



**ÚTTEKT Á GISTIÞJÓNUSTU Á
LANDSBYGGÐINNI**

– NORÐUR- OG AUSTURLAND –

UNNIÐ FYRIR BYGGÐASTOFNUN

1997

Rannsóknastofnun Háskólans á Akureyri

Glerárgötu 34, Pósthólf 224, 602 Akureyri

Sími 463-0900, Fax 463-0998

RHA @ unak.is

http://www.unak.is

Skýrslunr.

1

SKÝRSLA

Aðgengi:

Skv. samkomulagi

<i>Titill skýrslu:</i> Úttekt á gistiþjónustu á landsbyggðinni	<i>Dagsetning:</i> 1997
<i>Unnið af:</i> Hirti Jónssyni, Jóni Hreinssyni, Einari Áskelssyni, Jóni Skildi Karlssyni og Frosta Jónssyni	<i>Fjöldi bls.:</i> 49
<i>Verkefnisstjóri:</i> Hjörtur Jónsson	<i>Undirskrift verkefnisstjóra:</i>
<i>Ráðgefandi verkefnisstjórn:</i> Helga Haraldsdóttir, Hjörtur H. Jónsson, Paul Richardson, Valtýr Sigurbjarnarson	<i>Verkefnisnr.:</i> 03-03-04
<i>Verkið var styrkt af:</i> Byggðastofnun	
<i>Útdráttur:</i> Skýrsla þessi fjallar um áhrifaþætti í rekstri ferðaþjónustuaðila á landsbyggðinni einnig er fjallað um framboð og eftirspurn ásamt uppbyggingu greinarinnar. Þátttakendur eru af Norður- og Austurlandi og svöruðu 73, en alls reyndust vera 136 ferðaþjónustuaðilar á þessu svæði sem féllu undir verkefnisskilgreiningu.	

4 Stikkorð.

Afþreying
Ferðaþjónusta
Framboð
Gistinætur

Skýrsla þessi er eign Rannsóknastofnunar Háskólans á Akureyri. Skýrslan og innihald hennar er eingöngu til nota hjá Byggðastofnun.

Allur réttur áskilinn: © Rannsóknastofnun Háskólans á Akureyri

Efnisyfirlit

Formáli	1
1 Þátttakendur	2
1.1 Rekstrarform fyrirtækja og áætlaðar breytingar	2
1.2 Þáttaka í félögum og samtökum.....	3
2 Aðstaða og þjónusta	4
2.1 Gistiaðstaða.....	4
2.1.1 Tegund gistiaðstöðu í úrtaki.....	4
2.1.2 Verðlagning gistingar	7
2.2 Veitingaaðstaða og veitingaþjónusta.....	10
2.3 Önnur aðstaða innandyra	11
3 Afþreying	12
3.1 Aðstaða til afþreyingar á staðnum	12
3.2 Afþreying í nágrenni	15
3.3 Skipulögð afþreying á vegum rekstraraðila.....	17
3.4 Skipulögð afþreying í nágrenni.....	19
4 Ferðamannastaðir og náttúra	23
4.1 Ferðamannastaðir	23
4.2 Mengun.....	24
5 Samgöngur	25
6 Markaðsumhverfi	27
7 Starfsmannamál	35
8 Rekstur	39
9 Fjárfesting	42
Viðauki I – flokkun sumarhúsa og smáhúsa	a
I.1 Sumarbústaðir / sumarhús	a
I.2 Smáhýsi	a
Viðauki II – Um óvissu	b

Formáli

Í júní 1996 samþykkti stjórn Byggðastofnunar að veita Háskólanum á Akureyri styrk til að vinna að úttekt á gistiþjónustu á landsbyggðinni. Var Rannsóknastofnun Háskólans á Akureyri falin framkvæmd úttektarinnar, en henni til aðstoðar var ráðgefandi verkefnisstjórn skipuð fulltrúum, Byggðastofnunar, Ferðamálaráðs, Félagi ferðaþjónustubænda og Háskólans á Akureyri. Í verkefnisstjórn sátu Helga Haraldsdóttir, Hjörtur H. Jónsson, Paul Richardson og Valtýr Sigurbjarnarson.

Fyrri hluti könnunarinnar, sem nær yfir Norður- og Austurland, er nú á lokastigi. Á þessu svæði voru 136 aðilar í ferðaþjónustu starfandi árið 1995, sem féllu undir þá skilgreiningu sem ákveðin var við upphaf verkefnisins, en það eru þeir sem bjóða uppábuin rúm en eru ekki innan Sambands veitinga- og gistihúsa. Þátttaka var sem hér segir:

Ferðaþjónustuaðilar í þýði ¹	136	100%		
Þeir sem ekki náðist í voru:	19	14,0%		
Þeir sem haft var samband við:	117	86,0%	100%	
Þeir sem ekki höfðu áhuga á þátttöku voru:	12	8,8%	10,3%	
Fjöldi útsendra lista:	105	77,2%	89,7%	100%
Fjöldi svara:	73	53,7%	62,4%	69,5%

Söfnun gagna fór fram á tímabilinu frá september 1996 til febrúar 1997. Spurningalisti ásamt leiðbeiningum um útfyllingu var sendur til allra þátttakenda og þeir síðan flestir heimsóttir og aðstoðaðir við að skrá umbeðnar upplýsingar. Örfáa þátttakendur reyndist ekki kleyft að heimsækja og voru þeir í staðinn aðstoðaðir við útfyllinguna í gegnum síma. Öðrum þátttakendum stóð einnig til boða aðstoð í gegnum síma ef með þurfti.

Í þessari skýrslu eru teknar saman helstu niðurstöður könnunarinnar, þær túlkaðar eftir því sem efni standa til og settar í samhengi við önnur gögn sem til eru um ferðaþjónustu á Íslandi. Athygli skal vakin á því að niðurstöður kannana má aldrei túlka sem óyggjandi sannindi, en í viðauka II eru útskýringar á helstu hugtökum tengdum óvissu og þeim takmörkunum sem hafa ber í huga þegar niðurstöður kannana eru skoðaðar.

Fyrirhugað er að framkvæma seinni hluta könnunarinnar, sem nær yfir Suður- og Vesturland, á tímabilinu frá hausti 1997 til vors 1998. Fyrir en niðurstöður þess hluta liggja fyrir verður ekki hægt að gefa yfirlit á landsvísu yfir stöðu þess hluta ferðaþjónustunnar sem könnunin nær til.

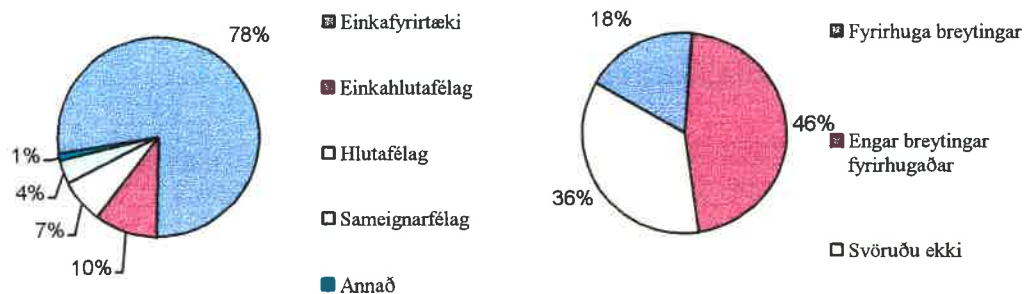
Hjörtur H. Jónsson
verkefnisstjóri.

¹ Þýðið voru þau 136 gistiþjónustufyrirtæki á Norður- og Austurlandi starfandi árið 1995, sem féllu undir verkefnisskilgreiningu.

1 Þátttakendur

Í þessum kafla verður fjallað almennt um þátttakendur í þessum hluta könnunarinnar, sem náði til Norður- og Austurlands. Þar sem svarhlutfall er tilgreint sérstaklega er það hlutfallið af þátttakendum í könnuninni, sem voru 73 talsins.

1.1 Rekstrarform fyrirtækja og áætlaðar breytingar



Mynd 1-1 Skipting þátttakenda eftir rekstrarformi (svarhlutfall 100%).

Mynd 1-2 Skipting þátttakenda eftir því hvort þau fyrirhuga breytingar á rekstrarformi.

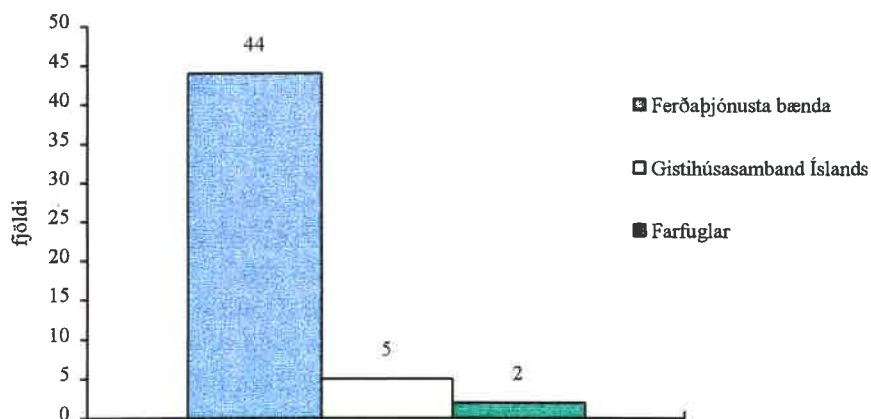
Eins og sést á mynd 1-1 þá eru einkafyrirtæki algengasta fyrirtækjaformið hjá þeim sem þátt tóku í könnuninni. Til að gefa vísbendingar um svar við þeirri spurningu, hvort breytingar á skattalöggjöf og nýleg löggjöf um einkahlutafélög muni leiða til þess að fyrirtæki breyti um rekstrarform, var spurt um það hvort breytingar á rekstrarformi væru fyrirhugaðar. Niðurstöðurnar gefur að líta á mynd 1-2, en þar kemur fram að 36% aðspurðra hyggja á breytingar á rekstrarformi. Í töflu 1 er frekari greining á niðurstöðunum.

Tafla 1.1 Fyrirhugaðar breytingar á rekstrarformi eftir núverandi rekstrarformi.

Núverandi rekstrarform	Fyrirhugaðar breytingar	Engar breytingar fyrirhugaðar	Svöruðu ekki	Samtals
Einkafyrirtæki	11	32	14	57
Einkahlutafélag	2	0	5	7
Hlutfélag	0	0	1	1
Sameignarfélag	0	0	3	3
Annað	0	2	3	5
Samtals	13	34	26	73

1.2 Þáttaka í félögum og samtökum

Spurt var um þátttöku í félögum og samtökum í ferðaþjónustu. Á mynd 1-3 gefur að líta hversu margir þátttakendur tilheyrðu samtökum í ferðaþjónustu, sem vinna markvisst að markaðsmálum og sölu.

**Mynd 1-3** Aðild þátttakenda að samtökum í ferðaþjónustu.

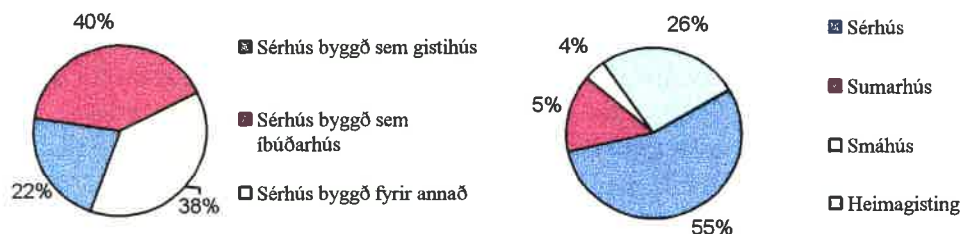
Heildarfjöldi þátttakenda í könnuninni var 73, en þar af voru 44 meðlimir í Félagi ferðaþjónustubænda sem er um 60% þátttakenda.

