



# EFNAHAGSLEG ÁHRIF FERÐAÞJÓNUSTU Á HÚSAVÍK -TILKOMA HVALASKOÐUNAR-

RANNVEIG GUÐMUNSDÓTTIR  
ANDRI VALUR ÍVARSSON

OKTÓBER 2008



Þekkingarsetur  
Þingeyinga

Október 2008

Lokaskýrsla verkefnis sem styrkt er af  
Nýsköpunarsjóði námsmanna

Forsíðumyndir:

Uppi til vinstri: Byggðarmerki Húsavíkurbæjar

Uppi til hægri: © Heimir Harðarson

Niðri til vinstri: © Hilmar Valur Gunnarsson

Niðri til hægri: © Hafþór Hreiðarsson

Höfundar skýrslu:

Rannveig Guðmundsdóttir

Andri Valur Ívarsson (meðhöfundur)

Umsjón verkefnis/ritstjórn:

Þekkingarsetur Þingeyinga

Óli Halldórsson

## Samantekt

Ferðapjónusta hefur verið vaxandi atvinnugrein á Húsavík á síðastliðnum áratug og uppbygging hvalaskoðunar frá Húsavík sett sitt mark á samfélagið. Fjöldi gesta í hvalaskoðun var 41 þúsund árið 2007, eða um 40% af heildarfjölda hvalaskoðunargesta á Íslandi það ár. Markmið rannsóknarinnar var að leggja mat á bein efnahagsleg áhrif ferðapjónustu á Húsavík, með áherslu á hvalaskoðun og reikna út margfeldisáhrif óbeinna áhrifa. Rannsóknin var byggð á tveimur spurningakönnunum. Markmið þeirra var að kanna útgjöld ferðamanna á Húsavík, kanna hve stórt hlutfall af veltu þjónustufyrirtækja í ferðapjónustu væri vegna beinnar sölu til ferðamanna, draga fram fjölda starfa í ferðapjónustu og leggja mat á heildar efnahagsleg áhrif ferðapjónustu á Húsavík. Alls fengust 520 svör úr könnun sem lögð var fyrir ferðamenn. Í 98% tilvika tilgreindu ferðamenn meðalútgjöld á dag. Í könnun sem lögð var fyrir fyrirtæki, svöruðu 29 þjónustuaðilar af 43 könnuninni.

Áætluð heildarútgjöld ferðamanna á Húsavík árið 2008 eru rúmur milljarður króna, miðað við 150 þúsund ferðamenn á Húsavík árið 2007. Þessi útgjöld styðja við um 150 störf, í fyrirtækjum tengdum ferðapjónustu á Húsavík, sem jafngildir um 15% starfa á atvinnumarkaði á Húsavík árið 2007. Stöðugildum í ferðapjónustu hefur fjölgað nokkuð á rúmum áratug og fyrirtækjum í ferðapjónustu fjölgað. Samkvæmt niðurstöðum má áætla að fjöldi stöðugilda í ferðapjónustu séu um 7% af heildarfjölda stöðugilda á Húsavík árið 2007. Niðurstöðurnar sýna að meðalútgjöld ferðamanna á Húsavík voru 7.053 krónur á dag miðað við alla ferðamenn, óháð dvalarlengd og hvort ferðamennirnir notfærðu sér afþreyingu af einhverju tagi í bænum. Um 60% þátttakenda voru dagsgestir og um 40% næturgestir. Um helmingur næturgesta dvaldi á tjaldsvæði, en þegar tjaldsvæði voru undanskilin við mat á útgjöldum, voru útgjöld gesta 7.920 krónur að meðaltali á dag. Lagt var mat á útgjöld ferðamanna út frá ýmsum þáttum, nokkur breytileiki var á útgjöldum ferðamanna eftir þjóðerni og hve lengi var dvalið á svæðinu. Marktækur munur var á útgjöldum ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun og þeirra sem fóru ekki í hvalaskoðun. Afþreying var stærsti útgjaldaliður ferðamanna á Húsavík samkvæmt rannsókninni.

Um 78% allra ferðamanna á Húsavík fóru í hvalaskoðun. Hvalaskoðun hafði mjög mikil eða mikil áhrif, á komu langflestra hvalaskoðunargesta til bæjarins.

Einnig höfðu talsvert margir gestir ákveðið að fara í hvalaskoðun frá Húsavík áður en komið var til Íslands. Tekjur vegna hvalaskoðunargesta á Húsavík eru talsverðar en áætla má að tekjur vegna sölu á farniðum í hvalaskoðun árið 2007 hafi numið um 129 milljónum króna. Útgjöld ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun voru að jafnaði 13.131 króna og er heildarvelta vegna hvalaskoðunargesta áætluð tæpar 650 milljónir króna. Yfir ferðamannatímamann 2007 voru stöðugildi hjá hvalaskoðunar fyrirtækjunum og Hvalasafninu 47 sem jafngildir tæplega 20 störfum á ársgrundvelli. Heildar starfsígildi í ferðapjónustu á ársgrundvelli voru 31 starf.

Rannsóknin leiðir í ljós að vöxtur ferðapjónustu hefur verið talsverður á síðastliðnum áratug á Húsavík. Greinilegt er að ferðapjónusta, og tilkoma hvalaskoðunar, hefur talsverð efnahagsleg áhrif á svæðið. Með auknum fjölda ferðamanna hefur skapast eftirspurn eftir aukinni þjónustu og fyrirtækjum í ferðapjónustu fjölgað nokkuð. Athyglisvert er, að þrátt fyrir talsverðan fjölda ferðamanna í bænum, er dvalartími í styttra lagi. Dagsferðamenn dvelja að meðaltali hámark 6 klst. en næturgestir um einn og hálfan dag. Mikil tækifæri liggja í því að fjölga ferðamönnum á Húsavík og ekki síst að lengja dvalartíma þeirra í bænum. Aðferðir við mat á efnahagslegum áhrifum reyndust á margan hátt vel. Lágst svarhlutfall við einstakar spurningar, í könnun sem lögð var fyrir fyrirtæki, gerði það að verkum að ekki skapaðist grundvöllur til að leggja nákvæmt mat á margfeldisáhrif.

## **Þakkarorð**

Höfundar skýrslunnar þakka öllum þeim aðilum sem lögðu rannsókninni lið og veittu mikilvæga og góða aðstoð. Rannsóknin var unnin hjá Þekkingasetri Þingeyinga á Húsavík og styrkt af Nýsköpunarsjóði Námsmanna. Starfsmönnum setursins, þeim Óla Halldórssyni forstöðumanni og Haraldi Reinhardssyni þökkum við góða aðstoð. Starfsmenn við Hvalasafnið á Húsavík og við Húsavíkurstofu fá bestu þakkir fyrir aðstoð við gagnasöfnun. Einnig þökkum við þeim Elke Wald og Reme Tokuda fyrir þýðingar á spurningalistum. Þórólfur Matthíasson prófessor við Hagfræðideild Háskóla Íslands og Eyjólfur Sigurðsson hagfræðingur veittu gagnlegar og góðar ábendingar við mótun og vinnu rannsóknarinnar og þökkum við þeim vel fyrir það. Einnig ber að þakka þeim fjölmörgu aðilum sem tóku þátt í spurningakönnunum auk annarra aðila á Húsavík sem veittu góða hjálp.

## Efnisyfirlit

Efnisyfirlit .....	iv
Myndaskrá.....	v
Töfluskrá .....	v
1 Inngangur.....	1
1.1 Ferðapjónusta á Íslandi.....	1
1.2 Ferðapjónusta á landsbyggðinni.....	1
1.3 Hugmynd og markmið rannsóknar.....	2
2 Áhrif ferðapjónustu á efnahag og samfélag.....	4
2.1 Efnahagsleg áhrif ferðapjónustu.....	4
2.2 Að leggja mat á efnahagsleg áhrif ferðapjónustu.....	5
2.2.1 Skilgreining á ferðapjónustu .....	6
2.2.2 Hliðarreikningar þjóðhagsreikninga .....	6
2.2.3 Bein, óbein og afleidd áhrif .....	7
2.3 Tekjur og þjónustustig .....	9
3 Hvalaskoðun við Ísland.....	10
3.1 Þróun hvalaskoðunar við Ísland .....	10
4 Ferðapjónusta á Húsavík.....	12
4.1 Staðhættir og atvinnulíf .....	12
4.2 Þróun ferðapjónustu á Húsavík.....	15
4.3 Hvalaskoðun frá Húsavík.....	16
4.3.1 Fyrirtæki í hvalaskoðun .....	17
5 Aðferðir og úrvinnsla gagna .....	20
5.1 Markmið og framkvæmd rannsóknar.....	20
5.2 Könnun - ferðamenn .....	20
5.3 Könnun – fyrirtæki.....	22
5.4 Úrvinnsla og mat á aðferðum.....	23
6 Niðurstöður .....	25
6.1 Ferðamenn á Húsavík sumarið 2008.....	25
6.2 Ferðamenn í hvalaskoðun.....	28
6.3 Útgjöld ferðamanna á Húsavík .....	33
6.4 Fyrirtæki á Húsavík sem þjónusta ferðamenn .....	38
6.5 Velta þjónustufyrirtækja vegna ferðapjónustu.....	40
7 Umræður og ályktanir .....	43
Heimildir .....	48
Viðauki I .....	52
Viðauki II.....	53
Viðauki III.....	54

## Myndaskrá

Mynd 1 Fjöldi ferðamanna í hvalaskoðun við Ísland 1995-2007.....	10
Mynd 2 Íbúápróun á Húsavík 1997-2008.....	12
Mynd 3 Þróun atvinnuhátta á Húsavík 1994, 2002 og 2005.....	13
Mynd 4 Samanburður á fjölda stöðugilda í ferðaþjónustu 1994, 2001 og 2005.....	14
Mynd 5 Ferðamenn í hvalaskoðun frá Húsavík 1995-2007.....	17
Mynd 6 Þjóðerni gesta á Húsavík.....	25
Mynd 7 Hlutfall dags- og næturgesta eftir þjóðerni.....	26
Mynd 8 Meðaldvalartími gesta.....	27
Mynd 9 Ferðamáti gesta.....	27
Mynd 10 Gistimáti næturgesta á Húsavík.....	27
Mynd 11 Hlutfall gesta í hvalaskoðun.....	29
Mynd 12 Hlutfall dags- og næturgesta í hvalaskoðun.....	29
Mynd 13 Áhrif hvalaskoðunar á komur ferðamanna til Húsavíkur.....	30
Mynd 14 Áhrif hvalaskoðunar á ákvörðun að ferðast til Húsavíkur, eftir þjóðerni.....	30
Mynd 15 Hvenær ákveðið var að fara í hvalaskoðun frá Húsavík.....	31
Mynd 16 Hvenær ákveðið var að fara í hvalaskoðun frá Húsavík, greint eftir þjóðerni.....	32
Mynd 17 Gestir í hvalaskoðun eftir kyni, dvalartíma og þjóðerni.....	32
Mynd 18 Fjöldi einstaklinga miðað við útgjöld.....	33
Mynd 19 Meðalútgjöld einstaklings á Húsavík ef tjaldsvæðið er undanskilið.....	34
Mynd 20 Mat forsvarsmanna fyrirtækja á meðalhlutfalli ferðaþjónustu í atvinnugreinum.....	40

## Töfluskrá

Tafla 1 Skilgreining Hagstofu Íslands á ferðaþjónustu.....	6
Tafla 2 Fjöldi fyrirtækja í ferðaþjónustu 1994, 2001 og 2005.....	14
Tafla 3 Þátttaka fyrirtækja á Húsavík í könnun.....	22
Tafla 4 Skilgreining á markaðssvæðum.....	23
Tafla 5 Gistimáti eftir þjóðerni.....	28
Tafla 6 Fjöldi einstaklinga miðað við útgjöld.....	35
Tafla 7 Meðalútgjöld dags- og næturgesta.....	35
Tafla 8 Útgjöld ferðamanna eftir þjóðerni.....	36
Tafla 9 Samanburður útgjalda ferðamanna sem fóru eða fóru ekki í hvalaskoðun.....	37
Tafla 10 Áætluð heildarútgjöld ferðamanna árið 2008 á Húsavík.....	38
Tafla 11 Fjöldi stöðugilda í fyrirtækjum sem tengjast ferðaþjónustu árið 2007.....	39
Tafla 12 Bein velta fyrirtækja vegna ferðaþjónustu.....	41
Tafla 13 Aðföng og vinnsluvirði vegna hvalaskoðunar.....	42

# 1 Inngangur

## 1.1 Ferðapjónusta á Íslandi

Ferðapjónusta gegnir vaxandi hlutverki í íslensku atvinnulífi og hefur erlendum ferðamönnum farið ört fjölgandi á síðastliðnum árum, en árið 2007 komu um 485 þúsund erlendir ferðamenn til landsins. Fjöldi heimsóknar erlendra gesta til landsins hefur aukist að meðaltali um 9% á ári síðastliðna hálfu öld og gert er ráð fyrir tæplega 850 þúsund ferðamönnum hingað til lands árið 2015, miðað við 9% árlegan vöxt (Ferðamálastofa, 2008a, c). Ferðapjónusta er sú atvinnugrein sem er í hvað örustum vexti á Íslandi og verður sífellt mikilvægari fyrir þjóðarbúið. Talið er að tæplega 7000 manns hafi starfað við greinina árið 2004 og hún skapað um 5,1% af landsframleiðslu. Ferðapjónustan skapaði 13% af útflutningstekjum þjóðarinnar árið 2006 og er áætlað að gjaldeyristekjur af ferðamönnum það ár hafi verið tæpir 47 milljarðar króna (Hagstofa Íslands, 2008g, c).

Meðaldvalartími erlendra ferðamanna á landinu var 10 dagar að jafnaði yfir sumarmánuðina árið 2004, en 5 dagar yfir vetrarmánuðina. Ferða- og dvalarkostnaður var að jafnaði um 109.400 krónur á gest sama ár og dagleg útgjöld yfir sumartímenn talin vera um 12.500 krónur en 13.200 krónur yfir vetrartímenn (Ferðamálastofa, 2008b).

## 1.2 Ferðapjónusta á landsbyggðinni

Ferðapjónusta fær sífellt meira vægi í atvinnu- og efnahagslífi á landsbyggðinni og er talin mikilvæg fyrir landsbyggðina, þar sem hún byggir á eiginleikum svæða, sem felast í staðbundnum auðlindum eins og náttúru, sögu og menningu. Náttúra landsins verður sífellt mikilvægari í efnahagslegum skilningi, en sérstaða og ímynd Íslands hefur löngum verið fólgin í náttúru landsins (Ásgeir Jónsson, Njáll Trausti Friðbertsson & Þórhallur Ásbjörnsson, 2006).

Stjórnvöld horfa í auknum mæli á ferðapjónustu og nýsköpun sem mikilvægan þátt í að styrkja og efla ferðapjónustu á svæðum, þar sem önnur atvinna hefur farið þverrandi, og leitað hefur verið leiða til að vinna á móti efnahagslegri hnignun svæða, meðal annars með styrkveitingum (Fjármálaráðuneytið, 2007). Ferðapjónusta getur haft jákvæð áhrif á uppbyggingu svæða, ýmis bein og óbein áhrif, sem leitt geta til



atvinnutækifæra, hagvaxtar, aukinnar þjónustu og styrkingu innviða, sem heimamenn jafnt sem ferðamenn njóta góðs af (Hall & Jenkins, 1998). Á landsbyggðinni er þjóðhagslegur ábati af ferðaþjónustu talsvert meiri heldur en á höfuðborgarsvæðinu, þar sem fjölbreytni er minni sökum fólksfæðar og nýting framleiðslupáttar er verri (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006).

### 1.3 Hugmynd og markmið rannsóknar

Húsavík hefur verið meðal fjölsóttustu hvalaskoðunarstaða í Evrópu mörg undanfarin ár og uppbygging hvalaskoðunar frá Húsavík hefur þótt skara fram úr á margan hátt, en myndaður hefur verið sterkur ferðaþjónustukjarni í bænum (Samtök Ferðaþjónustunnar, 2007). Þrátt fyrir það hafa á Íslandi nær engar akademískar rannsóknir verið gerðar á beinum og óbeinum efnahagslegum áhrifum hvalaskoðunar. Hvalaskoðun er jafnframt sá hluti ferðaþjónustunnar sem vex hvað hraðast á landinu (Geir Oddsson, 2003), og er hugmyndin að verkefninu til komin vegna þeirrar umræðu, sem hefur verið um hvaða áhrif slíkur vöxtur getur haft á efnahag og samfélag bæjar á stærð við Húsavík.

Markmið rannsóknarinnar er að leggja mat á mikilvægi ferðaþjónustu fyrir Húsavík, með áherslu á hvalaskoðun. Könnuð verða bein efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu og reiknuð út margfeldisáhrif óbeinna áhrifa. Lögð verður áhersla á að leita svara við eftirfarandi þáttum:

- Hver eru meðalútgjöld ferðamanna á dag á Húsavík og í hvað eyða ferðamenn peningum?
- Hver eru heildarútgjöld ferðamanna á Húsavík?
- Hve mörg bein störf eru í ferðaþjónustu á Húsavík?
- Hverjar eru beinar tekjur þjónustuaðila vegna ferðaþjónustu?
- Hve stór hluti atvinnutekna í bænum verður til í ferðaþjónustu?

Rannsóknin var unnin sumarið 2008 hjá þekkingarsetri Þingeyinga og styrkt af Nýsköpunarsjóði námsmanna. Rannsóknin byggir á spurningakönnunum, sem lagðar voru fyrir ferðamenn á Húsavík og fyrirtæki í bænum sem selja vörur og þjónustu beint til ferðamanna, auk annarra fyrirliggjandi gagna. Í byrjun er kynnt það efni sem tengist rannsókninni, þar sem efnahagslegum áhrifum ferðaþjónustu eru gerð skil, staðháttum, atvinnuháttum og þróun ferðaþjónustu

á Húsavík, auk uppbyggingu hvalaskoðunar. Leitast er við að varpa ljósi á helstu áhrif sem ferðaþjónusta getur haft á efnahag samfélaga og uppbyggingu þeirra. Rannsóknir á efnahagslegum og samfélagslegum þáttum eru mikilvægir liðir í því að hægt sé að byggja upp ferðaþjónustu í sátt við samfélag viðkomandi áfangastaðar. Almennt er lítið vitað um efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Íslandi, einkum einstakra greina og svæða, en talsvert hefur skort gögn til slíkra athugana (Samtök ferðaþjónustunnar, 2008a). Þá er greint frá þeim aðferðum sem beitt var, fjallað um úrvinnslu og greiningu á niðurstöðum framsett ítarlega í máli og myndum. Að lokum er ályktað út frá niðurstöðum rannsóknarinnar.

## 2 Áhrif ferðapjónustu á efnahag og samfélag

### 2.1 Efnahagsleg áhrif ferðapjónustu

Ferðapjónusta er víðtæk atvinnugrein og hafa áhrif hennar einkum verið flokkuð í þrjá flokka, félags- og menningarleg áhrif, hagræn áhrif og áhrif á náttúrulegt umhverfi. Efnahagslegu áhrifin hafa verið hvað mest rannsökuð, en rannsóknir á efnahagslegu mikilvægi greinarinnar hafa fyrst og fremst verið bundnar við alþjóðlegar upplýsingar, sem og einstök ríki (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2005).

Á síðastliðnum árum og áratugum hafa efnahagslíf og samfélög verið að breytast í kjölfar breyttra atvinnuhátta. Samfélög sem byggðu á sjávarútvegi og landbúnaði hafa hnignað og margir þurft að leita að nýjum tækifærum til atvinnusköpunar (Axel Hall, Ásgeir Jónsson og Sveinn Agnarsson, 2002). Mörg samfélög hafa horft til ferðapjónustu sem leiðar til að styrkja efnahag sinn, þar sem greinin getur verið hvetjandi fyrir samfélög, stuðlað að efnahagslegum vexti, haft í för með sér jákvæða upplifun og stuðlað að varðveislu menningarlegrar-, sögulegrar og náttúrulegrar arfleifðar (Hall, 2008). Áhrif ferðapjónustu á efnahag svæða geta verið bæði jákvæð og neikvæð, sem byggist einkum á því hvert aðdráttar afl staðarins er, útgjöldum ferðamanna, stigi hagþróunar á viðkomandi áfangastað, stærð hagkerfis áfangastaðar, hringrás útgjalda ferðamanna og aðlögun að vandamálum tengdum árstíðum (Cooper, o.fl., 2005). Helstu jákvæðu áhrif eru þau að ferðamenn stuðla að atvinnusköpun og tekjum, greinin styður við verslun, skapar gjaldeyristekjur og hefur jákvæð áhrif á greiðslujöfnuð. Jafnframt má nefna að stofnkostnaður er oft minni við ferðapjónustu heldur en ýmsa iðnaðarframleiðslu og mörg störf í greininni krefjast lífillar sérmenntunar (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier & Van Es, 2001). Helstu neikvæðu áhrif eru þau að ferðapjónusta er árstíðarbundin starfsemi og þörf er fyrir innflutning. Önnur samfélagsleg áhrif eru þau að ferðamenn auka gjarnan álag á innviði samfélagsins, sem leitt getur til þess að lífsgæði heimamanna versna (Cooper, o.fl., 2005).

