

# HAGFRÆÐISTOFNUN HÁSKÓLA ÍSLANDS

---

Skýrsla nr. 5/1993

## Útgjöld íslenskra ferðamanna erlendis: Tímabilið október til desember árið 1992

Skýrsla unnin að tilstuðlan:  
Nýsköpunarsjóðs stúdenta og  
Íslenskrar verzlunar

Maí 1993



# HAGFRÆÐISTOFNUN HÁSKÓLA ÍSLANDS

---

Skýrsla nr. 5/1993

## Útgjöld íslenskra ferðamanna erlendis: Tímabilið október til desember árið 1992

Skýrsla unnin að tilstuðlan:  
Nýsköpunarsjóðs stúdenta og  
Íslenskrar verzlunar

Maí 1993

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands  
Odda v/Sturlugötu  
Sími: 91-694541/694553  
Fax nr.: 91-26806



## Formáli

Í skýrslu þessari er fjallað um útgjöld íslenskra ferðamanna erlendis. Tölur eru unnar úr viðtalskönnun er fram fór á tímabilinu október til desember 1992. Verkefnið varð til með samvinnu Nýsköpunarsjóðs stúdenta og Íslenskrar verslunar en þessir aðilar fólu Hagfræðistofnun Háskóla Íslands að annast framkvæmd verksins en hún lagði jafnframt fé af mörkum til könnunarinnar. Verkið unnu þær Kristjana Blöndal, B.A. og Oddný Þóra Óladóttir, M.A., en umsjón önnuðust Birgir Þór Runólfsson, lektor og undirritaður. Ég vona að þær upplýsingar sem fram koma í skýrslunni verði til þess að menn sjá innkaupaferðir Íslendinga utan í réttu ljósi svo og útgjaldahneigð þeirra erlendis almennt.

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands í maí 1993,  
Guðmundur Magnússon, forstöðumaður.

# Efnisyfirlit

## Útdráttur

<b>1.</b>	<b>Inngangur</b> .....	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Aðferð</b> .....	<b>3</b>
2.1	Ferðakannanir .....	3
2.2	Úrtak .....	4
2.3	Brottfall .....	4
2.4	Framkvæmd .....	4
2.5	Mælitæki .....	5
2.5.1	Viðhorf til dvalarstaðar og útgjöld erlendis .....	5
2.5.2	Starfsstéttir .....	6
2.6	Líkanið .....	6
<b>3.</b>	<b>Niðurstöður ferðakönnunar 1992</b> .....	<b>8</b>
3.1	Greining ferðamanna .....	8
3.2	Útgjöld eftir dvalarstað og tilgangi ferðar .....	10
3.3	Breskar innkaupaborgir .....	14
<b>4.</b>	<b>Mat á útgjöldum íslenskra ferðamanna erlendis</b> .....	<b>17</b>
4.1	Koma Íslendinga til landsins - Mat á úrtaki .....	17
4.2	Útgjöld Íslendinga erlendis .....	19
4.3	Áhrif innkaupa Íslendinga erlendis á landsframleiðslu .....	23
<b>5.</b>	<b>Umræða</b> .....	<b>25</b>
	<b>Heimildaskrá</b> .....	<b>27</b>
	<b>Viðauki A</b> .....	<b>29</b>
	<b>Viðauki B</b> .....	<b>30</b>
	<b>Viðauki C</b> .....	<b>33</b>

# Útdráttur

Könnuð voru útgjöld íslenskra ferðamanna erlendis og viðhorf þeirra til verðlags og verslunar erlendis samanborið við hér á landi. Um flugvallarkönnun var að ræða og fór hún fram á tímabilinu 4. október til 8. desember, árið 1992. Þátttakendur voru 851, þ.e. 340 karlar, 416 konur og 95 hjón. Flestir aðspurðra töldu verðlag erlendis lægra eða miklu lægra en hér á landi og rúmlega helmingur taldi þjónustu í verslunum erlendis sambærilega við þjónustu hérlendis. Þar að auki voru flestir þátttakendur þeirrar skoðunar að vörugæði erlendis væru sambærileg vörugæðum hérlendis og að vöruúrval væri meira eða miklu meira erlendis en hér á landi.

Dagleg útgjöld erlendis fyrir utan flug og gistingu voru að meðaltali tæpar 13 þúsund krónur á mann. Innkaup á dag voru tæpar 8 þúsund krónur og fóru 85% þeirra í fatnað. Útgjöld voru mismikil eftir tilgangi ferðar og dvalarstað. Hæst voru þau meðal ferðamanna í innkaupaferðum. Samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar voru heildarútgjöld íslenskra ferðamanna erlendis sem komu með flugi frá Evrópu um Leifsstöð á tímabilinu 4. október til 8. desember 1,464 milljarðar. Þar af voru innkaup um 880 milljónir. Mat var lagt á áhrif innkaupa íslenskra ferðamanna erlendis á íslenska hagkerfið. Gáfu niðurstöður til kynna að ef innkaup hefðu átt sér stað hér á landi hefði landsframleiðsla aukist um 787 milljónir. Enn fremur hefði atvinnutækifærum í verslun fjölgað um 72 ársverk.

# 1. Inngangur

Íslenski ferðamarkaðurinn hefur tekið miklum breytingum á undanförunum árum. Ferðavenjur Íslendinga hafa breyst og fer fólk nú oftast utan en áður. Einkum hefur ásókn í stuttar borgarferðir á tímabilinu september til desember farið vaxandi.

Borgarferðir eru ýmist farnar sem skemmti- eða innkaupaferðir en með tilkomu þeirra hefur meðaldvalarlengd Íslendinga á ferðalögum erlendis styst til muna. Íslenskar ferðaskrifstofur hafa auglýst stuttar borgarferðir til Bretlandseyja sem innkaupaferðir og hafa vinsældir þeirra aukist ár frá ári (skv. upplýsingum frá ferðaskrifstofunni Úrval-Útsýn).

Tilkomu innkaupaferða má eflaust rekja til þess að hinn almenni neytandi fer utan í leit að hagstæðum innkaupum. Í fjölmiðlum hefur þó komið fram að íslenskir kaupmenn telja mun á vöruverði hérlendis og erlendis ekki jafn mikinn og af er látið (sjá t.d. Kristínu Mörju, 1992; Margréti Þóru Jónsdóttur, 1992). Þeir telja einnig að gæði vara sem fólk kaupir erlendis séu ekki jafnmikil og þeirra vara sem eru í boði hérlendis og að jafnan sé vöruverð í vöruhúsum erlendis borið saman við vöruverð í sérverslunum hér á landi. Talsmenn kaupmannasamtakanna (1992) álíta enn fremur að íslensk verslun búi við mun verri skilyrði en tíðkast erlendis og hafa í því sambandi nefnt háa skattlagningu, mikinn flutningskostnað, óhagstæð innkaup vegna lítils markaðs og fleira.

Getgátur hafa verið uppi um útgjöld Íslendinga í hinum svokölluðu innkaupaferðum en engar haldbærar upplýsingar um útgjöld þeirra hafa verið fyrir hendi sem byggjandi er á. Hagfræðistofnun gerði úttekt á skipulögðum innkaupaferðum landsmanna til nálægra landa fyrir Nýsköpunarsjóð að beiðni Íslenskrar verslunar á haustmíssum 1992.

Þessi skýrsla fjallar um könnun á útgjöldum íslenskra ferðamanna erlendis fyrir utan flug og gistingu og viðhorfum þeirra til verðlags og verslunar erlendis samanborið við hér á landi. Um er að ræða flugvallarkönnun sem fram fór á tímabilinu 4. október til 8. desember árið 1992. Þar sem erfitt er að skilgreina hvað flokka ber undir innkaupaferð og hvað ekki var brugðið á það ráð að athuga innkaup íslenskra ferðamanna sem komu um Leifsstöð frá Evrópu á tímabilinu, óháð tilgangi ferðar.

Markmið rannsóknarinnar voru í fyrsta lagi að meta heildarútgjöld íslenskra ferðamanna erlendis fyrir utan flug og gistingu, svo og eyðsluhætti þeirra. Í öðru lagi að meta áhrif innkaupa íslenskra ferðamanna erlendis á íslenska hagkerfið, hefðu þau átt sér stað hér á landi, svo og fjölda atvinnutækifæra sem innkaup hefðu hugsanlega skapað. Í þriðja lagi að kanna viðhorf íslenskra ferðamanna til verðlags og verslunar erlendis miðað við hér á landi. Í fjórða lagi að varpa ljósi á ferðamynstur Íslendinga erlendis á tímabilinu. Enn fremur vonumst við til að sá gagnagrunnur sem hér hefur verið byggður upp nýtist í frekari rannsóknum á ferðum Íslendinga utan.

Skýrslan skiptist í fjóra meginhluta. Fyrsti hluti er um rannsóknaraðferðina og fjallar um forsendur ferðakannana, úrtakið, framkvæmdahliðina, mat og úrvinnslu gagna. Í öðrum hluta eru helstu niðurstöður ferðakönnunarinnar kynntar. Í þriðja hluta er leitast við að leggja mat á heildarútgjöld og innkaup íslenskra ferðamanna erlendis á tímabilinu október til desember 1992 og þau áhrif sem innkaupin hefðu haft á landsframleiðslu, hefðu þau átt sér stað hér á landi. Í fjórða og síðasta hluta er umræða um helstu niðurstöður.



## 2. Aðferð

Í eftirfarandi umfjöllun er greint stuttlega frá ýmsum aðferðum sem notaðar eru við ferðakannanir. Enn fremur er lýst rannsóknaraðferðinni sem notuð var í ferðakönnuninni. Fjallað er um úrtakið, brottfall, framkvæmd könnunar og þau mælitæki sem notuð voru. Að lokum er líkanið kynnt sem byggt var á við mat á áhrifum útgjalda íslenskra ferðamanna erlendis á íslenska hagkerfið, hefðu innkaup þeirra átt sér stað hér á landi.

### 2.1 Ferðakannanir

Aðferðum sem notaðar eru við mat á útgjöldum og eyðsluháttum ferðamanna má skipta í þrjá meginflokka (Mak, Moncur og Yonamine, 1977). Þeir eru eftirfarandi:

- (a) „Dagbókarskráning.“ Í upphafi ferðar biður rannsakandi ferðamanninn að fylgjast með útgjöldum sínum í ferðinni og skrá þau niður eftir fyrir fram ákveðnu formi.
- (b) „Flugvallarkönnun við heimferð.“ Könnun á útgjöldum ferðamannsins fer fram á flugvelli í lok ferðar, þ.e. rétt fyrir brottför úr því landi sem ferðast var til.
- (c) „Síma- eða póstkönnun.“ Könnun á útgjöldum ferðamannsins fer fram eftir að heim er komið, í gegnum síma eða bréfleiðis.