2 Aðstaða og þjónusta

2.1 Gistiaðstaða

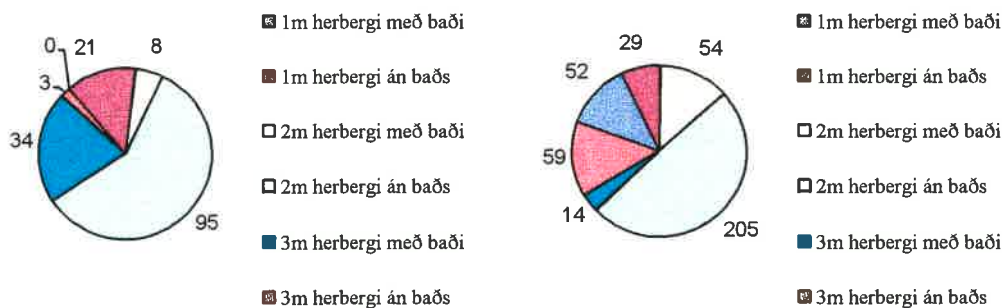
2.1.1 Tegund gistiaðstöðu í úrtaki

Í þessum kafla er tegund gistihúsnæðis þátttakenda lýst. Gistihúsnæði var skipt niður í heimagistingu, sérhús, sumarhúsaði og smáhýsi. Undir heimagistingu fellur gistihúsnæði sem er hluti af íbúðarhúsnæði gistipjónustuaðila. Sérhús eru hinsvegar hús sem hýsa eingöngu gistipjónustu og tengda starfsemi. Sumarhús og smáhýsi teljast ekki til sérhúsa, heldur eru þau flokkuð sérstaklega. Flokkunarkerfi það sem notast er við yfir sumarhús og smáhýsi er að finna í viðauka I, en þátttakendur flokkuðu sjálfir húsnæði sitt í samræmi við flokkunarkerfið.



Mynd 2-1 Sérhúsnæði fyrir hjá þátttakendum flokkað eftir upprunalegu hlutverki.

Mynd 2-2 Fjöldi rúma eftir tegund gistihúsnæðis. 67 af 73 þátttakendum gáfu sundurliðaðar upplýsingar um fjölda rúma.



Mynd 2-3 Herbergjaskipting í heimagistingu hjá þátttakendum.

Mynd 2-4 Herbergjaskipting í sérhúsum hjá þátttakendum.

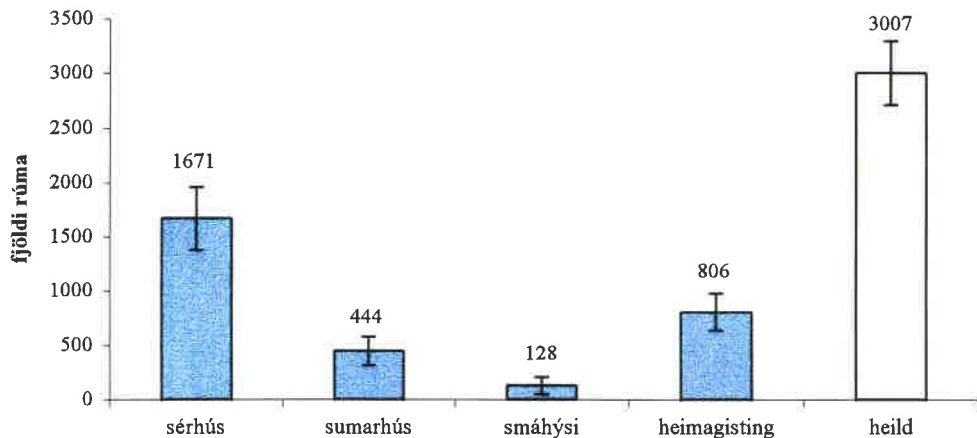
Til að fá einhverja hugmynd um það hvernig gistihúsnæði er samsett hjá ferðþjónustuaðilum í þýði þá er í töflu 2.1 gefið hlutfall þátttakenda með nokkrar mismunandi samsetningar.

Tafla 2.1 Samsetning gistaðstöðu hjá þátttekendum (svarhlutfall var 68 af 73 eða 93%). Hafa ber í huga að að sumir hóparnir í töflunni skarast .

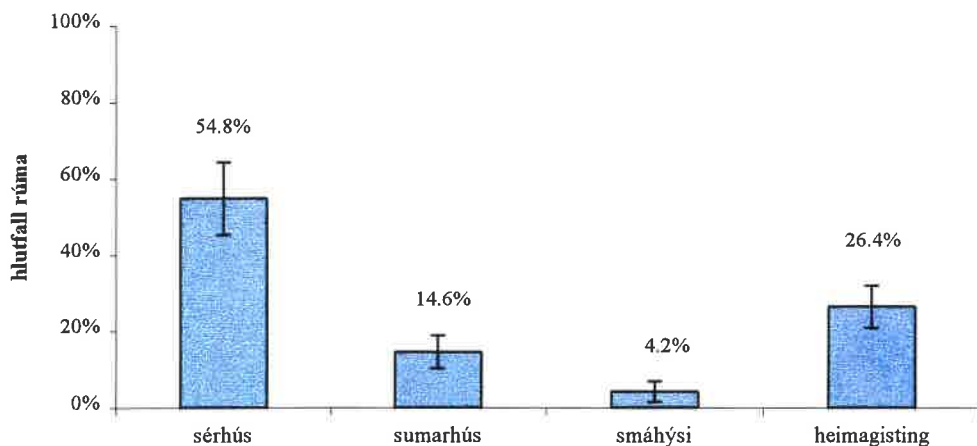
	Hlutfall af þeim sem svöruðu
Þátttakendur eingöngu með sérhús	31%
Þátttakendur eingöngu með heimagistingu	25%
Þátttakendur með sérhús og heimagistingu	15%
Þátttakendur eingöngu með sumarhús/smáhýsi	9%
Þátttakendur með sumarhús	29%
Þátttakendur með smáhýsi	7%

Tölur um heildarfjölda rúma fengust frá 72 af 73 þátttekendum, en hjá þessum 72 aðilum voru samtals 1592 rúm. Áætlaðan heildarfjölda rúma í þýði² gefur að líta á mynd 2.5. Þar sem fleiri þátttakendur gáfu upplýsingar um heildarfjölda rúma, en gáfu upplýsingar um sundurliðaðan fjölda rúma eftir tegundum húsa, þá er áætlaður heildarfjöldi rúma litillega mismunandi eftir því hvort notaðar eru upplýsingar um heildarfjölda rúma eða upplýsingar um sundurliðaðan fjölda rúma. Sé áætlaður fjöldi rúma fyrir alla flokka húsa lagður saman fæst fjöldinn 3048 með tölfræðilegu óvissunni ± 225 í stað fjöldans 3007 með tölfræðilegu óvissunni ± 178 .

² Sjá skilgreiningu á þýði í formála.

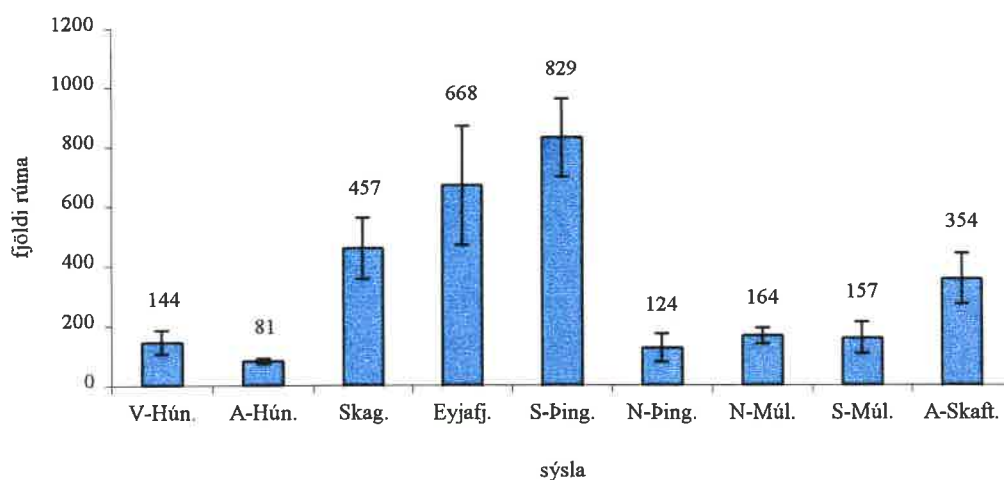


Mynd 2-5 Áætlaður heildarfjöldi rúma í þýði eftir flokkum húsa. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfræðileg öryggismörk. 67 þátttakendur af 73 gáfu upp fjölda rúma sundurliðaðan eftir tegund húsnæðis, en 72 þátttakendur af 73 gáfu upp heildarfjölda rúma.

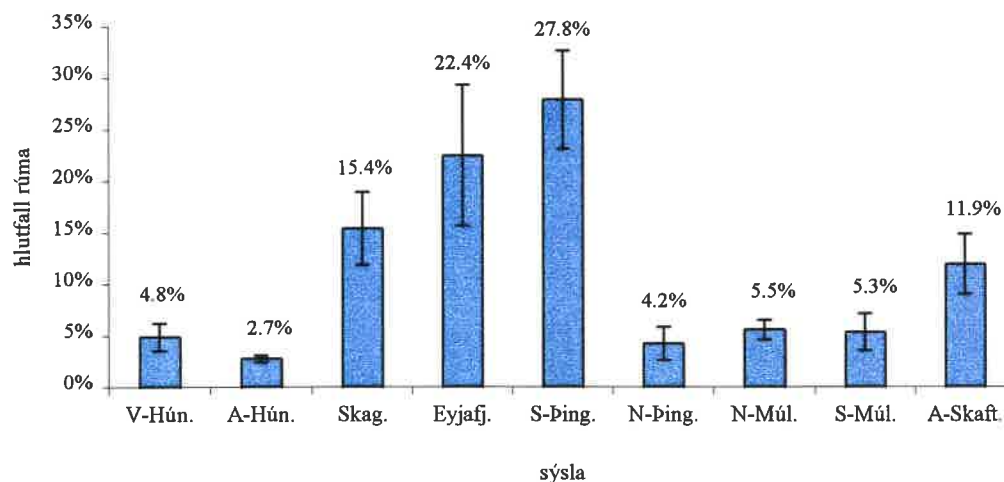


Mynd 2-6 Áætlað hlutfall rúma í þýði eftir flokkum húsa. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfræðileg öryggismörk. 67 þátttakendur af 73 gáfu upp fjölda rúma sundurliðaðan eftir tegund húsnæðis, en 72 þátttakendur af 73 gáfu upp heildarfjölda rúma.

Áætlaður fjöldi rúma í þýði eftir sýslum er sýndur á mynd 2-7. Sé heildarfjöldi rúma áætlaður út frá mynd 2-7 fæst tala sem er lítið eitt frábrugðin þeim tveimur gildum sem eru hér að ofan, það er 2979 ± 785 . Þetta stafar af því að sýslurnar veiga misjafnlega mikið í þessu mati og að auki er óvissan mun meiri en áður, þar sem hún er nú háð óvissunni fyrir hverja sýslu.