Með því að greina mögulegar afleiðingar ferðamennsku og þekkja efnahagslegt mikilvægi greinarinnar getur samfélagið betur tekið ákvarðanir varðandi þróun ferðamennsku, hvernig ferðamennsku það vill hafa á svæðinu, tegundir ferðamanna, og þannig komið í veg fyrir neikvæða þróun (Eagles &

McCool, 2002). Auk þess getur virðing greinarinnar aukist meðal annarra atvinnugreina, stjórnvalda og almennings (Stynes, á.á.).

## 2.2 Að leggja mat á efnahagsleg áhrif ferðapjónustu

Ýmsar aðferðir hafa verið notaðar til að meta efnahagsleg áhrif ferðapjónustu, allt frá hreinum ágiskunum til flókinnar stærðfræðilegra útreikninga. Aðferðir eru sagðar mjög breytilegar að gæðum og nákvæmni (Stynes, á.á.). Greinin er samsett úr mörgum atvinnugreinum, sem á beinan eða óbeinan hátt þjónusta ferðamenn, og hefur því reynt erfitt að skilgreina greinina sem heild. Ferðapjónusta skapar yfir 10% af vergri þjóðarframleiðslu í heiminum og er því talsvert ríkjandi afl, þegar efnahagsmál eru skoðuð. Ferðapjónusta, sem útflutningsgrein, hefur víða jákvæð áhrif á greiðslujöfnuð ríkja, en erfitt hefur reynt að meta nákvæmlega framlag greinarinnar til greiðslujafnaðar<sup>1</sup> þar sem stærðir greinarinnar eru lítið þekktar (Cooper o.fl., 2005). Samkvæmt Stynes (á.á.) er talið mikilvægt að kanna eftirfarandi þætti, þegar lagt er mat á efnahagsleg áhrif ferðapjónustu:

- Hver er fjöldi ferðamanna á viðkomandi svæði á ári?
- Hver eru útgjöld ferðamanna á viðkomandi svæði og í hvað eyða þeir peningum?
- Hve mörg fyrirtæki starfa í ferðapjónustu á viðkomandi svæði?
- Hve mörg bein störf eru í ferðapjónustu (í ólíkum atvinnugreinum ferðapjónustu) á viðkomandi svæði?
- Hve stór hluti atvinnutekna samfélags verða til í ferðapjónustu?
- Hvernig hagnast fyrirtæki og íbúar á eyðslu ferðamanna, afleidd áhrif?

Ferðapjónusta hefur vaxið hratt á Íslandi og hefur reynt erfitt að ná yfirsýn yfir umfang hennar, meta vægi einstakra atvinnugreina í ferðapjónustu og hverju hún raunverulega er að skila til þjóðarþúsins (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006). Mikil þörf er talin vera á því að bæta talnaefni, til að auka vitneskju um greinina, og að auka þannig möguleika til að sigrast á þeim þáttum sem betur mega fara við skipulag og stjórnun greinarinnar (Samtök ferðapjónustunnar, 2008a).

---

<sup>1</sup> Greiðslujöfnuður tekur tillit til alls þess sem fer út úr landinu (útflutningur) og þess sem kemur inn í landið (innflutningur).

## 2.2.1 Skilgreining á ferðapjónustu

Við gerð þjóðhagsreikninga hefur Hagstofa Íslands notast við skilgreiningar sem þjóðhagsstofnun setti fram fyrir um 10 árum við mat á hlutföllum ákveðinna atvinnugreina í ferðapjónustu. Skilgreiningin er talin gefa nokkuð góðan mælikvarða á umfangi ferðapjónustu (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006). Í töflu 1 má sjá hlutfall ferðapjónustu í hinum ýmsu atvinnugreinum, þar sem miðað er við að ákveðið hlutfall tekna í hverri atvinnugrein skapist vegna ferðapjónustu (Hagstofa Íslands, 2008d).

Tafla 1 Skilgreining Hagstofu Íslands á ferðapjónustu

Atvinnugrein	% Hlutfall ferðapjónustu
Hótel	90
Orlofshús, bændagisting, tjaldsvæði o.s.frv.	90
Veitingahúsarekstur	30
Krár, kaffihús, dansstaðir o.fl.	30
Akstur strætisvagna, áætlunarbíla, leigubíla	58
Aðrir farþegaflutningar á vegum	58
Samgöngur á sjó og vatnaleiðum	58
Flugsamgöngur	80
Ferðaskrifstofur og ýmis ferðapjónusta	100
Bílaleiga	58
Tómstunda-, menningar- og íþróttastarfsemi	12
Blönduð smásala	18
Gjafavörverslun/Sportvörverslun	18
Önnur smásala í sérvörverslunum	5

Heimild Hagstofa Íslands, 2008d

## 2.2.2 Hliðarreikningar þjóðhagsreikninga

Hagstofa Íslands, í samvinnu við Samgönguráðuneytið, gaf í fyrsta sinn út hliðarreikninga þjóðhagsreikninga fyrir ferðapjónustu (e. Tourism Satellite Accounts) þann 10. október 2008. Vonir eru bundnar við að með notkun slíkra hliðarreikninga megi betur leggja mat á greinina og stöðu hennar meðal annarra atvinnugreina. Aðferðin byggir á samanburðarhæfum upplýsingum um hagrænt gildi ferðapjónustu. Í hliðarreikningunum má sjá hvernig útgjöld ferðamanna dreifast um hagkerfið, þar sem hliðarreikningarnir mæla alla neyslu ferðamanna á innlendum vörum og þjónustu. Jafnframt verður hægt að leggja

betur mat á innlendan þátt ferðaþjónustunnar, sem talinn er hafa verið mjög vanmetinn. Slíkar mælingar hafa verið notaðar víða erlendis og eru þróaðar af Alþjóðaferðamálaráðinu (UNWTO) í samvinnu við Efnahags- og framfarastofnunina (OECD) og aðila í ferðaþjónustu. Aðferðin er viðurkennd af Evrópusambandinu og Sameinuðu þjóðunum (UN) (Samtök Ferðaþjónustunnar, 2008b).

### **2.2.3 Bein, óbein og afleidd áhrif**

Greiningar á efnahagslegum áhrifum ferðaþjónustu einblína yfirleitt á breytingar á sölu, tekjum og starfsmannafjölda svæða, sem hafa ávinning af ferðaþjónustu (Stynes, á.á.). Áhrif ferðaþjónustu á efnahag og samfélag eru ýmist bein, óbein eða afleidd áhrif. Þegar ferðamaður greiðir fyrir vörur og þjónustu eru það fyrstu áhrif sem eyðsla hefur á efnahag svæðis. Í liðum a, b, c og d eru nánar útskýrð þau áhrif sem útgjöld ferðamanna hafa á efnahag svæða.

#### **a. Bein áhrif (e. direct)**

Bein áhrif eru þau efnahagsáhrif sem verða til vegna atvinnustarfsemi sem er í beinum tengslum við ferðaþjónustu. Mestu beinu áhrifin eiga sér stað í frumgreinum ferðaþjónustu, þ.e. gistingu, veitingahúsum, flutningum, afþreyingu og endursölu. Gjarnan er talað um aðra þjónustu sem ferðamenn nýta sér beint á svæðinu, sem einhverskonar hliðarstarfsemi, það eru til dæmis bensínstöðvar, matvara, minjagripir og smávara (Stynes, á.á.).

#### **b. Óbein áhrif (e. indirect)**

Óbein áhrif er sú starfsemi sem skapast í öðrum atvinnugreinum að tilstuðlan ferðaþjónustu á ákveðnu svæði. Sem dæmi um þetta er þegar beinum tekjum vegna ferðamanna er eytt í heimabyggð til kaupa á aðföngum fyrir ferðaþjónustufyrirtæki. Við það skapast tekjur í fyrirtækjum, sem ekki heyra beint til ferðaþjónustu, og ákveðin efnahagshringrás skapast. Erfitt getur verið að draga fram á skýran hátt óbein áhrif og þann fjölda fyrirtækja sem standa á bak við óbein áhrif. Ein leið til þess er að nota gögn úr aðfanga- og afurðatöflu (Hagfræðistofnun Háskóla Íslands, 2004).

### **c. Afleidd áhrif (e. induced)**

Afleidd áhrif eru áhrif sem skapast vegna beinna og óbeinna áhrifa. Aukin eftirspurn og neysla einstaklinga á ákveðnu svæði kallar á aukna framleiðslu og fleiri störf. Með auknu vinnuafli skapast auknar tekjur fyrir heimilin, sem getur stuðlað að aukinni neyslu heimilanna og þannig myndast ákveðin hringrás fjármagns í hagkerfinu (Hagfræðistofnun Háskóla Íslands, 2004).

### **d. Margfeldisáhrif**

Margfeldisáhrif taka til óbeinna og afleiddra áhrifa ferðapjónustu, og myndast þegar tekjur af þjónustu ferðamanna eru notaðar á svæðinu, til að greiða fyrir aðföng, og fara í gegnum hagkerfi svæðisins. Áhrifin snúast um það hversu oft peningarnir velta í hagkerfinu og lýsa efnahagslegum tengslum milli atvinnugreina ákveðinna svæða. Áhrifin eru breytileg eftir svæðum og einnig milli atvinnugreina. Þau eru gjarnan hærrí á svæðum, þar sem þjónusta er fjölbreytt og ferðamenn geta eytt meiru. Þegar ferðapjónustufyrirtæki geta ekki verslað aðföng innan svæðisins, þarf að flytja inn aðföng og við það minnka margfeldisáhrif á heimasvæði.

Til að greina efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar á Húsavík væri heppilegast að geta borið saman annars vegar stöðuna eins og hún er á Húsavík í dag og hins vegar stöðuna sem væri ef hvalaskoðun hefði ekki komið til. Það liggur í hlutarins eðli að slíkur samanburður er erfiður og óvíst hversu nákvæm niðurstaða fengist. Í þessari rannsókn eru þær forsendur því gefnar að ef hvalaskoðun hefði ekki komið til á Húsavík hefði ekkert komið í staðinn, því látið nægja að kanna efnahagslegt vægi greinarinnar.<sup>2</sup>

Ferðapjónusta er víða árstíðabundin atvinnustarfsemi og getur það haft áhrif á hve mikil margfeldisáhrif skapast vegna greinarinnar á slíkum svæðum. Þau áhrif geta skapast að heimamenn geta ekki annað eftirspurn eftir vinnuafli á ferðamannatíma. Þar með skapast þörf fyrir innflutning á vinnuafli, sem getur haft í för með sér minni tekjur fyrir heimasvæði. Einnig getur búseta þeirra sem standa að ferðapjónustufyrirtækjum skipt miklu máli fyrir margfeldisáhrifin, þar sem talið er líklegra er að atvinnurekendur fjárfesti á sínum heimasvæðum (Cooper o.fl., 2005).

---

<sup>2</sup> Í erlendum könnunum sem höfundar hafa kynnt sér er þessi leið yfirlétt látin duga.

Lítið hefur verið gert af því að reikna út margfeldisáhrif ferðapjónustu á Íslandi og krefst slík vinna oft mikillar gagnasöfnunar. Talið er mikilvægt að leggja mat á margfeldisáhrif ferðapjónustu, svo mögulegt sé að meta framlag greinarinnar til atvinnulífsins. Við heildarmat á hagrænum áhrifum ferðapjónustu er talið mikilvægt að hafa í huga bein-, óbein- og afleidd áhrif auk neikvæðra hagrænna áhrif. Heildar efnahagsleg áhrif ferðapjónustu er summa beinna, óbeinna og afleiddra áhrifa svæðis (Cooper, o.fl., 2005).

### **2.3 Tekjur og þjónustustig**

Á landsbyggðinni skapast langstærstur hluti tekna vegna ferðapjónustu yfir 4-5 mánaða tímabil. Talið er að skýrt samband sé milli tekna af ferðamönnum og þjónustustigs áfangastaða, þar sem stærð þéttbýlisstaða er talin hafa áhrif hvað snertir vöruúrval og þjónustustig. Á stærri stöðum eru þar með meiri möguleikar fyrir ferðamenn til að eyða peningum, sem getur verið ákveðið aðdráttarafli fyrir ferðamenn og grundvöllur skapast til aukinnar þjónustu (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006).

Ýmsir þættir geta haft áhrif á möguleika áfangastaða til að þróa ferðapjónustu sem atvinnugrein, og ef áfangastaðir ætla að vera samkeppnishæfir er mikilvægt að þeir uppfylli ákveðin skilyrði. Í fyrsta lagi er talið að ferðapjónusta dafni best þar sem almennt efnahagslíf er fjölbreytt, fjölbreytni í vöruúrvali, aðstöðu og þjónustu. Í öðru lagi er mikilvægt að staðið sé að skipulagi og stjórnun viðkomandi svæðis í heild. Í þriðja lagi er staðsetning áfangastaðar talin mikilvæg forsenda fyrir velgengni í ferðapjónustu (Cooper o.fl., 2005).

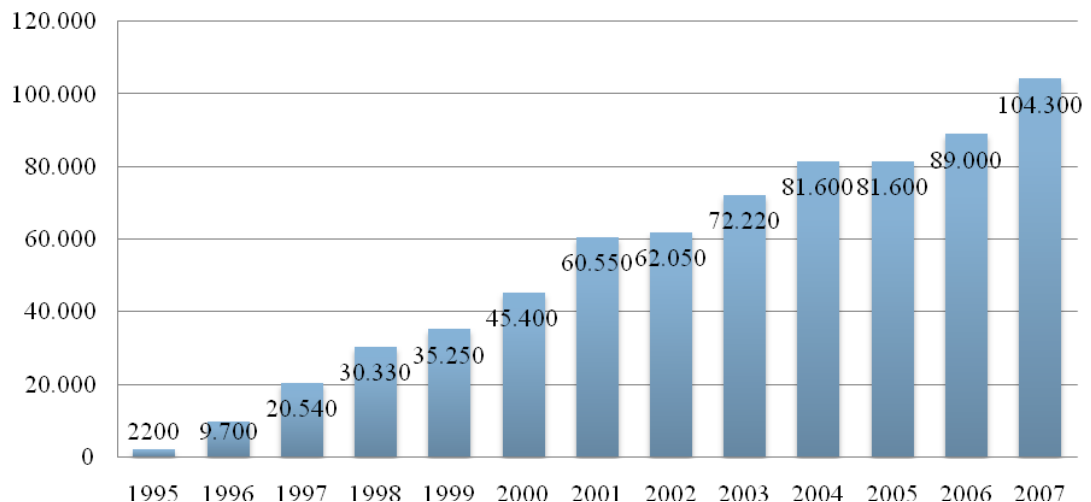


### 3 Hvalaskoðun við Ísland

#### 3.1 Þróun hvalaskoðunar við Ísland

Til að mæta kröfum um aukinn fjölda ferðamanna á landinu hefur þörfin fyrir fjölbreytta þjónustu aukist. Afþreying er ekki síst þáttur sem ferðamenn gera sífellt auknar kröfur um og hefur verið vaxandi þáttur í ferðaþjónustu á Íslandi. Hvalaskoðun er talin vera sú afþreying sem vaxið hefur hvað mest og örast, ef horft er til fjölda ferðamanna sem sækja í slíka afþreyingu (Geir Oddsson, 2003). Í rannsókn sem unnin var af Hjördísi Sigursteinsdóttur (2003) á hvalaskoðun, hvalveiðum og ferðamennsku kom fram að 28% ferðamanna, sem fara í hvalaskoðun við landið, segja að hvalaskoðun hafi haft áhrif á ákvörðunina að koma til Íslands. Einnig kom fram að í 63% tilvika hafa hvalaskoðunargestir ákveðið að fara í hvalaskoðun áður en þeir komu til landsins, en í 37% tilvika ákveðið það eftir að komið var til landsins.

Fjöldun gesta í hvalaskoðun hefur verið talsverð milli ára frá því hvalaskoðunarferðir hófust hér á landi árið 1995 eins og fram kemur á mynd 1 (Hvalasafnið á Húsavík, 2008a). Fyrsta árið fóru um 2.200 gestir í hvalaskoðun, en árið 2007 var fjöldi gesta orðinn í 104.300.



**Mynd 1 Fjöldi ferðamanna í hvalaskoðun við Ísland 1995-2007**

Hvalaskoðun er einn af lykilþáttum í ferðaþjónustu á Norðurlandi eins og fram kemur í könnun sem Rögnvaldur Guðmundsson (2006) gerði um ímynd Norðurlands og Eyjafjarðar árið 2006. Þar kemur fram að flestir þátttakendur,

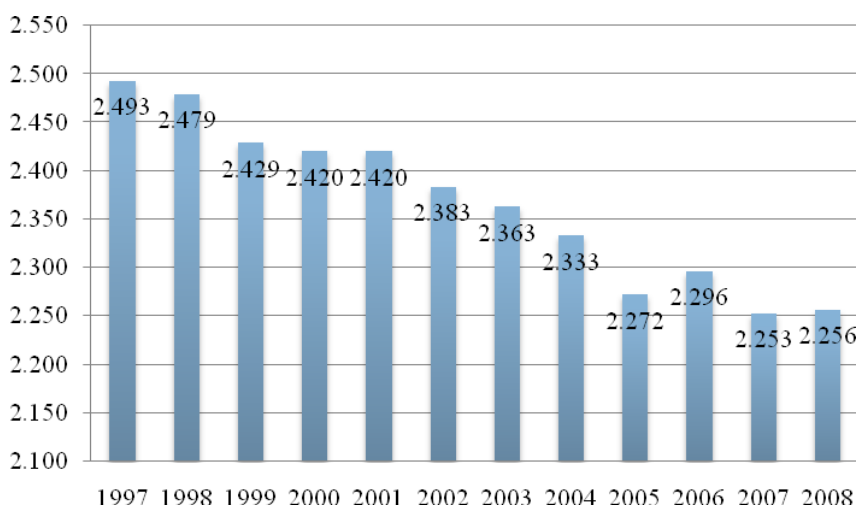
eða 26%, segja hvali vera þeim efst í huga varðandi Norðurland, 21% þátttakenda nefndu Mývatn, 17% náttúruna og 10% Akureyri. Menn telja að uppbygging hvalaskoðunar og hvalamiðstöðvar á Húsavík hafi verið markviss og fagleg í gegnum árin og þannig hafi skapast sterk ímynd og aðdráttarafl, sem skilar sér í komu ferðamanna til Húsavíkur. Hvalaskoðun er jafnframt í öðru sæti yfir þá þætti sem ferðamenn telja vera það besta við landshlutann (15%), en langflestir nefna náttúruna í því samhengi (43%).

Rannsóknir hafa sýnt að hvalaskoðun í heiminum stuðlar víða að verðmæti fyrir samfélög með sköpun nýrra starfa og viðskipta. Greinin er jafnframt talin hjálpa til við að ýta undir varðveislu og rannsóknir á ýmsum þáttum tengdum sjávar- og strandmenningu. Þekkt er að hvalaskoðun hafi hreinlega umbreytt samfélögum og eru dæmi þess frá bænum Kaikoura á Nýja Sjálandi, en þar er talið að 70% allra í samfélaginu komi á einhvern hátt að ferðaþjónustu tengdri sjávar- og strandmenningu (Curtin, 2003).

