

## **MARKHÓPAGREINING ÍSLENSKRAR FERÐAÞJÓNUSTU - NORÐLÆGAR SLÓÐIR OG FERÐALÖG UTAN HÁANNAR**

Brynjar Þór Þorsteinsson, aðjúntkt, Háskólinn á Bifröst  
Einar Svansson, lektor, Háskólinn á Bifröst  
Kári Joensen, lektor, Háskólinn á Bifröst

Fyrir íslenska ferðaþjónustu er mikilvægt að skoða hverjir eru líklegir til að ferðast til Íslands utan háannar á tímabilinu september – maí. Þeirri spurningu sem leitast verður við að svara í erindinu er einn hluti rannsóknarverkefnisins Markhópagreining Íslands. Rannsóknarspurningin í þessu erindi er: 1) Hverjir eru líklegir til að ferðast á norðlægar slóðir utan háannar? Aðferðafræði rannsóknarinnar byggir á tölfræðigögnum sem eru afrakstur spurningavagns sem er keyrður á sjö lykilmarkaðssvæði íslenskrar ferðaþjónustu þar sem svör minnst 2.000 þátttakenda frá hverju svæði eru beðnir að taka afstöðu til 36 spurninga með 5 punkta Likert skala auk lýðfræðilegra bakgrunnsbreyta. Spurningalíkanið tekur á landfræðilegum, lýðfræðilegum, hegðunar og lífstílsbreytum til að flokka niður markhópa. Helstu niðurstöður sem vænst er að komi í ljós er góð lýsing á þeim markhópum sem mögulega hafa áhuga á að ferðast til Íslands vegna áhuga á þeim þáttum sem Ísland hefur upp á að bjóða. Svo sem náttúra, menning og saga, afþreying og ýmis konar þjónusta sem þeir sækjast eftir sem uppfyllir þarfir þeirra og óskir. Einnig er mikilvægt að skoða hverjir eru líklegir til að ferðast til Íslands utan háannar. Markhópagreiningar hafa verið gerðar áður fyrir íslenska ferðaþjónustu en aldrei áður með þessum hætti. Niðurstöður rannsóknarinnar hafa því töluvert gildi fyrir ýmsa hagsmunaaðila í íslenskri ferðaþjónustu eins og markaðsstofur landshlutanna, Íslandsstofu, Ferðamálastofu sem og fyrirtæki í ferðaþjónustu sem gætu hrint nýsköpunarverkefnum í framkvæmd eða beint sjónum sínum að nýjum mörkuðum.