Mynd 2-7 Áætlaður heildarfjöldi rúma í þýði eftir sýslum. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfræðileg öryggismörk. 72 þátttakendur af 73 gáfu upp heildarfjölda rúma.



Mynd 2-8 Áætlað hlutfall rúma í þýði eftir sýslum. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfræðileg öryggismörk. 72 þátttakendur af 73 gáfu upp heildarfjölda rúma.

2.1.2 Verðlagning gistingar

Í töflum 2.2 til 2.7 gefur að líta upplýsingar um verðlagningu gistingar. Hér er ýmist um að ræða meðalverð í úrtaki eða hæsta/lægsta verð í úrtaki.

Fjöldi þátttakenda sem gáfu upp upplýsingar um verðlagningu gistihúsnæðis voru 68 (af 73 þátttakendum), en á bak við hverja tölu er mjög breytilegur fjöldi. Þar sem eyður eru í töflunum voru engar tölur fyrirleggjandi.

Tafla 2.2 Meðalverð gistingar í sérhúsi í úrtaki á háönn³.

	Meðalverð án morgunmatar	Meðalverð með morgunmat
Eins manns herbergi með baði:	3.480 kr	-
Eins manns herbergi án baðs:	2.858 kr	3.567 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	5.445 kr	6.250 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	4.077 kr	4.800 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	6.920 kr	8.000 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	5.596 kr	6.667 kr

Tafla 2.3 Hæsta og lægsta verð gistingar í sérhúsi í úrtaki á háönn⁴.

	Án morgunmatar		Með morgunmat	
	Hæsta verð	Lægsta verð	Hæsta verð	Lægsta verð
Eins manns herbergi með baði:	4.800 kr	2.300 kr	-	-
Eins manns herbergi án baðs:	3.900 kr	1.850 kr	4.000 kr	3.000 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	6.400 kr	3.600 kr	7.000 kr	5.500 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	5.400 kr	2.100 kr	5.000 kr	4.200 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	7.900 kr	5.400 kr	8.000 kr	8.000 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	7.400 kr	4.400 kr	7.600 kr	5.200 kr

³ Með háönn er átt við þann tíma ársins þegar umsvif í ferðaþjónustu eru mest.

⁴ Athuga verður að þátttakendur gáfu ýmist upp verð með eða án morgunmatar og því er ekki hægt að reikna út verð morgunmatar út frá þessari töflu.

Tafla 2.4 Meðalverð gistingar í heimagistingu í úrtaki á háönn.

	Meðalverð án morgunmatar	Meðalverð með morgunmat
Eins manns herbergi með baði:	3.900 kr	-
Eins manns herbergi án baðs:	2.204 kr	2.300
Tveggja manna herbergi með baði:	4.967 kr	-
Tveggja manna herbergi án baðs:	3.738 kr	4.600 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	-	-
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	5.835 kr	7.600 kr

Tafla 2.5 Hæsta og lægsta verð heimagistingar í úrtaki á háönn⁵.

	Án morgunmatar		Með morgunmat	
	Hæsta verð	Lægsta verð	Hæsta verð	Lægsta verð
Eins manns herbergi með baði:	3.900 kr	3.900 kr	-	-
Eins manns herbergi án baðs:	3.000 kr	1.200 kr	2.300 kr	2.300 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	5.800 kr	3.900 kr	-	-
Tveggja manna herbergi án baðs:	4.200 kr	2.200 kr	5.000 kr	4.200 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	-	-	-	-
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	7.400 kr	4.400 kr	10.000 kr	5.200 kr

Tafla 2.6 Meðalvikuverð án morgunmatar smáhýsa/sumarhúsa⁶ í úrtaki á háönn.

	Meðalverð fyrir eina viku	Fjöldi
A-flokkur sumarhúsa:	17.500 kr	1
B-flokkur sumarhúsa:	22.200 kr	2
C-flokkur sumarhúsa:	33.200 kr	8
D-flokkur sumarhúsa:	28.300 kr	10
E-flokkur smáhýsa:	24.500 kr	2
F-flokkur smáhýsa:	18.000 kr	1
G-flokkur smáhýsa:	-	0

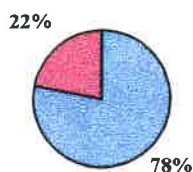
⁵ Sjá athugasemd við töflu 2.3.⁶ Flokkar sumarhúsa/smáhýsa eru skilgreindir í viðauka I.

Tafla 2.7 Hæsta og lægsta vikuverð án morgunmatar fyrir smáhýsi/sumarhús⁷ í úrtaki á háönn⁸.

	hæsta verð	lægsta verð
A-flokkur sumarhúsa:	17.500 kr	17.500 kr
B-flokkur sumarhúsa:	29.400 kr	15.000 kr
C-flokkur sumarhúsa:	37.100 kr	30.000 kr
D-flokkur sumarhúsa:	42.000 kr	17.000 kr
E-flokkur smáhýsa:	28.000 kr	21.000 kr
F-flokkur smáhýsa:	18.000 kr	18.000 kr
G-flokkur smáhýsa:	-	-

2.2 Veitingaaðstaða og veitingaþjónusta

Á myndum 2-9 og 2-10 gefur að líta hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á mismunandi tegundir veitingaaðstöðu og veitingaþjónustu.



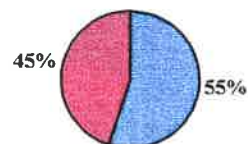
Hlutfall þátttakenda sem selja morgunmat (blátt).



Hlutfall þátttakenda sem selja miðdegiskaffi (blátt).



Hlutfall þátttakenda sem selja hádegismat (blátt)

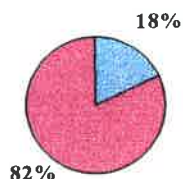


Hlutfall þátttakenda sem selja kvöldmat (blátt)

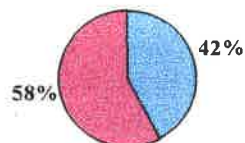
Mynd 2-9 Framboð af veitingaþjónustu hjá þátttakendum.

⁷ Flokkar sumarhúsa/smáhýsa eru skilgreindir í viðauka I.

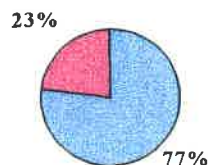
⁸ Sjá athugasemd við töflu 2.3.



Hlutfall þátttakenda sem hafa vínveitingaleyfi (blátt)



Hlutfall þátttakenda sem hafa veitingasal (blátt)

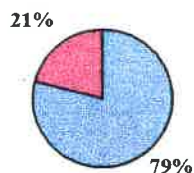


Hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á eldunaraðstöðu (blátt)

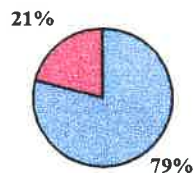
Mynd 2-10 Framboð af aðstöðu til veitingasölu hjá þátttakendum.

2.3 Önnur aðstaða innandyra

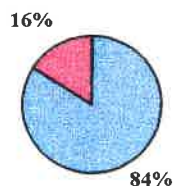
Á mynd 2-11 gefur að líta hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á ýmsa aðstöðu sem ekki tengist beint veitingum eða gistingu.



Hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á aðgang að síma (blátt)



Hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á aðgang að sjónvarpi (blátt)



Hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á setustofu (blátt). Ef þátttakendum sem einungis hafa sumarhús/smáhýsi er sleppt er hlutfallið 86%.

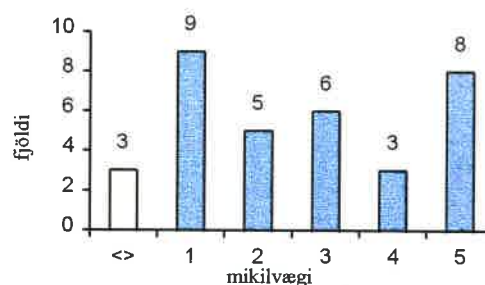
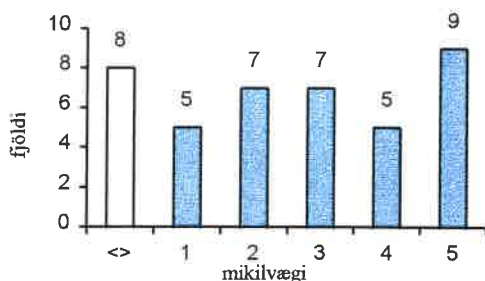
Mynd 2-11 Aðstaða þátttakanda önnur en veitingaðstaða.

3 Afþreying

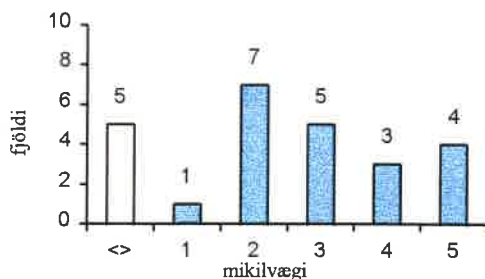
Afþreyingu er skipt í tvo flokka í þessari könnun. Í fyrsta lagi afþreyingu sem er hjá ferðþjónustuaðilanum sjálfum, en undir þennan flokk fellur afþreying sem ferðþjónustuaðili rekur sjálfur að einhverju eða öllu leyti eða þá að afþreyingin er staðsett á lóð hans. Í öðru lagi afþreyingu sem er í nágrenni ferðþjónustuaðila samkvæmt hans mati, en ekki hjá honum sjálfum, og sem hann er ekki rekstraraðili að. Í köflum 3.1 og 3.2 er fjallað um aðstöðuna til afþreyingar, en í köflum 3.3 og 3.4 er fjallað um afþreyinguna sem slíka.

3.1 Aðstaða til afþreyingar á staðnum

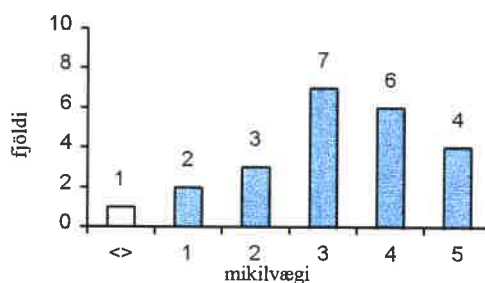
Þátttakendur voru beðnir um að meta mikilvægi aðstöðu til afþreyingar á staðnum fyrir eigin rekstur. Þetta gerðu þeir á kvarða frá 1 til 5 þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en <> eru þeir sem höfðu nefnda afþreyingu án þess að gefa upp mikilvægi hennar.



Mat á mikilvægi **gönguleiða** fyrir eigin rekstur.
41 þátttakandi hafði merktar gönguleiðir.

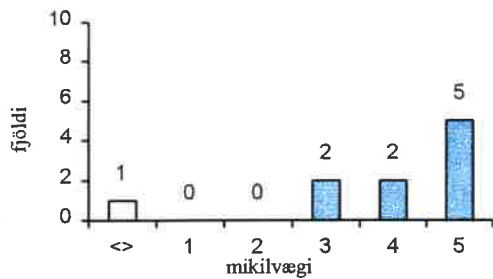


Mat á mikilvægi **veiða** fyrir eigin rekstur.
34 þátttakendur buðu upp á veiði.

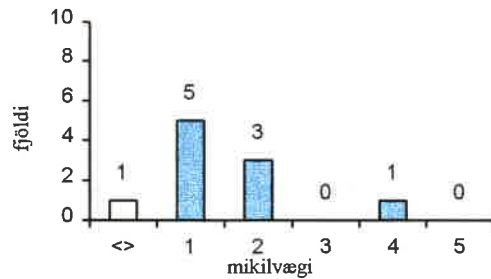


Mat á mikilvægi **leikvallar** fyrir eigin rekstur.
25 þátttakendur höfðu leikvöll.