## 4 Ferðapjónusta á Húsavík

### 4.1 Staðhættir og atvinnulíf

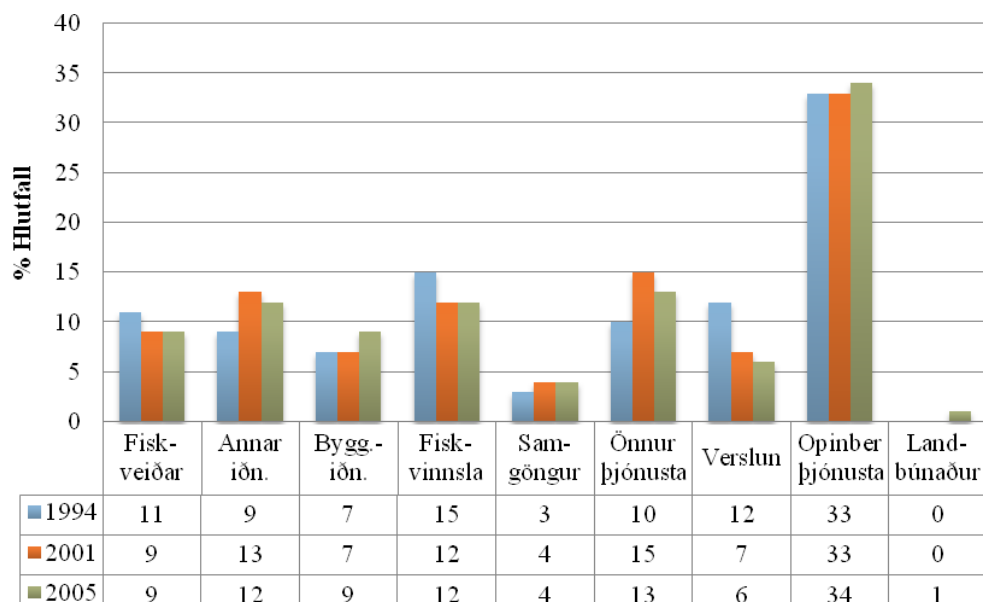
Húsavík er stærsti þéttbýliskjarninn í Þingeyjarsýslu með 2.256 (Hagstofa Íslands, 2008e) íbúa og er miðstöð stjórnarsýslu, þjónustu og verslunar á svæðinu. Árið 2002 sameinaðist Húsavíkurkaupstaður Reykjahreppi og varð til Húsavíkurbæjar. Bæjarmörk Húsavíkurbæjar lágu frá Reyðará á Tjörnesi, við austanverðan Skjálfandaflóa og suður í Reykjahverfi að mörkum Aðaldælahrepps (Sæmundur Rögnvaldsson, 2003). Árið 2006 varð til sveitarfélagið Norðurþing við sameiningu sveitarfélaganna Húsavíkurbær, Kelduneshreppur, Raufarhafnarhreppur og Öxarfjarðarhreppur og eru íbúar þess sameinaða sveitarfélags 2.973. Á mynd 2 má sjá að íbúum á Húsavík hefur farið talsvert fækkandi síðastliðinn áratug, árið 1997 voru íbúar í bænum 2.493, en eru í dag 2.256. Íbúum hefur því fækkað um 237 á einum áratug (Hagstofa Íslands, 2008e,f; Norðurþing, 2006).



**Mynd 2 Íbúaþróun á Húsavík 1997-2008**

Í gegnum tíðina hafa megin atvinnuvegir á Húsavík verið tengdir sjósókn, úrvinnslu landbúnaðarafurða, verslun og viðskiptum. Á síðari árum hefur störfum í tengslum við sjósókn fækkað og þjónustustörfum fjölgað talsvert. Á Húsavík má finna almenna þjónustu eins og apótek, heilsugæslu, sjúkrahús, banka, pósthús, bílaleigur, bílþjónustu, samgöngur (áætlanafærðir, hópferðir), verslanir og ýmsa aðra þjónustu. Mynd 3 sýnir þróun atvinnuhátta eftir einstökum atvinnugreinum á tímabilinu 1994-2005. Árið 1994 voru 1.167 starfsmenn á atvinnumarkaði á

Húsavík, 1.222 starfsmenn árið 2000, en þá var fjöldi starfa á ársgrundvelli 1.003 störf og árið 2005 voru 1.251 starfsmenn á vinnumarkaði og fjöldi starfa á ársgrundvelli 1.076.<sup>3</sup> Ríflega þriðjungur allra starfa á Húsavík á tímabilinu 1994-2005 var í opinberri þjónustu. Ekki hafa miklar breytingar átt sér stað hvað varðar fjölda starfa ákveðinna atvinnugreina á árunum 1994-2005. Verslunarstörfum hefur fækkað milli ára, einkum á árunum 1994-2001, störfum við fiskveiðar og fiskvinnslu hefur fækkað lítillega, lítil breyting hefur verið á störfum í iðnaði, störfum í annarri þjónustu fjölgaði talsvert milli árunna 1994-2001 en fækkaði svo lítillega aftur (Húsavíkurkaupstaður, 1994, 2001 og 2005).<sup>4</sup>



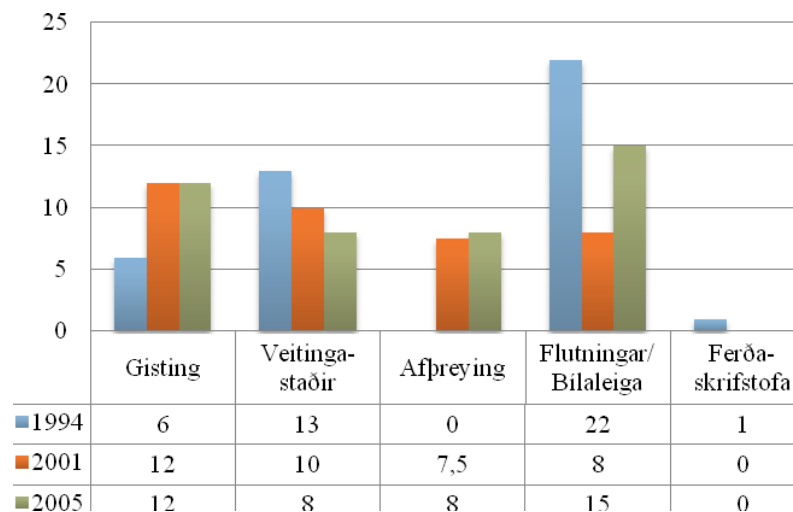
### Mynd 3 Þróun atvinnuhátta á Húsavík 1994, 2002 og 2005

Ferðaþjónusta fellur undir flokkinn önnur þjónusta í könnunum Húsavíkurkaupstaðar, og ef skoðaður er nánar fjöldi stöðugilda í ferðaþjónustu á ári (mynd 4) og fjöldi fyrirtækja sem starfa við ferðaþjónustu (tafla 2) á árunum 1994, 2001, 2005 kemur fram að lítil breyting er á stöðugildum í þessum ákveðnu flokkum ferðaþjónustu. Talsverð aukning er á stöðugildum frá 1994-2005 í flokknum afþreying, þar sem stöðugildi fara úr núll í átta. Ekkert fyrirtæki starfaði við afþreyingu árið 1994, þrjú voru starfrækt árið 2001 og fjögur árið 2005. Nokkur

<sup>3</sup> Ekki liggja fyrir upplýsingar um fjölda starfa árið 1994

<sup>4</sup> Í könnunum Húsavíkurkaupstaðar (1994, 2001 og 2005) er mögulegt að misræmi gæti í gögnum, að einhverju leyti, þar sem í sumum tilvikum var erfitt að nálgast tæmandi upplýsingar.

vöxtur hefur einnig verið í stöðugildum í gistingu á árunum 1994-2005 og fjölgað stöðugildum um sex. Fjöldi fyrirtækja með gistingu var stöðugur á þessu tímabili og voru þrjú til fjórir gististaðir starfræktir. Stöðugildum á veitingahúsum fór fækkandi á árunum 1994-2005 og voru þau á bilinu átta til þrettán, miðað við einn til þrjú starfrækta veitingastaði í bænum. Talsverður breytileiki hefur verið á stöðugildum við samgöngur og bílaleigu, en þess ber að geta að hér gættir talsverðrar ónákvæmni í gögnum og ekki hægt að skoða með ferðapjónustu einungis í huga, þar sem fyrirtæki í slíkum rekstri á Húsavík hafa verið með fjölbreytta þjónustu í boði og ferðapjónusta aðeins brot af henni.



**Mynd 4 Samanburður á fjölda stöðugilda í ferðapjónustu 1994, 2001 og 2005**

Samkvæmt atvinnumálakönnunum Húavíkurkaupstaðar, var lítil sem engin breyting á fjölda fyrirtækja í atvinnurekstri í ferðapjónustu, á árunum 1994, 2001 og 2005 eins og sjá má á töflu 2.

**Tafla 2 Fjöldi fyrirtækja í ferðapjónustu 1994, 2001 og 2005**

Flokkar	1994	2000	2005
Gisting	4	3	3
Veitingastaðir	3	2	1
Afþreying	0	3	4
Flutningar/Bílaleiga	2	3	2
Ferðaskrifstofa	1	0	0
<b>Alls</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>10</b>

Samkvæmt könnunum Húsavíkurkaupstaðar (1994, 2001 og 2005) voru árið 1994, 42 bein störf í ferðaþjónustu (mynd 4) sem var 3,6% (1.167 störf) stöðugilda á vinnumarkaði það ár. Árið 2001 voru 37,5 bein störf í ferðaþjónustu sem var 3,7% (1003,4 störf) stöðugilda á vinnumarkaði. Árið 2005 voru 43 bein störf í ferðaþjónustu sem var 4% (1.071 starf) stöðugilda á vinnumarkaði.

Þess má geta að á Húsavík hefur verið komið á fót Fræðasetri Háskóla Íslands, sem sérhæfir sig í sjávarspendýrafæðum. Það er án efa kærkomin viðbót fyrir atvinnulíf staðarins og tengist beint hvalaskoðun, sem er öflug atvinnugrein í ferðaþjónustu í bænum.

#### **4.2 Þróun ferðaþjónustu á Húsavík**

Húsavík er meðal þeirra þriggja vinsælustu staða sem hvað flestir ferðamenn koma á, sem leggja leið sína í Þingeyjarsýslu. Árið 2007 komu flestir ferðamenn í Mývatnssveit (67%), síðan til Húsavíkur (56%) og svo að Dettifossi (43%) (Rögnvaldur Guðmundsson, 2008). Þingeyjarsýsla nær frá Eyjafirði í vestri til Langaness í austri og einkennist af fjölbreytilegri og áhugaverðri náttúru, þar sem ferðamenn geta upplifað flest það sem íslensk náttúra býr yfir, eldstöðvar, jarðhitasvæði, hraun, fossa og margt fleira (Norðausturland, 2008). Samkvæmt könnun Rögnvaldar Guðmundssonar (2008) um ferðamenn í Þingeyjarsýslum er áætlað að um 150 þúsund ferðamenn hafi komið til Húsavíkur árið 2007, þar af 96 þúsund erlendir gestir, 83 þúsund að sumarlagi og 13 þúsund utan sumartíma (hér eru ferðamenn með skemmtiferðaskipum ekki meðtaldir) sem er 56% ferðamanna (270 þúsund) sem komu í Þingeyjarsýslur sama ár.

Ferðaþjónusta byrjaði að vaxa sem atvinnugrein á Húsavík á síðustu áratugum 20. aldar. Á fyrri hluta 9. áratug 20. aldar var Ferðamálafélag Húsavíkur stofnað og var því ætlað að efla móttöku ferðamanna í bænum og hvetja til aukinnar þjónustu við ferðamenn. Einnig var starfrækt ferðaskrifstofa í bænum á þessum tíma, jeppaferðir voru farnar í Kverkfjöll á vegum Björns Sigurðssonar frá 1986 og Hótel Húsavík hafði starfað síðan 1973. Ferðaskrifstofa var starfrækt í bænum til 1998 og var að hluta upplýsingamiðstöð. Hvalaskoðun hófst frá Húsavík 1995 og frá þeim tíma hafa þrjú fyrirtæki starfað við slíka þjónustu (Sæmundur Rögnvaldsson, 2003). Árið 2002 var Markaðsráð Húsavíkur og nágrennis stofnað að frumkvæði Ferðamálafélags Húsavíkur og það hefur

komið að markaðssetningu Húsavíkur og nágrennis og haft umsjón með tjaldsvæði og upplýsingamiðstöð. Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga hefur jafnframt komið að fjölda verkefna á sviði ferðamála í bænum og sýslunni (Sæmundur Rögnvaldsson, 2003).

Ferðapjónusta er mjög sýnilegur þáttur í atvinnulífi Húsavíkur. Á síðastliðnum tíu árum hafa miðbærinn á Húsavík og hafnarsvæðið breyst á margan hátt. Húsnæði hefur verið endurgert, ýmis aðstaða verið byggð fyrir ferðapjónustu, og bærinn fengið talsverða upplyftingu. Hvalaskoðun hefur verið eitt helsta aðdráttarafli ferðamanna sem sækja til Húsavíkur á síðastliðnum áratug. Fjöldi hvalaskoðunarbáta standa við höfnina, söluskálar hvalaskoðunarfyritækjanna standa við aðalgötuna í miðbænum, auk veitingahúsa, upplýsingamiðstöðvar, minjagripaverslana, safna og annarra þjónustufyritækja. Hestaferðir eru í boði í nágrenni bæjarins og fjölbreytt gistipjónusta er í bænum. Þrjú ólík og skemmtileg söfn eru á Húsavík, Hvalasafnið, Hið íslenska reðasafn og Safnahúsið á Húsavík, sem er menningarmiðstöð Þingeyinga, og má þar líta Byggðasafn Suður-Þingeyinga, sjóminjasafn, náttúrugripasafn, héraðsskjalasafn, ljósmyndasafn og myndlistarsafn. Húsavíkurkirkja var vígð árið 1907 og er mikil þýði í miðbæ Húsavíkur. Botnsvatn er í landi Húsavíkur og er mikið útivistarsvæði, fallegur skrudgarður liggur meðfram Búðará, sem rennur úr Botnsvatni. Ágætt tjaldsvæði, góð sundlaug og golfvöllur eru einnig vinsælir staðir ferðamanna og umhverfis bæinn liggja margar gönguleiðir auk akvegjar á topp Húsavíkurfjalls, og þar er að finna hringsjá. Bærinn nýtur einnig góðs af því að vera miðsvæðis í Þingeyjarsýslu og í nálægð við miklar náttúruperlur (Norðurþing, 2006). Óhætt er að segja að miðbær Húsavíkur iði af lífi yfir sumarfímenn og má ætla að ferðapjónusta hafi mikið með það að segja, þar sem ferðamenn eru oft stór hluti þeirra sem eru á ferð um bæinn á þessum tíma.<sup>5</sup>

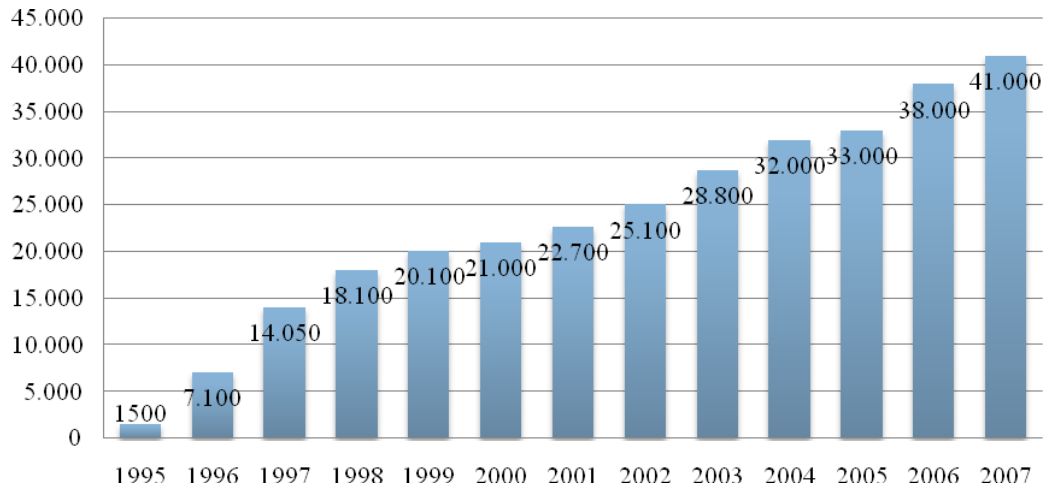
### **4.3 Hvalaskoðun frá Húsavík**

Ferðapjónusta hefur vaxið mikið að umfangi á Húsavík á rúmum áratug og bærinn skapað sér sterka ímynd, utan- og innanlands, sem einn af helstu áfangastöðum ferðamanna sem sækja í hvalaskoðun á Íslandi. Hvalaskoðun hófst frá Húsavík árið 1995 og fóru um 1.500 farþegar fyrsta sumarið í

---

<sup>5</sup> Mat er byggt á þekkingu skýrsluhöfunda sem eru Húsavíkingar.

hvalaskoðun og um 7.100 farþegar ári seinna. Fjöldi ferðamanna í hvalaskoðun hefur vaxið mikið ár frá ári eins og mynd 5 gefur til kynna og fóru um 41 þúsund ferðamenn í hvalaskoðun frá Húsavík árið 2007, sem er um 40% allra þeirra ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun við Ísland sama ár (Hvalasafnið á Húsavík, 2008b). Um 9% allra ferðamanna sem komu til landsins sumarið 2007 fóru í hvalaskoðun frá Húsavík.



**Mynd 5 Ferðamenn í hvalaskoðun frá Húsavík 1995-2007**

Samkvæmt upplýsingum frá hvalaskoðunarfyrirtækjum á Húsavík var meðalverð á farmiða árið 2007 um 3.150 krónur og má því áætla að tekjur vegna sölu farmiða hafi verið um 129 milljónir króna sé miðað við 41 þúsund gesti í hvalaskoðun.

#### **4.3.1 Fyrirtæki í hvalaskoðun**

Að jafnaði hafa tvö hvalaskoðunarfyrirtæki verið starfrækt á Húsavík samtímis og eru það fyrirtækin Norðursigling (North-Sailing) og Hvalaferðir (Gentle Giants), sem hafa starfað hve lengst við þessa grein í bænum. Fyrirtæki á vegum Amars Sigurðssonar starfaði á árunum 1994-1995 við sjóstangveiði, hvala- og sjófuglaskoðun. Jafnframt var það fyrirtæki með veitingasölu um borð í gamla varðskipinu Þór árið 1999, og bauð upp á ferðir út í Flatey um tíma (Sæmundur Rögnvaldsson, 2003).



### **a. Norður-Sigling**

Fyrirtækið Norður-Sigling hóf hvalaskoðun frá Húsavík árið 1995 og var grunnhugmynd fyrirtækisins að halda í horfi ákveðinni verkþekkingu á smíðum og viðhaldi hefðbundinna fiskibáta úr tré. Við endurbætur á bát sem fyrirtækið keypti var ákveðið að reyna fyrir sér í hvala- og náttúruskoðun á Skjálfanda og var báturinn gerður upp til farþegaflutninga (Sæmundur Rögnvaldsson, 2003). Fyrstu 2 árin sigldi fyrirtækið með farþega á einum bát en fjöldi farþega óx mikið fyrstu árin og varð því strax þörf fyrir fleiri báta. Fyrirtækið hefur verið fjölskyldufyrirtæki frá upphafi og stækkað ört. Eitt helsta einkenni og markmið fyrirtækisins hefur verið að gera upp gamla eikarbáta og nota þá til hvalaskoðunar. Bátar fyrirtækisins eru fjórir, taka um 230 farþega, og heita Knörrinn, Haukur, Náttfari og Bjössi Sör. Norður-Sigling hefur einnig boðið upp á ferðir til Flateyjar og Grímseyjar, fuglaskoðun í Lundey og fleira, samhliða hvalaskoðun (Norður-Sigling, á.á.).

Norður-Sigling byggði upp aðstöðu fyrir fyrirtæki sitt á hafnarstéttinni á árunum 1997-1998. Húsnæðið var nefnt Gamli Baukur eftir húsnæði sem áður hafði staðið á hafnarstéttinni. Veitingastaður hefur verið rekinn í húsinu frá 1998 auk aðstöðu fyrir miðasölu og snyrtingar fyrir farþega. Hluti af húsinu fékk nafnið Skipasmíðamiðstöðin og hefur verið notað undir tónleikahald, fundi og ýmsar uppákomur. Húsið og innviðir þess mynda tengsl við sögu sjósóknar og fiskveiða á landinu og eru skreytt ýmsum munum því tengdu. Fyrirtækið hefur einnig verið með söluskála við aðalgötu bæjarins fyrir ofan höfnina til fjölda ára. Fyrirtækið byggði við aðstöðu sína árið 2007, skrifstofur og salernisaðstöðu fyrir ferðamenn og kallast það húsnæði Svartibakki.

### **b. Hvalaferðir**

Árið 2001 var fyrirtækið Hvalaferðir ehf. stofnað af ellefu einstaklingum frá Húsavík og breyttu þeir gömlum eikarbát í hvalaskoðunarskip. Eigendaskipti hafa orðið á fyrirtækinu og nýtt enskt heiti tekið upp sem aðalheiti fyrirtækisins, þ.e. Gentle Giants. Fyrirtækið hefur fjölgað bátum sínum í gegnum árin í kjölfar aukinnar eftirspurnar og er nú með þrjá báta í farþegaflutningum um Skjálfandaflóa, eikarbátana Sylvíu og Fald, og bátinn Aþenu. Samtals taka bátarnir um 130 farþega og býður fyrirtækið upp á fjölbreytta þjónustu. Auk hvalaskoðunar er boðið upp á sjóstangveiði, ferðir í Flatey, fuglaskoðun, auk

samsettra ferða í samstarfi við önnur afþreyingarfyrtæki (Visit the giants of Húsavík, 2008). Fyrirtækið reisti söluskála fyrir ofan hafnarsvæðið, við aðalgötu bæjarins, fyrir nokkrum árum, og hefur aðstöðu á miðju hafnarsvæðinu.