Eins og vænta má hafa þessar aðferðir ýmsa kosti og galla. Þegar könnun fer fram í formi dagbókarskráningar þarf ferðamaðurinn stöðugt að huga að útgjöldum sínum í ferðinni en slíkt getur leitt til fráviks. Þó er aðferðin þeim kostum búin að ferðamaðurinn skráir útgjöldin í samræmi við óskir rannsakandans. Flugvallarkönnun við heimferð hefur þá kosti að ferðamaðurinn hefur nýlokið eyðslu í landinu sem ferðast var til og er þar af leiðandi líklegri til að muna í hvað peningunum hefur verið varið en ef lengri tími væri liðinn frá ferðalokum. Þó má ætla að ferðamaðurinn eigi í einhverjum erfiðleikum með að aðgreina útgjöld sín í samræmi við óskir rannsakandans (Smith, 1989). Í síma- og póstkönnunum eru ferðamenn beðnir um að meta útgjöld sín eftir að heim er komið og oft líður nokkur tími frá ferðalokum þar til könnun fer fram. Af þeim sökum eru svarendur líklegir til að vanmeta útgjöldin, jafnframt því sem svörun er oft léleg (Mill og Morrison, 1985).

Talið er að flugvallarkannanir við heimferð gefi betri tölfræðilega mynd en aðrar aðferðir (Henderson og Cousins, 1975). Einnig er talið að ferðamenn séu líklegri til að vilja taka þátt í könnun meðan á ferðalagi stendur en eftir að ferðinni lýkur. Ferðakönnun sú sem gerð var í Leifsstöð á tímabilinu 4. október til 8. desember árið 1992 er hliðstæð hefðbundnum flugvallarkönnunum með þeirri undantekningu þó að úrtak var tekið á flugvelli eftir að heim var komið.

Í könnunum á eyðsluháttum ferðamanna þarf sérstaklega að huga að minnishæfni svarenda. Talið er að mat ferðamannsins á útgjöldum sé líklegra til að vera réttmætt ef hann fær ríflegan tíma til umhugsunar (Archer og Jones, 1977). Var það haft í huga við ferðakönnun 1992 og því meiri áhersla lögð á gæði svörunar en magn.

## 2.2 Úrtak

Ferðakönnunin fór fram í flugstöð Leifs Eiríkssonar á tímabilinu 4. október - 8. desember árið 1992 og náði til íslenskra ferðamanna sem komu til landsins með áætlanar- eða leiguflogi frá Evrópu. Skilgreining WTO (World Tourism Organization, 1985) á hugtakinu „ferðamaður“ var notuð, þ.e. allir þeir sem dvalið höfðu erlendis lengur en 24 klukkustundir töldust til ferðamanna. Skilyrði fyrir þátttöku voru enn fremur að svarendur hefðu náð 18 ára aldri og hefðu ekki dvalið lengur en tvo mánuði erlendis. Könnunin náði til 1071 einstaklings og hjóna, þar af neituðu 220 að svara, þannig að svörun var 79,5%. Þátttakendur voru 851 einstaklingur og hjón, þ.e. 340 karlar (40%), 416 konur (48,8%) og 95 hjón (11,2%).

Úrtakið var valið með hentugleikaaðferð og fór könnunin fram í komusal flugstöðvar. Ástæða þótti til að láta farþega ganga í gegnum tollskoðun áður en þeir voru beðnir um að taka þátt í könnuninni því ætla má að hún hefði getað haft áhrif á svörun þeirra. Könnunin var gerð með jöfnu millibili á tímabilinu, alls tuttugu og þrjá daga og náði hún til alls flugs frá Evrópu á þeim dögum sem hún fór fram. Samkvæmt upplýsingum Kynnisferða (1992) og söluskrifstofu Flugleiða (1992) er verulegur munur á komu farþega til landsins eftir vikudögum og var tekið tillit til þess við val á þeim vikudögum sem könnun var framkvæmd. Tilgangurinn var einkum sá að koma í veg fyrir hugsanlega skekkju vegna komu ólíkra farþega eftir vikudögum. Í 1. töflu í viðauka A má sjá yfirlit yfir fjölda Íslendinga sem komu til landsins í gegnum Leifsstöð eftir vikudögum, á því tímabili sem könnunin fór fram.

## 2.3 Brottfall

Allar neitanir voru skráðar, svo og kynferði viðkomandi og áætlaður aldur (sjá 2. töflu í viðauka A). Alls neituðu 220 einstaklingar og hjón, þar af 90 karlar (40,9%), 114 konur (51,8%) og 16 hjón (7,3%). Hlutfall karla, kvenna og hjóna í brottfallshópi var mjög sambærilegt við hlutfall þeirra meðal þátttakenda en eins og fram hefur komið voru karlar 40% þátttakenda, konur 48,8% og hjón 11,2%.

## 2.4 Framkvæmd

Spurningalisti um viðhorf til dvalarstaðar og áætluð útgjöld erlendis var lagður fyrir. Sá háttur var hafður á að spyrjar útfylltu spurningalista til að tryggja hvað nákvæmasta og besta svörun. Þrír spyrjendur sáu um gagnasöfnun, þar af tveir aðalspyrjendur.

Í kynningu kom fram að könnunin væri á vegum Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands og næði til íslenskra ferðamanna sem kæmu með flugi frá Evrópu á tímabilinu. Enn fremur var greint frá því að í könnuninni væri spurt um viðhorf ferðamanna til dvalarstaðar og um útgjöld þeirra erlendis. Að lokum var lögð áhersla á að um nafnlausu könnun væri að ræða (sjá kynningu í viðauka B).

## 2.5 Mælitæki

### 2.5.1 Viðhorf til dvalarstaðar og útgjöld erlendis

Hannaður var spurningalisti um viðhorf til dvalarstaðar og áætluð útgjöld erlendis (sjá spurningalista í viðauka B). Listinn skiptist í þrjá meginhluta. Í fyrsta hluta voru spurningar um dvalarstað, fjölda náttu á dvalarstað, tilgang ferðar og kosti hennar. Möguleg svör við spurningu um tilgang ferðar voru: 1) skemmtun, 2) viðskipti, ráðstefna, vinna, 3) innkaup, 4) annað. Í ljós kom við úrvinnslu að nokkuð stór hópur fór utan í þeim tilgangi að heimsækja vini eða ættingja. Einnig var nokkuð algengt að fólk sem var í viðskipta-, ráðstefnu- eða vinnuferðum, sem hér eftir verða kallaðar vinnuferðir, tengdi ferðina öðrum tilgangi, svo sem skemmtun eða innkaupum. Vegna þess hve um fjölmenna hópa var að ræða var þessum tveimur flokkum bætt við í úrvinnslu, þ.e. flokkunum „vinnuferð og annar tilgangur” og „heimsókn til vina eða ættingja”. Fimm möguleikar voru gefnir við spurningunni um tvo helstu kosti ferðar: 1) tilbreyting, 2) frí og afslöppun, 3) kynnast landi og þjóð, 4) lágt verðlag, 5) annað. Að auki var spurt hvor kosturinn væri mikilvægari af þeim sem viðkomandi valdi. Þessi spurning náði ekki til þeirra svarenda sem eingöngu voru í vinnuferð erlendis.

Í öðrum hluta var spurt um viðhorf til verðlags, þjónustu í verslunum, vörugæða og vöruúrvals á dvalarstað samanborið við á Íslandi. Fimm möguleg svör voru gefin: 1) miklu hærra/betra/meira, 2) hærra/betra/meira, 3) sambærilegt, 4) lægra/verra/minna, 5) miklu lægra/verra/minna.

Í þriðja hluta voru spurningar um áætluð útgjöld erlendis fyrir utan flug og gistingu. Svarendur voru beðnir að mæta innkaup og aðgreina skiptingu þeirra. Spurt var um innkaup á fatnaði (þ.m.t. skófatnaði), barnafötum, leikföngum, rafmagnstækjum og öðru. Einnig var spurt um fjölda þeirra sem útgjöld erlendis áttu við og aldur þeirra. Ekki var óalgengt að fólk í vinnuferðum sem var með frítt uppihald erlendis gæti ekki metið útgjöld sín, þar sem þau voru annaðhvort borguð af hérlendum eða erlendum aðilum. Í þeim tilvikum var fólk beðið um að meta innkaup erlendis en kostnaði við uppihald sleppt.

Að lokum var spurt um innkaup í fríhöfn hér á landi, bæði á leið frá og til landsins, svo og um greiðslukortanotkun erlendis, þ.e. hve hátt hlutfall útgjalda erlendis fyrir utan flug og gistingu væri greitt með greiðslukorti. Að auki voru spurningar um aldur, búsetu eftir landshlutum, hjúskaparstöðu, fjölda barna, starfsheiti svarenda og maka hans.

Þar sem margar flugvélar í áætlunarflugi koma á svipuðum tíma til landsins er rennsli ferðamanna um flugstöðina hratt. Því var lögð áhersla á að hafa spurningalistann stuttan og fljótsvaraðan. Í forprófun var listinn lagður fyrir 10 einstaklinga til að kanna hvort spurningar væru viðeigandi og málfar skiljanlegt.

## 2.5.2 Starfsstéttir

Stuðst var við starfsgreinaflokkun Félagsvísindastofnunar Háskóla Íslands með nokkrum breytingum þó. Um átta starfsstéttir var að ræða: 1) verka- og afgreiðslufólk, 2) iðnaðarfólk og verkstjórar, 3) þjónustu- og skrifstofufólk, 4) fólk í umönnunarstörfum og kennslu, 5) fólk í lægri stjórnunarstörfum og sölustörfum, 6) sérfræðingar og atvinnurekendur, 7) bændur og sjómenn, 8) fólk sem ekki var útvinnandi.

## 2.6 Líkanið

Hannað var líkan til að meta áhrif innkaupa íslenskra ferðamanna erlendis á landsframleiðslu hefðu þau átt sér stað hér á landi. Höfð var hliðsjón af líkani sem notað hefur verið til að meta áhrif sem útgjöld ferðamanna hafa á efnahagskerfi þess svæðis sem þeir heimsækja (Archer og Owen, 1971; Henderson og Cousins, 1975; Hollander, 1982; Milne, 1987). Í þessari rannsókn var aftur á móti lagt mat á útgjöld íslenskra ferðamanna erlendis og þau áhrif sem innkaup þeirra hefðu haft ef þau hefðu átt sér stað hér á landi. Líkanið er eftirfarandi:

$$Y = g \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{N_i Q_{ij}}{A_j}$$

Þar sem:

- $Y$  = breyting á landsframleiðslu hefðu innkaup íslenskra ferðamanna erlendis átt sér stað hér á landi,
- $g$  = skammtíma tekjumargfaldari,
- $i$  = einstaklingur  $i$ ,
- $j$  = vöruflokkur  $j$ ,
- $N_i$  = fjöldi ferðadaga einstaklings  $i$ ,
- $Q_{ij}$  = innkaup á dag af vöruflokki  $j$  hjá einstaklingi  $i$ ,
- $A_j$  = álagningarmargfaldari vöruflokks  $j$ .

