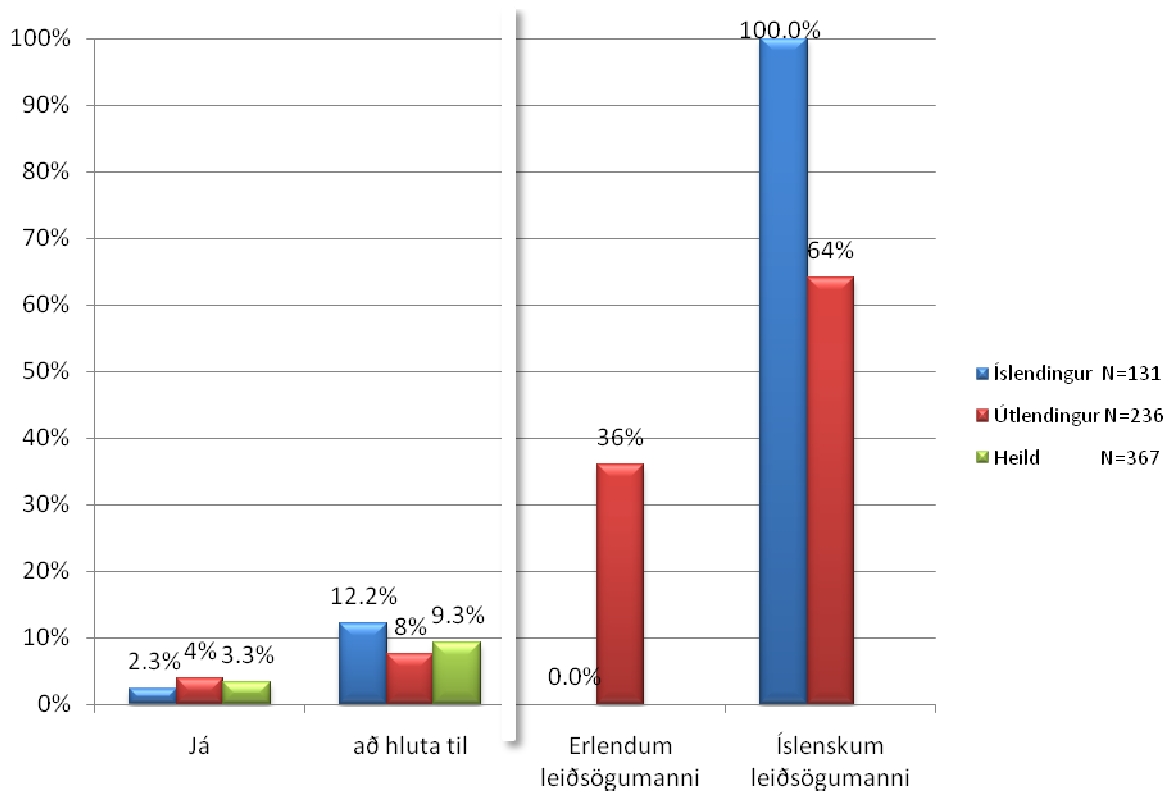
Ferðamennirnir voru beðnir um að svara því hvaða afþreyingu eða þjónustu þeir hefðu nýtt sér eða ætluðu að nýta sér um ferð sína á Vestfjörðum. Gönguferðir eru vinsælasta afþreying ferðamanna á Vestfjörðum, um 70% erlendra ferðamanna fara annað hvort í stutta eða langa gönguferð eða bæði. Þá var algengt að erlendir ferðamenn færu í sund (38%) og fuglaskoðun eða í 54% tilfella. Ekki kemur fram hvort að þeir nýttu sér skipulagðar fuglaskoðunarferðir eða þjónustu leiðsögumanna. Nokkuð færri innlendir ferðamenn fara í gönguferðir eða tæp 50%. Sú afþreying og/eða þjónusta sem innlendir ferðamenn nýttu hvað helst nýtt voru sundlaugar en þær sóttu 64% ferðamannanna, söfn/sýningar, 55% og matvöruverslanir 57%,



Mynd 30 - Hvaða þjónusta/afþreying var nýtt

## LEIÐSÖGUMENN Á VESTFJÖRÐUM

Spurt var hvort ferðast hefði verið með leiðsögumanni alla eða hluta ferðarinnar. Flestir ferðuðust ekki með leiðsögumanni, eða tæp 86% innlendra og tæp 89% erlendra ferðamanna. Þeir sem svöruðu „já“ eða „að hluta til“ voru 14,5% innlendir og 11,4% erlendir ferðamenn. Af þeim sem nýttu sér þjónustu leiðsögumanns gerðu það í flestum tilfellum hjá íslenskum leiðsögumanni. Sjá mynd 31.