### **c. Hvalasafnið á Húsavík**

Hvalasafnið á Húsavík var stofnað árið 1997 sem fræðslu- og upplýsingamiðstöð um hvali og hvalaskoðun. Safnið fékk góðar viðtökur og var aðsókn góð fyrstu árin, sem leiddi til þess að safnið var opnað í nýju húsnæði árið 2002. Á síðastliðnum árum hafa gestir í safninu verið í kringum 20 þúsund á ári og fjölbreytt starfsemi er til staðar í safninu allan ársins hring (Hvalasafnið á Húsavík, 2008c).

## 5 Aðferðir og úrvinnsla gagna

### 5.1 Markmið og framkvæmd rannsókna

Vinna við rannsóknina hófst í júní 2008. Meginmarkmið rannsókna var að leggja mat á efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík með áherslu á mikilvægi hvalaskoðunar fyrir bæinn. Fyrsta skref við mótun rannsókna var að kanna hvaða aðferðir hafa verið notaðar almennt við að leggja mat á slíka þætti, en efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu hafa lítið verið rannsökuð á Íslandi, eins og fram kemur í kafla 2.2. Við mótun aðferða var einkum haft til hliðsjónar aðferðafræði rannsókna á efnahagslegum áhrifum ferðaþjónustu á Nýja Sjálandi (Butcher, Fairweather & Simmons, 2003; Curtin, 2003). Ferðaþjónusta og stærð þeirra samfélaga sem horft er til í rannsóknum frá Nýja Sjálandi<sup>6</sup> svipar á margan hátt til ferðaþjónustu á Húsavík. Einnig er stuðst við hugmyndir Stynes (á.á.), um mikilvæga þætti við mat á efnahagslegum áhrifum, auk skýrslu Ásgeirs Jónssonar o.fl., (2006) um hagræn áhrif ferðaþjónustu á Íslandi.

Rannsóknin byggir á tveimur spurningakönnunum.<sup>7</sup> Lögð var könnun fyrir ferðamenn á Húsavík, þar sem útgjöld þeirra voru könnuð, auk þátttöku í hvalaskoðun. Einnig var lögð könnun fyrir yfirmenn fyrirtækja á Húsavík, sem selja vörur og þjónustu beint til ferðamanna. Kannanirnar eru að mestu leyti byggðar á lokuðum spurningum (e. structured questions) en einnig eru notuð ýmis fyrirbyggjandi gögn til að átta sig betur á þáttum eins og þróun atvinnuhátta, fjölda ferðamanna, íbúáþróun og fleiru. Upplýsinga var meðal annars leitað hjá Hvalasafninu á Húsavík, Atvinnuþróunarfélagi Þingeyinga, Hagstofu Íslands auk notkunar annarra heimilda. Lögð var áhersla á að kannanirnar yrðu stuttar og hnitmiðaðar og gæfu upplýsingar um helstu þætti til að leggja mat á efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu.

### 5.2 Könnun - ferðamenn

Til að kanna útgjöld ferðamanna á Húsavík og mikilvægi hvalaskoðunar fyrir atvinnulíf í bænum, var talið ákjósanlegast að leggja spurningakönnun fyrir ferðamenn. Tilgangurinn með könnuninni var að draga fram meðalútgjöld ferðamanna á dag (24 klst.), og að ná fram hvernig útgjöld þeirra skiptast milli

<sup>6</sup> Hvalaskoðun ásamt annari sjávartengdri afþreyingu hefur dregið að fjölda ferðamanna til bæjanna Akaroa og Kaikoura á Nýja Sjálandi en þar er íbúafjöldi á bilinu 500-2300 manns.

<sup>7</sup> Notaðar voru meginlegar rannsóknaraðferðir (e. quantitative research method). Með meginlegum aðferðum er mögulegt að rannsaka stóra hópa á stuttum tíma og draga fram viðhorf við stöðluðum spurningum (Burns & Bush, 2006).

atvinnugreina í ferðapjónustu. Útgjöld ferðamanna voru síðan greind með tölfræðilegum aðferðum eftir ákveðnum flokkum og hópum.

Könnunin var lögð fyrir á tveggja vikna tímabili í byrjun ágústmánaðar 2008. Gagnasöfnun fór að mestu fram í miðbæ Húsavíkur, einkum við aðalgötu bæjarins og við Hafnarbakkann, þar sem ferðamenn fara helst um. Könnunin var lögð fyrir ferðamenn af spyrli, en einnig lá hún frammi í upplýsingamiðstöð bæjarins, og seinni vikuna á Hvalasafninu á Húsavík. Alls fengust 520 svör og komu flest svör í gegnum spyril, eða 299 svör (57,5%), síðan í gegnum Hvalasafnið, eða 207 svör (40%), og 14 svör (2,5%) fengust hjá upplýsingamiðstöð. Góð viðbrögð voru meðal ferðamanna við beiðni um þátttöku og var könnunin á fjórum tungumálum, íslensku, ensku, þýsku og frönsku. Talið var ákjósanlegt að leggja könnunina fyrir „alla“ ferðamenn í miðbæ Húsavíkur, en ekki ákveðin hóp, því þannig mætti betur draga fram áhrif hvalaskoðunar fyrir ferðapjónustu í bænum og koma í veg fyrir að skekkja yrði við val á þátttakendum (e. selection bias). Þó ber að nefna, og lesenda að hafa í huga, að mögulegt er að ákveðin þjögung hafi orðið þar sem hluti svara kom í gegnum Hvalasafnið, og auk þess var áberandi hvað lítil hluti svarenda voru Íslendingar.<sup>8</sup> Ef horft er til skiptingar ferðamanna eftir þjóðernum (mynd 6), er úrtakið í ágætu samræmi við könnun Rögnvaldar Guðmundssonar (2008), sem sýnir að S-Evrópubúar, Mið-Evrópubúar og ferðamenn frá Benelux löndunum eru stærsti hluti ferðamanna í Þingeyjarsýslu.

Könnunin samanstendur af 12 spurningum, þar sem í fyrsta lagi eru almennar spurningar um kyn og þjóðerni. Í öðru lagi er spurt um ferðahagi fólks til bæjarins, dvalartíma, hvort gist sé í bænum og þá hvernig gisting er notuð. Í þriðja lagi er spurt um það hvort viðkomandi hafi farið í hvalaskoðun á Húsavík, og ef svo er, hvaða áhrif hvalaskoðun hafði á ákvörðun fólks að koma til Húsavíkur. Í fjórða lagi er spurt um útgjöld fólks í bænum, fólk beiðir að tilgreina útgjöld eftir ákveðnum flokkum og fjölda einstaklinga á bak við útgjöld. Svarmöguleikar eru að mestu staðlaðir, og að litlum hluta byggðir á Likert kvarða (e. Likert scale), fimm skala kvarða þar sem jafnt bil er milli allra valkosta á kvarðanum. Gerð var forkönnun (e. pilot study) á spurningalistanum og hann lagfærður í ljósi athugasemda sem fram komu.

---

<sup>8</sup> Samkvæmt könnun Rögnvaldar Guðmundssonar voru Íslendingar 37% allra ferðamanna í Þingeyjarsýslum árið 2007.

### 5.3 Könnun – fyrirtæki

Upplýsingar fengust um þjónustuaðila á Húsavík í gegnum vef ferðapjónustuaðila á Norðausturlandi (2008). Um 43 þjónustuaðilar selja vörur og þjónustu beint til ferðamanna í bænum og voru þeir flokkaðir eftir skilgreiningu Hagstofu Íslands, það er eftir hlutfalli atvinnugreina í ferðapjónustu (sjá viðauka 1). Lögð var áhersla á að fá sem flesta þjónustuaðila á Húsavík, sem selja vörur og þjónustu á beinan hátt til ferðamanna, til þess að svara könnuninni. Farin var sú leið að heimsækja fyrirtæki og leggja könnunina fyrir yfirmenn. Könnunin var lögð fyrir í lok ágústmánaðar 2008 og í flestum tilvikum var könnunin skilin eftir hjá fyrirtækjum og sótt nokkrum dögum síðar. Ekki náðist í alla yfirmenn fyrirtækja í bænum, 29 þjónustuaðilar svöruðu könnuninni sem er 67% svarhlutfall, miðað við heildarfjölda þjónustufyrirtækja. Þess ber að geta að talsverður munur var á svarhlutfalli eftir flokkum atvinnugreina, samanber flokkun eftir skilgreiningu Hagstofu Íslands (2008c) á hlutfalli ferðapjónustu í atvinnugreinum. Í töflu 3 má sjá að mest svarhlutfall, eða 83%, var meðal fyrirtækja sem metin eru vera meira en 30% ferðapjónusta. Svarhlutfall lækkaði eftir því sem hlutfall ferðapjónustu í atvinnugreinum er minna.

Tafla 3 Þátttaka fyrirtækja á Húsavík í könnun

Flokkur	% Hlutfall ferðapjónustu	Þátttaka fyrirtækja	% Hlutfall þátttakenda
Gisting	90%	6 af 8	75%
Veitingar	30%	1 af 2	50%
Afþreying/Skemmtun	100%	6 af 6	100%
Flutningar/bílaleiga	58%	2 af 2	100%
Menning/Sport	12%	2 af 3	67%
Blönduð smásala	18%	5 af 9	56%
Önnur smásala	5%	7 af 13	54%
<b>Alls</b>		<b>29 af 43</b>	

Lágt svarhlutfall ákveðinna þjónustuflokka skýrist einkum af því, að yfirmenn sumra fyrirtækja töldu sig ekki geta metið hlut ferðapjónustu á marktækan hátt, og tóku þar með ekki þátt í könnuninni.

Könnunin samanstendur af 12 spurningum, þar sem í fyrsta lagi er spurt um tegund fyrirtækis og aldur. Í öðru lagi er spurt um heildarveltu fyrirtækis árið 2007 og hve stórt hlutfall veltu megi rekja til sölu til ferðamanna. Við útreikning á tekjum fyrirtækja vegna ferðapjónustu, er stuðst við mat yfirmanna fyrirtækja, á

hlutfalli fyrirtækisins í ferðapjónustu (sjá viðauki 1). Í þriðja lagi er spurt um starfsmannafjölda og lengd ferðamannatíma. Í fjórða lagi er spurt um skiptingu kostnaðar og hve stór hluti kostnaðar fellur til á Húsavík.

#### 5.4 Úrvinnsla og mat á aðferðum

Við úrvinnslu spurningakönnunar, sem lögð var fyrir ferðamenn, eru niðurstöður einkum greindar eftir því hvort ferðamenn eru dagsgestir eða næturgestir, hvort farið var í hvalaskoðun eða ekki, og hvert þjóðerni gesta er. Þjóðerni gesta er flokkað í átta hópa eftir markaðssvæðum (tafla 4).

**Tafla 4 Skilgreining á markaðssvæðum**

Markaðssvæði	Lönd
<b>Mið-Evrópa</b>	Þýskaland, Austurríki, Sviss, Pólland og Tékkland
<b>Suður-Evrópa</b>	Frakkland, Ítalía, Spánn, Portúgal og eyjar í Miðjarðarhafi
<b>Norðurlönd</b>	Danmörk, Noregur, Svíþjóð og Finnland
<b>Bretlandseyjar</b>	England, Skotland, Wales og N-Írland
<b>Benelux löndin</b>	Holland, Belgía og Lúxemborg
<b>Norður-Ameríka</b>	Bandaríkin, Kanada og Mexíkó
<b>Önnur svæði</b>	A-Evrópa, Afríka, Asía, Ástralía og S-Ameríka
<b>Ísland</b>	

Heimild Rögnvaldur Guðmundsson, 2006

Að lokinni gagnasöfnun voru gögnin færð inn í tölfræðiforritið SPSS og þau greind og unnin með hjálp þess. Við tölfræðilega útreikninga voru meðaltöl skoðuð, og skoðað var hvort marktækur munur væri milli ákveðinna hópa, með því að nota óháð t-próf (e. independent sample t-test). Lagt var mat á útgjöld ferðamanna miðað við gengi evrunnar þann 21. júlí 2008 og heildarútgjöld metin miðað við fjölda ferðamanna á Húsavík árið 2007.<sup>9</sup>

Við úrvinnslu á könnuninni sem lögð var fyrir fyrirtæki, voru einkum notaðir hlutfallsútreikningar, til að bera saman þjónustufyrirtæki eftir atvinnugreinaflokkum. Nokkuð bar á því að svarendur túlkuðu spurningar varðandi fjölda stöðugilda (spurningar 5-8, sjá viðauka 3) í ferðapjónustu á Húsavík á ólíka vegu, það gerir það að verkum að mat á störfum í ferðapjónustu fyrir árið 2007, er að einhverju leiti skekkt. Ekki var nægilega góð svörun varðandi kostnaðarþætti, samanber spurningu 11 (sjá viðauka 3), í könnun sem lögð var

<sup>9</sup> Ekki liggja fyrir tölur um fjölda ferðamanna á Húsavík árið 2008, því var gert ráð fyrir, að fjöldi ferðamanna væri sá sami árin 2007 og 2008.

fyrir fyrirtæki, og var því ekki grundvöllur til útreikninga margfeldisáhrifa eins og lagt var upp með. Höfundar telja þó að með þessari rannsókn sé kominn góður grunnur fyrir slíka útreikninga.<sup>10</sup>

Þær aðferðir sem notaðar voru við að leggja mat á útgjöld ferðamanna, tekjur og störf í ferðaþjónustu á Húsavík, reyndust á margan hátt vel við að svara markmiðum rannsóknarinnar. Meðal annars er mögulegt er að bera saman niðurstöður á útgjöldum ferðamanna, við niðurstöður Ferðamálastofu (2008b) um útgjöld ferðamanna á dag. Mögulegt er að nokkur ónákvæmni sé í samanburði á fjölda stöðugilda í ferðaþjónustu milli árunna 1994 - 2005 og 2007. Þar sem kannanir Húsavíkurkaupstaðar (1994, 2001 og 2005) eru gerðar í lok hvers árs, en mat á beinum störfum í ferðaþjónustu fyrir árið 2007 byggir á niðurstöðum þessarar rannsóknar. Þar sem lagt var mat á fjölda stöðugilda, út frá fjölda starfa á ferðamannatíma, og lengd ferðamannatíma.

Mögulegt er að einhver ónákvæmni sé varðandi sundurliðun útgjalda ferðamanna. Við úrvinnslu gagna bar á því að þátttakendur merktu ekki í öllum tilvikum í rétta útgjaldaflökka, samanber spurningu 12 í könnun (sjá viðauka 2). Einnig er mögulegt að þátttakendur hafi ekki tilgreint öll útgjöld. Við úrvinnslu mátti sjá að ferðamenn sem fóru í hvalaskoðun og/eða gistu, merktu ekki í öllum tilvikum í viðeigandi útgjaldaliði. Samkvæmt spyrli tilgreindu þátttakendur þó oft á tíðum fyrirhugaða eyðslu, einkum þeir sem voru nýkomnir í bæinn. Talið er að útgjöld á dag, gefi betri sýn á útgjöld ferðamanna, heldur en þegar útgjöld í heild eru skoðuð eftir dvalartíma ferðamanna á ákveðnu svæði (Butcher, Fairweather & Simmons, 2003).

Þess má geta að við mótun aðferða er aðeins horft til mikilvægi hvalaskoðunar fyrir ferðaþjónustu á Húsavík og öðrum greinum ferðaþjónustu því ekki gerð skil. Með umfangsmeiri rannsókn hefði verið mögulegt að draga betur fram mikilvægi hvalaskoðunar á Húsavík samanborið við aðra afþreyingu í bænum. Einnig voru niðurstöður rannsóknarinnar ekki fullnægjandi til að leggja mat á margfeldisáhrif ferðaþjónustu á Húsavík.<sup>11</sup>

---

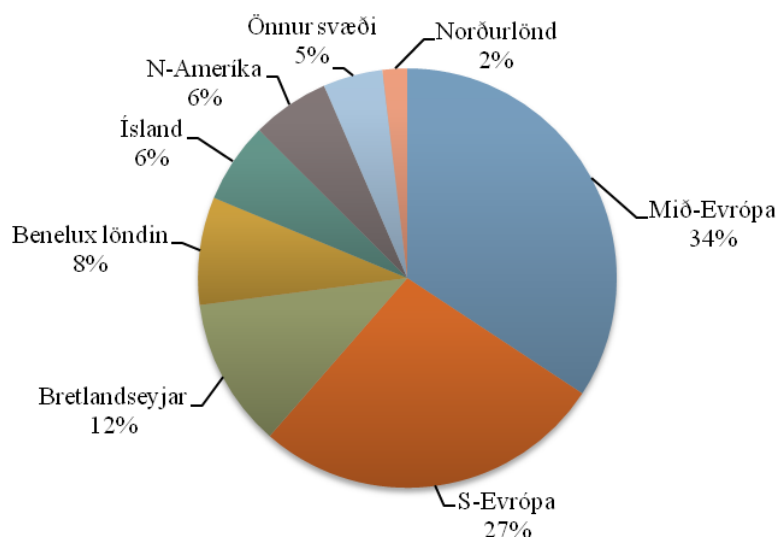
<sup>10</sup> Sjá nánar í ályktunum

<sup>11</sup> Sjá nánar í ályktunum

## 6 Niðurstöður

### 6.1 Ferðamenn á Húsavík sumarið 2008

Af þeim 520 ferðamönnum sem svöruðu könnuninni eru um 52% konur og um 44% karlar.<sup>12</sup> Ferðamenn frá Mið- og S-Evrópu voru meirihluti svarenda, samtals rúm 60%. Ferðamenn frá Bretlandseyjum og Benelux löndunum voru um 20% svarenda en fæstir ferðamenn komu frá N-Ameríku, Íslandi, öðrum svæðum og Norðurlöndunum (mynd 6).

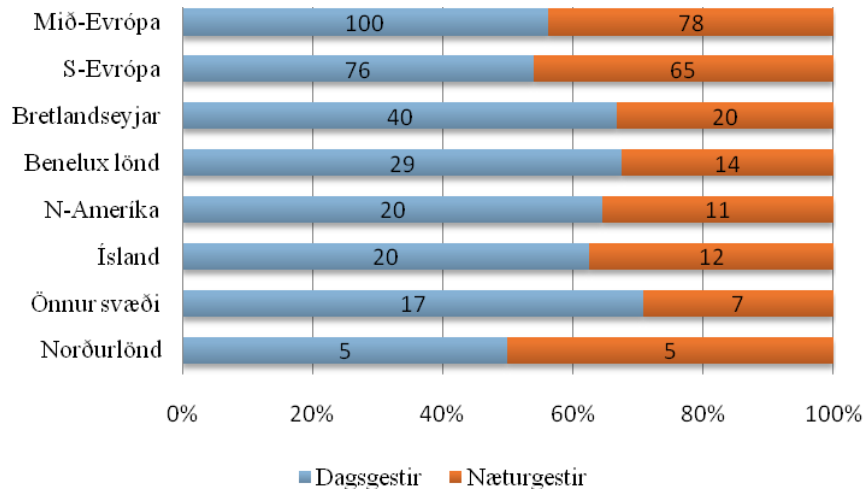


**Mynd 6 Þjóðerni gesta á Húsavík**

Dagsgestir á Húsavík voru nokkuð fleiri en næturgestir, eða 59%, á meðan 41% gesta gistu að minnsta kosti eina nótt. Mynd 7 sýnir hlutfall dagsgesta og næturgesta eftir þjóðernum. Hlutfallslega virðast fleiri næturgestir koma frá Mið-Evrópu, S-Evrópu og Norðurlöndum, heldur en frá öðrum þjóðernum, og skipting milli dagsgesta og næturgesta er nokkuð jöfn milli þessara þjóða, er á bilinu 44-56%. Í 65-70% tilvika eru gestir annarra þjóðerna dagsgestir.