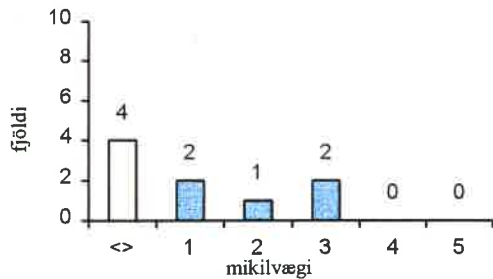
Mat á mikilvægi **hestaleigu** fyrir eigin rekstur.
23 þátttakendur höfðu hestaleigu.



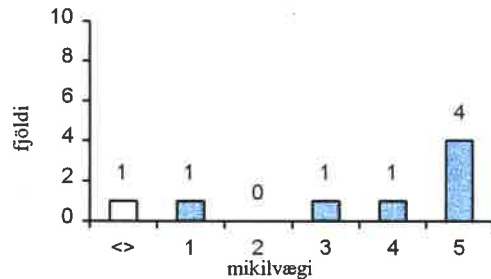
Mat á mikilvægi **heitra potta** fyrir eigin rekstur. 10 þátttakendur höfðu heitan pott.



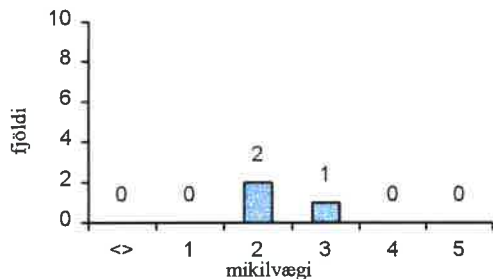
Mat á mikilvægi **hjólaleigu** fyrir eigin rekstur. 10 þátttakendur höfðu hjólaleigu.



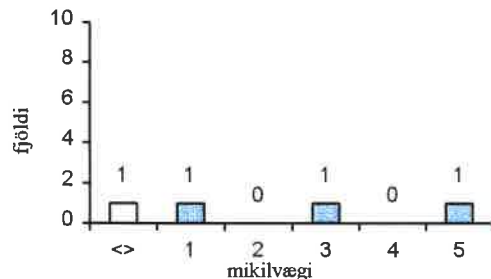
Mat á mikilvægi **íþróttavallar** fyrir eigin rekstur. 9 þátttakendur höfðu íþróttavöll.



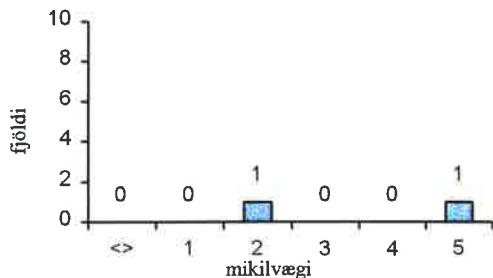
Mat á mikilvægi **sundlaugar** fyrir eigin rekstur. 8 þátttakendur höfðu sundlaug.



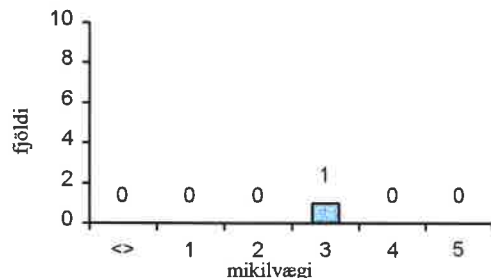
Mat á mikilvægi **ljósabekkja** fyrir eigin rekstur. 3 þátttakendur höfðu ljósabekk.



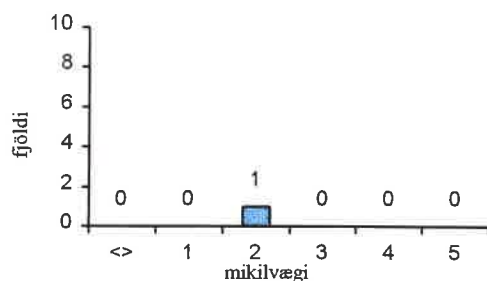
Mat á mikilvægi **gufubaða** fyrir eigin rekstur. 4 þátttakendur höfðu gufubað.



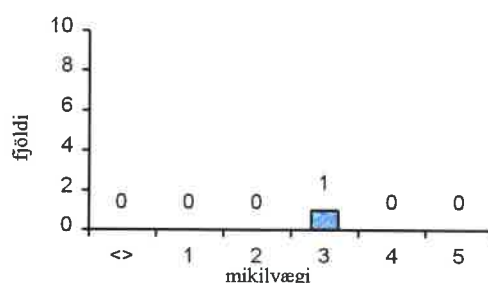
Mat á mikilvægi **golfvalla** fyrir eigin rekstur. 2 þátttakendur höfðu golfvöll.



Mat á mikilvægi **bílaleigu** fyrir eigin rekstur. 1 þátttakandi hafði bílaleigu.



Mat á mikilvægi líkamsræktar fyrir eigin rekstur. 1 þátttakandi hafði líkamsrækt.



Mat á mikilvægi vélsleðaleigu fyrir eigin rekstur. 1 þátttakandi hafði vélsleðaleigu.

Mynd 3-1 Mat á mikilvægi ýmissar aðstöðu til afþreyingar á vegum þátttakenda fyrir rekstur hans. ($\langle \rangle$ eru þeir sem höfðu nefnda afþreyingu en gáfu ekki upp mikilvægi hennar.)

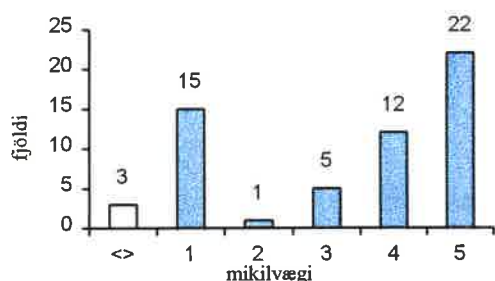
Til að fá betra yfirlit yfir tíðni mismunandi aðstöðu til afþreyingar hjá þátttakendum er aðstaðan flokkuð í töflu 3.1 eftir því hve margir höfðu slíka aðstöðu.

Tafla 3.1 Fjöldi þeirra sem bjóða upp á tiltekna aðstöðu til afþreyingar á staðnum.

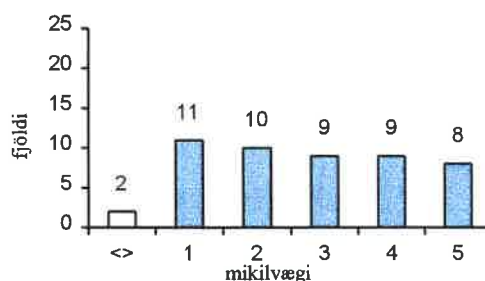
Tegund aðstöðu til afþreyingar	Fjöldi
Merkar gönguleiðir	41
Veiði	34
Leikvellir	25
Hestaleiga	23
Heitir pottar	10
Hjólaleiga	10
Bátaleiga	9
Íþróttavöllur	9
Sundlaug	8
Gufubað	4
Ljósabekkir	3
Golfvöllur	2
Bílaleiga	1
Líkamsrækt	1
Vélsleðaleiga	1

3.2 Afþreying í nágrenni

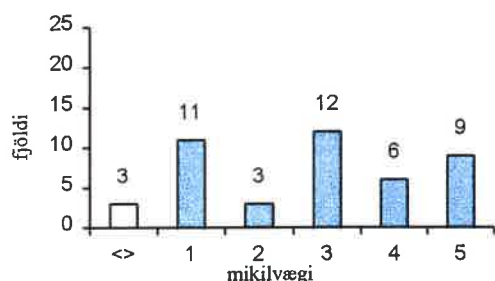
Þátttakendur voru beðnir um að meta mikilvægi aðstöðu til afþreyingar í nágrenni fyrir eigin rekstur, en með því er átt við afþreyingu í nágrenni ferðþjónustuaðila samkvæmt hans mati, en ekki hjá honum sjálfum, og sem hann er ekki rekstraraðili að. Þetta gerðu þátttakendur á kvarða frá 1 til 5 þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en <> eru þeir sem höfðu nefnda aðstöðu til afþreyingar í nágrenni án þess að gefa upp mikilvægi hennar.



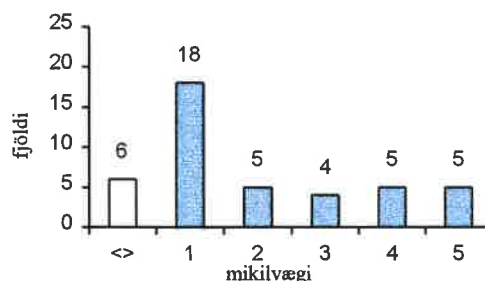
Mat á mikilvægi **sundlaugar** fyrir eigin rekstur. 58 þátttakendur höfðu sundlaug í nágrenni.



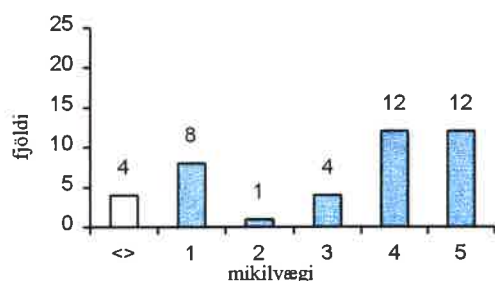
Mat á mikilvægi **veiða** fyrir eigin rekstur. 49 þátttakendur höfðu veiði í nágrenni.



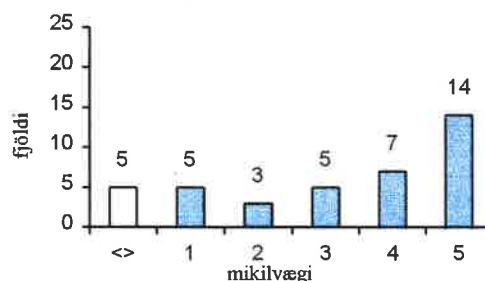
Mat á mikilvægi **hestaleigu** fyrir eigin rekstur. 44 þátttakendur höfðu hestaleigu í nágrenni.



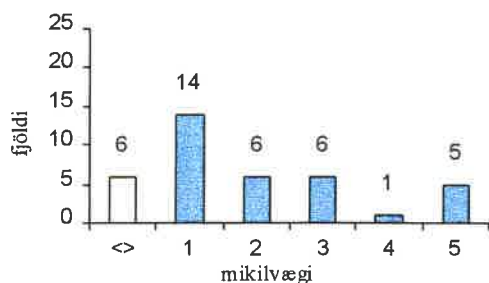
Mat á mikilvægi **golfvalla** fyrir eigin rekstur. 43 þátttakendur höfðu golfvöll í nágrenni.



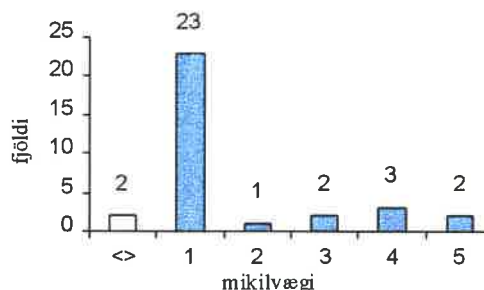
Mat á mikilvægi **heitra potta** fyrir eigin rekstur. 41 þátttakandi hafði heitan pott í nágrenni.