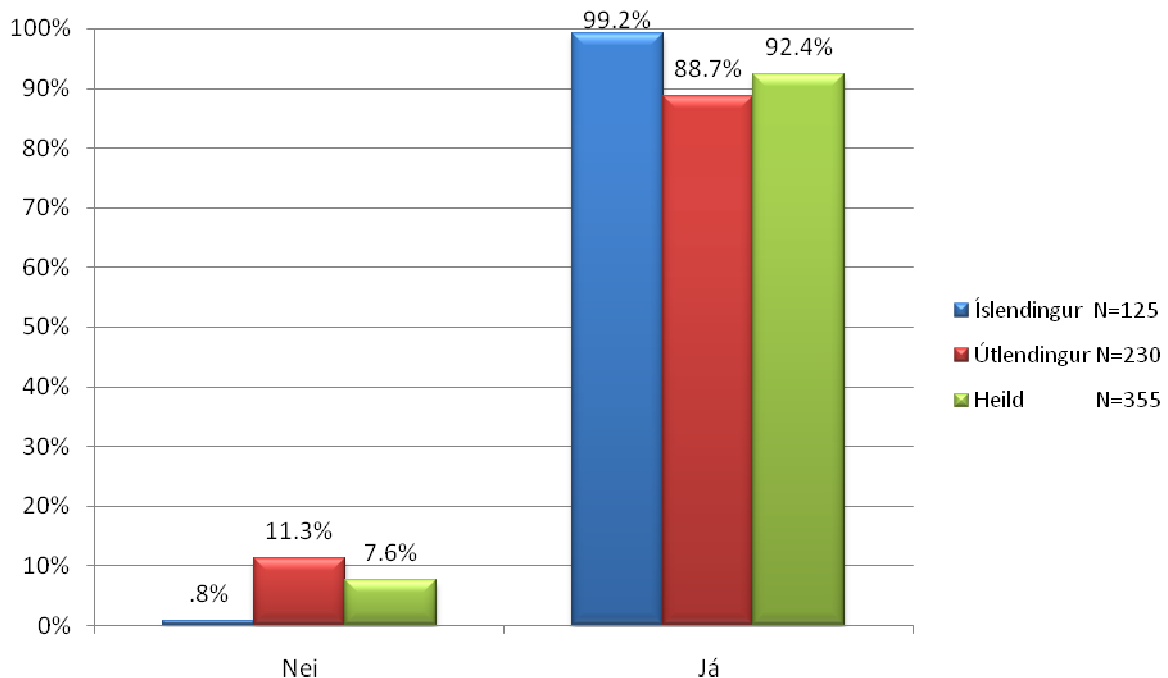
Mynd 31 - Var ferðast með leiðsögumanni?

## UPPLIFUN OG ÁNÆGJA

Sterk tengsl eru á milli ánægju ferðamanna og þess hve líklegir þeir eru til að mæla með svæðinu og heimsækja það aftur (Alexandris, Kouthouris, & Meligdis, 2006; Bramwell, 1998). Þá skiptir orðspor og meðmæli fyrri ferðamanna miklu máli við að skapa ímynd ferðamannastaða og hefur þar með afgerandi áhrif á hvernig ferðamenn sækja staðinn heim og hvernig hann þróast. Í eftirfarandi kafla eru kynntar niðurstöður um hve líklegir ferðamennirnir eru til að koma aftur til Vestfjarða, mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað auk þess eru kynntar einkunnargjöf vegna þjónustu á svæðinu og hvor ferðamönnum fannst vanta afþreyingu á svæðinu.

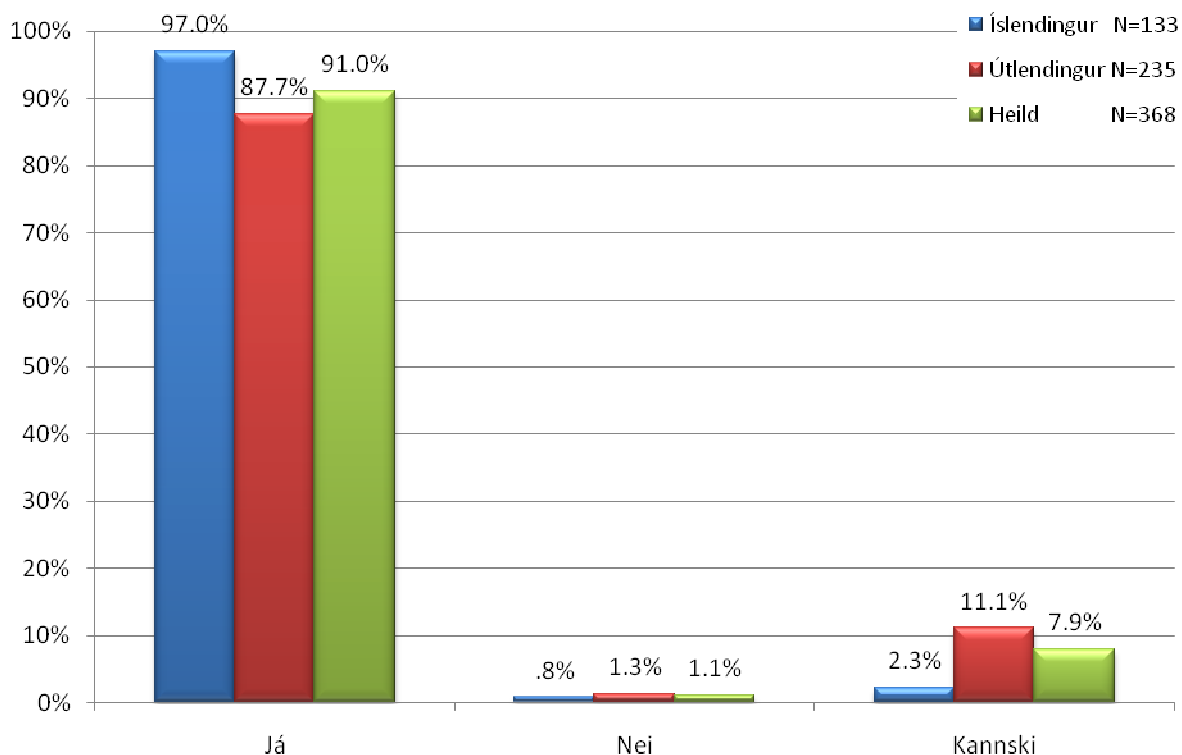
### MUN VIÐKOMANDI FERÐAMAÐUR MÆLA MEÐ VESTFJÖRÐUM OG ER HANN TILBÚINN TIL AÐ KOMA AFTUR

Spurt var tveggja spurninga sem ætlað var að meta að einhverju leiti ánægju ferðamanna með ferðina. Annars vegar munt þú mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað og hinsvegar hefur þú áhuga á að koma aftur. Niðurstaðan er sú að svörin eru svipuð, álíka margir hafa áhuga á að koma aftur til Vestfjarða og þeir sem munu mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað. Sjá myndir 32 og 23.