Mikilvægt er að fá nákvæmar upplýsingar um eyðsluhætti ferðamanna til að greina efnahagsleg áhrif þeirra (Archer, 1977). Við úrvinnslu var einblínt á dagleg innkaup íslenskra ferðamanna og skiptingu þeirra milli einstakra vöruflokka. Dagleg innkaup voru síðan margfölduð með fjölda ferðadaga til að fá fram heildarinnkaup ferðamanna erlendis á tímabilinu (sjá líkan). Þær vörur sem íslenskir ferðamenn keyptu erlendis eru ekki framleiddar nema að litlu leyti hér á landi. Upplýsingar um tolla- og álagningarmargfaldara einstakra vöruflokka voru því fengnar hjá Þjóðhagsstofnun (1992b) en þeir gefa hugmynd um þann mismun sem er á innkaups- og smásöluverði vöru. Með því móti var hægt að meta hve hátt hlutfall vöruverðs hefði orðið eftir í landinu hefði varan verið keypt hér á landi. Að

lokum var tekið tillit til þeirra margföldunaráhrifa sem innkaup hefðu haft á landsframleiðslu hefðu þau átt sér stað hér á landi. Var þá stuðst við skammtíamargfaldara sem Þjóðhagsstofnun notar en hann gefur til kynna þau margföldunaráhrif sem verða við það að fjármagn fer í umferð í hagkerfinu.

Í þessari rannsókn var ferðamönnum skipt í hópa eftir því hvert þeir ferðuðust, hve lengi þeir dvöldu og hver tilgangur ferðar var. Fyrri rannsóknir hafa sýnt að þessir þættir eru meðal mikilvægustu þátta sem áhrif hafa á útgjöld ferðamanna (Henderson og Cousins, 1975; Archer og Jones, 1977; Milne 1987, 1992).



## 3. Niðurstöður ferðakönnunar

Í eftirfarandi samantekt eru kynntar niðurstöður ferðakönnunarinnar sem gerð var árið 1992 (okt.-des.). Fjallað er um skiptingu íslenskra ferðamanna eftir tilgangi ferðar og ferðamynstur þeirra. Greint er frá viðhorfum þeirra til verðlags og verslunar erlendis samanborið við hér á landi, svo og hvað þeir töldu helstu kosti ferðarinnar utan. Einnig eru kynntar niðurstöður um útgjöld og eyðsluhætti eftir ferðamönnum. Sérstaka umfjöllun fá ferðamenn sem ferðuðust til innkaupaborganna Dyflinnar, Edinborgar og Newcastle.

### 3.1 Greining ferðamanna

#### *Bakgrunnsbreytur*

Samkvæmt niðurstöðum tíðniútreikninga voru langflestir svarendur af höfuðborgar-svæðinu, eða 74,4% (sjá 1. töflu í viðauka C). Meðalaldur þeirra var 40 ár og voru flestir á aldrinum 21 - 50 ára, eða 77,5% (sjá 2. töflu í viðauka C). Um 82% þeirra sem tóku þátt í könnuninni voru giftir eða í sambúð, um 84% voru foreldrar og áttu flestir þeirra tvö eða þrjú börn (63,2%). Hæst hlutfall svarenda var í sérfræðistörfum og atvinnurekstri (29,0%) en fæstir gegndu bústörfum og sjómennsku (4,3%). Tæplega 13% voru ekki útivinnandi en til þess hóps heyrðu atvinnulausir, ellilífeyrisþegar, heimavinnandi fólk, nemar og öryrkjar (sjá 3. töflu í viðauka C).

#### *Dvalarlengd, dvalarstaður og tilgangur ferðar*

Meðaldvalarlengd þátttakenda erlendis var 5,3 nætur. Langstærsti hópurinn (87,8%) dvaldi í 7 nætur eða minna. Um helmingur þátttakenda (48,0%) dvaldi í Bretlandi eða Írlandi. Rúmlega fjórðungur (28,4%) dvaldi á meginlandi Evrópu, tæplega fimmtungur (18,9%) á Norðurlöndunum, um 3% dvöldu í Miðjarðarhafslöndum eða Austur-Evrópu og um 2% dvöldu í öðrum heimsálfum (sjá 4. töflu í viðauka C).

Hæst hlutfall þátttakenda fór utan í þeim megin tilgangi að skemmta sér eða rúmlega þriðjungur (35,6%). Um fjórðungur (26,2%) var í innkaupaferðum og rúmlega fimmtungur (22,2%) var í vinnuferðum, þ.e. í viðskipta-, ráðstefnu eða vinnuferðum. Um 6% tengdu vinnu öðrum tilgangi, um 5% fóru utan til að heimsækja ættingja eða vini og um 5% voru í öðrum erindum (sjá 5. töflu í viðauka C).

#### *Viðhorf til verðlags og verslunar*

Langflestir svarenda (77,8%) töldu almennt verðlag lægra eða miklu lægra á dvalarstað en á Íslandi en enginn þátttakandi taldi verðlag á dvalarstað miklu hærra en verðlag hérlendis (sjá 6. töflu í viðauka C). Tæplega fimmtungur (18,6%) taldi verðlag svipað á dvalarstað og á Íslandi. Um 4% töldu verðlag á dvalarstað hærra en á Íslandi.

Rúmlega helmingur svarenda (55,2%) taldi þjónustu í verslunum erlendis sambærilega við þjónustu hérlendis (sjá 6. töflu í viðauka C). Rúmlega fjórðungur (27,5%) taldi þjónustu erlendis betri eða miklu betri en hérlendis en um 17% töldu hana verri eða miklu verri erlendis. Langflestir (78,3%) töldu vörugæði á dvalarstað sambærileg vörugæðum hérlendis (sjá 6. töflu í viðauka C). Um 13% svarenda töldu gæðin meiri eða miklu meiri erlendis en hérlendis en tæplega 9% töldu þau minni eða miklu minni erlendis.

Tæplega tveir þriðju svarenda (63,7%) töldu vöruúrval meira eða miklu meira erlendis en á Íslandi (sjá 6. töflu í viðauka C). Tæpur þriðjungur (30,2%) taldi úrvalið sambærilegt erlendis og hérlendis en um 6% töldu úrvalið minna eða miklu minna erlendis.

### ***Kostir ferðar***

Aðrir þátttakendur en þeir sem voru í vinnuferð eingöngu völdu tvo helstu kosti ferðarinnar og gerðu síðan upp á milli mikilvægis þeirra. Af 662 svarendum töldu tveir þriðju (66,7%) tilbreytingu vera annan af helstu kostum ferðar, tæplega helmingur (46,8%) valdi frí og afslöppun, um fjórðungur (26,1%) að kynnast landi og þjóð, rúmlega þriðjungur (37,9%) lágt verðlag og um 15% annað (sjá 7. töflu í viðauka C). Af þeim 543 svarendum sem gerðu upp á milli helstu kosta ferðar valdi hæst hlutfall (35,2%) tilbreytingu sem aðalkost ferðar. Tæpur fjórðungur svarenda (23,9%) valdi frí og afslöppun, rúmlega tíundi hver (10,9%) að kynnast landi og þjóð, tæplega 17% lágt verðlag og um 13% annað (sjá 8. töflu í viðauka C).

### ***Áætluð útgjöld ferðamanna***

Af 851 þátttakanda lagði 661 mat á útgjöld erlendis. Hátt brottfall var vegna svarenda með frítt uppihald erlendis (N=165) en í þeim tilvikum voru aðspurðir beðnir um að meta innkaup erlendis. Neitanir voru 25 talsins.

Dagleg útgjöld erlendis fyrir utan flug og gistingu voru að meðaltali 12.964 kr. á mann (N=661). Dagleg innkaup voru að meðaltali 7.914 kr. á mann (N=820). Þeir sem gátu metið skiptingu innkaupa (N=809) keyptu að meðaltali fatnað fyrir 6.865 kr., leikföng fyrir 494 kr., rafmagnstæki fyrir 101 kr. og annan varning fyrir 455 kr. Hlutfall barnafatnaðar af fatakaupum var að meðaltali 16,5% á mann. Auk þess voru innkaup í fríhöfn hérlendis (bæði á leiðinni út og heim) 10.026 kr. á mann (N=811) en þá er ekki tekið tillit til dvalarlengdar erlendis.

Um 70% ferðamanna notuðu greiðslukort og var algengast að um VISA-greiðslukort væri að ræða (sjá 9. töflu í viðauka C). Að meðaltali voru 38,3% af útgjöldum erlendis greidd með greiðslukorti.

## 3.2 Útgjöld eftir dvalarstað og tilgangi ferðar

### *Útgjöld eftir dvalarstað*

Dagleg útgjöld erlendis fyrir utan flug og gistingu hjá ferðamönnum sem fóru til Norðurlanda voru að meðaltali 8.283 kr. á mann, hjá þeim sem fóru til Bretlands eða Írlands 15.472 kr. og 11.906 kr. hjá þeim sem fóru til meginlands Evrópu. Dagleg útgjöld ferðamanna sem fóru til Miðjarðarhafslanda og Austur Evrópu voru að meðaltali 3.279 kr. og 3.813 kr. hjá þeim sem fóru til annarra heimsálfa (sjá 10. töflu á næstu síðu).

Munur var á útgjöldum ferðamanna erlendis eftir dvalarstað.<sup>1</sup> Dagleg útgjöld svarenda er dvöldu í Bretlandi eða Írlandi voru hærri en ferðamanna sem ferðuðust til annarra svæða, þ.e. þeirra sem fóru til meginlands Evrópu<sup>2</sup>, Miðjarðarhafslanda og Austur Evrópu, Norðurlanda og annarra heimsálfa.<sup>3</sup> Að auki voru dagleg útgjöld ferðamanna sem dvöldu á meginlandi Evrópu hærri en ferðamanna sem fóru til Miðjarðarhafslanda og Austur Evrópu, Norðurlanda og annarra heimsálfa.<sup>4</sup>

Nánari athugun leiddi í ljós greinilegan mun á innkaupum ferðamanna eftir því hvar þeir dvöldu.<sup>5</sup> Svarendur sem fóru til Bretlands eða Írlands voru með mest innkaup, þ.e. meiri en þeir sem fóru til Norðurlanda, meginlands Evrópu, Miðjarðarhafslanda, Austur Evrópu og annarra heimsálfa.<sup>6</sup> Innkaup meðal Bretlands- og Írlandsfara voru tæpar 11.500 kr. sem er næstum tvöfalt hærri upphæð en innkaup þeirra sem ferðuðust til meginlands Evrópu. Innkaup hinna síðarnefndu voru aftur á móti meiri en þeirra sem fóru til Norðurlanda og þeirra sem fóru til Miðjarðarhafslanda og Austur Evrópu.<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup> F=25,1971, df=4,656. p<.0001.