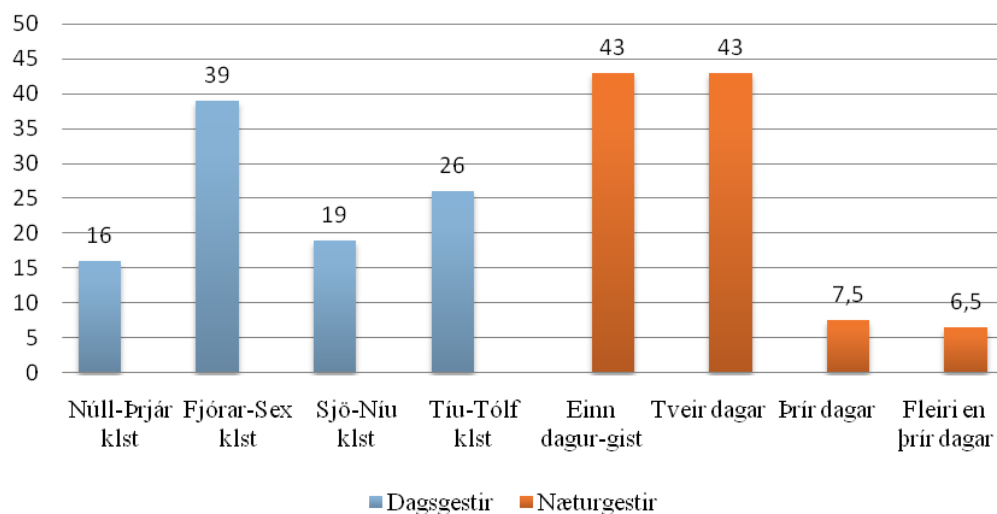
<sup>12</sup> Í 4% tilvika merktu þátttakendur við báða valmöguleikana, karl og kona.





**Mynd 7 Hlutfall dags- og næturgesta eftir þjóðerni**

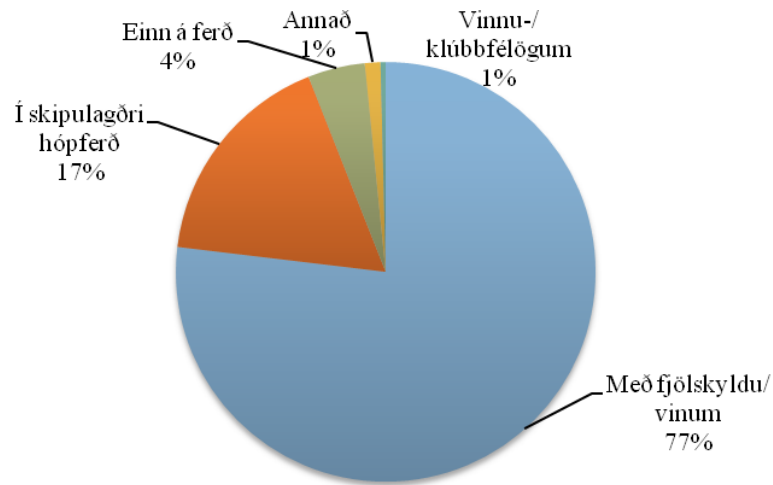
Í könnuninni var spurt um dvalartíma ferðamanna á Húsavík. Dagsferðamenn voru að meðaltali búnir að dvelja í 4-6 klukkustundir í bænum, þegar þeir svöruðu könnuninni, en næturgestir í rúman sólarhring. Á mynd 8 má sjá að meðaldvalartími dagsgesta í bænum var um 6 klukkustundir, þar sem 16% svarenda dvöldu 0-3 klukkustundir, 39% svarenda dvöldu 4-6 klukkustundir, 19% svarenda í 7-9 klukkustundir og 26% svarenda í 10-12 klukkustundir. Næturgestir dvöldu að meðaltali í einn og hálfan dag, þar sem 43% svarenda dvöldu einn dag, 43% dvöldu í tvo daga og um 14% dvöldu í þrjá daga eða fleiri.<sup>13</sup>



<sup>13</sup> Í sumum tilvikum gætti ónákvæmni í svörum gesta varðandi dvalartíma, í þeim tilvikum var einungis gefin upp fjöldi daga sem dvalið var en ekki fjöldi klukkustunda.

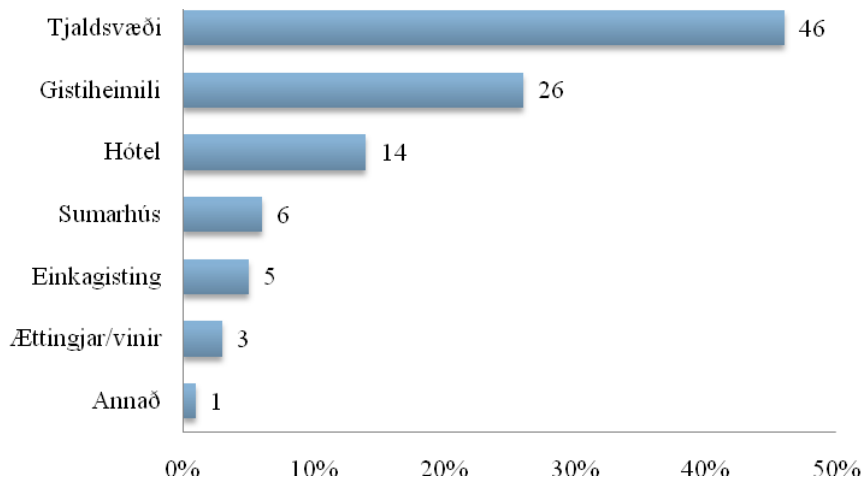
### Mynd 8 Meðaldvalarími gesta

Spurt var um ferðamáta gesta, og kom í ljós að mikill meirihluti svarenda, um 400 manns eða 77%, ferðaðist með fjölskyldu eða vinum til Húsavíkur. Um 17% voru í skipulagðri hópferð, en um 6% gesta ferðaðist ýmist einn á ferð, með vinnu- eða klúbbfélögum eða nefndi aðra þætti.



### Mynd 9 Ferðamáti gesta

Tæplega helmingur næturgesta dvöldu á tjaldsvæði bæjarins, eða 46% (mynd 10), 26% dvöldu á gistiheimilum, 14% á hóteli og tæp 15% notuðu gistiþjónustu eins og sumarhús, einkagistingu, dvöldu hjá ættingjum/vinum eða annað.



### Mynd 10 Gistimáti næturgesta á Húsavík

Í töflu 5 má sjá nýtingu á gistimáta eftir þjóðerni. Talsverður munur var á gistimáta eftir þjóðernum, en gestir frá Mið-Evrópu, S-Evrópu og Bretlandseyjum eru sá hópur sem helst nýtti sér gistiþjónustu á Húsavík, eða um 77% næturgesta. Mið-Evrópubúar notuðu flestir tjaldsvæði, síðan gistiheimili og hótél. S-Evrópubúar notuðu flestir gistiheimili, síðan tjaldsvæði og hótél en gestir frá Bretlandseyjum notuðu flestir tjaldsvæði, síðan hótél og gistiheimili.

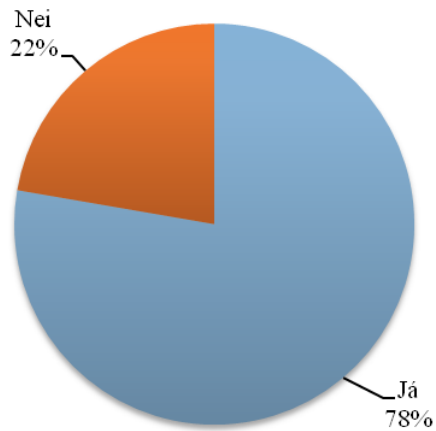
**Tafla 5 Gistimáti eftir þjóðerni**

	Tjald- svæði	Gisti- heimili	Hótél	Sumar- hús	Einka- gisting	Ættingjar/ vinir	Annað
Norðurlönd	2	2	0	0	1	0	0
Mið-Evrópa	52	14	9	4	2	1	2
Benelux lönd	7	3	1	2	1	0	0
Bretlandseyjar	8	4	5	3	2	0	0
S-Evrópa	23	28	8	2	5	0	0
N-Ameríka	2	1	7	0	1	0	0
Önnur svæði	1	5	0	0	0	1	0
Ísland	6	1	0	2	0	4	0
<b>Alls</b>	<b>101</b>	<b>58</b>	<b>30</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>2</b>

## 6.2 Ferðamenn í hvalaskoðun

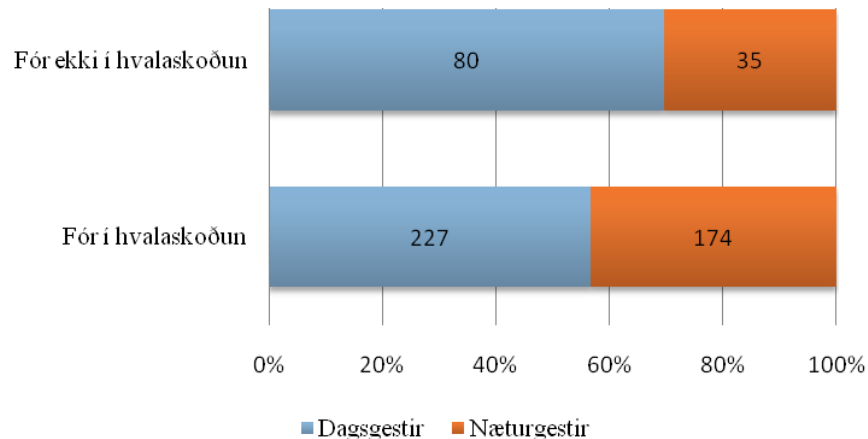
Stór liður í rannsókninni fólst í því að meta áhrif hvalaskoðunar fyrir efnahag og samfélag á Húsavík. Til þess að fá hugmynd um slík áhrif var meðal annars lagt mat á hve stórt hlutfall ferðamanna á Húsavík fara í hvalaskoðun, og auk þess var spurt hvaða áhrif hvalaskoðun hefur á ákvörðun ferðamanna að koma til Húsavíkur. Mikill meirihluti þátttakenda í rannsókninni sóttu í slíka afþreyingu á Húsavík (mynd 11), um 401 gestur eða 78% aðspurðra.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Samkvæmt upplýsingum frá Hvalasafninu á Húsavík fóru 41 þúsund gestir í hvalaskoðun á Húsavík árið 2007, kannanir sýna að lang flestir hvalaskoðunargestir eru erlendir ferðamenn.



**Mynd 11 Hlutfall gesta í hvalaskoðun**

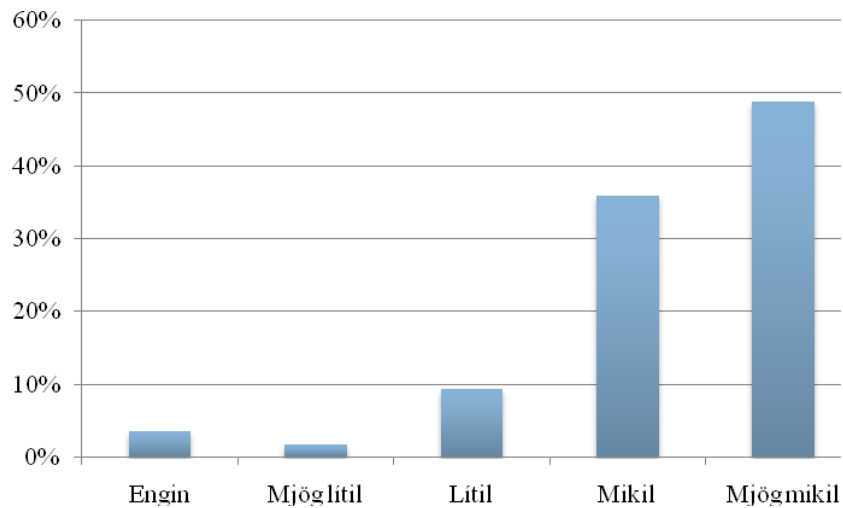
Af þeim gestum sem fóru í hvalaskoðun voru 57% dagsgestir og 43% næturgestir sem er í samræmi við hlutfall dags- og næturgesta á Húsavík. Ef skoðað er hlutfall gesta á Húsavík sem fóru ekki í hvalaskoðun má sjá að meirihluti þeirra eru dagsgestir eða um 70% (mynd 12).



**Mynd 12 Hlutfall dags- og næturgesta í hvalaskoðun**

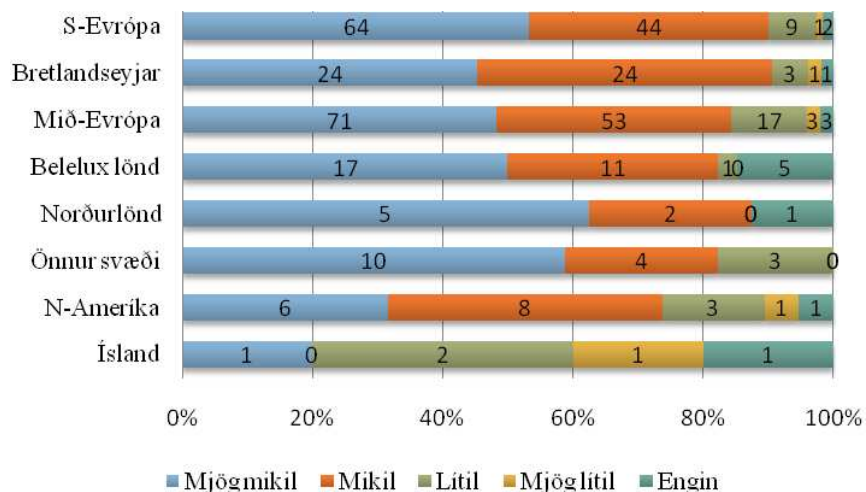
Svörun gesta sem fóru í hvalaskoðun var afgerandi á einn veg, þegar spurt var að því hve mikil eða lítil áhrif hvalaskoðun hafi haft á þá ákvörðun að ferðast til Húsavíkur. Mynd 13 sýnir að um 85% ferðamanna nefna að hvalaskoðun hafi haft mjög mikil eða mikil áhrif á komu þeirra til bæjarins. Um 11% segja að hvalaskoðun hafi haft lítil eða mjög lítil áhrif og um 4% segja hvalaskoðun ekki hafa haft nein áhrif á þá ákvörðun að ferðast til Húsavíkur. Þetta gefur ákveðna

mynd um það, að hvalaskoðun er greinilega mikið aðdráttarafl fyrir bæinn, og hefur mikil áhrif á komur fólks til Húsavíkur.



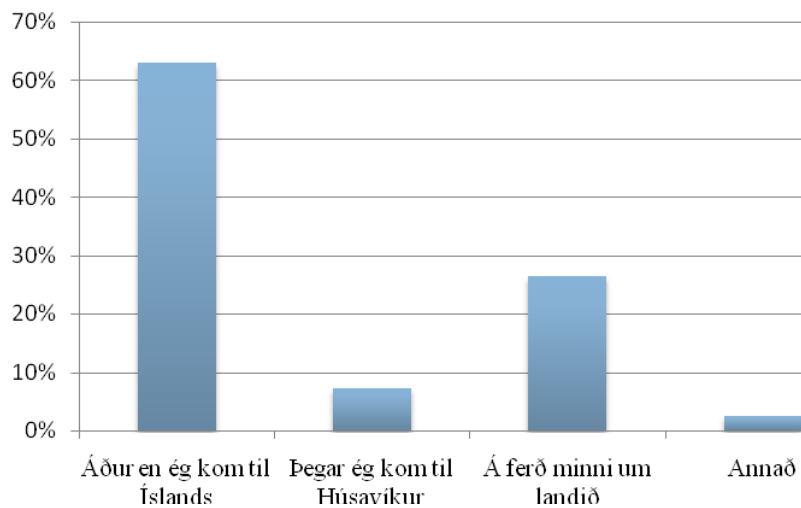
**Mynd 13 Áhrif hvalaskoðunar á komur ferðamanna til Húsavíkur**

Þegar skoðað er eftir þjóðerni hve mikil áhrif hvalaskoðun hafði á komu hvalaskoðunargesta til Húsavíkur virðist sú afþreying hafa haft hve mest áhrif á komur fólks frá S-Evrópu, Bretlandseyjum, Mið-Evrópu, Norðurlöndunum og Benelux löndunum, en minnst áhrif á komur Íslendinga og síðan fólks frá N-Ameríku (mynd 14).



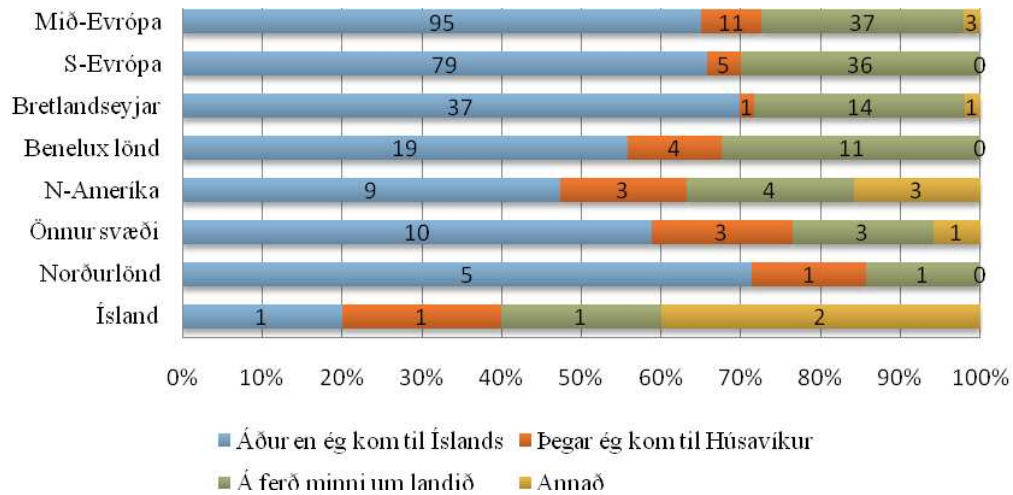
**Mynd 14 Áhrif hvalaskoðunar á ákvörðun að ferðast til Húsavíkur, eftir þjóðerni**

Jafnframt voru gestir sem fóru í hvalaskoðun beðnir að tilgreina hvencær sú ákvörðun hafi verið tekin að fara í hvalaskoðun frá Húsavík. Niðurstöður sýna að 63% gesta, sem fóru í hvalaskoðun, höfðu ákveðið að fara í hvalaskoðun frá Húsavík áður en komið var til landsins (mynd 15), um 26% ákváðu það á ferð sinni um Ísland og um 7% þegar komið var til Húsavíkur. Tæplega 3% gesta gáfu aðrar skýringar, þar kom helst fram að auglýsingar á internetinu hafi haft áhrif á ákvörðunina, en einnig það að vera í hópferð.



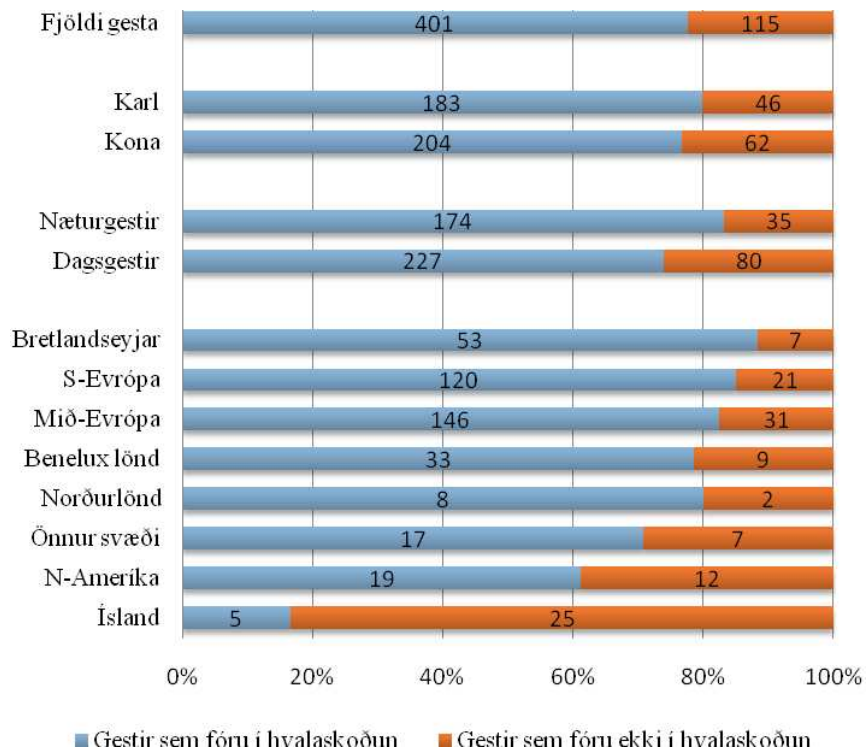
**Mynd 15 Hvencær ákveðið var að fara í hvalaskoðun frá Húsavík**

Ef skoðað er effir þjóðernum, hvencær þátttakendur ákváðu að fara í hvalaskoðun frá Húsavík, má sjá að talsvert samræmi er í svörum fólks frá Mið-Evrópu, S-Evrópu og Bretlandseyjum, sem í 65-70% tilvika höfðu ákveðið áður en komið var til Íslands að fara í hvalaskoðun frá Húsavík (mynd 16). Í 25-30% tilvika höfðu gestir frá þessum löndum ákveðið að fara í hvalaskoðun frá Húsavík á ferð sinni um landið, en aðeins í 2-8% tilvika ákveðið slíkt þegar komið var til Húsavíkur. Þrátt fyrir að flestir gestir utan við Íslendinga hafi ákveðið hvalaskoðunarferð frá Húsavík áður en komið var til landsins, höfðu yfir 30% ferðamanna frá Benelux löndunum ákveðið slíkt á ferðalagi um landið. Athyglisvert er, að ef á heildina er litið, er það aðeins í 2-17% tilvika að ferðamenn ákveða að fara í hvalaskoðun þegar komið er til bæjarins.