Mynd 32 - Hefur viðkomandi áhuga á að koma til Vestfjarða aftur?

Nær allir innlendu ferðamennirnir höfðu áhuga á að koma aftur á svæðið, eða 99,2%. Heldur færri erlendir ferðamenn vildu koma til Vestfjarða aftur eða 88,7%. Oft mátti sjá þá athugasemd á spurningaeyðublöðunum að viðkomandi vildi gjarnan koma aftur en gæti það ekki og geta ástæður fyrir því verið margar.



**Mynd 33 – Munt þú mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað er heim er komið?**

Flestir þátttakenda munu mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað, nokkru fleiri innlendir en erlendir ferðamenn, eða 97% á móti tæpum 88%. Af heildinni svöruðu 12,4% annaðhvort „nei“ eða „kannski“. Af þeim sem svöruðu „kannski“ nefndu margir tímaþáttinn, þ.e. að viðkomandi myndi mæla með Vestfjörðum ef hann væri öruggur um að sá sem hann væri að ráðleggja hefði nægan tíma til að njóta þess að heimsækja Vestfirði.



### Box 3. Ánægja ferðamanna?

Rannsóknir sýna að almennt eru sterk tengsl á milli ánægju með heildar ferðaupplifun og áhuga ferðamannsins á að koma aftur annarsvegar og líkum þess að ferðamaðurinn mæli með viðkomandi viðkomustað við aðra, hinsvegar verður ímynd ferðamannastaða að miklu leiti til með afspurn og meðmælum fyrri ferðamanna. (Alexandris, Kouthouris, & Meligdis, 2006; Bramwell, 1998; Oppermann, 2000; Pritchard & Howard, 1997).

Hugræn ímynd af áfangastaðnum gefur ferðamanninum tækifæri til að sjá fyrir og hlakka til ferðarinnar (Jenkins, 1999). Ímynd staðarins er því mikilvæg við að skapa væntingar ferðamannsins fyrir heimsóknina og væntingar fyrir ferðina hafa aftur sterk áhrif á hve mikið ferðamaðurinn nýtur ferðarinnar (Bigné et al., 2001; Rodríguez del Bosque et al., 2006).

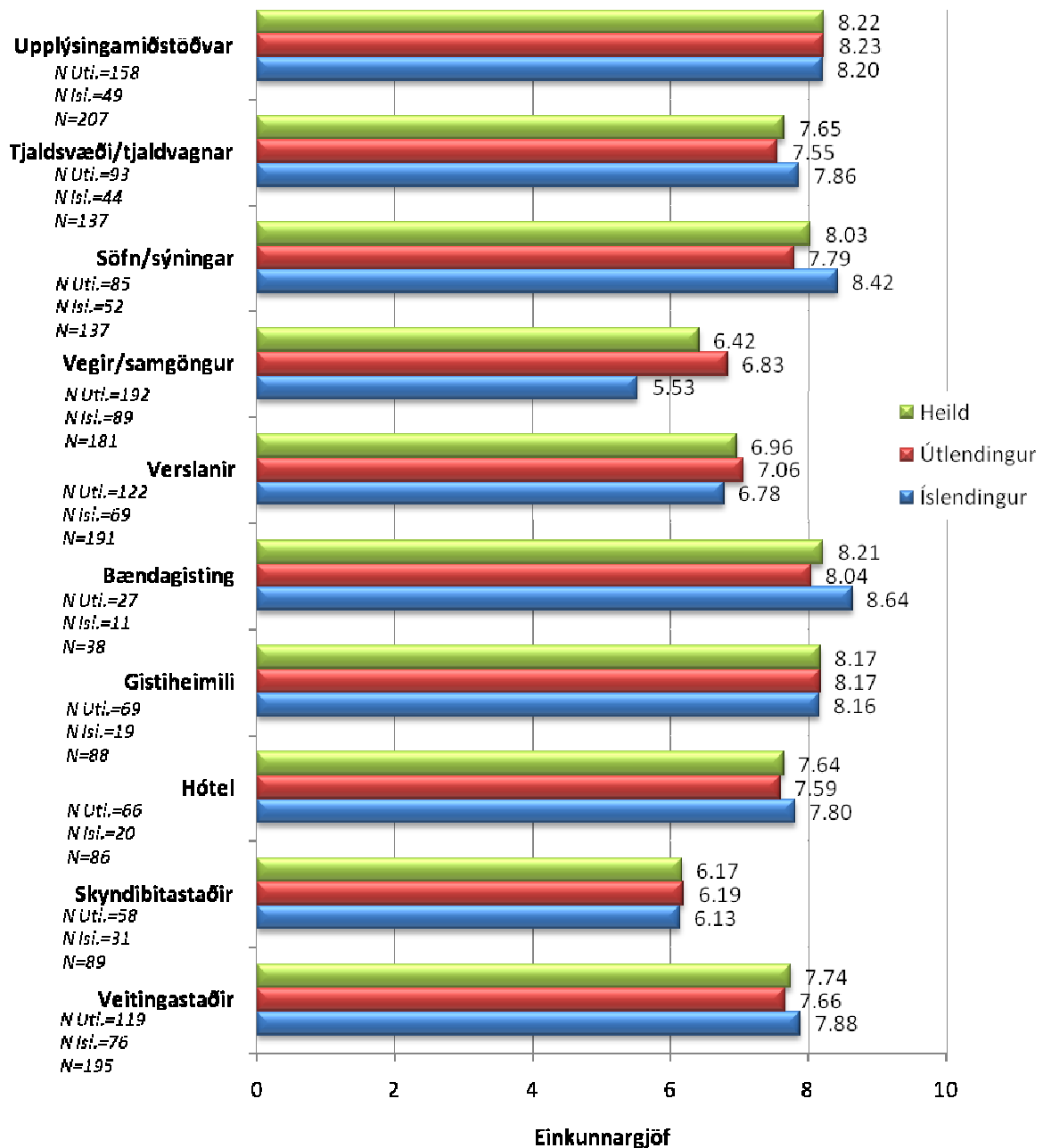
Hér er reynt að finna samband á milli almennrar ánægju ferðamanna með ferðaupplifun sína og ákveðinna þátta í ferðaupplifun þeirra. Í þeim tilgangi var kannað hvort eftirfarandi þættir hefðu marktæk áhrif á líkur þessa að ferðamaðurinn hygðist mæla með Vestfjörðum sem ferðamannastað. 1) Einkunnargjöf í einstökum þjónustupáttum. 2) Ástæða komu ferðamanna og 3) var upplifun ferðamannsins í samræmi við væntingar.