<sup>2</sup> Holland, Belgía, Þýskaland, Frakkland, Lúxemborg, Austurríki og Sviss.

<sup>3</sup> Skv. Scheffe-prófi, p<.05.

<sup>4</sup> Skv. Scheffe-prófi, p<.05.

<sup>5</sup> F=54,1989, df=4,815, p<.0001.

<sup>6</sup> Skv. Scheffe-prófi, p<.05.

<sup>7</sup> Skv. Scheffe-prófi, p<.05.



10. tafla: Dagleg útgjöld á mann eftir dvalarstað (krónur)

	Norðurlönd	Bretland, Írland	Meginland Evrópu	Miðjarðarhafslönd Austur Evrópa	Annað
<b>A Útgjöld;*</b>	<b>8.283 (100,0%)</b>	<b>15.472 (100,0%)</b>	<b>11.906 (100,0%)</b>	<b>3.279 (100,0%)</b>	<b>3.813 (100,0%)</b>
Uppihald**	5.672 (68,5%)	3.993 (25,8%)	5.422 (45,5%)	1.985 (60,5%)	1.262 (33,1%)
Innkaup	2.611 (31,5%)	11.479 (74,2%)	6.484 (54,5%)	1.294 (39,5%)	2.551 (66,9%)
<b>B Innkaup;***</b>	<b>2.611</b>	<b>11.479</b>	<b>6.484</b>	<b>1.294</b>	<b>2.551</b>
Fatnaður	1.722	10.316	5.456	948	1.819
Leikföng	211	685	423	47	140
Raftæki	42	92	151	202	47
Annað	634	395	468	89	546

\* Dagleg útgjöld á mann erlendis fyrir utan flug, gistingu og fríhöfn hérlendis.

\*\* Matur, ferðakostnaður erlendis, skemmtanir o.fl.

\*\*\* Þar sem fleiri svarendur gátu metið innkaup en skiptingu þeirra í einstaka vöruflokka getur munað lítillega á summu vöruflokka og uppgefnum útgjöldum vegna innkaupa.

Eyðsluhættir voru mismunandi eftir dvalarstað sem er í samræmi við ofangreinda umfjöllun um mun á útgjöldum ferðamanna. Þeir sem ferðuðust til Norðurlanda og annarra Evrópulanda voru hlutfallslega með hærri útgjöld í uppihald en aðrir svarendur eða um tvo þriðju af útgjöldum sem rekja má til þess hversu hátt hlutfall þeirra var í vinnuferð (63,4%). Hjá þátttakendum sem ferðuðust til Bretlands eða Írlands mátti aftur á móti rekja tvo þriðju hluta útgjalda til innkaupa enda innkaupaferðir hátt hlutfall af ferðum til svæðisins (42,0%).

### *Útgjöld eftir tilgangi ferðar*

Dagleg útgjöld erlendis hjá ferðamönnum í skemmtiferðum voru að meðaltali 11.334 kr. á mann, hjá ferðamönnum í innkaupaferðum 18.471 kr. og þeim sem voru í vinnuferðum 9.168 kr. Útgjöld þeirra sem tengdu vinnu öðrum erindum voru að meðaltali 12.506 kr., hjá ferðamönnum í heimsókn hjá vinum eða ættingjum 5.745 kr. og 8.743 kr. hjá ferðamönnum í öðrum tilgangi (sjá 11. töflu á næstu síðu).

Munur var á daglegum útgjöldum á mann eftir tilgangi ferðar.<sup>8</sup> Útgjöld voru hærri hjá þeim sem voru í innkaupaferðum en öðrum svarendum, þ.e. þeim sem voru í skemmtiferðum, í vinnuferðum, þeim sem tengdu vinnu öðrum tilgangi, voru í heimsóknum eða í öðrum erindum.<sup>9</sup> Útgjöld ferðamanna sem tengdu vinnu öðrum tilgangi og þeirra sem voru í skemmtiferðum voru jafnframt hærri en þeirra sem fóru utan til að heimsækja vini eða ættingja.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>  $F=33,0809$ ,  $df=5,655$ ,  $p<.0001$ .

<sup>9</sup> Skv. Scheffe-prófi,  $p<.05$ .

<sup>10</sup> Skv. Scheffe-prófi,  $p<.05$ .

11. tafla: Dagleg útgjöld á mann eftir tilgangi dvalar (krónur)

	Skemmtun	Innkaup	Vinna	Vinna, annað	Heimsókn	Annað
<b>A Útgjöld;*</b>	<b>11.334 (100,0%)</b>	<b>18.471 (100,0%)</b>	<b>9.168 (100,0%)</b>	<b>12.506 (100,0%)</b>	<b>5.745 (100,0%)</b>	<b>8.743 (100,0%)</b>
Uppihald**	3.505 (30,9%)	3.866 (20,9%)	6.478 (70,7%)	6.474 (51,8%)	2.814 (49,0%)	5.498 (62,9%)
Innkaup	7.829 (69,1%)	14.605 (79,1%)	2.690 (29,3%)	6.032 (48,2%)	2.931 (51,0%)	3.245 (37,1%)
<b>B Innkaup;***</b>	<b>7.829</b>	<b>14.605</b>	<b>2.690</b>	<b>6.032</b>	<b>2.931</b>	<b>3.245</b>
Fatnaður	6.952	13.062	1.896	5.182	2.115	2.289
Leikföng	411	962	282	146	114	283
Raftæki	83	118	57	245	184	95
Annað	388	492	459	459	518	636

\* Dagleg útgjöld á mann erlendis fyrir utan flug, gistingu og fríhöfn hérlendis.

\*\* Matur, ferðakostnaður erlendis, skemmtanir o.fl.

\*\*\* Þar sem fleiri svarendur gátu meið innkaup en skiptingu þeirra í einstaka vöruflokkka getur munað lítillega á summu vöruflokka og uppgæfnum útgjöldum vegna innkaupa.

Dagleg innkaup á mann voru mismikil eftir tilgangi ferðar.<sup>11</sup> Langmest voru innkaup hjá ferðamönnum í innkaupaferðum.<sup>12</sup> Enn fremur voru innkaup þeirra sem voru í skemmtiferðum meiri en þeirra sem voru í vinnuferðum, í heimsóknnum eða í öðrum erindum.<sup>13</sup>

Athugun á eyðsluháttum ferðamanna eftir tilgangi ferðar sýndi að ferðamenn í vinnuferðum og þeir sem ferðuðust í öðrum tilgangi, þ.e. völdu kostinn „annað“ þegar spurt var um tilgang ferðar, voru með áberandi hátt hlutfall útgjalda (62,9 - 70,7%) í upphald. Tiltölulega jafnt hlutfall útgjalda erlendis fór í upphald og innkaup meðal svarenda er tengdu vinnu öðrum tilgangi og þeirra sem voru í heimsóknnum. Útgjöld ferðamanna í innkaupaferðum og skemmtiferðum voru hins vegar hlutfallslega mest í varning (69,1 - 79,1%). Stærstum hluta innkaupa svarenda var varið í fatnað eða á bilinu 70 - 90%.

### 3.3 Breskar innkaupaborgir

Af framangreindum niðurstöðum má sjá að verulegur munur er á útgjöldum eftir dvalarstað og tilgangi ferðar. Dagleg útgjöld þeirra sem dvöldu í Bretlandi og Írlandi voru langtum meiri en ferðamanna sem dvöldu á öðrum stöðum, enda var hátt hlutfall þeirra í innkaupaferðum. Ástæða þótti því til að skoða sérstaklega svör þeirra þátttakenda sem fóru í auglýstar innkaupaferðir til Dyflinnar, Edinborgar og Newcastle og bera þau saman við svör annarra þátttakenda. Um 312 svarendur var að ræða, þ.e. 189 konur (60,6%), 78 karla (25,0%) og 45 hjón (14,4%). Flestir þeirra dvöldu í Dyflinni eða 174 (55,8%), 85 í Edinborg (27,2%) og 53 í Newcastle (17,0%).

#### *Dvalarlengd og tilgangur ferðar*

Þeir sem fóru til innkaupaborganna dvöldu skemur erlendis ( $M=3,65$  nætur) en aðrir svarendur ( $M=6,30$  nætur).<sup>14</sup> Munur kom enn fremur fram í tilgangi ferðar eftir því hvort um ferðamenn var að ræða sem fóru til innkaupaborganna þriggja eða aðra ferðamenn.<sup>15</sup> Miklu herra hlutfall hinna fyrrnefndu fór í þeim megintilgangi að kaupa inn (53,2%) en annarra svarenda (10,6%). Enn fremur fór herra hlutfall þeirra til að skemmta sér (44,2%) en annarra svarenda (30,6%). Um 2,5% svarenda sem dvöldu í innkaupaborgunum þremur voru í vinnuerindum, heimsóknnum eða öðrum tilgangi, samanborið við um 59% annarra svarenda.

---

<sup>11</sup>  $F=73,9885$ ,  $df=5,814$ ,  $p<.0001$ .

<sup>12</sup> Skv. Scheffe-prófi,  $p<.05$ .

<sup>13</sup> Skv. Scheffe-prófi,  $p<.05$ .

<sup>14</sup>  $t=10,05$ ,  $df=614,90$ ,  $p<.001$ .

<sup>15</sup>  $\chi^2(5)=312,06$ ,  $p<.0001$ .

### *Viðhorf til verðlags og verslunar*

Munur var á viðhorfum svarenda sem fóru til Dyflinnar, Edinborgar eða Newcastle til almenns verðlags og þeirra sem fóru til annarra staða.<sup>16</sup> Tveir þriðju innkaupaborgafara (64,4%) töldu verðlag miklu lægra á dvalarstað en hér á landi samanborið við fimmtung (22,5%) annarra ferðamanna. Auk þess töldu mun færri innkaupaborgafarar verðlag erlendis sambærilegt verðlagi hér á landi eða rúm 2% samanborið við um 29% ferðamanna sem dvöldu á öðrum stöðum.

Viðhorf til þjónustu voru ólík hjá hópunum tveimur,<sup>17</sup> sem einkum má rekja til þess að fleiri innkaupaborgafarar töldu þjónustu í verslunum betri eða miklu betri erlendis (35,9%) en aðrir ferðamenn (21,8%).