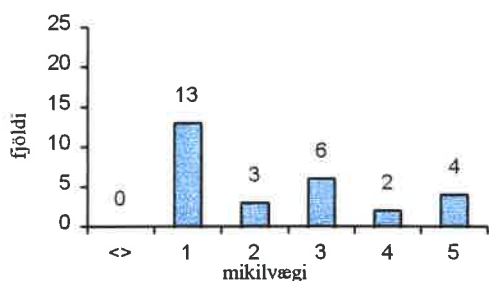
Mat á mikilvægi **gönguleiða** fyrir eigin rekstur. 39 þátttakendur höfðu gönguleiðir í nágrenni.



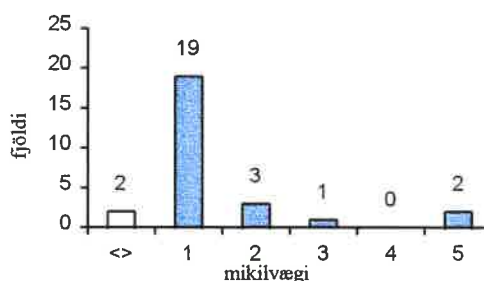
Mat á mikilvægi **íþróttavallar** fyrir eigin rekstur. 38 þátttakendur höfðu íþróttavöll í nágrenni.



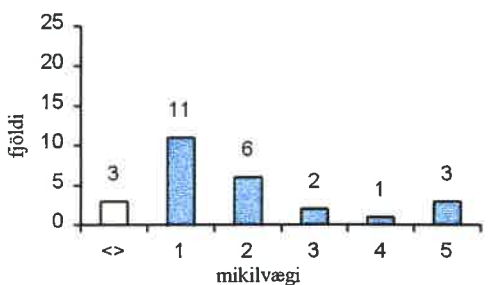
Mat á mikilvægi **ljósabekkja** fyrir eigin rekstur. 33 þátttakendur höfðu ljósabekki í nágrenni.



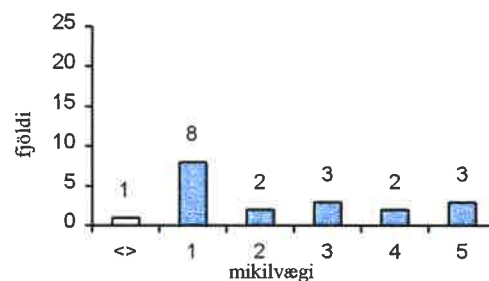
Mat á mikilvægi **gufubaða** fyrir eigin rekstur. 28 þátttakendur höfðu gufubað í nágrenni.



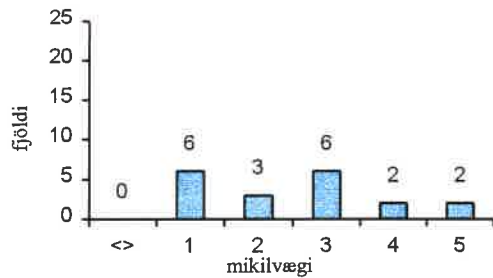
Mat á mikilvægi **líkamsræktar** fyrir eigin rekstur. 28 þátttakendur höfðu líkamsrækt í nágrenni.



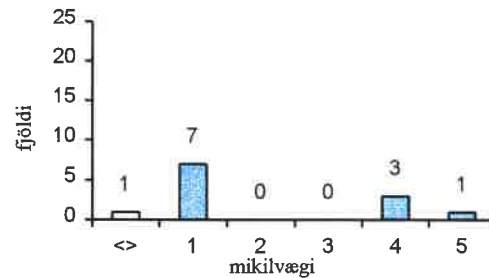
Mat á mikilvægi **leikvalla** fyrir eigin rekstur. 26 þátttakendur höfðu leikvöll í nágrenni.



Mat á mikilvægi **bíla-leigu** fyrir eigin rekstur. 19 þátttakendur höfðu bíla-leigu í nágrenni.

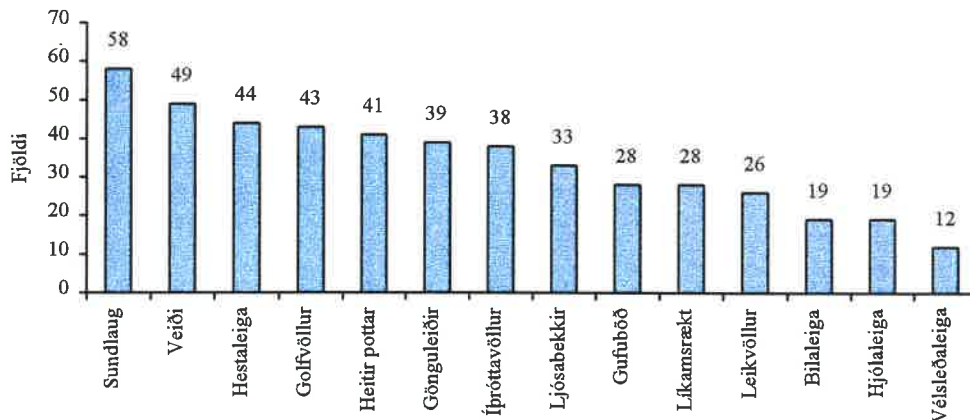


Mat á mikilvægi **hjólaleigu** fyrir eigin rekstur. 19 þátttakendur höfðu hjólaleigu í nágrenni.



Mat á mikilvægi **vélsleðaleigu** fyrir eigin rekstur. 12 þátttakendur höfðu vélsleðaleigu í nágrenni.

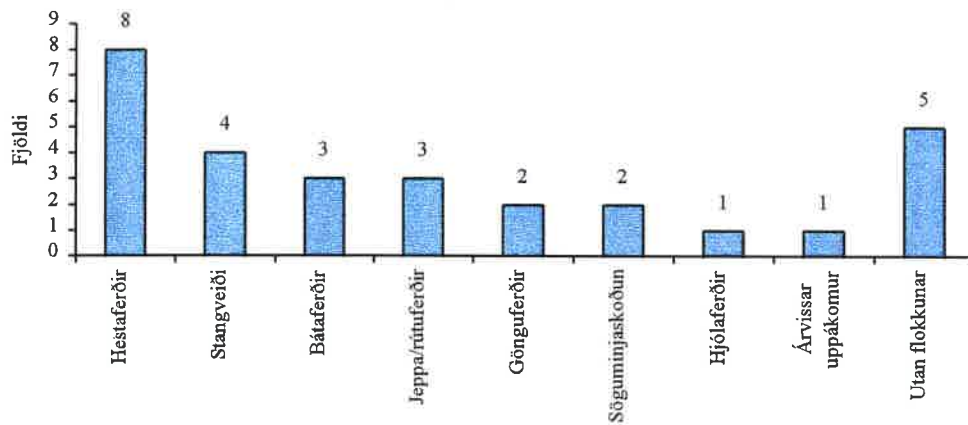
Mynd 3-2 Mat á áhrifum ýmissa afþreyingarmöguleika í nágrenni á eigin rekstur þátttakenda. (< eru þeir sem höfðu nefnda afþreyingu í nágrenni en gáfu ekki upp mikilvægi hennar.)



Mynd 3-3 Fjöldi þátttakenda með mismunandi aðstöðu til afþreyingar í nágrenni við sig.

3.3 Skipulögð afþreying á vegum rekstraraðila

Af 73 þátttakendum í könnuninni buðu 21 upp á skipulagða afþreyingu og buðu sumir þessara þátttakenda upp á fleiri en eina tegund skipulagðrar afþreyingar. Í 41% tilfella var afþreyingin starfrækt í samvinnu við aðra aðila, en í 59% tilfella var hún einungis starfrækt af viðkomandi ferðaþjónustuaðila.

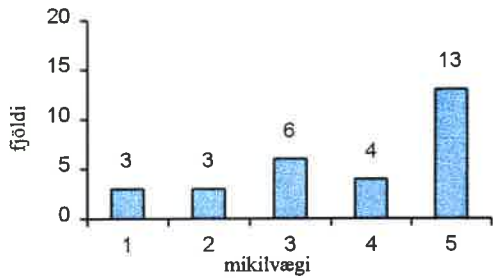


Mynd 3-3 Fjöldi þátttakenda með mismunandi tegundir skipulagðrar afþreyingar á eigin vegum.

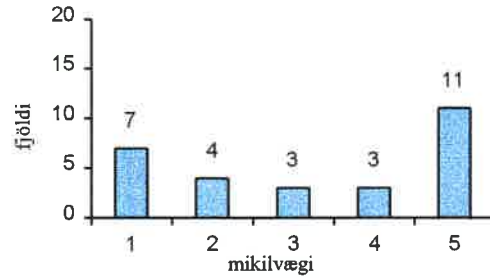
Tafla 3.2 Sundurliðun á afþreyingu sem féll utan flokkunar á mynd 3-3.

Fjöldi	Tegund afþreyingar
1	Gönguskiðaæfingar fyrir hópa og einstaklinga
1	Kynnisferðir
1	Reiðkennsla – undirstöðuatriði í reiðmennsku
1	Vatnalífssýning - lífríki íslenskra vatna
1	Vetrarævintýri – jeppaferð og veiði í gegnum ís

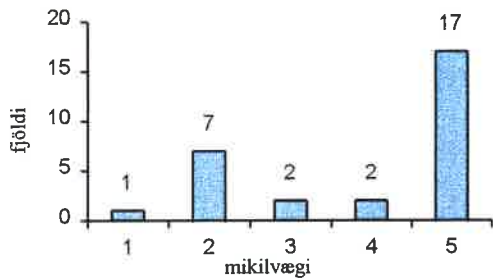
Ferðapjónustuaðilarnir voru beðnir um að meta mikilvægi eigin skipulagðrar afþreyingar fyrir gistiþjónustu, veitingasölu og kynningarstarf (sjá mynd 3-4). Niðurstaðan var sú að afþreyingin væri einna mikilvægust fyrir kynningarstarf, en síst mikilvæg fyrir veitingasölu.



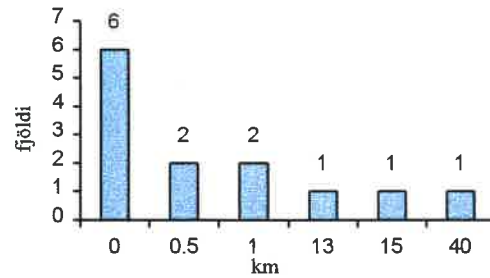
Mat þátttakenda á mikilvægi afþreyingar fyrir gistingu



Mat þátttakenda á mikilvægi afþreyingar fyrir veitingasölu



Mat þátttakenda á mikilvægi afþreyingar fyrir kynningarstarf

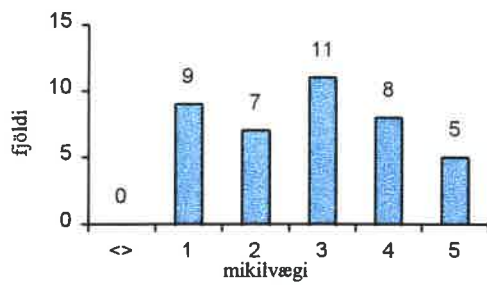


Fjarlægð afþreyingar frá gististað

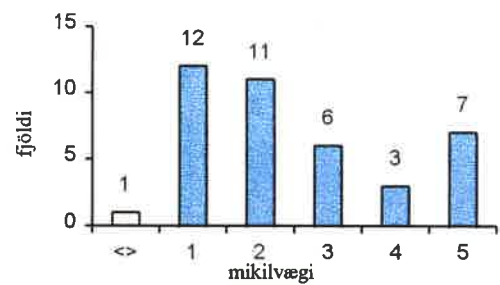
Mynd 3-4 Mat þátttakenda á mikilvægi skipulagðar afþreyingar og fjarlægð afþreyingar frá gististað.