***Niðurstöðurnar sýna að ferðamenn sem komu til Vestfjarða til að njóta hvíldar og afslöppunar og/eða útivistar voru líklegri en aðrir til að mæla með Vestfjörðum sem áfangastað. Þá hafði það hvort upplifun var í samræmi við væntingar sterk áhrif á líkur þess að ferðamaðurinn hygðist mæla með Vestfjörðum. Ekki fundust tengsl á milli einkunnagjafar á einstökum þjónustupáttum og ánægju ferðamanna.***

Hafa ber í huga að mikill meirihluti ferðamanna sem tók þátt í þessari könnun taldi sig geta mælt með Vestfjörðum sem ferðamannastað. Þau sambönd sem hér er verið að lýsa eru því tilkomin vegna skoðana fárra einstakling og ber að túlka sem slík.

## ÁNÆGJA MEÐ ÞJÓNUSTU

Þeir ferðamenn sem höfðu nýtt sér hina ýmsu þjónustu á svæðinu voru beðnir að gefa einkunn fyrir hana á skalanum núll til tíu. Þar var núll lægsta einkunn sem þjónustuþáttur gat fengið og tíu hæsta gildið.



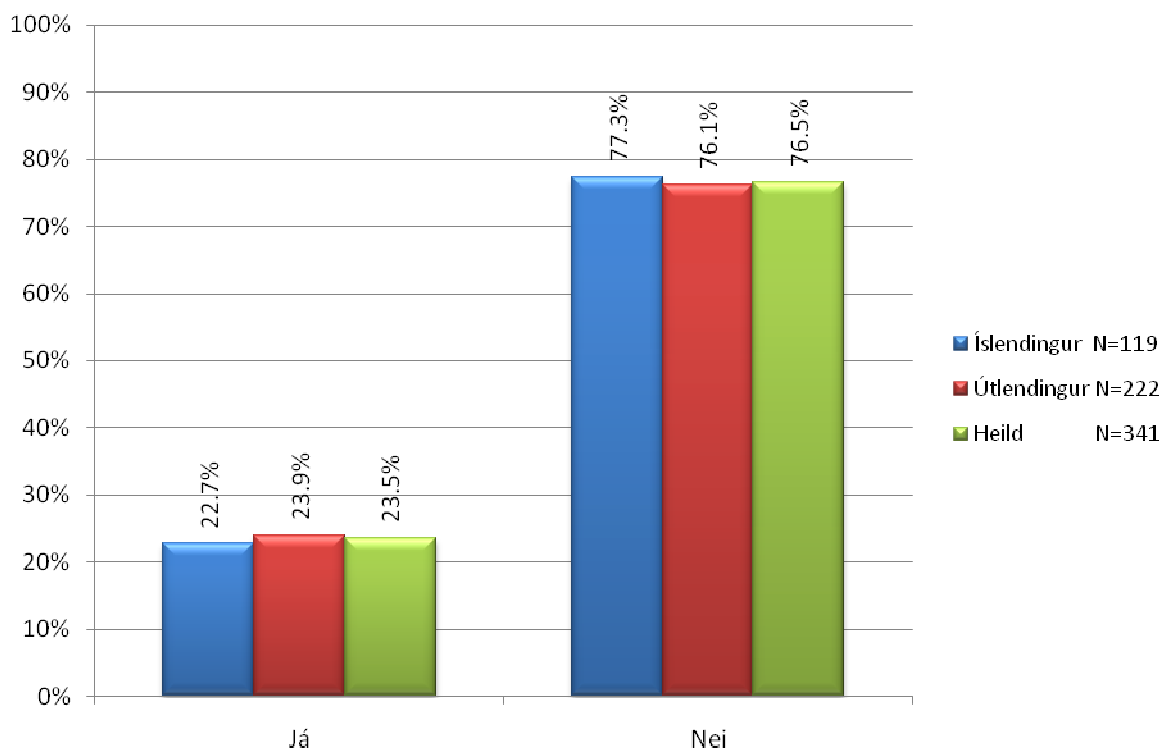
Mynd 34 - Einkunnagjöf fyrir þjónustu

Hjá þeim erlendu fengu upplýsingamiðstöðvar, gistiheimili, bændagisting og söfn/sýningar hæstu einkunnirnar. Upplýsingamiðstöðvar fengu einkunnina 8,23 hjá erlendu ferðamönnum, alls svöruðu 158 erlendir ferðamenn þeirri spurningu. Sú þjónusta sem fékk aftur á móti lægstu einkunn hjá sama hóp voru skyndibitastaðir, þeir fengu einkunnina 6,19. Skal þó geta þess að aðeins 24,4% (N=58) erlendra ferðamanna gáfu skyndibitastöðum einkunn.