Fleiri innkaupaborgafarar (84,7%) töldu vörugæði svipuð á dvalarstað og hér á landi en aðrir ferðamenn (73,9%). Aftur á móti var sjaldgæfara að hinir fyrrnefndu töldu vörugæði erlendis meiri eða miklu meiri (5,6%) heldur en aðrir ferðamenn (18,2%).<sup>18</sup> Í stuttu máli virðast innkaupaborgafarar ánægðari með almennt verðlag og þjónustu á dvalarstað en aðrir ferðamenn.

### *Áætluð útgjöld ferðamanna*

Útgjöld þeirra sem fóru til innkaupaborganna þriggja voru mun hærri en útgjöld annarra ferðamanna (sjá 12. töflu).<sup>19</sup> Innkaup þeirra voru einnig meiri en annarra ferðamanna<sup>20</sup> og reyndust þeir kaupa meira af fatnaði<sup>21</sup> og leikföngum<sup>22</sup> en aðrir. Að auki var hlutfall barnafatnaðar af fatnaði að meðaltali hærra hjá innkaupaborgaförum (22%) en öðrum ferðamönnum (13%).<sup>23</sup>

---

<sup>16</sup>  $\chi^2(4)=202,16$ ,  $p<.0001$ .

<sup>17</sup>  $\chi^2(5)=65,03$ ,  $p<.0001$ .

<sup>18</sup>  $\chi^2(5)=67,76$ ,  $p<.0001$ .

<sup>19</sup>  $t=-7,57$ ,  $df=610,23$ ,  $p<.0001$ .

<sup>20</sup>  $t=-12,20$ ,  $df=587,80$ ,  $p<.0001$ .

<sup>21</sup>  $t=-12,88$ ,  $df=578,78$ ,  $p<.0001$ .

<sup>22</sup>  $t=-6,04$ ,  $df=512,18$ ,  $p<.0001$ .

<sup>23</sup>  $t=-4,65$ ,  $df=633,18$ ,  $p<.0001$ .

**12. tafla: Dagleg útgjöld á mann hjá innkaupaborgaförum og öðrum svarendum (krónur)**

	Dyflinn/Edinborg/Newcastle		Aðrir dvalarstaðir	
<b>A Útgjöld;*</b>	<b>15.876</b>	<b>(100,0)</b>	<b>10.715</b>	<b>(100,0)</b>
Uppihald**	3.702	(23,3)	5.285	(49,5)
Innkaup	12.174	(76,7)	5.430	(50,7)
<b>B Innkaup;***</b>	<b>12.174</b>		<b>5.430</b>	
Fatnaður	10.991		4.485	
Leikföng	723		361	
Raftæki	77		115	
Annað	400		487	

\* Dagleg útgjöld á mann erlendis fyrir utan flug, gistingu og fríhöfn hérlendis.

\*\* Matur, ferðakostnaður erlendis, skemmtanir o.fl.

\*\*\* Þar sem fleiri svarendur gátur metið innkaup en skiptingu þeirra í einstaka vöruflokka getur munað lítillega á summu vöruflokka og uppgefnum útgjöldum vegna innkaupa.

## 4. Mat á útgjöldum íslenskra ferðamanna erlendis

Í eftirfarandi umfjöllun verður lagt mat á heildarútgjöld íslenskra ferðamanna sem komu til landsins frá Evrópu á tímabilinu 4. október til 8. desember, árið 1992. Til að fá hvað réttasta mynd af heildarútgjöldum erlendis var hlutfall ferðamanna eftir dvalarstað samkvæmt úrtaki leiðrétt í samræmi við þau talnagögn sem tiltæk eru um íslenska ferðamenn til landsins.

### 4.1 Koma Íslendinga til landsins - Mat á úrtaki

Úrtak var borið saman við upplýsingar frá Útlendingaeftirliti og íslenskum ferðaskrifstofum, til að fá sem réttasta mynd af farþegasamsetningu tímabilsins (okt-des). Upplýsingar þessar eru sérstaklega mikilvægar þegar alhæfa á um útgjöld og eyðsluhætti íslenskra ferðamanna á tímabilinu.

Á tímabilinu sem ferðir til bresku innkaupaborganna Dyflin, Edinborg og Newcastle stóðu yfir, þ.e. frá 4. október til 8. desember, komu 28.927 Íslendingar til landsins um flugstöð Leifs Eiríkssonar. Þar af komu 25.160 Íslendingar frá Evrópu. Þó að ekki séu tiltækar komutölur farþega eftir löndum Evrópu gátu ferðaskrifstofurnar Alís, Samvinnuferðir-Landsýn og Úrval-Útsýn aðgreint farþegafjölda til innkaupaborganna þriggja. Samkvæmt upplýsingum þeirra komu 8.850 Íslendingar í gegnum Leifsstöð frá Dyflinni, Edinborg og Newcastle eða 35,2% af þeim Íslendingum sem komu frá Evrópu á tímabilinu. Í úrtaki ferðakönnunar 1992 var hlutfall svarenda frá umræddum borgum svipað eða 36,7%. Hlutfallsleg skipting svarenda milli borganna þriggja í úrtaki var enn fremur sambærileg hinni raunverulegu skiptingu, þ.e. 55,8% komu frá Dyflinni samkvæmt úrtaki samanborið við 54,1% í þýði,<sup>24</sup> 27,2% komu frá Edinborg samanborið við 25,7% í þýði og 17,0% frá Newcastle en 20,2% í þýði.

Þar sem engar aðrar áreiðanlegar upplýsingar eru til um komu Íslendinga eftir löndum var gengið út frá þeirri forsendu að hlutfallsleg skipting ferðamanna eftir löndum í úrtaki rannsóknarinnar væri réttmæt. Þó var leiðrétt fyrir mun á hlutfalli innkaupaborgafara í úrtaki og í hinu raunverulega þýði (sjá 13. töflu).

---

<sup>24</sup> Þ.e. hin raunverulega samsetning ferðamanna í borgunum þremur, skv. upplýsingum frá ferðaskrifstofunum Alís, Samvinnuferðum-Landsýn og Úrval-Útsýn.

**13. tafla: Fjöldi íslenskra ferðamanna eftir dvalarstað  
(hlutfallstölur úrtaks leiðréttar í samræmi við opinberar upplýsingar)**

	Fjöldi ferðamanna (skv. úrtaki)		Fjöldi ferðamanna (leiðrétt úrtak*)	
	Fjöldi	%	Fjöldi	%
Norðurlönd	4.755	19,90	4.877	19,38
Bretland	2.843	11,30	2.903	11,54
Dyflinn, Edinborg, Newcastle	9.234	36,70	8.850	35,18
Meginland Evrópu	7.145	28,40	7.323	29,11
Miðjarðarhafslönd, A-Evrópa	704	2,80	718	2,85
Annað	478	1,90	489	1,94
<b>Samtals</b>	<b>25.160</b>	<b>100,00</b>	<b>25.160</b>	<b>100,00</b>

\* Byggt á upplýsingum Útlendingaeftirlitsins og ferðaskrifstofanna Alís, Samvinnuferða-Landsýnar og Úrvals-Útsýnar 1993.

Við útreikninga á heildarútgjöldum íslenskra ferðamanna erlendis er nauðsynlegt að þekkja bæði meðalútgjöld á dag og heildarfjölda ferðadaga erlendis. Mat á ferðadögum byggir á upplýsingum um fjölda ferðamanna og meðalvalarlengd á hverjum stað (sjá 14. töflu). Við útreikninga á ferðadögum var gengið út frá þeirri forsendu að allir Íslendingar sem komu til landsins á tímabilinu hefðu verið ferðamenn. Ástæðan er sú að hvorki eru tiltækar upplýsingar um hversu margir farþegar sem komu til landsins voru búsettir erlendis né hversu margir uppfylltu ekki skilyrði sem sett voru fyrir þátttöku í ferðakönnuninni, þ.e. að viðkomandi væri 18 ára eða eldri og hefði dvalið erlendis í minnst einn sólarhring en eigi lengur en tvo mánuði. Aftur á móti má gera ráð fyrir því að um lágt hlutfall af heildarfjölda hafi verið að ræða og þá fyrst og fremst vegna þess á hvaða tímabili könnunin fór fram. Enn fremur má gera ráð fyrir því að íslenskir námsmenn erlendis komi yfirleitt til landsins í kringum jólafrí og sumarfrí. Einnig má benda á að mjög sjaldgæft var að þeir sem beðnir voru að taka þátt í könnuninni væru búsettir erlendis eða uppfylltu ekki skilyrði fyrir þátttöku. Ljóst er að einhver skekkja hlýst af þessum skorti á upplýsingum en þó er talið að hún sé óveruleg af framangreindum ástæðum.



#### 14. tafla: Meðaldvalarlengd og fjöldi ferðadaga

	Ferðamenn		Meðaldvalarlengd	Ferðadagar	
	Fjöldi	%		Fjöldi	%
Norðurlönd	4.877	19,4	5,43	26.482	19,7
Bretland*	2.903	11,5	4,48	13.005	9,7
Dyflinn, Edinborg, Newcastle	8.850	35,2	3,65	32.303	24,1
Meginland Evrópu	7.323	29,1	5,41	39.617	29,5
Miðjarðarhafslönd, A-Evrópa	718	2,9	19,33	13.879	10,3
Annað	489	1,9	18,31	8.954	6,7
<b>Samtals</b>	<b>25.160</b>	<b>100,</b>	<b>5,30</b>	<b>134.240</b>	<b>100,0</b>

\* Ferðamenn í Bretlandi fyrir utan þá sem voru í Edinborg og Newcastle.

Niðurstöður gefa til kynna að íslenskir ferðamenn sem komu til landsins á tímabilinu 4. október til 8. desember hafi eytt 134.240 dögum erlendis (sjá 14. töflu). Hæst var hlutfall ferðadaga hjá þeim sem fóru til meginlands Evrópu og þeim sem fóru til Dyflinnar, Newcastle og Edinborgar. Lægst var hlutfallið hjá ferðamönnum sem fóru til annarra heimsálfa. Samanburður á hlutfalli ferðamanna og ferðadögum eftir svæðum sýndi að þótt hlutfall þeirra sem ferðuðust til innkaupaborganna Dyflinnar, Edinborgar og Newcastle væri 35,2% af ferðamönnun til landsins þá kom aðeins fjórðungur ferðadaga í þeirra hlut. Önnur mynd sést ef litið er á ferðamenn sem ferðuðust til Miðjarðarhafslönda, Austur-Evrópu og annarra heimsálfa, 17% af ferðadögum komu í þeirra hlut þótt þeir væru einungis 4,8% af farþegum til landsins á tímabilinu. Þennan mun má rekja til þess hve dvalarlengd var mismunandi eftir svæðum. Tiltölulega jafnt hlutfall var milli fjölda ferðamanna og ferðadaga hjá þeim sem ferðuðust til Norðurlönda, meginlands Evrópu og til annarra staða í Bretlandi en Edinborgar og Newcastle.