3.4 Skipulögð afþreying í nágrenni

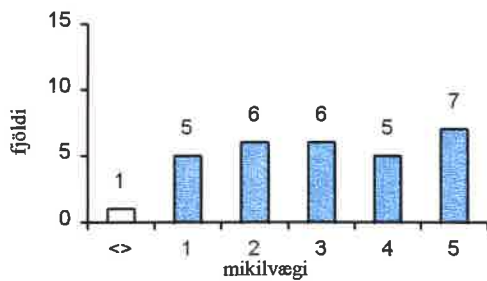
Með skipulagðri afþreyingu í nágrenni er átt við þá afþreyingu sem er í boði í nágrenni ferðaþjónustuaðila að hans mati, án þess þó að vera hluti af rekstri hans. 59 þátttakendur nefndu einhverja skipulagða afþreyingu í nágrenni sínu og voru þeir beðnir um að meta mikilvægi afþreyingarinnar fyrir eigin rekstur á kvarða frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en ◊ eru þeir sem höfðu nefnda skipulagða afþreyingu í nágrenni án þess að gefa upp mikilvægi hennar.



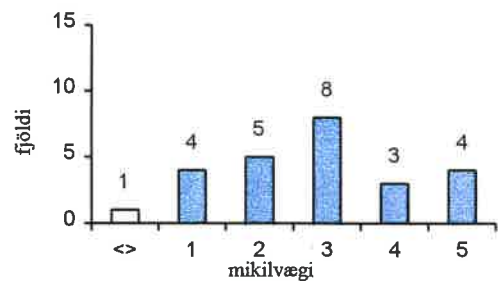
Mat á mikilvægi **safna** fyrir eigin rekstur. 40 þátttakendur nefndu söfn.



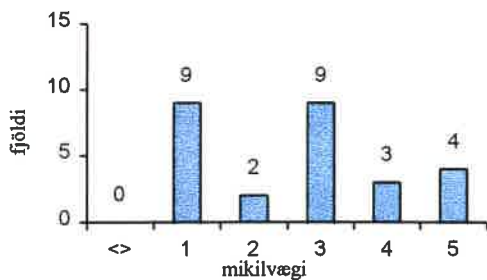
Mat á mikilvægi **hestaferða** fyrir eigin rekstur. 40 þátttakendur nefndu hestaferðir.



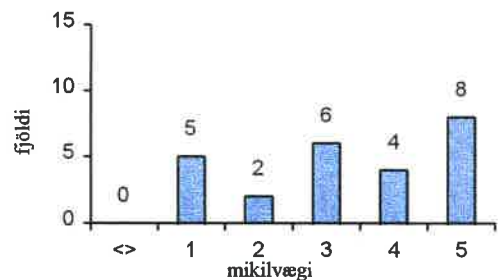
Mat á mikilvægi **bátsferða** fyrir eigin rekstur. 30 þátttakendur nefndu bátsferðir.



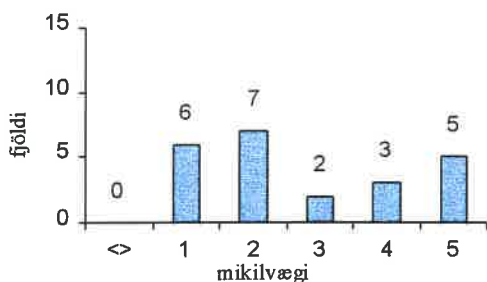
Mat á mikilvægi **jeppa- / rútuferða** fyrir eigin rekstur. 28 þátttakendur nefndu jeppa- / rútuferðir.



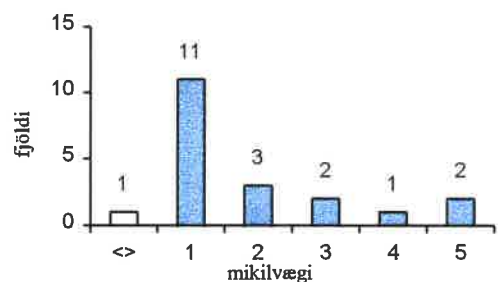
Mat á mikilvægi **stangveiði** fyrir eigin rekstur. 27 þátttakendur nefndu stangveiði.



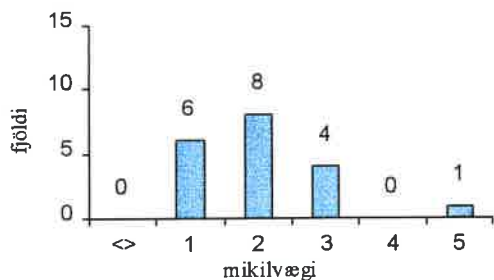
Mat á mikilvægi **árvisssa viðburða** fyrir eigin rekstur. 25 þátttakendur nefndu árvisssa atburði.



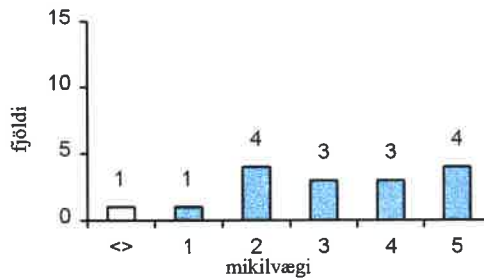
Mat á mikilvægi **gönguferða** fyrir eigin rekstur. 23 þátttakendur nefndu gönguferðir.



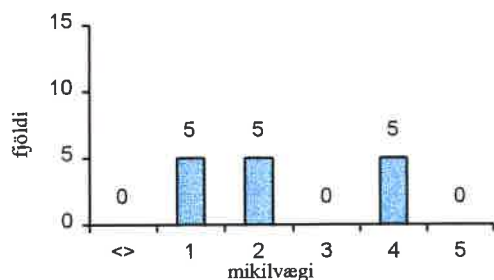
Mat á mikilvægi **útsýnisflugs** fyrir eigin rekstur. 20 þátttakendur nefndu útsýnisflug.



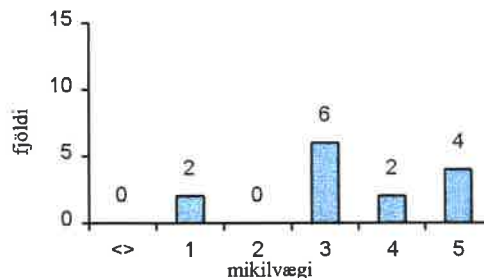
Mat á mikilvægi skotveiða fyrir eigin rekstur. 19 þátttakendur nefndu skotveiði.



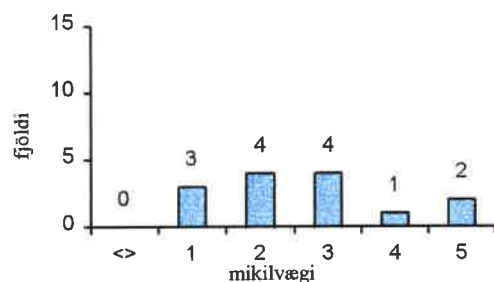
Mat á mikilvægi náttúruskoðunar fyrir eigin rekstur. 16 þátttakendur nefndu náttúruskoðun.



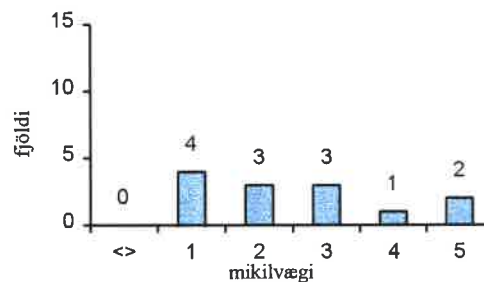
Mat á mikilvægi vélsleðaferða fyrir eigin rekstur. 15 þátttakendur nefndu vélsleðaferðir.



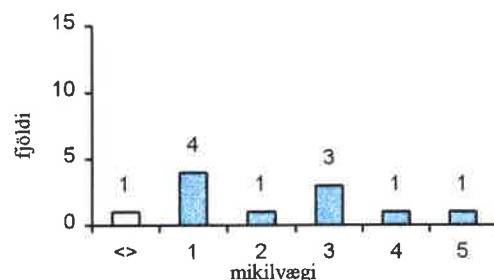
Mat á mikilvægi fuglaskoðunar fyrir eigin rekstur. 14 þátttakendur nefndu fuglaskoðun.



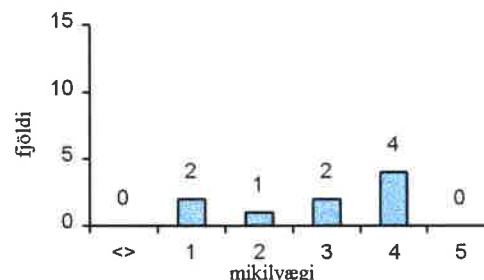
Mat á mikilvægi söguminjaskoðunar fyrir eigin rekstur. 14 þátttakendur nefndu söguminjaskoðun.



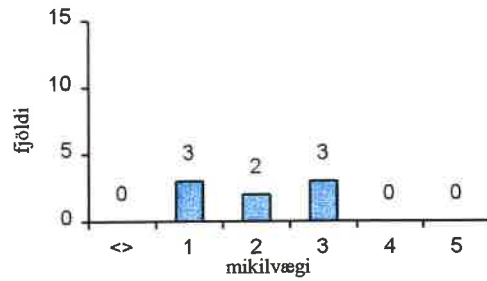
Mat á mikilvægi sjóstangveiði fyrir eigin rekstur. 13 þátttakendur nefndu sjóstangveiði.



Mat á mikilvægi þátttöku ferðamanna í búskap fyrir eigin rekstur. 11 þátttakendur nefndu þátttöku ferðamanna í búskap.



Mat á mikilvægi jöklaferða fyrir eigin rekstur. 9 þátttakendur nefndu jöklaferðir.



Mat á mikilvægi hjólaferða fyrir eigin rekstur.
8 þátttakendur nefndu hjólaferðir.

Mynd 3-5 Mat þátttakenda á mikilvægi skipulagðarar afþreyingar í nágrenni fyrir rekstur hans. (<> eru þeir sem höfðu nefnda skipulagða afþreyingu í nágrenni en gáfu ekki upp mikilvægi hennar.)

4 Ferðamannastaðir og náttúra

4.1 Ferðamannastaðir

Þátttakendur voru beðnir um að nefna allt að fimm mikilvæga ferðamannastaði eða útivistarsvæði og tilgreina fjarlægðina til þeirra. Í töflu 4.1 eru heildarniðurstöðurnar teknar saman, en í töflu 4.2 eru svörin greind frekar niður fyrir Mývatnssveit þar sem Mývatnssveit var sá staður sem oftast var nefndur.