Hjá innlendum ferðamönnum fékk bændagisting hæstu einkunn, eða 8,64, en þeirri spurningu svöruðu aðeins 11. Lægsta einkunn fengu vegir/samgöngur sem er í samræmi við eldri kannanir. Sú spurning fékk mesta svörun og svöruðu alls 66% innlendu ferðamanna þeirri spurningu og 81% þeirra erlendu. Mestur munur var á svörum innlendra og erlendra ferðamanna við þessari spurningu, þátttakendur búsettir á Íslandi gáfu vegum og samgöngum 5,53 en þeir erlendu gáfu honum 6,83.

#### **VANTAR AÐPREYINGU Á VESTFJÖRÐUM?**

Spurt var hvort viðkomandi teldi að meiri afþreyingu vanti á Vestfjörðum og ef svo væri þá hvað helst. Flestir svarendur svöruðu spurningunni neitandi. Sá hluti sem svaraði því játandi kom í flestum tilfellum með athugasemdir um hvað þeir teldu vanta og var langalgengasta ábendingin sú að það vantaði fleiri skipulagðar gönguferðir og betur merktar gönguleiðir. Aðrir afþreyingarmöguleikar sem voru nefndir voru kajakferðir- og leigur, hringflug um svæðið, flúðasiglingar, hvalaskoðun og betri og fleiri sundlaugar. Nokkuð var um að þátttakendur nýttu þessa spurningu til að benda á ýmislegt sem þeir telja að vanti sem flokkast frekar undir almenna þjónustu en afþreyingu, til að mynda fleiri áætlunarferðir á rútum og bátum og lengri opnunartíma á flestum þeim þjónustubáttum sem í boði eru.



Mynd 35 - Vantar afþreyingu á Vestfjörðum?

**Box 4. VANTAR AFÞREYINGU FYRIR EINSTAKA HÓPA FERÐAMANNA?**

Hægt er að skilgreina þá ferðamenn sem koma til Vestfjarða sem “náttúruferðamenn” (Box 1., þessi skýrsla). Náttúruferðamenn sækja gjarnan í afþreyingu sem tengist náttúrunni t.d. fuglaskoðun, njóta landslags, kajakferðir og göngur eða eru sjálfum sér nógir um afþreyingu (Blamey, 2001; Gossling, 1999;

Rúmlega 20% þeirra ferðamanna sem tóku þátt í þessari könnun fannst vanta afþreyingu á Vestfjörðum. Til að kanna hvort að þessi svörun einskorðaðist við ákveðna hópa var kannað hvort að svör við spurningunni um ástæðu komu hefðu marktæk áhrif á það hvort ferðamennirnir töldu vanta afþreyingu.

***Niðurstöðurnar sýna að þeir ferðamenn sem komu til Vestfjarða vegna menningaviðburðar voru líklegri til að svara því að afþreyingu vantaði en aðrar ástæður komu höfðu ekki marktækt samband við skoðun á því hvort afþreyingu vantar.***

Þessi hópur ferðamanna er þó ekki nægilega stór til að skýra 20% svaranda heldur er líklegt að aðrir sem hafa svarað játandi dreifist nokkuð jafnt með tilliti til ástæðu komu.

## ÞAKKIR

Höfundar vilja sérstaklega þakka Jóni Páli Hreinssyni og Markaðsstofu Vestfjarða fyrir aðstoð á öllum stigum þessarar könnunar og Vaxtasamningi Vestfjarða fyrir styrk til framkvæmdar könnunarinnar. Aðstoð við að þýða spurningalistana veittu Peter Dowdy, Kalina Kapralova, Cristian Gallo, og Kristjana Einarsdóttir. Kalina Kapralova og Hlynur Reynisson aðstoðuðu við að dreifa spurningarlistum og safna svörum. Upplýsingamiðstöðin á Ísafirði, Vesturferðir á Ísafirði, Minjasafn Egils Ólafssonar að Hnjóti, Flakkarinn á Brjánslæk, Strandagaldur í Hólmavík, Hlunnindasafnið á Reykhólum, Veitingastaðurinn Völlurinn á Patreksfirði, Safn Jóns Sigurðssonar að Hrafnseyri og Upplýsingamiðstöðin í Hólmavík veittu okkur aðstoð við framkvæmd þessarar könnunar.

## HEIMILDIR

- Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og Ferðamálasamtök Vestfjarða. (2001). *Könnun meðal ferðamanna á Vestfjörðum sumarið 2000*. Ísafjörður: Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og Ferðamálasamtök Vestfjarða.
- Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða. (2004). *Könnun á farþegum og ferðavenjum í Breiðafjarðarferjunni Baldri*. Ísafjörður: Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða.
- Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og Ferðamálasamtök Vestfjarða. (2004). *Könnun meðal ferðamanna á Vestfjörðum sumarið 2003*. Ísafjörður: Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða og Ferðamálasamtök Vestfjarða.
- Baloglu, S. & McCleary, K. (1999) A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research* 26: 868–897
- Beerli A & Martín, J.D. (2004) Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research* 26: 868–897
- Bigné, E. M. Sánchez, M. & Sánchez, J. (2001) Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-Relationship. *Tourism Management* 22: 607–616
- Bramwell, B. & Lane, B. (1993) Sustainable tourism: an evolving global approach. *J Sustainable Tourism* 1: 1–5
- Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Prat, A., Richards, G., & Van der Straaten, J. (1998) Sustainable tourism management: principles and practices, 2nd edn. Tilburg University Press, Tilburg
- Bramwell, B. (1998) User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism Management* 19: 35–47
- Butler, R.W. (1999) Sustainable tourism—a state of the art review. *Tourism Geogr* 1: 7–25
- Butler, R.W. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Can Geogr* 24: 5–12
- Butler, R.W. (2006) The Tourism Area Life Cycle Conceptual and Theoretical Issues Channelview Publications Clevedon
- Goodall, B. (1990) How tourists choose their holidays: An analytical framework. In B. Goodall & G. Ashworth. Marketing in the tourism industry. The promotion of destination regions. London: Routledge.
- Gössling, S. 1999. Ecotourism - a means to safeguard biodiversity and ecosystem functions? *Ecological Economics* 29: 303-320.