#### 4.2 Útgjöld Íslendinga erlendis

Samkvæmt niðurstöðum ferðakönnunarinnar voru heildarútgjöld íslenskra ferðamanna erlendis sem komu í gegnum Leifsstöð á tímabilinu 4. október til 8. desember, árið 1992, 1,464 milljarðar (sjá 15. töflu). Hæst var hlutdeild innkaupaborgafara í heildarútgjöldum (35,0%) og um 32% heildarútgjalda má rekja til ferðamanna sem dvöldu á meginlandi Evrópu. Ferðamenn sem dvöldu á Norðurlöndunum voru aftur á móti með rúmlega helmingi lægri útgjöld erlendis eða 15% af heildarútgjöldum en fast á eftir fylgdu ferðamenn sem dvöldu á öðrum stöðum í Bretlandi en Newcastle og Edinborg eða með um 12% af heildarútgjöldum. Lægst var hlutdeild þeirra sem ferðuðust til Miðjarðarhafslönda, Austur-Evrópu og annarra heimsálfa eða 5,4%.

15. tafla: Heildarútgjöld erlendis eftir dvalarstað

	Heildarútgjöld erlendis*		Innkaup		Fríhöfn hérlendis	
	pús.króna	%	pús.króna	%	pús.króna	%
Norðurlönd	219.350	15,0	69.092	7,9	75.474	23,1
Bretland;	80.743	12,3	119.659	13,6	29.950	9,2
Dyflinn, Edinborg,	512.842	35,0	393.806	44,7	109.055	33,4
Newcastle	471.680	32,2	257.431	29,2	98.963	30,3
Míðjarðarhafslönd, A-Evrópa	45.509	3,1	17.848	2,0	8.980	2,8
Annað Evrópa	34.142	2,3	22.850	2,6	4.029	1,2
Annað						
<b>Samtals</b>	<b>1.464.267</b>	<b>100,0</b>	<b>880.686</b>	<b>100,0</b>	<b>326.451</b>	<b>100,0</b>

\*Uppihald (matur, ferðakostnaður erlendis, skemmtanir o.fl.) og innkaup.

Heildarinnkaup erlendis á tímabilinu (okt.-des.) voru um 880,7 m.kr. (sjá 15. töflu). Verulegur munur kom fram á innkaupum eftir því hvar dvalið var. Tæplega 45% af heildarinnkaupum erlendis á tímabilinu voru gerð í innkaupaborgunum þremur, Dyflinni, Edinborg og Newcastle. Innkaup ferðamanna sem dvöldu á öðrum stöðum í Bretlandi voru hins vegar rétt um 14% af heildarinnkaupum Íslendinga. Tæpan þriðjung innkaupa má rekja til ferðamanna á meginlandi Evrópu en hlutdeild ferðamanna sem dvöldu á Norðurlöndum, Miðjarðarhafslöndum, Austur Evrópu og öðrum heimsálfum var hins vegar rétt innan við 13% af heildarinnkaupum.

Athugun á skiptingu innkaupa eftir vöruflokkum sýndi langhæst hlutfall fata- og skóinnkaupa eða 85,4%. Tiltölulega jafnt hlutfall innkaupa fór í leikföng og aðrar vörur en í síðarnefnda flokknum voru mest áberandi kaup á skartgripum, hljómplötum, geisladiskum, listmunum og bókum. Hlutfallslega minnst voru innkaupin á raftækjum eða innan við 2% af heildarinnkaupum.

Nánari athugun á dreifingu innkaupa eftir vöruflokkum sýndi hæsta hlutdeild fata- og skóinnkaupa á öllum dvalarstöðum (sjá 16. töflu). Þó má greina nokkurn mun á útgjöldum í einstaka vöruflokka eftir því hvar dvalið var. Ferðamenn sem dvöldu í innkaupaborgunum þremur, á öðrum stöðum í Bretlandi og á meginlandi Evrópu eyddu hlutfallslega meiru í fatnað, eða á bilinu 84-90% af heildarinnkaupum, en þeir sem dvöldu á Norðurlöndum, í Miðjarðarhafslöndum, Austur Evrópu og öðrum heimsálfum (66-74%). Hlutfall annarra vara, svo sem skartgripa, geisladiska, listmuna og bóka, var tiltölulega hátt í innkaupum á Norðurlöndum og öðrum heimsálfum eða rúmlega 20% af heildarinnkaupum. Kaup á raftækjum voru aftur á móti áberandi hátt hlutfall innkaupa í öðrum Evrópulöndum eða tæplega 16% af heildarinnkaupum.

16. tafla: Heildarinnkaup erlendis eftir dvalarstað

	Fatnaður		Leikföng		Raftæki		Annað		Samtals	
	pús. króna	%	pús. króna	%	pús. króna	%	pús. króna	%	pús.kr.	%
Norðurlönd	45.602	66,0	5.588	8,1	1.112	1,6	16.790	24,3	69.092	100
Bretland	105.601	88,3	7.309	6,1	1.834	1,5	4.916	4,1	119.659	100
Innkaupaborgir*	355.042	90,2	23.355	5,9	2.487	0,6	12.921	3,3	393.806	100
Meginland Evrópu	216.150	84,0	16.758	6,5	5.982	2,3	18.541	7,2	257.431	100
Miðjarðarhafsl., A-Evrópa	13.157	73,7	652	3,7	2.804	15,7	1.235	6,9	17.848	100
Annað	16.287	71,3	1.254	5,5	420	1,8	4.889	21,4	22.851	100
<b>Samtals</b>	<b>751.839</b>	<b>85,4</b>	<b>54.916</b>	<b>6,2</b>	<b>14.639</b>	<b>1,7</b>	<b>59.292</b>	<b>6,7</b>	<b>880.687</b>	<b>100</b>

\* Dyflinn, Edinborg og Newcastle.

Þegar íslenskir ferðamenn sem fóru til Dyflinnar og Edinborgar í beinu flugi um Akureyri á tímabilinu október til desember eru taldir með fjölgar ferðamönnum til innkaupaborganna um 1263. Sé gert ráð fyrir að dagleg meðalútgjöld á mann hjá þessum hópi séu þau sömu og innkaupaborgafara um Leifsstöð verða heildarútgjöld í innkaupaborgum 586 m.kr. og innkaup 449,9 m.kr. Áætluð heildarútgjöld erlendis hjá þeim ferðamönnum sem komu frá Evrópu á tímabilinu verða þá 1,538 milljarðar og þar af eru áætluð innkaup 936,8 m.kr.

### 4.3 Áhrif innkaupa Íslendinga erlendis á landsframleiðslu

Í eftirfarandi umfjöllun verður lagt mat á hvaða áhrif innkaup íslenskra ferðamanna erlendis á tímabilinu 4. október til 8. desember hefðu haft á landsframleiðslu hefðu þau átt sér stað hér á landi. Í útreikningum er byggt á líkani því sem kynnt var í aðferðafræðikafla, II.6. Enn fremur er leitast við að meta fjölda atvinnutækifæra sem innkaupin hefðu skapað hér á landi. Í útreikningum er byggt á eftirfarandi forsendum: 1) Að það fé sem fór í innkaup erlendis renni til innkaupa hérlendis, þ.e. 880,7 m.kr. og 2) að skipting innkaupa eftir vöruflokkum sé hin sama og hún var erlendis (sjá 16. töflu).

Eins og 16. tafla gefur til kynna var hlutfallslega mestu varið í fata- og skóinnkaup (85,4%). Fatnaður sem er á boðstólum í íslenskum verslunum er að stærstum hluta innflutt vara. Því er auðsætt að þegar flík er keypt í verslun hér á landi rennur hluti andvirðisins beint úr landi til framleiðenda og erlendra milliliða. Til að nálgast þann hluta fataverðsins sem þessir aðilar fá í sinn hlut var notaður svokallaður tolla- og álagningarmargfaldari sem Þjóðhagsstofnun reiknar út. Tolla- og álagningarmargfaldari fyrir fatnað og skófátnað var 2,5 árið 1991. Við útreikninga á innflutningsverðmæti annarra vöruflokka var enn fremur stuðst við margföldunarstuðla Þjóðhagsstofnunar, þ.e. 2,01 fyrir leikföng, 1,91 fyrir raftæki og 2,01 fyrir aðrar vörur.<sup>25</sup> Að auki var tekið tillit til hlutfalls innflutnings af seldum fatnaði hér á landi en árið 1991 var innflutningur 85,9% af seldum fatnaði. Gert var ráð fyrir að eingöngu væri um erlenda framleiðslu að ræða á leikföngum og raftækjum. Þar sem aðrar vörur voru að mestu leyti óskilgreindar var ákveðið að ganga út frá sama innflutningshlutfalli og í fatnaði.<sup>26</sup>

Samkvæmt framangreindum útreikningum er innflutningsverðmæti varnings (cif) að verðgildi 880,7 m.kr. því 318,1 m.kr. Sú velta sem hefði skapast við sölu hér á landi í formi heildsöluálagningar, smásöluálagningar, opinberra gjalda og vegna innlendrar framleiðslu hefði því verið 562,5 m.kr.

---

<sup>25</sup> Ef söluverð vöru er 2.500 kr. út úr búð má nálgast hlut framleiðenda og milliliða og um leið þá fjárhæð sem rennur úr landi á eftirfarandi hátt:  $2.500 \text{ kr.} = 2,5 * X \Rightarrow X = 1.000 \text{ kr.}$  Á þessu dæmi má sjá að innflutningsverðmæti erlendrar vöru sem kostar 2.500 kr. úr búð hér á landi er 1.000 kr. og verða þá 1.500 kr. eftir í landinu.

<sup>26</sup> Jafnan fyrir þann hlut veltu sem eftir verður í landinu af seldum fatnaði og öðrum vörum: (útgjöld til vöruflokks \* hlutfall innflutnings (85,9%))/tolla- og álagningarmargfaldari + (útgjöld til vöruflokks \* hlutfall innlendrar framleiðslu).

Samkvæmt upplýsingum Þjóðhagsstofnunar var velta smásöluverslunar vegna sölu á eftirfarandi vöruflokkum árið 1991 þessi; fatnaður og skófatnaður 6,118 m.kr. (53,3%), snyrtivörur og hreinlætisvörur 570 m.kr. (5,0%), sérvörur, sportvörur, leikföng og fleira 3,571 m.kr. (31,1%) og úr, skargripir og sjóntæki 1,212 m.kr. (10,6%). Heildarvelta var 11,471 milljarður. Samkvæmt niðurstöðum ferðakönnunar 1992 voru útgjöld vegna innkaupa íslenskra ferðamanna erlendis um 8% af heildarveltu umræddrar smásöluverslunar. Niðurstöður gefa enn fremur til kynna að hefðu innkaup átt sér stað hérlendis hefði aukning á veltu aðallega orðið hjá fata- og skókaupmönnum.