Tafla 4.1 Ferðamanna- og útivistarsvæði sem þátttakendur nefndu. 62 þátttakendur af 73 svöruðu þessum spurningum.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þátttakanda til ferðamannastaðar (km)
Mývatnssveit	38	200
Þjóðgarðurinn í Jökulsárgljúfrum	18	250
Þjóðgarðurinn í Skaftafelli	12	240
Vatnajökull og Jökulsárlón	11	90
Akureyri	9	45
Egilsstaðir	6	70
Hallormsstaður	6	80
Lónsöræfi	6	75
Siglufjörður	5	100
Vaglaskógur	5	65
Askja	4	280
Glaumbær	4	100
Borgarvirki	3	80
Goðafoss	3	15
Hvítserkur	3	60
Varmahlíð	3	50

Tafla 4.2 Sundurliðun á svörum úr töflu 4.1 fyrir Mývatnssveit, en í heild nefndu 21 mismunandi ferðþjónustuaðili Mývatnssveit eða stað í henni. Að auki var Laxá nefnd tvisvar, en ekki var ljóst hvort um var að ræða þann hluta árinna sem er í Mývatnssveit. Athugið að í töflunni eru nákvæmlega þau heiti sem þátttakendur notuðu sjálfir.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þátttakanda til ferðamannastaðar (km)
Arnarbæli	1	2
Dimmuborgir	4	10
Dimmuborgir - Hverfjall	1	15
Grjótagjá	1	2
Hverarönd	2	8
Hverfjall	1	3,5
Höfði	2	6
Krafla	2	30
Króflusvæðið	1	25
Mývatn	9	200
Mývatnssveit	7	130
Mývatn - Tjörnes	1	100
Námaskarð	1	18
Námafjall - Hverarönd	1	15
Skútustaðagigar	4	15

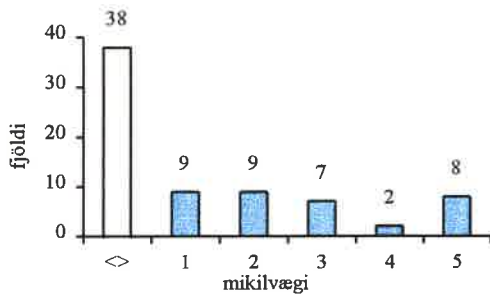
4.2 Mengun

Lagðar voru fyrir spurningar um mengun, núverandi ástand og áhrif mengunar á rekstur. Mengun var greind niður í hávaðamengun, loftmengun, sjónmengun og aðra mengun. Niðurstöður þessara spurninga er sú að núverandi ástand er nokkuð gott, en það voru einungis á bilinu 1 til 3 þátttakendur sem töldu ástandið óviðunandi í hverjum flokki mengunar. Einungis 2 þátttakendur nefndu aðra mengun en hávaðamengun, loftmengun eða sjónmengun og var í báðum tilfellum um lyktmenguna að ræða, annarsvegar frá mykjudreifingu á tún og hinsvegar frá fiskimjölsverksmiðju.

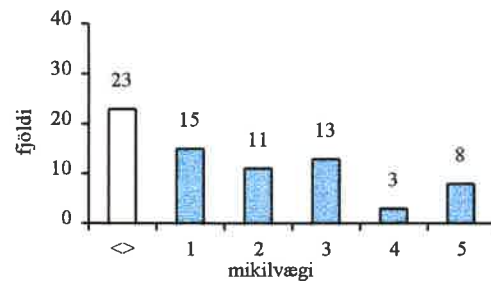
Þótt almennt væri sú skoðun ríkjandi að ástand í mengunarmálum væri gott eða viðunandi þá kom greinilega í ljós að þátttakendur töldu gott ástand í umhverfismálum afar þýðingarmikið.

5 Samgöngur

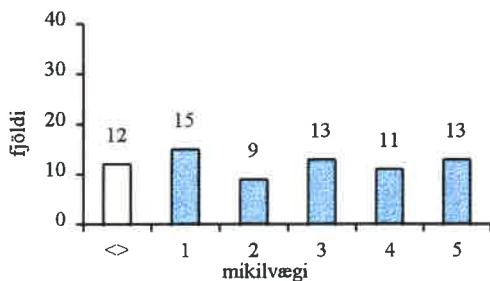
Spurt var um mikilvægi ýmissa þátta tengdum samgöngum og þátttakendur beðnir um að meta það á kvarða frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstöðuna gefur að líta á mynd 5.1.



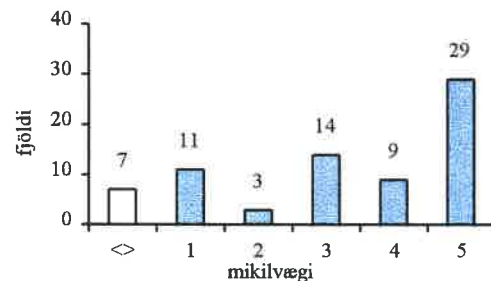
Mat á mikilvægi ferjusamgangna fyrir eigin rekstur



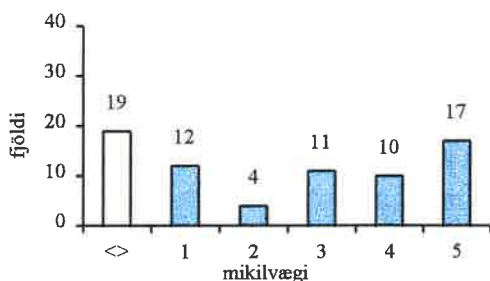
Mat á mikilvægi flugsamgangna fyrir eigin rekstur



Mat á mikilvægi áætlunarferða langferðabíla fyrir eigin rekstur



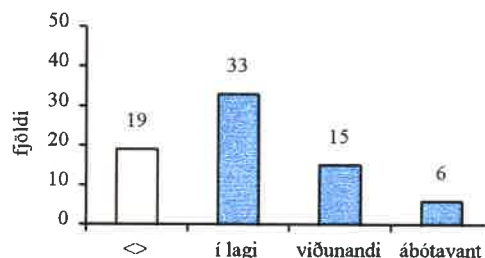
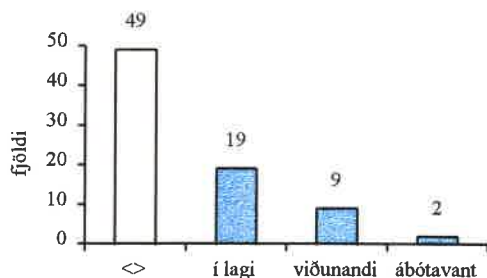
Mat á mikilvægi vegakerfis að sumarlagi fyrir eigin rekstur



Mat á mikilvægi vegakerfis að vetrarlagi fyrir eigin rekstur

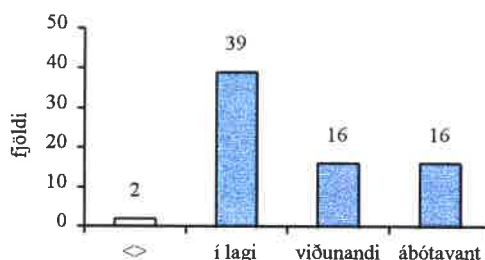
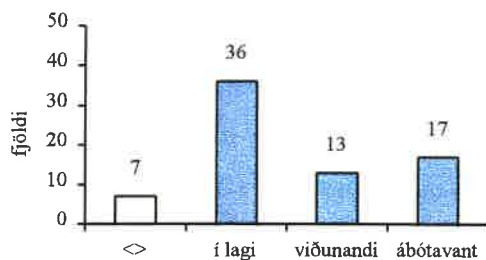
Mynd 5-1 Mat þátttakenda á áhrifum ýmissa þátta, tengdum samgöngum, á eigin rekstur. (<> eru þeir sem ekki svöruðu.)

Í framhaldi af þessu var spurt um skoðun þátttakenda á núverandi ástandi sömu þátta og teknir voru fyrir á mynd 5-1. Niðurstaða þessa er á mynd 5-2.



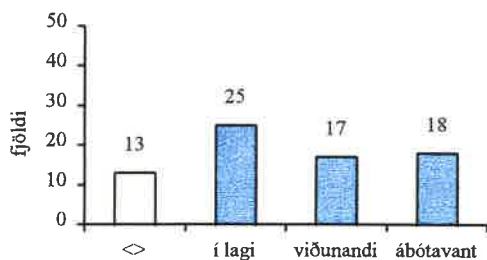
Mat á núverandi ástandi ferjusamgangna

Mat á núverandi ástandi flugsamgangna



Mat á núverandi ástandi áætlunarferða langferðabíla

Mat á núverandi ástandi vegakerfis að sumarlagi

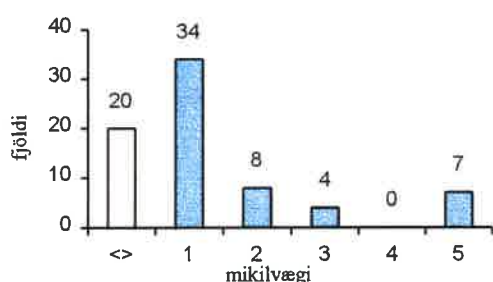


Mat á núverandi ástandi vegakerfis að vetrarlagi

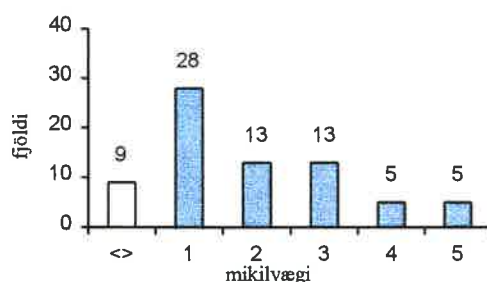
Mynd 5-2 Mat þátttakenda á núverandi ástandi ýmissa þátta, tengdum samgöngum. (\diamond eru þeir sem ekki svöruðu.)

6 Markaðsumhverfi

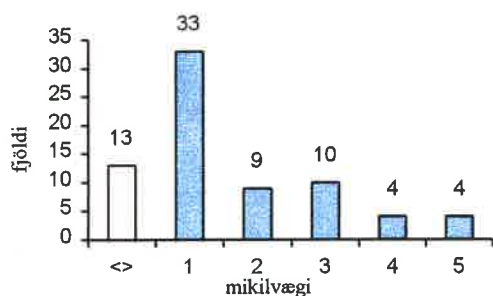
Til að fá hugmynd um skoðanir ferðapjónustuaðila á því hvað hefur mest áhrif á þeirra eigin rekstur voru þátttakendur beðnir um að meta mikilvægi nokkurra þátta á eigin rekstur. Þetta gerðu þeir með því að gefa viðkomandi þætti einkunn á bilinu frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstöðurnar gefur að líta á eftirfarandi súluritum, en <> eru þeir sem ekki svöruðu.



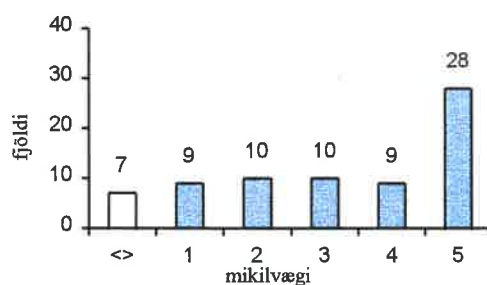
Mat á áhrifum **birgja** á eigin rekstur.



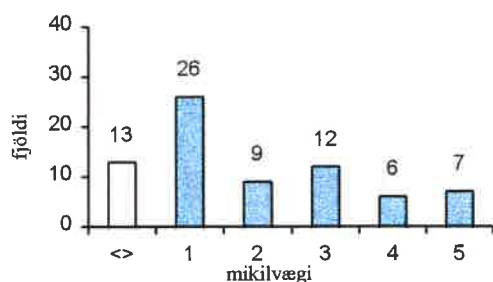
Mat á áhrifum **ferðamálafulltrúa** á eigin rekstur.