- Hagstofa Íslands. (Án árs). *Hagtölur-Ferðamál, samgöngur og upplýsingatækni, Farþegar um Keflavíkurlflugvöll eftir ríkisfangi og mánuðum 2002-2007*. Sótt 29. september 2008 af <http://www.hagstofa.is/Hagtolur/Ferdamal,-samgongur-og-upplysing/Fartheagar>
- Hanlan, J. & Kelly, S. (2005) Image formation, information sources and iconic Australian tourist destination. *Journal of Vacation Marketing* 11: 163–177
- Hernandez, J.M. & Leon, C.J. (2007) The interactions between natural and physical capitals in the tourist lifecycle model . *Ecological Economics* 62: 184-193
- Hohl, A.E. & Tisdell, C.A. (1995) Peripheral tourism: development and management. *Ann Tourism Res* 22: 517–534
- Hovinen, G. (2002) Revisiting the destination lifecycle model. *Ann. Tour. Res.* 29: 230–290
- Jenkins, O. (1999) Understanding and Measuring Tourist Destination Images. *International Journal of Tourism Research* 1: 1–15
- Judd, C.M., Smith, R.E., & Kidder, L.H. (1991). *Research Methods in Social Relations, Sixth Edition*. USA: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Lansing, P. & De Vries, P. (2007) Sustainable tourism: ethical alternative or marketing ploy? *J Business Ethics* 72: 77–85
- Lynn, N.A. & Brown, R.D. (2003) Effects of recreational use impacts on hiking experiences in natural areas. *Landsc Urban Plann* 64: 77–87
- Luloff, A. E., Bridge, J. C., Graefe, A. R., Saylor, M., Martin, K. & Gitelson, R. (1994) Assessing rural tourism efforts in the United States. *Annals of Tourism Research* 21: 46–64
- Oppermann, M. (2000) Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research* 39: 78–84
- Marcouiller, D. W. (1997) Toward integrative tourism planning in rural America. *Journal of Planning Literature*. 11: 337–357
- Marcouiller, D. W. (1998) Environmental resources as latent primary factors of production in tourism: The case of forest-based commercial recreation. *Tourism Economics* 4: 131–145
- Marcouiller, D. W. & Deller, S. C. (1996) Natural source stocks, and regional economic change: Seeing the forest and the trees. *Journal of Regional Analysis and Policy* 26: 95–116
- Pritchard, M. & D.R. Howard, D.R. (1997) The loyal traveler: Examining a typology of service patronage, *Journal of Travel Research* 35: 2–10
- Rannsóknir og ráðgjöf ferðafjónustunnar. (2002). *Ferðamenn á Látrabjargi og í Vestur-Barðastrandarsýslu*. Reykjavík: Rögnvaldur Guðmundsson.
- Rannsóknir og ráðgjöf ferðafjónustunnar. (2004). *Ferðamenn á norðanverðum Vestfjörðum*. Reykjavík: Rögnvaldur Guðmundsson.

- Rodríguez Del Bosque, H., San Martín, & Collado, J. (2006) The Role of Expectations in the Consumer Satisfaction Formation Process: Empirical Evidence in the Travel Agency Sector, *Tourism Management* 27: 410–419
- Russell, R. & Faulkner, B. (2004) Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle, *Ann. Tour. Res.* 31: 556–579
- Saarinen, J. (2006) Traditions of sustainability in tourism studies. *Ann Tourism Res* 33: 1121–1140
- Stern, E. & Krakover, S. (1993) The Formation of a Composite Urban Image. *Geographical Analysis* 25:130–146
- Upplýsingamiðstöð Vestfjarða. (2008). *Heimsóknir ferðamanna í Upplýsingamiðstöð Vestfjarða á Ísafirði sumarið 2008*. Ísafjörður: Upplýsingamiðstöð Vestfjarða.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. & Van Es, J. C. (2001) Factors for success in rural development, *Journal of Travel Research*, 40: 132–138
- Waite, G., Lane, R. & Heal, L. (2003) The boundaries of nature tourism. *Ann Tourism Res* 30: 523–545



## FYLGISKJAL A. AÐFERÐIR

Rannsóknarsvæðið náði frá Reykhólum og Hólmavík í suðri og norður úr um Vestfirði alla. Rannsóknin var gerð frá lokum júní og út ágúst. Þýðið var ákveðið allir ferðamenn á Vestfjörðum, utan farþega á skemmtiferðaskipum. Það var gert í þeim tilgangi að koma í veg fyrir hugsanlegar skekkjur en stór hópur farþega af skemmtiferðaskipi gæti breytt t.d. tölum um gistinætur verulega. Úrtakið innan þýðisins var slembiúrtak og lagt var upp með að ná að lágmarki 300 listum.

Við rannsóknina voru notaðar meginlegar aðferðir. Spurningalistar með 29 spurningum voru lagðir fyrir þá ferðamenn sem náðist til víða um Vestfirði. Spurningalistarnir voru þýddir á fimm tungumál utan íslensku, ensku, þýsku, frönsku, spænsku og ítölsku. Þar að auki voru tekin nokkur óformleg viðtöl við ferðamenn við hvert tækifæri sem gafst, í þeim tilgangi að fá dýpri sýn á viðhorf ferðamanna.