Hver króna sem eytt er í hagkerfinu hefur í för með sér svokölluð margföldunaráhrif á landsframleiðslu. Samkvæmt Þjóðhagsstofnun eru þessi áhrif af stærðargráðunni 1,4 hér á landi.<sup>27</sup> Ef áðurgreindum 880,7 milljónum króna hefði verið varið í innkaup hér á landi í stað erlendis má reikna með að þjóðarframleiðsla hefði aukist um allt að 787,6 milljónir.

Þegar innkaup ferðamanna sem ferðuðust um Akureyri til bresku innkaupaborganna eru meðtalin í útreikningum má ætla að 598,7 milljónir króna hefðu skapast í landinu. Aukning á landsframleiðslu hefði því orðið 838,2 milljónir króna.

Áætlað er að velta bak við hvern starfsmann í smásöluverslun á Íslandi sé kr. 7.860.789 (Þjóðhagsstofnun, 1992). Má því reikna með að ef 562,5 milljónum króna hefði verið varið í innkaup hér á landi hefðu skapast allt að 72 ársverk í verslun til viðbótar við þau sem þegar voru fyrir hendi.

Athygli skal vakin á því að rétt er að skoða niðurstöður sem vísbendingar fremur en staðreyndir. Þótt hér hafi til dæmis verið færð rök fyrir því að innkaup erlendis hefðu skapað störf í verslun hefðu þau átt sér stað hér á landi má einnig gera ráð fyrir að innkaupaferðir hafi skapað störf í íslenskri ferðapjónustu.

---

<sup>27</sup> Þ.e. skammtímaáhrif.



## 5. Umræða

Meginmarkmið ferðakönnunarinnar sem hér um ræðir var að gefa heildarmynd af útgjöldum íslenskra ferðamanna erlendis á tímabilinu október til desember árið 1992. Athygli var beint að tilgangi ferðar, dvalarstað og dvalarlengd sem eru þættir sem sýnt hefur verið fram á að hafa áhrif á útgjöld og eyðsluhætti ferðamanna.

Samkvæmt niðurstöðum könnunarinnar voru heildarútgjöld íslenskra ferðamanna erlendis sem komu með flugi frá Evrópu á tímabilinu 4. október til 8. desember 1,538 milljarðar og þar af voru innkaup 936,8 m.kr. eða 61% af heildarútgjöldum. Sennilega hafa innkaup alltaf verið stór útgjaldaliður í ferðum Íslendinga utan. Gera má ráð fyrir að á síðari árum hafi aldrei farið fleiri utan í þeim meginþilgangi að kaupa inn enda stutt síðan farið var að auglýsa borgarferðir sem „innkaupaferðir“. Til dæmis var hlutfall ferðamanna í auglýstum innkaupaferðum 40% af öllum íslenskum ferðamönnum sem komu með flugi til landsins frá Evrópu, á því tímabili sem ferðakönnunin stóð yfir.

Greinilegt var að tilgangur ferðar, dvalarlengd og dvalarstaður höfðu veruleg áhrif á eyðsluhætti. Mestu innkaupin voru gerð í innkaupaborgunum Dyflinni, Edinborg og Newcastle. Einnig voru innkaup hátt hlutfall af útgjöldum íslenskra ferðamanna á meginlandi Evrópu sem meðal annars má rekja til innkaupa í Amsterdam, Trier og Frankfurt. Á Norðurlöndum voru innkaup áberandi lítil sem skýra má með því hversu margir voru í vinnuferðum samanborið við þá sem ferðuðust til annarra staða.

Innkaup Íslendinga erlendis hafa ekki eingöngu áhrif á hag kaupmanna hér á landi heldur óbeint á hag annarra. Gera má ráð fyrir að íslenska ríkið verði af skattatekjum vegna innkaupa ferðamanna erlendis og að atvinnutækifæri í þjónustu séu færri en þau gætu verið ef þessu fé væri varið í innkaup hér á landi. Mikið hefur verið rætt og ritað um umfang innkaupaferða og ýmsar getgátur verið uppi um innkaup Íslendinga erlendis. Íslenskir stórkaupmenn áætluðu til að mynda að 2,5 milljarðar myndu tapast vegna innkaupa Íslendinga erlendis á haustmánuðum árið 1992. Var þá gengið út frá þeim forsendum að 25 þúsund manns færu í innkaupaferðir á tímabilinu og að hver þeirra eyddi að meðaltali 100 þúsund krónum (Félag íslenskra stórkaupmanna, 1992). Niðurstöður ferðakönnunarinnar gefa vísbendingu um að meðalútgjöld innkaupaborgafara séu mun lægri en íslenskir kaupmenn gerðu ráð fyrir. Þó er vert að benda á að könnunin náði ekki til íslenskra ferðamanna sem fóru til Bandaríkjanna. Á síðari árum hefur verið boðið upp á stuttar ferðir þangað sem ætla má að hafi verið nýttar sem innkaupaferðir að einhverju leyti. Einnig er líklegt að mat ferðamanna á útgjöldum sínum erlendis í könnuinni sé lágmarksmat. Þar kemur margt til, svo sem hve stuttar ferðirnar voru sem gaf ferðamanninum takmarkað ráðrúm til að huga að útgjöldum sínum og mikil notkun greiðslukorta. Enn fremur má benda á að greiðslukortaviðskipti eru jafnan yfirfærð í bandaríkjadollara en líklegt er að ferðamaðurinn miði verð vöru við gjaldmiðil í því landi sem innkaup eiga sér stað, þótt hann greiði með greiðslukorti. Til að mynda var gengi breska og írska pundins gagnvart íslensku krónunni mjög hagstætt á tímabilinu sem ferðakönnunin fór fram og er því sennilegt að íslenskir

ferðamenn í Bretlandi og Írlandi hafi haft tilhneigingu til að vanmeta þá upphæð sem þeir höfðu greitt með greiðslukorti.

Fram hefur komið að Íslenskir kaupmenn telja að munur á verðlagi hér á landi og erlendis sé ekki eins mikill og af er látið. Bornar séu saman vörur úr ólíkum gæðaflokkum og samanburður gerður á vöruverði í vöruhúsum erlendis og í sérverslunum hér á landi (Kristín Marja, 1992; Margrét Þóra Jónsdóttir, 1992; Steinar S. Waage, 1992). Samkvæmt niðurstöðum ferðakönnunarinnar eru Íslenskir ferðamenn á öðru máli. Viðhorf þeirra til verslunar og þjónustu hér á landi benda til þess að Íslendingar séu óánægðir með verðlag hér á landi. Þeir telja enn fremur að hærra vöruverð hér á landi skili sér hvorki í meiri vörugæðum né þjónustu í verslunum samanborið við erlendis. Einnig álíta þeir vöruúrval erlendis mun betra. Sérstaklega voru þeir sem fóru til innkaupaborganna Dyflinnar, Edinborgar og Newcastle ánægðir með verðlag á dvalarstað og töldu það mun hagstæðara en á Íslandi. Þessar niðurstöður benda til þess að Íslensk verslun búi við samkeppni frá útlöndum sem aðallega megi rekja til hás verðlags.

Sumir telja að haustverslun Íslendinga erlendis hafi haft jákvæð áhrif á verðlag hér á landi. Verslunareigendur hafi unnið markvisst að því að mæta vaxandi samkeppni að utan með hagræðingu í rekstri og hagkvæmari innkaupum sem skili sér í lækkuðu vöruverði (Björn Ingimarsson, 1992; Jón Ásbergsson, Þorsteinn Pálsson og Þorbjörn Stefánsson, 1992). Íslenskir stórkaupmenn telja sig þó ekki sitja við sama borð og samkeppnisaðilar þeirra erlendis og hafa í því sambandi nefnt ástæður á borð við óhagstæð innkaup vegna smæðar markaðsins og háa skattlagningu í formi beinna og óbeinna skatta.

Mat á útgjöldum Íslenskra ferðamanna erlendis hefði mátt nálgast á fleiri vegu en með flugvallarkönnun, t.d. með hliðsjón af greiðslukortaviðskiptum Íslendinga erlendis, gjaldeyrisviðskiptum eða endurgreiðslum á virðisaukaskatti. Flugvallarkönnun þótti ákjósanlegur kostur þar sem meginmarkmið voru að aðgreina innkaup frá heildarútgjöldum erlendis og skipta þeim innkaupum í vöruflokka. Einnig þótti athyglisvert að kanna útgjöld mismunandi ferðamanna og viðhorf þeirra til verslunar og verðlags hér á landi samanborið við erlendis en slíkt hefði ekki komið fram ef fyrrnefndum aðferðum hefði verið beitt.



# Heimildaskrá

## Prentaðar heimildir:

- Archer, B. H. (1977). *Tourism multipliers; the state of the art*. Bangor Occasional Papers in Economics, no. 11. Bangor, University of Wales.
- Archer, B. H. og D. R. Jones (1977). *Tourism in Appleby, Keswick and Soderbergh, Cumbria County Council*. Bangor, Cumbria Tourist Board, English Tourist Board and the Lake District Special Planning Board, University College of North Wales.
- Archer, B. H. og C. B. Owen (1971). Towards a tourist regional multiplier. *Regional Studies*, 5, 289-94.
- Björn Ingimarsson (1992). Verð sambærilegt í Miklagarði og Newcastle. *Morgunblaðið*, 2. desember, bls. 27.
- Félag íslenskra stórkaupmanna (1992). Um 400 störf tapast vegna innkaupaferða. *Morgunblaðið*, 11. nóvember.
- Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands. *Starfsgreinaflokkun úr þjóðmálakönnunum*. Óútgefið handrit.
- Henderson, D. M. og R. L. Cousins (1975). *The economic impact of tourism; a case study in Greater Tayside*. Research report, no.13. Edinborg, Tourism and recreation research unit, University of Edinburgh.
- Hollander, S. (1982). *Measuring economic impacts of tourism*. Canberra, Australian bureau of industry economics, working paper, no. 24.
- Jón Ásbergsson, Þorsteinn Pálsson og Þorbjörn Stefánsson (1992). Verð í Hagkaup sambærilegt við verslanir í Vestur-Evrópu - segja forsvarsmenn Hagkaups. *Morgunblaðið*, 3. desember, bls. 29.
- Kristín Marja (1992). Klyfjaðir úr kaupstað. *Morgunblaðið*, 29. nóvember, B-blað, bls. 1-4.
- Mak, J., J. Moncur og D. Yonamine (1977). How or how not to measure visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 14 (1), 1-4.
- Margrét Þóra Jónsdóttir (1992). Óvönduð verðkönnun. *Morgunblaðið*, 4. desember, bls. 16.