**Mynd 16 Hvenær ákveðið var að fara í hvalaskoðun frá Húsavík, greint eftir þjóðerni**

Þessar niðurstöður gefa ágætar vísbendingar um það, að ferðamenn kynna sér almennt fyrirfram mögulega afþreyingu í landinu og skipuleggja ferðalag sitt í tíma. Næsta mynd (17) sýnir hlutfall gesta eftir kyni, dvalartíma og þjóðerni.

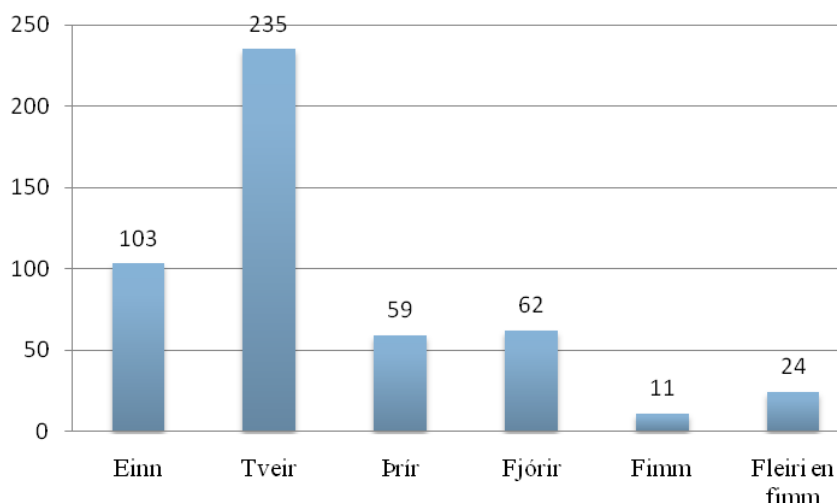


**Mynd 17 Gestir í hvalaskoðun eftir kyni, dvalartíma og þjóðerni**

Samkvæmt könnuninni er kynjahlutfall gesta sem fóru í hvalaskoðun nokkuð jafnt. Um 80% karla, sem tóku þátt í rannsókninni, fóru í hvalaskoðun og um 77% kvenna. Nokkuð fleiri næturgestir heldur en dagsgestir fóru í hvalaskoðun eða um 83% gesta á móti 74% gesta, sem bendir til þess að dvalartími gesta á Húsavík hafi að einhverju leyti áhrif á ákvörðunina að fara í hvalaskoðun.

### 6.3 Útgjöld ferðamanna á Húsavík

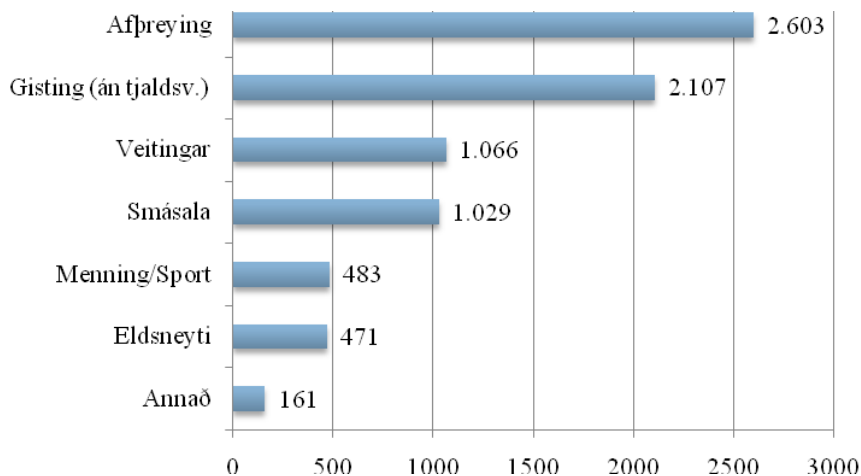
Þátttakendur í rannsókninni voru beðnir að sundurliða þau útgjöld sem fallið höfðu til á Húsavík síðastliðnar 24 klukkustundir, eða þann tíma sem dvöl hafði staðið, ef dvöl hafði staðið skemur. Þátttakendur voru jafnframt beðnir að tiltaka ef greitt hafi verið fyrirfram, eða átti effir að greiða, fyrir þjónustu (t.d. gistingu/afþreyingu) sem féll til innan þessara 24 klukkustunda. Til þess að fá nákvæmari mynd af útgjöldum hvers ferðamanns voru þátttakendur beðnir að tilgreina þann fjölda einstaklinga sem útgjöldin áttu við. Að meðaltali tilgreindu ferðamenn útgjöld fyrir 2,4 einstaklinga. Á mynd 18 má sjá að um helmingur þátttakenda, eða 47%, tilgreindu útgjöld sín miðað við 2 einstaklinga, um 21% tilgreindu útgjöld fyrir 1 einstakling, 12% tilgreindu útgjöld fyrir 3 einstaklinga, tæp 13% tilgreindu útgjöld fyrir 4 einstaklinga og í um 7% tilvika tilgreindu þátttakendur útgjöld fyrir 5 einstaklinga eða fleiri.



Mynd 18 Fjöldi einstaklinga miðað við útgjöld



Niðurstöður könnunarinnar sýna að meðalútgjöld einstaklings á dag (24 klst.) á Húsavík eru 7.053 krónur,<sup>15</sup> miðað við skiptingu á útgjöldum í sjö fyrirframgefna flokka. Útreikningar á útgjöldum miðast við þátttöku allra sem tóku þátt í könnuninni, óháð því hvort útgjöld gesta ættu við alla sjö flokkana eða ekki.<sup>16</sup> Meðalútgjöld næturgesta á dag eru breytileg eftir tegund gistingar. Langflestir næturgestir, eða 46%, dvöldu á tjaldsvæði bæjarins. Samarið 2008 þurftu gestir á tjaldsvæði Húsavíkur aðeins að greiða fyrir fyrstu nóttina á tjaldsvæðinu og var gestum heimilt að dvelja þar frítt eftir fyrstu nótt. Telja má að þetta skekki að einhverju leiti heildarmynd við mat á útgjöldum gesta. Meðalútgjöld gesta eru því nokkuð hærrí ef að tjaldsvæði eru undanskilin, eða um 7.920 krónur. Á mynd 19 má sjá hvernig útgjöld gesta skiptast á milli ýmissa þjónustupátta sem tengjast ferðapjónustu<sup>17</sup> þegar útgjöld vegna tjaldsvæðis eru undanskilin. Afþreying er sá liður útgjalda sem stendur á bak við rúman þriðjung af eyðslu gesta. Um 18% útgjalda fara í gistingu eða tæp 30% ef tjaldsvæði eru undanskilin. Útgjaldaliðirnir veitingar og smásala koma þar næst og eru um 13-15% af útgjöldum gesta, hvor liður. Rekja má um 6-7% útgjalda til menningar- og íþróttapjónustu og um 2% til annarrar óskilgreindrar eyðslu.



**Mynd 19 Meðalútgjöld einstaklings á Húsavík ef tjaldsvæðið er undanskilið**

<sup>15</sup> Samkvæmt tölfræðibæklingi Ferðamálastofu (2005) eru dagleg útgjöld ferðamanna sem ferðast á eigin vegum fyrir utan farniða 12.500 krónur á sumrin en 13.200 krónur á veturna. Dagleg útgjöld ferðamanna í pakkaferð (utan við pakkaferð) eru hins vegar um 6.300 á sumrin en um 8.400 á veturna.

<sup>16</sup> Útgjöld ferðamanna miðast við gengi evrunnar þann 21. júlí 2008 en þá var gengi evrunnar 124.

<sup>17</sup> Sjá skilgreiningu á þjónustupáttum ferðapjónustu í kafla 2.2.1.

Næstum allir þátttakendur eða 98% tilgreindu útgjöld sín eftir fyrirframgefnum flokkum. Í töflu 6 má sjá hve margir einstaklingar tilgreindu útgjöld í hverjum flokki og hver meðaleyðsla reyndist vera í hverjum flokki.

**Tafla 6 Fjöldi einstaklinga miðað við útgjöld**

Flokkar	Fjöldi einstaklinga í úrtaki	Fjöldi einstaklinga-útgjöld	Hlutfall einstaklinga-útgjöld	Meðal-útgjöld einstaklings	Meðal-útgjöld einstaklings - tjalðsvæði undanskilin
Gisting	507	203	40	1.240	2.107
Veitingar	509	329	65	1.066	1.066
Afþreying/Skemmtun	509	402	79	2.603	2.603
Menning/Sport	508	299	59	483	483
Bensín/Olía	508	163	32	471	471
Smásala	509	317	62	1.029	1.029
Önnur eyðsla	510	109	21	161	161
<b>Alls</b>				<b>7.053</b>	<b>7.920</b>

Ekki reyndist marktækur munur á útgjöldum dagsgesta og næturgesta eins og tafla 7 sýnir og eyða þeir að meðaltali sömu fjárhæð miðað við fyrirfram greinda þjónustu- og vöruflokka. Það eina sem skilur að útgjöld þessara hópa er að útgjöld næturgesta eru hærrí sökum gistingar.

**Tafla 7 Meðalútgjöld dags- og næturgesta**

Flokkar	Dagsgestur	Næturgestur
Gisting	0	1.240
Veitingar	1.066	1.066
Afþreying/Skemmtun	2.603	2.603
Menning/Sport	483	483
Bensín/Olía	471	471
Smásala	1.029	1.029
Önnur eyðsla	161	161
<b>Alls</b>	<b>5.813</b>	<b>7.053</b>
<b>Fjöldi einstaklinga í úrtaki</b>	<b>308</b>	<b>212</b>

Greina mátti talsverðan mun á útgjöldum ferðamanna eftir þjóðernum. Hér eru útgjöld tilgreind, miðað við alla þá ferðamenn sem tilgreindu útgjöld í

viðkomandi flokka, ólíkt því þegar heildar meðaleyðsla ferðamanna er tilgreind, samanber mynd 20. Fram kemur (tafla 8) að útgjöld ferðamanna frá Benelux löndunum, S-Evrópu og N-Ameríku eru nokkuð hærra en útgjöld ferðamanna frá öðrum löndum. Útgjöld þeirra eru á bilinu 12.898 - 13.319 krónur en útgjöld annarra þjóða á bilinu 9.353 - 11.578-krónur. Þær þjóðir sem hafa hvað mest útgjöld eru aðallega með hærra kostnað vegna gistingar heldur en aðrir, og er munurinn um 2.100 krónur á hæstu og lægstu útgjöldum. Ferðamenn frá Bretlandseyjum eyða meira en aðrir í veitingar. Útgjöld vegna afþreyingar eru nokkuð jöfn milli þjóða, en Íslendingar, þjóðerni sem flokkast sem önnur þjóðerni og N-Ameríkubúar eyða nokkuð minna í þennan flokk en aðrir. Það er í samræmi við mynd 17 sem sýnir fjölda ferðamanna í hvalaskoðun eftir þjóðernum. Ferðamenn frá Benelux löndunum og Íslendingar eyða hvað mestu í bensín, svo S-Evrópubúar. Talsverður munur er á hæstu og lægstu útgjöldum ferðamanna hvað varðar smásölu, flestir eyða á bilinu 1.652-1.240 krónur, en ferðamenn frá Bretlandseyjum og Norðurlöndunum eyða þó lang minnst eða 834 krónum. Önnur útgjöld ferðamanna voru á bilinu 384-1.652 krónur og voru útgjöld N-Ameríkubúa þar um helmingi hærra en útgjöld annarra.

**Tafla 8 Útgjöld ferðamanna eftir þjóðerni**

Flokkar	Mið-Evrópa	S-Evrópa	Bretlands-eyjar	Benelux löndin	N-Ameríka	Norður-lönd	Ísland	Önnur svæði
<b>Gisting</b>	1.041	3.125	2.065	3.148	3.148	1.041	1.041	2.081
<b>Veitingar</b>	1.652	1.652	2.065	1.652	1.652	1.652	1.652	1.652
<b>Afþreying/Skemmtun</b>	2.913	3.359	3.359	3.359	2.308	3.359	1.652	2.308
<b>Menning/Sport</b>	834	834	834	834	834	834	834	834
<b>Bensín/Olía</b>	1.469	1.852	1.652	2.308	1.652	1.249	2.308	1.652
<b>Smásala</b>	1.240	1.469	834	1.249	1.652	834	1.652	1.652
<b>Önnur útgjöld</b>	769	769	769	769	1.652	384	769	769
<b>Alls</b>	<b>9.918</b>	<b>13.060</b>	<b>11.578</b>	<b>13.319</b>	<b>12.898</b>	<b>9.353</b>	<b>9.908</b>	<b>10.948</b>
<b>Fjöldi einstaklinga</b>	<b>178</b>	<b>141</b>	<b>60</b>	<b>43</b>	<b>31</b>	<b>10</b>	<b>32</b>	<b>24</b>

Ef skoðað er hvort munur sé á útgjöldum ferðamanna sem sækja í hvalaskoðun og annarra ferðamanna, má greina marktækan mun þessara hópa varðandi veitingar og afþreyingu/skemmtun. Útgjöld ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun voru 13.131 krónur að jafnaði, en útgjöld þeirra sem fóru ekki í hvalaskoðun 10.217 krónur að jafnaði. Hér eru útgjöld tilgreind, miðað við alla þá ferðamenn

sem tilgreindu útgjöld í viðkomandi flokka, ólíkt því þegar heildar meðalútgjöld ferðamanna er tilgreind, samanber mynd 20. Útgjöld vegna veitinga voru tæplega helmingi hærrí hjá þeim ferðamönnum sem fóru í hvalaskoðun, heldur en hjá ferðamönnum sem fóru ekki í hvalaskoðun, og margfalt hærrí vegna afþreyingar sem skýrist einkum af farmiðakaupum í hvalaskoðun.

**Tafla 9 Samanburður útgjalda ferðamanna sem fóru eða fóru ekki í hvalaskoðun**

Flokkar	Fór í hvalaskoðun	N	$\bar{x}$	s	Fór ekki í hvalaskoðun	N	$\bar{x}$	s
Gisting	3.148	166	2,69	1,44	3.148	34	2,59	1,44
Veitingar	1.652	256	3,06	1,84	834	70	2,30	1,09
Afþreying/Skemmtun	3.359	361	4,87	1,52	834	40	2,38	1,72
Menning/Sport	834	228	2,03	0,99	834	68	1,82	0,60
Bensín/Olía	1.652	128	3,37	1,59	2.081	34	3,56	1,50
Smásala	1.652	243	2,64	1,47	1.652	71	2,69	1,56
Önnur eyðsla	834	83	1,99	1,35	834	25	2,40	1,61
<b>Alls</b>	<b>13131</b>				<b>10217</b>			
<b>Fjöldi einstaklinga í úrtaki</b>	<b>401</b>				<b>115</b>			

\*Marktækur munur miðað við  $p < 0,05$

Gróflega má áætla að heildartekjur vegna ferðamanna á Húsavík árið 2008 verði rúmur milljarður, að gefnum þeim forsendum að fjöldi ferðamanna árið 2008, muni vera sami og árið 2007, eða um 150 þúsund ferðamenn (Rögvaldar Guðmundssonar, 2008).<sup>18</sup> Tafla 10 sýnir hvernig heildarútgjöld ferðamanna skiptast á milli hinna ýmsu flokka ferðaþjónustunnar.

<sup>18</sup> Í útreikingum er ekki tekið tillit til árstíða og hvort um erlenda eða innlenda ferðamenn er að ræða. Af 150 þúsund ferðamönnum eru 96 þúsund erlendir og komu 83 þúsund þeirra að sumarlagi.

Tafla 10 Áætluð heildarútgjöld ferðamanna árið 2008 á Húsavík

Flokkar	Meðalútgjöld á dag	Áætluð heildarútgjöld á ári miðað við 150 þúsund ferðamenn	% Hlutfall
Gisting	1.240	186.000.000	17,5
Veitingar	1.066	159.900.000	15
Afþreying/Skemmtun	2.603	390.450.000	37
Menning/Sport	483	72.450.000	7
Bensín/Olía	471	70.650.000	7
Smásala	1.029	154.350.000	14,5
Önnur eyðsla	161	24.150.000	2
<b>Alls</b>	<b>7.053</b>	<b>1.057.950.000</b>	<b>100</b>

Ferðamenn í hvalaskoðun á Húsavík árið 2007 voru um 41 þúsund og sýna niðurstöður þessarar rannsóknar að meðalútgjöld ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun árið 2008 eru 13.131 krónur. Því má áætla að þær tekjur sem skapast vegna ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun á Húsavík árið 2008 séu rúmar 500 milljónir, að því gefnu að fjöldi ferðamanna sé hinn sami og árið 2007. Niðurstöðurnar eru ágætlega í takt við fyrri rannsóknir, sem gerðar hafa verið á beinum efnahagslegum áhrifum hvalaskoðunar á Íslandi. Talið er að árið 2003 hafi bein efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar á Íslandi verið rúmir 1,7 milljarðar króna (Geir Oddson, 2003), en árið 2007, fóru um 40% hvalaskoðunarferðamanna á Íslandi, í hvalaskoðun á Húsavík.

#### 6.4 Fyrirtæki á Húsavík sem þjónusta ferðamenn

Könnun var lögð fyrir fyrirtæki á Húsavík, sem þjónusta ferðamenn, til að leggja mat á bein störf og tekjur vegna ferðþjónustu í bænum. Þátttaka var nokkuð góð, eða um 67%, þar sem 29 fyrirtæki tóku þátt (sjá viðauka 3). Samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar var fjöldi stöðugilda í fyrirtækjunum árið 2007 um 150 störf (tafla 11). Yfirmenn fyrirtækjanna voru beðnir um að meta hversu stórt hlutfall af veltu fyrirtækisins mætti rekja til sölu til ferðamanna.<sup>19</sup> Fram kom að mest bein áhrif eru í atvinnugreinum sem metin eru vera meira en 30% ferðþjónusta samkvæmt skilgreiningu Hagstofu Íslands í kafla 2.2.1. Það eru einkum veitingasala, gisting, afþreying og flutningar/bílaleiga, en miðað við svarhlutfall rannsóknar eru 15 fyrirtæki í ferðþjónustu á Húsavík sem metin eru

<sup>19</sup> Þess ber að geta að tölur byggja eingöngu á mati yfirmanna fyrirtækja á Húsavík. Samkvæmt Butcher o.fl., (2003) er aðeins raunhæft að draga fram slíka þætti í litlum samfélögum, þar sem yfirmenn geta hugsanlega lagt mat á hverjir eru ferðamenn og hverjir eru heimamenn.

vera meira en 30% ferðapjónusta. Fram kemur í töflu 11 að yfirmenn fyrirtækja á Húsavík telja að gisting sé um 70-100% ferðapjónusta, veitingar 70% ferðapjónusta, afþreying 90-100% ferðapjónusta og flutningar/bílaleiga um 20-50% ferðapjónusta. Að mati yfirmanna fyrirtækja á Húsavík, sem tóku þátt í rannsókninni, var fjöldi beinna starfa við ferðapjónustu árið 2007 um 65 stöðugildi. Flest störf eru í afþreyingu (35%), svo í gistingu (20%), við veitingar (17%), blandaða smásölu (15%) og við flutninga/bílaleigu (10%). Fæst störf eru í þjónustugreinum sem flokkast sem önnur smásala (2%) og á sviði menninga og íþróttá (1%) (sjá viðauka 1).