Spurningalistanum var skipt upp í þrjú efnisflokka:

- 1) Upplýsingasöfnun, þar sem leitast var að fá svör við því hvar, hvenær og hvernig viðkomandi leitaði upplýsinga um svæðið og hvort að þessir upplýsingamiðlar hefðu reynst vel.
- 2) Ferðaupplýsingar, hér var reynt að fá sem bestar og flestar upplýsingar um ferðir viðkomandi ferðamanna; hvert þeir fóru, hvar þeir gistu, hve lengi, með hverjum, hvaða þjónusta og afþreying var notuð o.fl.
- 3) Grunnupplýsingar, þar var spurt um aldur, kyn, þjóðerni, menntun, atvinnu, tekjur og áhugamál.

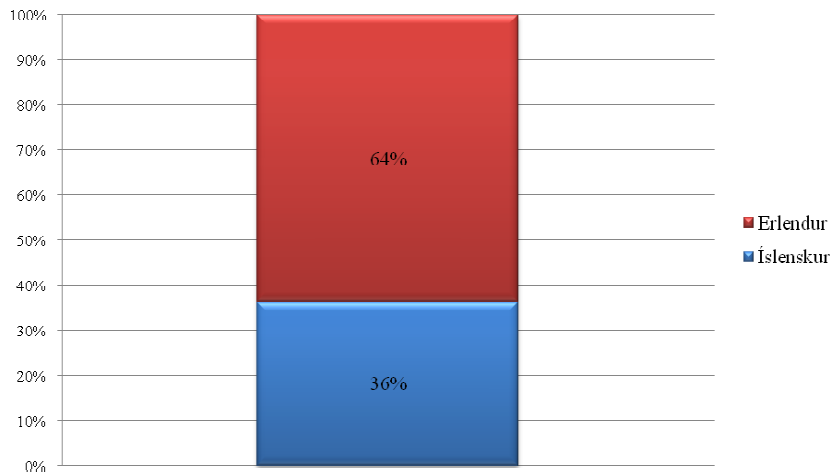
Starfsmenn Rannsókn- og fræðaseturs Háskóla Íslands á Vestfjörðum fóru sjálfir með spurningalistana og lögðu fyrir ferðamenn. Það var m.a.gert í þeim tilgangi að geta leiðbeint og svarað þeim spurningum sem upp kynnu að koma hjá ferðamönnum. Spyrjendur stoppuðu ferðamenn af handahófi og báðu viðkomandi um að svara spurningalistanum. Langflestir þeirra sem beðnir voru um að svara gerðu það. Á nokkrum stöðum gafst tækifæri á að skilja lista eftir þar sem starfsmenn fyrirtækja tóku að sér umsjón spurningalistanna og kunnum við þeim bestu þakkir fyrir. Á þeim stöðum var úrtak yfirleitt sjálfvalið, þ.e.a.s. listarnir lágu frammi og ferðamenn gátu sjálfir ákveðið að taka lista og svara, án þess að vera beinlínis beðnir um það.

Tölfræðiúrvinnsla var unnin í forritinu SPSS. Notuð voru línuleg líkön til að meta marktækni sambanda á milli einstakra breyta og var marktæknistig ákveðið við  $p < 0.05$ . Frekari upplýsingar um söfnun og úrvinnslu gagna ásamt aðgengi að grunngögnum eða sértækri úrvinnslu má nálgast hjá Rannsókn- og fræðasetri Háskóla Íslands á Vestfjörðum.

## FYLGISKJAL B. LÝSITÖLUR KÖNNUNAR

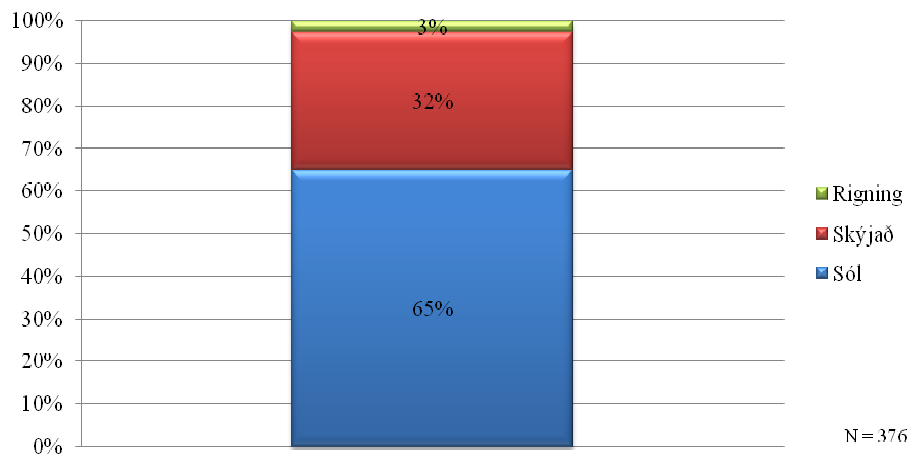
Könnunin var lögð fyrir ferðamenn á Vestfjörðum, m.a. á Ísafirði, Hólmavík, Patreksfirði, Látrabjargi og Reykhólum í nokkrum ferðum frá júní til ágúst 2008.

Alls svöruðu 376 ferðamenn, 136 þeirra voru búsettir á Íslandi og 240 voru erlendir ferðamenn.