- Milne, S. (1987). *The economic impact of tourism in the Cook Islands*. Occasional Publication 21. Auckland, Department of Geography, University of Auckland.
- Milne, S. (1992). Tourism and development in South Pacific island microstates. *Annals of Tourism Research*, 19 (2),
- Smith, S. L. J. (1989). *Tourism analysis; a handbook*. London, Longman Group UK Limited.
- Steinar S. Waage (1992). Verð á skóm í Reykjavík og Newcastle. *Morgunblaðið*, 8. desember.
- Tollgæslan, Keflavíkurflugvelli (1992). *Farþegaskráning samkvæmt dagsyfirliti*. Óútgefnar upplýsingar.
- World Tourism Organisation (1985). *Iceland*, in Methodological supplement to world travel and tourism statistics. Statistical Methods and Techniques, 120-21, Madrid.
- Þjóðhagsstofnun (1992a). *Atvinnuvegaskýrsla 1990*, nr. 45. Reykjavík, Þjóðhagsstofnun.
- Þjóðhagsstofnun (1992b). *Áætlað smásöluvirði innfluttra neysluvara árið 1991*. Óútgefnar upplýsingar.
- Þjóðhagsstofnun (1992c). *Heildarvelta án virðisaukaskatts í verslunargreinum 1990 og 1991 samkvæmt virðisaukaskattsskýrslum*. Óútgefnar upplýsingar.

**Munnlegar heimildir:**

Ferðaskrifstofan Alís  
Ferðaskrifstofan Samvinnuferðir - Landsýn  
Ferðaskrifstofan Úrval Útsýn  
Flugleiðir (söluskrifstofa)  
Kaupmannasamtökin  
Kynnisferðir

## VIÐAUKI A

**1. tafla: Koma Íslendinga um flugstöð Leifs Eiríkssonar á tímabilinu 7. október til 8. desember, árið 1992\***

	Fjöldi	%
Sunnudagur	7.875	28,5
Mánudagur	2.642	9,6
Þriðjudagur	4.654	16,8
Miðvikudagur	3.342	12,1
Fimmtudagur	4.780	17,3
Föstudagur	2.049	7,4
Laugardagur	2.309	8,4
<b>Samtals</b>	<b>27.651</b>	<b>100,0</b>

\* Um er að ræða 9 vikna tímabil, og liggja jafnmargir dagar að baki hverjum vikudegi, þ.e. 9. Heimild; Tollskrá, Keflavíkurflugvelli 1992.

**2. tafla: Neitanir eftir kyni og aldri\***

	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 og eldri
Karlar		24	28	26	6	6
Konur	2	39	25	25	14	4
Hjón		3	5	3	4	1
<b>Samtals</b>	<b>2 (0,9%)</b>	<b>66 (30,7%)</b>	<b>58 (27,0%)</b>	<b>54 (25,1%)</b>	<b>24 (11,2%)</b>	<b>11 (5,1%)</b>

\*Aldur 5 einstaklinga sem neituðu er óþekktur.

## VIÐAUKI B

### Kynning á ferðakönnun

Um þessar mundir er unnið að viðhorfs- og útgjaldakönnun á vegum Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands. Meginmarkmið hennar er að athuga almenn útgjöld Íslendinga erlendis og viðhorf þeirra til verslunar og þjónustu. Könnunin fer fram á Keflavíkurflugvelli og nær til u.þ.b. 1000 einstaklinga. Við viljum vekja athygli á því að könnunin er nafnlaus. Vonumst við til að þú sjáir þér fært að taka þátt í henni.

# Ferðakönnun

Dagsetning \_\_\_\_\_

Kyn \_\_\_\_\_

Aldur \_\_\_\_\_

Búseta \_\_\_\_\_

Hjúsk.st. \_\_\_\_\_

Fjöldi barna \_\_\_\_\_

Starf \_\_\_\_\_

Starf maka \_\_\_\_\_

1. Hvaðan kemur þú? \_\_\_\_\_
  
2. Hvenær hófst ferðin (brottfarardagur)? \_\_\_\_\_
  
3. Hver var megintilgangur ferðar?
  - 1 Skemmtiferð
  - 2 Viðskipta-/ráðstefnu-/vinnuferð
  - 3 Innkaupaferð
  - 4 Annað, hvað \_\_\_\_\_
  
4. Hvað finnst þér um almennt verðlag á dvalarstað miðað við á Íslandi?
  - 1 Miklu hærra
  - 2 Hærra
  - 3 Sambærilegt
  - 4 Lægra
  - 5 Miklu lægra
  
5. Hvernig finnst þér þjónusta í verslunum miðað við á Íslandi?
  - 1 Miklu betri
  - 2 Betri
  - 3 Sambærileg
  - 4 Verri
  - 5 Miklu verri
  
6. Hvernig finnst þér vörugæði miðað við á Íslandi?
  - 1 Miklu meiri
  - 2 Meiri
  - 3 Sambærileg
  - 4 Verri
  - 5 Miklu verri

7. Hvernig finnst þér vöruúrval miðað við á Íslandi?
- 1 Miklu meira  
2 Meira  
3 Sambærilegt  
4 Minna  
5 Miklu minna
8. Hverjir finnast þér vera tveir helstu kostir ferðarinnar?
- 1 Tilbreyting  
2 Frí / afslöppun  
3 Kynnast landi og þjóð  
4 Lágur verðlag  
5 Annað, hvað \_\_\_\_\_

Greinið útgjöld fjölskyldu, ef hún ferðaðist saman, í eftirfarandi spurningum:

Fjöldi fjölskyldumeðlima sem útgjöld eiga við \_\_\_\_\_ og aldur þeirra \_\_\_\_\_

9. Hversu mikil voru útgjöld í ferðinni erlendis fyrir utan flug og gistingu? \_\_\_\_\_

10. Hversu miklu var varið til innkaupa erlendis? \_\_\_\_\_

11. Hversu miklu var varið til innkaupa á eftirfarandi vörum erlendis:

	Fatnaður	% Barnaf.	Leikföng	Raftæki	Annað*
Ísl. kr.					

\* Annað, hvað \_\_\_\_\_

12. Hversu mikil voru útgjöld í fríhöfn erlendis (bæði á leiðinni frá og til landsins)

\_\_\_\_\_

13. Hversu hátt hlutfall útgjalda erlendis var greitt gegn greiðslukorti/-kortum?

\_\_\_\_\_ Tegund greiðslukorts/-korta \_\_\_\_\_

-Takk fyrir þátttökuna-

Kristjana Blöndal og  
Oddný Óladóttir 1992

## VIÐAUKI C

1. tafla: Búseta þátttakenda

	Fjöldi	%
Höfuðborgarsvæði	632	74,4
Vesturland	28	3,3
Vestfirðir	21	2,5
Norðurland	48	5,7
Austurland	18	2,1
Suðurland	47	5,5
Reykjanes	55	6,5
Ekki svarað	2	
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>

2. tafla: Aldur þátttakenda

	Fjöldi	%
18-20	19	2,2
21-30	198	23,3
31-40	261	30,7
41-50	200	23,5
51-60	123	14,5
61-70	42	4,9
71 og eldri	8	0,9
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>

### 3. tafla: Skipting þátttakenda í starfsstéttir

	Fjöldi	%
Verkamanna- og afgreiðslustörf	104	12,3
Iðnaðarstörf og verkstjórn	111	13,1
Skrifstofu- og þjónustustörf	85	10,1
Kennsla og umönnunarstörf	70	8,3
Lægri stjórnunar- og sölustörf	85	10,1
Sérfræðistörf og atvinnurekendur	245	29,0
Bústörf og sjómennska	36	4,3
Ekki útvinnandi	108	12,8
Ekki svarað	7	
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>

### 4. tafla: Dvalarstaður og meðaldvalarlengd

	Fjöldi	%	Meðalfjöldi nóttu
Norðurlönd	161	18,9	5,43
Meginland Evrópu*	242	28,4	5,41
Bretland, Írland	408	48,0	3,85
Miðjarðarhafslönd, A-Evrópa	24	2,8	19,33
Annað	16	1,9	18,31
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>	<b>5,30</b>

\* Holland, Belgía, Þýskaland, Frakkland, Lúemborg, Austurríki og Sviss.



5. tafla: Tilgangur ferðar og meðaldvalarlengd

	Fjöldi	%	Meðalfjöldi nóttu
Skemmtun	303	35,6	5,55
Innkaup	223	26,2	3,67
Vinna	189	22,2	5,40
Vinna og annað	53	6,2	5,79
Heimsókn	40	4,7	8,78
Aannað	43	5,1	7,67
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>	<b>5,30</b>

6. tafla: Viðhorf til verðlags og verslunar

Verðlag	Fjöldi	%	Þjónusta	Fjöldi	%
Miklu herra	-	-	Miklu betri	52	6,8
Herra	29	3,6	Betri	159	20,7
Sambærilegt	150	18,6	Sambærileg	423	55,2
Lægra	317	39,3	Verri	109	14,2
Miklu lægra	311	38,5	Miklu verri	24	3,1
Ekki dómbær	44		Ekki dómbær	84	
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>	<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>
Vörugæði	Fjöldi	%	Vöruúrval	Fjöldi	%
Miklu meiri	13	1,8	Miklu meira	223	29,6
Meiri	84	11,3	Meira	257	34,1
Sambærileg	580	78,3	Sambærilegt	227	30,2
Verri	61	8,2	Minna	41	5,4
Miklu verri	3	0,4	Miklu minna	5	0,7
Ekki dómbær	110		Ekki dómbær	98	
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>	<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100,0</b>

7. tafla: Helstu kostir ferðar\*

	Kostur valinn		Kostur ekki valinn		Samtals %
	Fjöldi	%	Fjöldi	%	
Tilbreyting	422	66,7	211	33,3	100,0
Frí og afslöppun	296	46,8	337	53,2	100,0
Kynnast landi og þjóð	165	26,1	468	73,9	100,0
Lágt verðlag	240	37,9	393	62,1	100,0
Annað	98	15,5	535	84,5	100,0

\*29 svarendur tóku ekki afstöðu

8. tafla: Aðalkostur ferðar

	Aðalkostur	
	Fjöldi	%
Tilbreyting	191	35,2
Frí og afslöppun	130	23,9
Kynnast landi og þjóð	59	10,9
Lágt verðlag	92	16,9
Annað	71	13,1
Ekki dómbær	119	
<b>Samtals</b>	<b>662</b>	<b>100,0</b>

9. tafla: Fjöldi ferðamanna sem notaði greiðslukort

	Fjöldi	%
Notuðu ekki kort	236	29,0
VISA	410	50,5
Euro	112	13,8
VISA og Euro	50	6,2
Önnur kort	5	0,5
Óþekkt	38	
<b>Samtals</b>	<b>851</b>	<b>100</b>