**Tafla 11 Fjöldi stöðugilda í fyrirtækjum sem tengjast ferðapjónustu árið 2007**

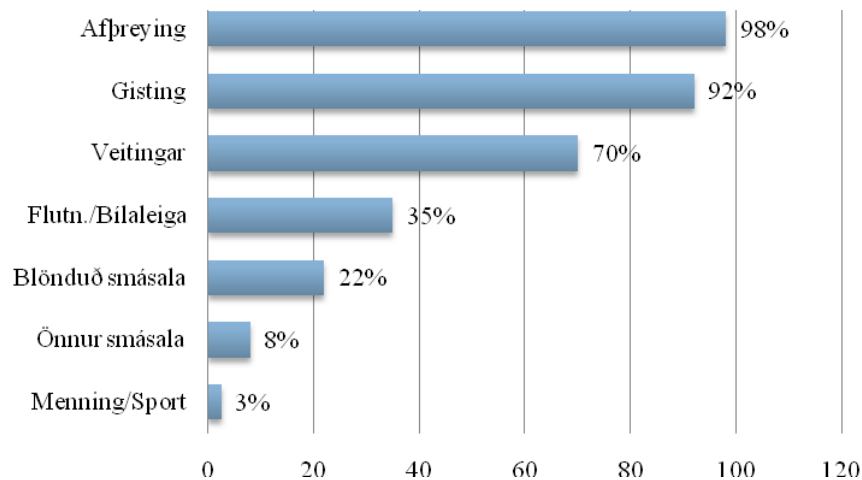
Flokkar	Heildar-fjöldi stöðugilda árið 2007	% Hlutfall af veltu vegna sölu til ferðamanna	Lengd ferðamanna-tíma	Fjöldi beinna starfa við ferða-pjónustu	% Hlutfall af þjónustu
<b>Gisting</b>	14,2	70-100%	2,5-5 mán	12,8	20
<b>Veitingar</b>	11,6	70%	5 mán	8,1	17
<b>Afþreying</b>	25,1	90-100%	3,5-12 mán	24,7	35
<b>Flutningar/Bílaleiga</b>	20	20-50%	2,5-3 mán	6,9	10
<b>Menning/Sport</b>	7,5	4-10%	3-4 mán	0,5	1
<b>Blönduð smásala</b>	41	10-50%	3-5 mán	10,7	15
<b>Önnur smásala</b>	30,5	0,03-25%	2-4 mán	1,6	2
<b>Alls</b>	<b>149,9</b>			<b>65,3</b>	<b>100%</b>

Samkvæmt tölum frá Atvinnuþróunarfélagi Þingeyinga (2008) var fjöldi starfa á Húsavík á ársgrundvelli árið 2007 samtals 995 störf, miðað við talningu í desember árið 2007.<sup>20</sup> Samkvæmt niðurstöðum rannsóknar, var heildarfjöldi stöðugilda árið 2007 um 150 störf, sem er um 15% af heildarfjölda stöðugilda á atvinnumarkaði á Húsavík árið 2007. Hlutfall beinna starfa í ferðapjónustu er nokkuð lægra, eða tæp 7%, í samburði við heildar fjölda starfa á atvinnumarkaði árið 2007.

Að mati þeirra yfirmanna, sem tóku þátt í könnuninni, er meðalhlutfall af veltu fyrirtækja vegna sölu til ferðamanna á margan hátt í takt við greiningu Hagstofu Íslands (kafla 2.2.1), á hlutfalli ferðapjónustu í ýmsum atvinnugreinum

<sup>20</sup> Þess ber að geta að stöðugildi á vegum Norðrþings eru byggð á tölum sem safnað var vorið 2007 fyrir árið 2006.

(mynd 20). Þó eru veitingar mun hærra hlutfall beinnar ferðaþjónustu, eða 70%, að mati fyrirtækja á Húsavík, en aðeins 30% samkvæmt greiningu Hagstofu Íslands. Blönduð smásala er nokkuð hærra, eða 22% að mati fyrirtækja á Húsavík en 18% samkvæmt greiningu Hagstofu Íslands. Flutningar/bílaleiga eru lægri að mati fyrirtækja á Húsavík, eða 35%, en 58% að mati Hagstofu Íslands. Þennan mun má skýra af því að fyrirtæki á Húsavík eru frekar smá í rekstri og mörg hver með nokkuð blandaðan rekstur.



**Mynd 20 Mat forsvarsmanna fyrirtækja á meðalhlutfalli ferðaþjónustu í atvinnugreinum**

### 6.5 Velta þjónustufyrirtækja vegna ferðaþjónustu

Um 72% fyrirtækja á Húsavík, sem þjónusta ferðamenn með beinum hætti, tilgreindu hver var um það bil heildarvelta fyrirtækisins árið 2007. Niðurstöðurnar voru að velta, þessara 72% fyrirtækja, sem rekja má beint til ferðaþjónustu, nam tæplega 600 milljónum króna. Forsendur til að slá á heildarupphæð allra fyrirtækjanna eru ekki til staðar og það verður því ekki reynt hér. Þó er óhætt að segja að sú upphæð sé nokkuð hærra en 600 milljónir. Fram kemur í töflu 12 að stór hluti veltu fyrirtækjanna, eða um 33%, kemur í gegnum fyrirtæki sem bjóða upp á afþreyingu. Um 23% tekna skapast vegna fyrirtækja í gistiþjónustu (23,3%), um 12% vegna veitingahúsa og 12% vegna blandaðrar smásölu. Einna minnstar tekjur skapast vegna fyrirtækja sem flokkast sem önnur smásala (10%), flutninga/bílaleigu (9,6%) eða menningarstarfsemi/sport (0,4%).

**Tafla 12 Bein velta fyrirtækja vegna ferðapjónustu**

Flokkar	Bein velta vegna ferðamanna	% Hlutfall	Fjöldi fyrirtækja á bakvið veltu
Gisting		23,3	3 af 6
Veitingahús		12,2	1
Afþreying		32,5	5 af 6
Menning		0,4	2
Bílaleiga/Flutningar		9,6	2
Blönduð smásala		12	3 af 5
Önnur smásala		10	5 af 7
<b>Alls</b>	<b>573.296.720</b>	<b>100</b>	<b>21 af 29</b>

Í niðurstöðum könnunar meðal ferðamanna má sjá að hvalaskoðun hafði mjög mikil eða mikil áhrif á komu 85% ferðamanna, sem fóru í hvalaskoðun frá Húsavíkur (mynd 13). Árið 2007 fóru 41 þúsund ferðamenn í hvalaskoðun frá Húsavík og má því gera ráð fyrir að tæplega 35 þúsund ferðamenn hafi lagt leið sína til Húsavíkur vegna hvalaskoðunar eða tæplega fjórðungur allra ferðamanna sem fór til Húsavíkur það ár og um þriðjungur allra ferðamanna sem fór til Húsavíkur sumarið 2007. Bein útgjöld þessa hóps á Húsavík voru á bilinu 300 til 550 milljónir þegar gert er ráð fyrir hlutfalli dags- og næturgesta.<sup>21</sup> Þegar þessar tölur eru færðar inn í aðfanga- og afurðatöflu Hagstofunnar (Hagstofa Íslands, 2008a) er niðurstaðan sú að aðfangakostnaður fyrirtækja í ferðapjónustu á Húsavík var tæplega 300 milljónir króna og vinnsluvirði<sup>22</sup> rúmlega 250 milljónir króna. Tafla 13 sýnir hvernig aðföng og vinnsluvirði skiptist effir flokkum.

<sup>21</sup> Mismunurinn felst í því hvort notuð séu meðalútgjöld skv töflu 7 eða töflu 9. Tölur úr töflu 9 (samaltals 13.131 kr. útgjöld á dag) eru nærrí opinberum tölum ferðapjónustunnar, sem voru 12.500 krónur að meðaltali á dag árið 2005. Því er framvegis notast við samtölu úr töflu 9. Upphæðin miðast við gengi evru þann 21. júlí 2008 en þá fengust 124 ISK fyrir eina evru.

<sup>22</sup> Vinnsluvirði er samtala launa og launatengdra gjalda, rekstrarafgangs og afskrifta.



**Tafla 13 Aðföng og vinnsluvirði vegna hvalaskoðunar**

Flokkar	Aðföng m.v. aðfanga- og afurðatöflu	Vinnsluvirði m.v. aðfanga- og afurðatöflu
Gisting	53.108.030 kr.	43.943.034 kr.
Veitingahús	55.933.475 kr.	27.331.926 kr.
Afþreying	116.175.724 kr.	87.300.653 kr.
Menning	15.507.341 kr.	21.989.661 kr.
Bílaleiga/Flutningar	19.615.147 kr.	17.330.428 kr.
Blönduð smásala	32.372.965 kr.	48.135.304 kr.
Önnur smásala	5.099.851 kr.	7.582.959 kr.
<b>Alls</b>	<b>297.812.532 kr.</b>	<b>253.613.965 kr.</b>

Gera má ráð fyrir að talsverður hluti vinnsluvirðis velti áfram um hagkerfi bæjarins sem greidd laun<sup>23</sup> og sem rekstrarafgangur sé hann til staðar. Ekki reyndust upplýsingar úr könnun meðal fyrirtækja fullnægjandi svo hægt væri að meta hversu hátt hlutfall launa í vinnsluvirði væri. Það skýrist meðal annars af því að sumir þátttakendur treystu sér ekki til að meta vægi einstakra þátta og að ekki voru allir atvinnurekendur tilbúnir að veita upplýsingar um veltu fyrirtækjanna.

<sup>23</sup> Algengast var að fyrirtæki gæfu upp 35-45% launakostnað sem hlutfall af heildarkostnaði fyrirtækis.

## 7 Umræður og ályktanir

Fram hefur komið að í auknum mæli er horft til ferðapjónustu sem uppbyggjandi atvinnugreinar á svæðum þar sem önnur atvinna hefur farið þverrandi. Einnig hefur verið bent á að afþreying er einn af lykilþáttum ferðapjónustu, og einn þeirra grunnþátta, sem stuðla að vöruúrvali og arðsemi greinarinnar (Samtök ferðapjónustunnar, 2008b). Ljóst er að ferðapjónusta er efnahagslega mikilvæg fyrir landið í heild, þar sem rekja mátti um 13% af útflutningstekjum þjóðarinnar árið 2006, til ferðapjónustu.

Ljóst er að samsetning atvinnulífs á Húsavík hefur tekið nokkrum breytingum á síðastliðnum áratug og íbúum fækkað nokkuð. Störfum í greinum tengdum fiskverkun og sjósókn hefur fækkað og þjónustustörfum fjölgað, þar á meðal störfum í ferðapjónustu. Á rúmum áratug, hefur beinum störfum í ferðapjónustu á ársgrundvelli fjölgað úr 42 í 65. Mjög lítil breyting var á milli áranna 1994-2005,<sup>24</sup> en stöðugildum fjölgaði um 22 á milli áranna 2005-2007 samkvæmt niðurstöðum rannsóknar. Þess ber að geta að niðurstöður könnunar vegna fjölda stöðugilda þjónustufyrirtækja, fyrir árið 2007, skilaði ekki nægilega áreiðanlegum niðurstöðum, þar sem svarendur túlkuðu spurningar um fjölda stöðugilda á ólíka vegu (samanber spurningar 5-8, sjá viðauka 3). Samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar var fjöldi stöðugilda árið 2007, í þeim fyrirtækjum sem tóku þátt, um 150. Fram kom að mest bein áhrif eru í atvinnugreinum sem metin eru vera meira en 30% ferðapjónusta samkvæmt skilgreiningu Hagstofu Íslands í kafla 2.2.1. Það eru einkum veitingasala, gisting, afþreying og flutningar/bílaleiga. Þess má geta að skilgreining Hagstofunnar er í ágætu samræmi við niðurstöður rannsóknar á hlutfalli ferðapjónustu í atvinnugreinum. Samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar hefur mest fjölgun verið í störfum í afþreyingu sem telja má eðlilegt miðað við þann vöxt sem hefur verið í fjölda gesta í hvalaskoðun á árunum 1995-2007 (mynd 5).

Samkvæmt heimildum (Rögnvaldur Guðmundsson, 2006: Samtök ferðapjónustunnar, 2007) og niðurstöðum rannsóknarinnar má draga þá ályktun að hvalaskoðun er afþreying, sem skapað hefur Húsavík sterka ímynd, sem áhugaverðan stað á heimsækja. Fjöldi ferðamanna í hvalaskoðun hefur vaxið

---

<sup>24</sup> Niðurstöður ber að skoða með fyrirvara. Í könnunum Húsavíkurkaupstaðar 1994, 2001 og 2005 er talið að misræmi gæti í gögnum að einhverju leyti.

mikið á áratug og má gera ráð fyrir, samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar, að fjölgun ferðamanna í bænum tengist komu hvalaskoðunargesta.<sup>25</sup> Samkvæmt niðurstöðum rannsóknar fóru 78% þeirra ferðamanna sem tóku þátt í rannsókninni í hvalaskoðun frá Húsavík, eða 40% allra ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun við Ísland árið 2007. Athygli vekur að langflestir ferðamenn, eða 63%, tóku ákvörðun um að fara í hvalaskoðun frá Húsavík áður en komið var til landsins. Þetta styður við fyrri rannsóknir, sem sýna að í 63% tilvika ákveði ferðamenn sem fara í hvalaskoðun frá Íslandi, áður en komið er til landsins (Hjördís Sigursteinsdóttir, 2003). Einnig kemur fram að 85% hvalaskoðunargesta segja hvalaskoðun hafa haft mikil eða mjög mikil áhrif á ákvörðunina að ferðast til Húsavíkur en aðeins 4% segja hvalaskoðun ekki hafa haft nein áhrif. Í flestum tilvikum eru það ferðamenn frá Mið-Evrópu, S-Evrópu og Bretlandseyjum sem hafa skipulagt hvalaskoðun frá Húsavík áður en ferðast er til landsins en fólk frá þessum löndum er jafnframt fjölmennasti hópur hvalaskoðunargesta á Húsavík.

Rannsóknin leiddi í ljós að tekjur vegna ferðamanna á Húsavík eru talsverðar. Samkvæmt niðurstöðum eru meðalútgjöld ferðamanna á Húsavík 7.053 krónur á dag miðað við heildarfjölda þátttakenda. Heildarútgjöld eru frekar lág miðað við útreikninga Ferðamálastofu (2008b) en það má skýra af því að talið er að skýrt samband sé milli tekna af ferðamönnum og þjónustustigs áfangastaða (Ásgeir Jónsson o.fl., 2006). Það vakti athygli rannsakenda hve margir næturgestir dvöldu á tjaldsvæði bæjarins. Mögulegt er að það megi skýra af því að aðeins þarf að greiða fyrir eina nótt og heimilt að dvelja frítt eftir það. Útgjöld gesta eru 7.920 krónur ef að tjaldsvæði eru undanskilin og er það nær útreikningum Ferðamálastofu (2008b).

Niðurstöður rannsóknarinnar sýna að breytileiki á útgjöldum ferðamanna á Húsavík er talsverður ef útgjöld ýmissa hópa eru dregin fram. Greina mátti nokkurn mun á útgjöldum ferðamanna eftir þjóðernum og eru útgjöld þeirra á bilinu 9.353 - 13.319 krónur. Þá reyndist marktækur munur á útgjöldum ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun og þeirra sem fóru ekki í hvalaskoðun. Þeir ferðamenn sem fóru í hvalaskoðun eyddu að jafnaði meiru í veitingar og afþreyingu, sem meðal annars má rekja til farmiðakaupa. Ekki reyndist munur á útgjöldum dagsgesta og næturgesta nema hvað varðar útgjöld vegna gistingar. Niðurstöður rannsóknarinnar sýna að heildartekjur vegna ferðamanna

---

<sup>25</sup> Ekki var unnt að bera saman fjölda ferðamanna á Húsavík á ákveðnu árabili þar sem aðeins fundust tölur um heildarfjölda ferðamanna í bænum fyrir árið 2007.

á Húsavík árið 2008 muni verða rúmur milljarður, að gefnum þeim forsendum að fjöldi ferðamanna árið 2008 muni vera sami og árið 2007, eða um 150 þúsund ferðamenn. Afþreying er lang stærsti útgjaldaliður ferðamanna, eða um 37% af heildarútgjöldum, gisting um 17,5%, svo veitingar og smásala, menning/sport og bensín.

Tekjur vegna hvalaskoðunargesta á Húsavík eru talsverðar. Fyrst ber að nefna að tekjur vegna sölu á farmiðum í hvalaskoðun árið 2007 námu um 129 milljónir króna sé miðað við 41 þúsund gesti í hvalaskoðun. Útgjöld ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun voru 13.131 krónur að jafnaði. Áætluð heildarvelta af hvalaskoðunarferðamönnum er því tæpar 650 milljónir<sup>26</sup> árið 2008, þar af eru 129 milljónir króna áætlaðar tekjur vegna sölu farmiða í hvalaskoðun. Þegar horft er til þess að um 85% ferðamanna sem fóru í hvalaskoðun á Húsavík, sögðu að hvalaskoðun hefði haft mikil eða mjög mikil áhrif á komu þess til Húsavíkur, má áætla að heildaútgjöld þessa hóps séu í kringum 550 milljónir króna. Niðurstöðurnar varðandi útgjöld hvalaskoðunargesta eru ágætlega í takt við fyrri rannsóknir, sem gerðar hafa verið á beinum efnahagslegum áhrifum hvalaskoðunar á Íslandi. Talið er að árið 2003 hafi bein efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar á Íslandi verið rúmur 1,7 milljarður króna (Geir Oddson, 2003), en árið 2007 fóru um 40% hvalaskoðunarferðamanna á Íslandi í hvalaskoðun frá Húsavík.

Alls voru um 47 stöðugildi hjá hvalaskoðunarfyrirtækjunum og Hvalasafninu yfir ferðamannatímamann 2007 eða ígildi tæplega 20 starfa á ársgrundvelli. Því til viðbótar voru 11 manns í fullustarfi allt árið um kring og heildar starfsígildi á ársgrundvelli því 31 starf. Að gefnum þessum fjölda starfa og áætluðum tekjum er ljóst að tilkoma hvalaskoðunar hefur haft nokkur efnahagsleg áhrif á hagkerfi Húsavíkur. Það er mat höfunda að með ítarlegri könnun meðal fyrirtækja á Húsavík, sem tengjast ferðaþjónustu beint eða óbeint, mætti leggja nákvæmara mat á margfeldisáhrifin, annars vegar af ferðamönnum á Húsavík og hins vegar margfeldisáhrif af tilkomu hvalaskoðunar.

Heildarniðurstöður úr könnun meðal fyrirtækja voru ekki marktækar nema að hluta. Svör við sumum spurningum voru marktæk en svör við öðrum voru ómarktæk. Meðal ástæðna fyrir því má nefna lélegt svarhlutfall (m.a. vegna þess að svarendur treystu sér ekki til að meta vissa þætti í rekstrinum og vegna

---

<sup>26</sup> Miðað við þær reikniforsendur að 59% ferðamanna eru dagsgestir

eigendaskipta sem höfðu orðið á rekstri fyrirtækja og upplýsingar því ekki tiltækar). Þá bar á því að sumar spurningar misskildust, því var mikill munur á svörum á milli sambærilegra fyrirtækja sem verður ekki útskýrður öðruvísi en að mismunandi skilningur hafi verið á spurningunni.

Höfundar skýrslu telja að rannsóknin leiði í ljós að atvinnumarkaður á Húsavík er nokkuð háður ferðapjónustu og má því segja að hún spili mikilvægt hlutverk fyrir efnahag svæðisins. Þó er ekki vitað hvert hlutfall ferðapjónustu er miðað við aðrar atvinnugreinar, en samkvæmt könnun má áætla að fjöldi stöðugilda í ferðapjónustu séu um 7% af heildarfjölda stöðugilda á Húsavík árið 2007. Draga má þá ályktun að svæðið er talsvert háð ferðapjónustu og breytingar á eftirspurn gætu haft neikvæðar afleiðingar fyrir þjónustu svæðisins. Höfundar vænta þess að fjöldi ferðamanna muni halda áfram að vaxa, að gefnum þeim forsendum að vöxtur muni vera áfram í komu ferðamanna til landsins. Það sem helst geti háð vexti er árstíðabinding og það hve viðkvæm ferðapjónusta getur verið varðandi efnahagslegan og pólitískan óstöðugleika.

Það vakti athygli höfunda, að samkvæmt könnun meðal fyrirtækja, er hlutfall ferðapjónustu í atvinnugreinum, sem flokkast annars vegar sem blönduð smásala og hins vegar sem önnur smásala, í einhverjum tilvikum talsvert hærra heldur en skilgreining Hagstofunnar (sjá viðauka 1). Yfirmenn fyrirtækja sem flokkast sem blönduð smásala telja hlutfall ferðapjónustu af heildarveltu vera á bilinu 10-50% en í annarri smásölu er hlutfallið talið vera á bilinu 0,03% til 25%. Höfundar telja að þetta megi að einhverju leyti skýra með mismunandi staðsetningu fyrirtækja, þ.e. hvort fyrirtæki séu miðsvæðis eða utan þess svæðis sem ferðamenn halda sig mest á.