**Mynd 36 - Hlutfall innlendra og erlendra ferðamanna**

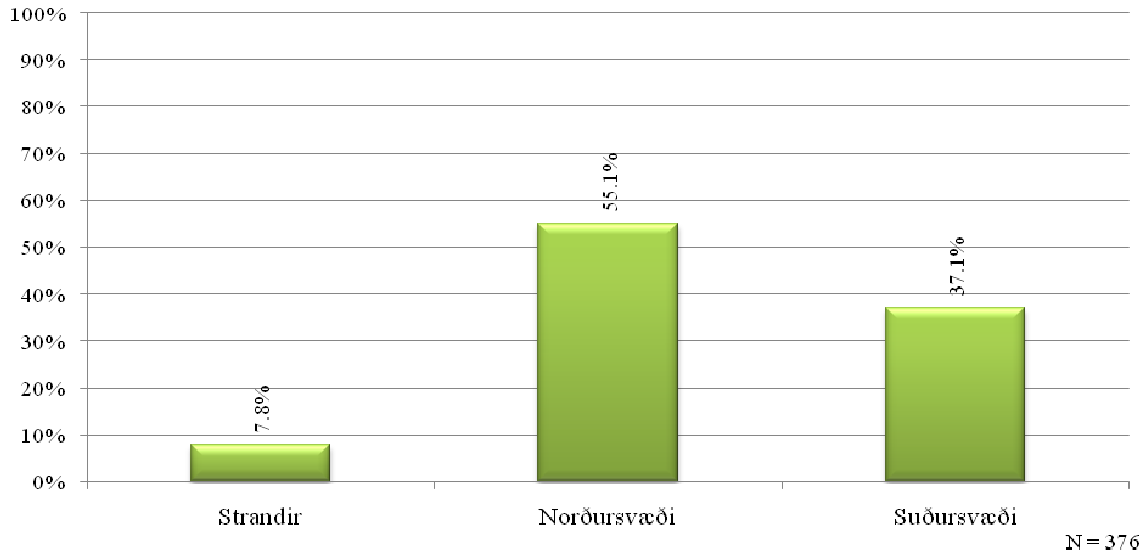
Veðrið sumarið 2008 var afburðargott, í 65% tilfella var sól á Vestfjörðum þegar spurningalistum var svarað. Í rúmlega þriðjung tilfella var engin sól og þar af rigndi í fáein skipti.



**Mynd 37 - Veður þegar spurningalistum var svarað**

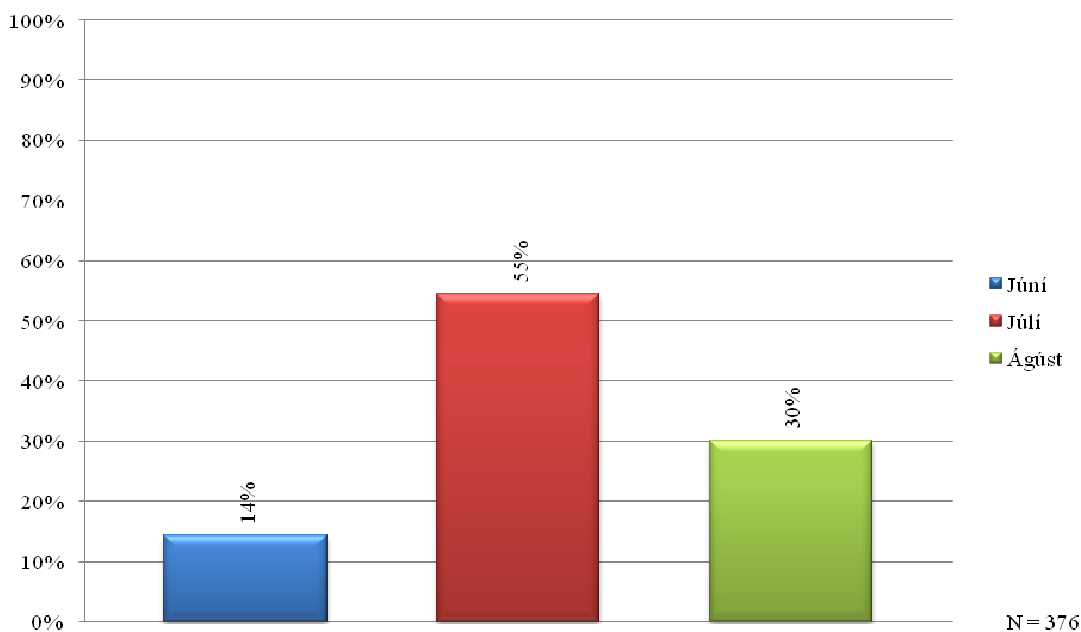
Rannsókn þessi var framkvæmd í júní, júlí og ágúst á Vestfjörðum. Flest svör fengust á norðanverðum Vestfjörðum (sjá mynd 38). Til að auðvelda úrvinnslu var Vestfjörðum

fyrirfram skipt í þrjú spurningasvæði; Strandir, Norðursvæði og Suðursvæði. Undir Strandir falla þeir listar sem svarað var í Strandasýslu. Undir Norðursvæði falla þeir listar sem svarað var í Bolungarvíkurkaupstað, Súðavíkurreppi eða Ísafjarðarbæ. Þeir listar sem svarað var í Reykhólahrepp, Vesturbyggð eða Tálknafjarðarhrepp falla undir Suðursvæði.



**Mynd 38 - Svörun spurningalista eftir svæðum**

Eins og sjá má á mynd 39 þá fengust flest svör í júlí. Er það í samræmi við tölur frá Upplýsingamiðstöð Vestfjarða sem sýna að flestir ferðamenn heimsækja Vestfirði í júlí (Upplýsingamiðstöð Vestfjarða, 2008).



**Mynd 39 - Svörun eftir mánuðum, sumar 2008**