Þar sem aðeins er reynt að draga fram efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar í þessari rannsókn er mikilvægt að átta sig á því að þjónusta við ferðamenn er nokkuð fjölbreytt á Húsavík eins og fram kemur í kafla 4.2. og því ekki hægt að segja að efnahagsleg áhrif séu eingöngu vegna hvalaskoðunar. Hvalaskoðun á þó greinilega stóran þátt í því að fjöldi ferðamanna stoppa í bænum ár hvert og útgjöld allra ferðamanna í heild mikilvæg fyrir efnahag svæðisins. Rannsóknin sýnir, að ljóst er að ferðapjónusta hefur vaxið í bænum, fjöldi stöðugilda og fyrirtækja í ferðapjónustu hefur fjölgað á síðastliðnum tíu árum. Ætla má að fjöldi ferðamanna hafi vaxið jafnt og þétt í bænum samhliða

fjölgun gesta í hvalaskoðun. Álykta má að fjölgun ferðamanna hafi skapað aukna eftirspurn eftir gistirými, uppbyggingu ýmissar aðstöðu og þjónustu.

Það vekur nokkra athygli, meðal höfunda rannsóknar, að dvalartími ferðamanna í bænum er í styttra lagi, þar sem rúmlega helmingur dagsferðamanna dvelur aðeins í hámark 6 klukkustundir í bænum. Það er ljóst að mikill efnahagslegur ávinningur fælist í því ef hægt væri að lengja dvalartíma ferðamanna í bænum, en fram hefur komið (sjá kafli 4.2) að til staðar eru fjölbreyttir möguleikar til afþreyingar, skemmtunar og útivistar. Ætla má að sá stöðugleiki sem hefur myndast í ferðaþjónustu á Húsavík komi öðrum svæðum á Norðausturlandi að góðu, sökum þess hve miðsvæðis Húsavík er, og geti þannig stuðlað að því að ferðamenn fari víðar um svæðið.

## Heimildir

Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga (2008). *Tölulegar upplýsingar úr Atvinnumálakönnun fyrir árið 2007*. Tölvupóstur mótttekinn 10. september 2008. Óútgefið efni.

Axel Hall, Ásgeir Jónsson og Sveinn Agnarsson (2002). *Byggðir og búseta, þéttbýlismyndun á Íslandi*. Reykjavík: Hagfræðistofnun.

Ásgeir Jónsson, Njáll Trausti Friðbertsson & Þórhallur Ásbjörnsson (2006). *Hagræn áhrif ferðaþjónustu, greint eftir svæðum á Íslandi*. Akureyri: Ferðamálastofur Íslands.

Burns, A.C. & Bush, R.F. (2006). *Marketing research (5. útg.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Butcher, G., Fairweather, J.R. & Simmons, D.G., (2003). *The Economic Impact of Tourism on Christchurch City and Akaroa Township*. Tourism Recreation Research and Education Centre. Skoðað 15. júní 2008 á [http://ithelp.lincoln.ac.nz/site/story\\_images/908\\_Rpt37f\\_s3363.pdf](http://ithelp.lincoln.ac.nz/site/story_images/908_Rpt37f_s3363.pdf)

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2005). *Tourism principles and practice (3. útg.)*. Essex: Pearson Education Limited.

Curtin, S., (2003). Whale-Watching in Kaikoura: *Sustainable Destination Development?* *Journal of Ecotourism* 2 (3), 173-195.

Eagles, P.F.J. & McCool, S.F., (2002). *Tourism in National Parks and Protected Areas, planning and management*. UK: CABI Publishing/International

Ferðamálastofa (2008a). *Erlendir gestir til ársins 2015*. Skoðað 20. febrúar 2008 á <http://ferdamalastofa.is/upload/files/Talningar%2825%29.xls>

Ferðamálastofa (2008b). *Ferðaþjónusta á Íslandi í tölum, 2005*. Skoðað 15. júlí 2008 á [http://ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat\\_id=516](http://ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat_id=516)

Ferðamálastofa (2008c). *Heildarfjöldi erlendra gesta 1949-2006*. Skoðað 15. febrúar 2008 á <http://ferdamalastofa.is/upload/files/Heildarfj%C3%B6ldi%20erlendra%20gesta%201949-2006.xls>

Fjármálaráðuneytið (2007). *Mótvægisáðgerðir ríkisstjórnarinnar vegna samdráttar í þorskafla*. Skoðað 5. september 2008 á <http://www.fjarmalaraduneyti.is/frettir/frettatilkynningar/frettatilkynningar/2007/09/12/nr/9115>

Geir Oddson (2003). *Efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar á Íslandi árið 2003*. Unnið fyrir Hvalaskoðunarsamtök Íslands. Skoðað 20. júní 2008 á <http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/hvalaskefn.pdf>

- Hagfræðistofnun Háskóla Íslands (2004). *Flug- og ferðaþjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkun gjalda á Keflavíkflugvelli*. Reykjavík: Hagfræðistofnun H.Í.
- Hagstofa Íslands (2008a). Ferðaþjónustureikningar 2000-2006. *Hagtíðindi 2008:2*
- Hagstofa Íslands (2008b). *Gistinætur, gestakomur og meðaldvalarlengd 1998-2007*. Skoðað 15. ágúst 2008 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Ferdamal,-samgongur-og-upplýsing/Gisting>
- Hagstofa Íslands (2008c). *Gjaldeyrstekjur af erlendum ferðmönnum 1969-2006*. Skoðað 15. september 2008 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Ferdamal,-samgongur-og-upplýsing/Ferdathjonusta>
- Hagstofa Íslands (2008d). *Hlutfall ferðaþjónustu í atvinnugreinum*. Skoðað 30. júní 2008 á <http://hagstofa.is/default.aspx?pageid=2072&Query=Hlutfall+fer%F0a%FEj%F3n+ustu>
- Hagstofa Íslands (2008e). *Mannfjöldi eftir byggðakjörnum 1998-2008*. Skoðað 15. september 2008 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Byggdakjarnar,-postnumer,-hverfi>
- Hagstofa Íslands (2008f). *Mannfjöldi eftir sveitarfélögum 1998-2008*. Skoðað 15. september 2008 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Sveitarfelog>
- Hagstofa Íslands (2008g). *Útflutningur vöru og þjónustu eftir atvinnugreinum 1990-2006*. Skoðað 15. september 2008 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Ferdamal,-samgongur-og-upplýsing/Ferdathjonusta>
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning. Policies, processes and relationships*. England: Pearson Education Limited.
- Hall, C.M. & Jenkins, J.M. (1998). The policy of rural tourism and recreation. Í Butler, R., Hall, C.M. & Jenkins, J.M. (ritstj.). *Tourism and recreation in rural areas*. Chichester: Wiley.
- Hjördís Sigursteinsdóttir (2003). *Hvalaskoðun, hvalveiðar og ferðamennska. Unnið fyrir Ferðamálaásetur Íslands*. Akureyri: Rannsóknarstofnun Háskólans á Akureyri.
- Hvalasafnið á Húsavík (2008a). *Ferðamenn í hvalaskoðun á Íslandi árin 1995-2007*. Óútgefið. Húsavík: Hvalasafn.
- Hvalasafnið á Húsavík (2008b). *Hvalaskoðunartafla fyrir Húsavík 1995-2007*. Óútgefið. Húsavík: Hvalasafn.
- Hvalasafnið á Húsavík (2008c). *Museum*. Skoðað 25. ágúst 2008 á <http://www.whalemuseum.is/museum/>



Húsavíkurbær (1994). *Atvinnumálakönnun í Húsavíkurbær árið 1994*. Húsavíkurbær: Atvinnumálanefnd.

Húsavíkurbær (2001). *Atvinnumálakönnun árið 2001*. Unnið af Atvinnuþróunarfélagi Þingeyinga.

Húsavíkurbær (2005). *Atvinnumálakönnun árið 2005*. Unnið af Atvinnuþróunarfélagi Þingeyinga.

Velkomin á Norðausturland (2008). *Opinber vefur ferðaþjónustuaðila á Norðausturlandi*. Skoðað 1. september 2008 á <http://www.nordesturland.is/forsida/>

Norður-Sigling Hvalaskoðun (á.á.). *Bátar fyrirtækisins*. Skoðað 5. september 2008 á <http://nordursigling.is/um-nordur-siglingu/batarnir/>

Norðurþing (2006). *Um Húsavík*. Skoðað 15. ágúst 2008 á <http://nordurthing.is/?mod=forsida&sport=husavik>

Rögnvaldur Guðmundsson (2006). *Ímynd Norðurlands og Eyjafjarðar, álit erlendra ferðamanna sumarið 2006*. Unnið fyrir Vaxtarsamning Eyjafjarðar matvæla- og ferðaþjónustuklasa. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar – RRF.

Rögnvaldur Guðmundsson (2008). *Ferðamenn í Þingeyjarsýslum 2001-2007*. Unnið fyrir Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga. Reykjavík: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar – RRF.

Samtök Ferðaþjónustunnar (2007). *Norðursigling, Húsavík hlýtur nýsköpunarverðlaun SAF*. Skoðað 15. júlí 2008 á [http://saf.is/saf/is/leit/fretfir/Default.asp?ew\\_0\\_a\\_id=293583](http://saf.is/saf/is/leit/fretfir/Default.asp?ew_0_a_id=293583)

Samtök Ferðaþjónustunnar (2008a). *Ársskýrsla 2005 -2006*. Skoðað 15. ágúst 2008 á [http://saf.is/saf/upload/files/pdf/utgafa\\_saf/arsskyrslur/31267\\_saf\\_arsskyrsla\\_2004.pdf](http://saf.is/saf/upload/files/pdf/utgafa_saf/arsskyrslur/31267_saf_arsskyrsla_2004.pdf)

Samtök Ferðaþjónustunnar (2008b). *Ársskýrsla 2006 -2007*. Skoðað 15. ágúst 2008 á [http://www.saf.is/saf/upload/files/pdf/arsskyrsla\\_2006/arsskyrsla-2006.pdf](http://www.saf.is/saf/upload/files/pdf/arsskyrsla_2006/arsskyrsla-2006.pdf)

Stynes, D.J. (á.á.). *Economic Impact of Tourism. A framework for assessing direct economic impacts of tourism*. Skoðað 15. ágúst 2008 á <https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>

Sæmundur Rögnvaldsson (2003). *Saga Húsavíkur* (V. bindi). Akureyri: Húsavíkurbær.

Vefur ferðaþjónustuaðila á Norðausturlandi (2008). Skoðað 10. júní 2008 á <http://www.nordesturland.is/thjonustulisti/>

Visit the giants of Húsavík (2008). Skoðað 15. ágúst 2008 á  
<http://www.gentlegiants.is/default.asp?id=429>

Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J. & Van Es, J.C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of travel research* 40 (2), 132-138.



## **Viðauki II**

**Könnun ferðamenn**

## Könnun meðal ferðamanna á Húsavík sumarið 2008

Könnun þessi er hluti af rannsóknarverkefni sem unnið er hjá Þekkingarsetri Þingeyinga sumarið 2008. Megin markmið rannsóknar er að leggja mat á bein og óbein efnahagsleg áhrif hvalaskoðunar á Húsavík. Við vonum að þú hafir nokkrar mínútur til þess að svara könnuninni. Svör verður ekki hægt að rekja til einstakra þátttakenda.

1. Kyn 1 Kona 2 Karl

2. Frá hvaða landi ert þú? \_\_\_\_\_

3. Með hverjum ferðaðist þú til Húsavíkur?

- 1 Einn á ferð 4 Vinnu- / klúbbfélögum  
2 Með fjölskyldu/vinum 5 Öðrum, hverjum?  
3 Í skipulagðri hópferð \_\_\_\_\_

4. Hefur þú farið eða ætlar þú að fara í hvalaskoðun á Húsavík?

- 1 Já 2 Nei (Ef nei, svaraðu næst spurningu 7)

5. Hve mikil áhrif hafði hvalaskoðun á ákvörðun þína að ferðast til Húsavíkur?

- |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Engin                      | Mjög<br>lítill             | Lítill                     | Mikil                      | Mjög<br>mikil              |
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

6. Hvenær ákvaðst þú að fara í hvalaskoðun á Húsavík?

- 1 Áður en ég kom til Íslands 3 Á ferð minni um landið  
2 Þegar ég kom til Húsavíkur 4 Annað \_\_\_\_\_ 3

7. Dvaldir þú á Húsavík síðastliðna nótt og/eða munt þú dvelja þar komandi nótt?

- 1 Já 2 Nei (Ef nei, svaraðu næst spurningu 9)

8. Hvernig gistaðstöðu notaðir þú/munt þú nota á Húsavík?

- 1 Tjaldsvæði 4 Gistiheimili  
2 Einkagisting 5 Hótel  
3 Sumarhús 6 Ættingjar/vinir

9. Hve lengi hefur þú dvalið á Húsavík?

\_\_\_\_\_ dagar \_\_\_\_\_ klst

10. Hvað telur þú að dvöl þín verði löng á Húsavík?

\_\_\_\_\_ dagar \_\_\_\_\_ klst

Í spurningum 11 og 12 er leitað upplýsinga um meðal eyðslu ferðamanna á Húsavík síðustu 24 klst eftir ákveðnum flokkum.

- Ef þú ferðast í hópi (t.d. með fjölskyldu) þar sem einn einstaklingur greiðir útgjöld alls hópsins vinsamlegast greindu frá heildar eyðslu alls hópsins.
- Ef þú greiðir þinn hluta af ákveðinni heild, vinsamlegast greindu aðeins frá þinni eyðslu.

11. Fyrir hve marga einstaklinga er sú eyðsla sem þú tilgreinir?

\_\_\_\_\_ einstaklinga

**12. Merktu í þann reit sem við á um eyðslu þína (eða hópsins) á Húsavík sl. 24 klst (eða þann tíma sem dvölin hefur staðið, ef dvalið er skemur en 24 klst).**

- Vinsamlegast tilgreinið einnig ef greitt hefur verið fyrirfram, eða á eftir að greiða, fyrir þjónustu (t.d. gistingu/afþreyingu) sem fellur til innan þessarar 24 klst.
- Athugið að valmöguleikar eru gefnir upp í íslenskum krónum. Í töflu hér aftast á síðu má sjá andvirði króna í öðrum gjaldmiðlum.

**a. Gisting á Húsavík (síðastliðna nótt)**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 15.001 kr. – 20.000  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>6</sub> > 21.001 kr.  
<sub>3</sub> 5.001 kr. – 10.000 kr.      <sub>7</sub> Keypti ekki slíka þjónustu  
<sub>4</sub> 10.001 kr. – 15.000 kr.

**b. Matur og drykkir á veitingahúsum og hótélum**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu/vörur

**c. Afþreying/Skemmtun/Ferðir**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu

**d. Menningar- og íþróttastarfsemi (t.d. söfn/sund/golf)**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu

**e. Bensín/Olía**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu/vörur

**f. Smásala (t.d. matvara/fatnaður/minjagripir/gjafavara)**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu/vörur

**g. Önnur eyðsla á Húsavík**

- <sub>1</sub> < 1.000 kr.      <sub>5</sub> 7.001 kr. – 9.000 kr.  
<sub>2</sub> 1.001 kr. – 3.000 kr.      <sub>6</sub> 9.001 kr. – 11.000 kr.  
<sub>3</sub> 3.001 kr. – 5.000 kr.      <sub>7</sub> > 11.001 kr.  
<sub>4</sub> 5.001 kr. – 7.000 kr.      <sub>8</sub> Keypti ekki slíka þjónustu/vörur

Krónur	Euro	USD	GBP	DKK	Krónur	Euro	USD	GBP	DKK
<b>1.000</b>	8	13	6	59	<b>11.000</b>	87	139	70	653
<b>2.000</b>	16	25	13	119	<b>12.000</b>	95	151	76	712
<b>3.000</b>	24	38	19	178	<b>13.000</b>	103	164	82	771
<b>4.000</b>	32	50	25	237	<b>14.000</b>	111	177	88	831
<b>5.000</b>	40	63	32	297	<b>15.000</b>	119	189	95	890
<b>6.000</b>	48	76	38	356	<b>16.000</b>	127	202	101	949
<b>7.000</b>	56	88	44	415	<b>17.000</b>	135	215	107	1.009
<b>8.000</b>	64	101	51	475	<b>18.000</b>	143	227	114	1.068
<b>9.000</b>	72	114	57	534	<b>19.000</b>	151	240	120	1.127
<b>10.000</b>	80	126	63	593	<b>20.000</b>	159	252	126	1.187

Kærar þakkar fyrir þátttökuna ! ☺

## **Viðauki III**

**Könnun fyrirtæki**

## Könnun meðal fyrirtækja á Húsavík sem selja vörur og þjónustu beint til ferðamanna

Könnunin er hluti af rannsóknarverkefni sem unnið er hjá Þekkingarsetri Þingeyinga sumarið 2008. Markmið rannsóknarinnar er að leggja mat á efnahagsleg áhrif ferðaþjónustu á Húsavík. Mikilvægt er að meta gildi ferðaþjónustu fyrir samfélagið sem grundvöll fyrir skipulag, stefnumótun og efnahagslega þróun svæðisins. Fyllsta trúnaðar verður gætt við vinnslu gagna, svör verða ekki rakin til einstakra fyrirtækja.

### 1. Tegund fyrirtækis (merkið í viðeigandi flokk)

- 1 Gistiþjónusta
- 2 Veitinga- og kaffihúsarekstur
- 3 Afþreying
- 4 Tómstunda-, menningar- og íþróttastarfsemi
- 5 Bílaleiga/Bílaþjónusta
- 6 Farþegaflutningar á landi/sjó
- 7 Gjafavörverslun, bókaverslun, íþróttaverslun
- 8 Blönduð smásala (bensínstöðvar, matvara, drykkjavara ofl.)
- 9 Önnur smásala (fatnaður, snyrtivörur, raftæki ofl.)
- 10 Annað \_\_\_\_\_

2. Hve lengi hefur fyrirtækið starfað? \_\_\_\_\_ ár

3. Hver var u.þ.b. heildar velta fyrirtækisins árið 2007? \_\_\_\_\_ krónur  
(Vinsamlegast tilgreinið eins nákvæmlega og hægt er).



4. Hve stórt hlutfall af veltu fyrirtækisins árið 2007 má rekja til sölu til ferðamanna? (Ef engar fastar tölur liggja fyrir, vinsamlegast áætlið eins nákvæmlega og hægt er).

\_\_\_\_\_ %

5. Hve margir starfsmenn starfa hjá fyrirtækinu í fullu starfi 12 mánuði á ári? \_\_\_\_\_ starfsmenn

6. Hve margir starfsmenn starfa hjá fyrirtækinu í hlutastarfi 12 mánuði á ári? \_\_\_\_\_ starfsmenn

7. Hve margir starfsmenn starfa hjá fyrirtækinu í fullu starfi einungis yfir ferðamannatímann? \_\_\_\_\_ starfsmenn

8. Hve margir starfsmenn starfa hjá fyrirtækinu í hlutastarfi einungis yfir ferðamannatímann? \_\_\_\_\_ starfsmenn

9. Hve langur er ferðamannatíminn hjá fyrirtækinu? \_\_\_\_\_ mánuðir



10. Hve stór hluti starfsmanna hefur fasta búsetu á Húsavík eða nágrenni? \_\_\_\_\_%

11. Hve stórt hlutfall (%) af árlegum heildar kostnaði fyrirtækisins er vegna eftirfarandi þátta?

a. Vinnuafli \_\_\_\_\_%

b. Aðfanga \_\_\_\_\_% Hve stór hluti af aðfangakostnaði er vegna aðfanga sem keypt eru á Húsavík eða nágrenni? \_\_\_\_\_%

c. Annað \_\_\_\_\_% Hve stórt hlutfall af öðrum kostnaði er vegna kostnaðar sem kemur til á Húsavík eða nágrenni? \_\_\_\_\_%

*Samtals* 100%

12. Miðað við síðastliðin 5 ár, hvernig hefur hlutfall þeirra aðfanga/birgða sem fyrirtækið kaupir í heimahéraði breyst? (Merkið við einn valmöguleika)

1 Ég kaupi miklu minna af aðföngum/birgðum í heimahéraði núna en áður

2 Ég kaupi minna af aðföngum/birgðum í heimahéraði núna en áður

3 Ég kaupi sama magn af aðföngum/birgðum í heimahéraði núna og áður

4 Ég kaupi meira af aðföngum/birgðum í heimahéraði núna en áður

5 Ég kaupi miklu meira af aðföngum/birgðum í heimahéraði núna en áður

Kærar þakkir fyrir þátttökuna !

Vinsamlegast hafið samband ef frekari upplýsinga er þörf.

Rannveig Guðmundsdóttir

Þekkingarsetur Þingeyinga, sími: 464-0444