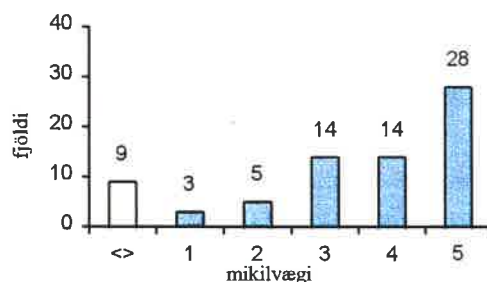
Mat á áhrifum **ferðamálaráðs** á eigin rekstur.



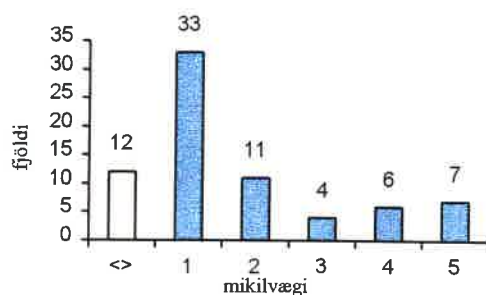
Mat á áhrifum **ferðaskrifstofa** á eigin rekstur.



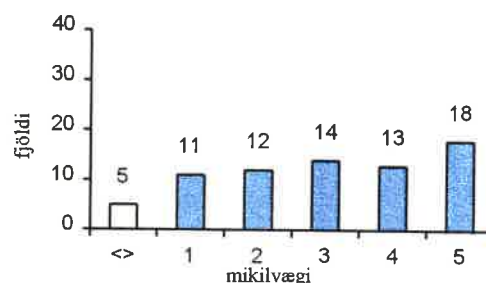
Mat á áhrifum **lánastofnana** á eigin rekstur.



Mat á áhrifum **eigin markaðssetningar** á eigin rekstur.



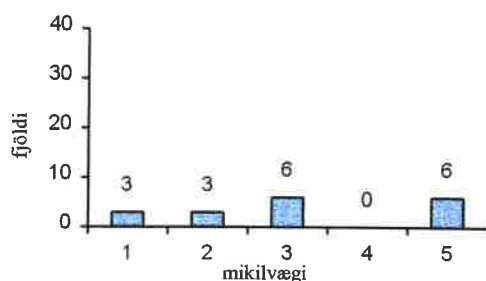
Mat á áhrifum sveitarfélags á eigin rekstur.



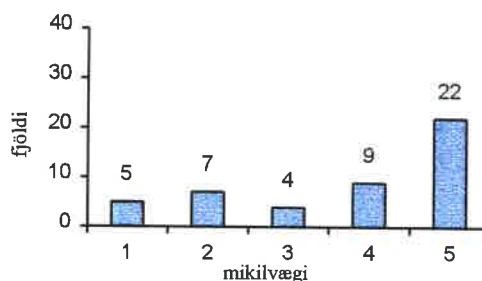
Mat á áhrifum upplýsingamiðstöðva á eigin rekstur.

Mynd 6-1 Mat á áhrifum ýmissa þátta á eigin rekstur þátttakenda. (<> eru þeir sem ekki svöruðu.)

Á mynd 6-2 er niðurstaðan fyrir mikilvægi ferðaskrifstofa sundurliðuð eftir heildar fjölda rúma hjá þátttakendum.



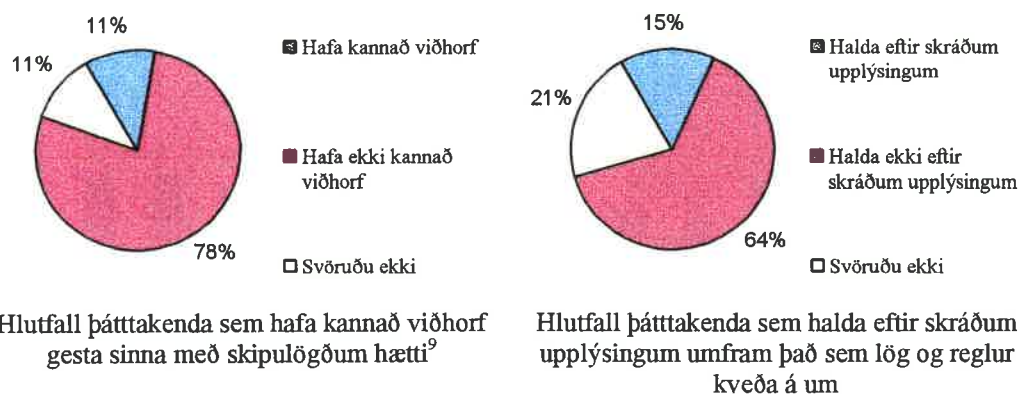
Mat á áhrifum ferðamálaráðs á eigin rekstur. Þátttakendur með færri en 10 rúm.



Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur. Þátttakendur með fleiri en 10 rúm.

Mynd 6-2 Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur þátttakenda. Á þessari mynd er þeim sleppt sem ekki svöruðu.

Grundvallaratriði í hverri markaðssetningu er að safnað sé upplýsingum um neytendur, bæði eiginleika þeirra og viðhorf. Spurt var hvort þátttakendur safni upplýsingum um viðhorf og einkenni viðskiptavina sinna og er niðurstaðan sýnd á mynd 6-3. Hér kemur í ljós að mikill minnihluti þátttakenda safnar upplýsingum um viðskiptavini sína umfram það sem beinlínis er kveðið á um í lögum.

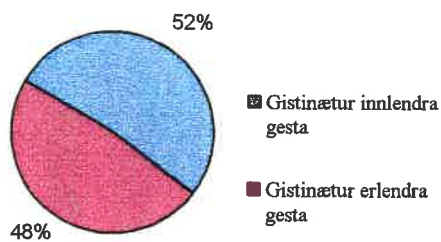


Mynd 6-3 Markviss upplýsingasöfnun þátttakenda um viðskiptavinum.

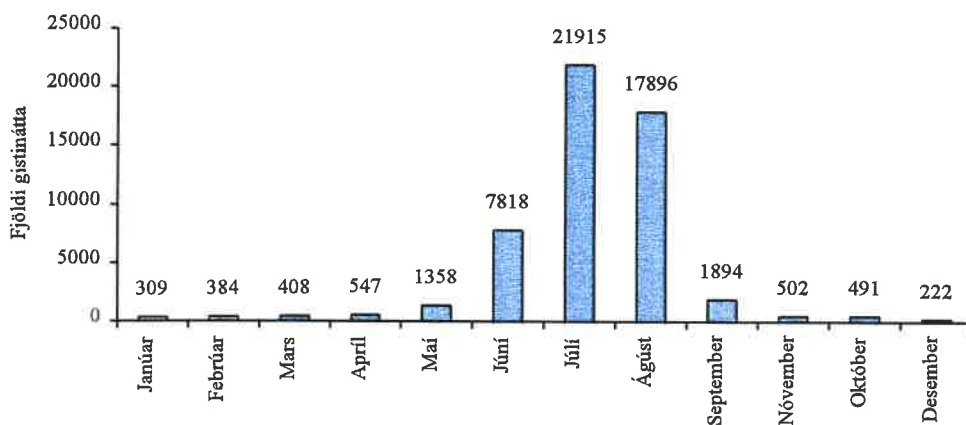
Gistinætur voru flokkaðar eftir því hvort um innlenda eða erlenda gesti var að ræða, eftir mánuðum og eftir þjóðerni gesta. Á mynd 6-4 gefur að líta hlutfall gistinátta innlendra og erlendra ferðamanna hjá þátttakendum í könnuninni, en á myndum 6-5 til 6-8 eru gistinæturnar flokkaðar eftir mánuðum bæði fyrir þátttakendur könnunarinnar og landið í heild. Tölur um landið í heild eru fengnar frá Hagstofu Íslands og eru þar teknar saman tölur yfir hótél, gistiheimili og heimagistingu¹⁰. Af þessum myndum sést að hlutur gististaða á Norður- og Austurlandi af heildargistináttafjölda er mjög breytilegur eftir mánuðum, allt frá um 2% upp í um 25%. Endanleg staðfesting þessarar skiptingar milli Norður- og Austurlands bíður seinni hluta könnunarinnar, sem og frekari greining gistináttafjölda eftir landssvæðum.

⁹ Hafa ber í huga að mörg fyrirtækin eru smá í sniðum og því er hugsanlegt að starfsmenn þeirra séu í nánari tengslum við viðskiptavinina en í stórum fyrirtækjum.

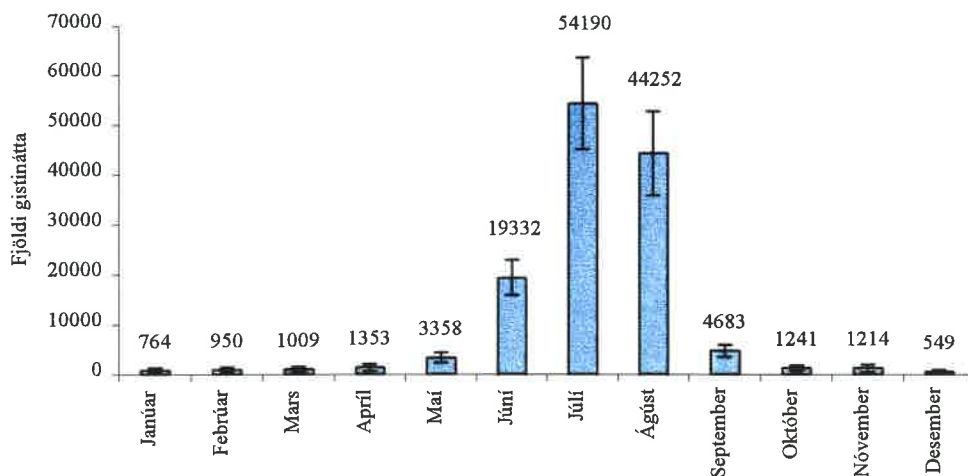
¹⁰ Hagskýrslur Íslands III, 38, Gistiskýrslur 1995, Hagstofa Íslands, Reykjavík 1996.



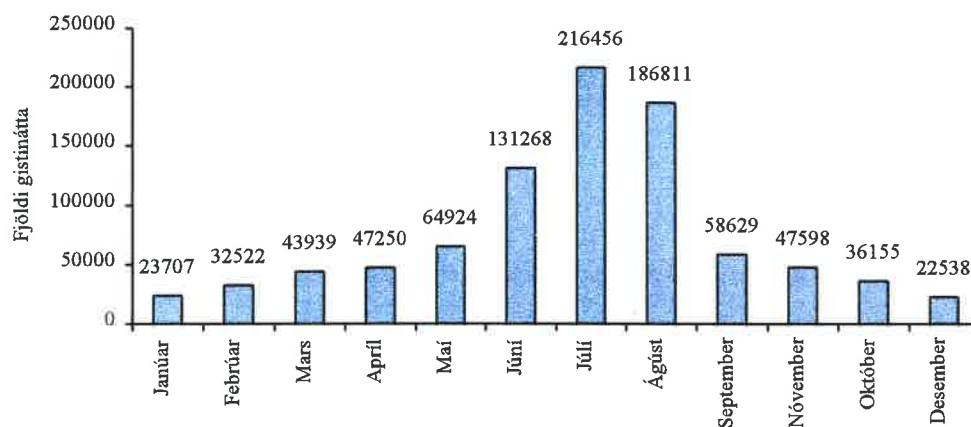
Mynd 6-4 Gistinætur hjá þátttakendum árið 1995 (57 af 73 eða 78% þátttakenda gáfu upp tölur um gistinguáttakendum)



Mynd 6-5 Gistinguáttakendum eftir mánuðum árið 1995 hjá þeim 55 þátttakendum könnunarinnar sem gáfu upp gistinguáttakendum eftir mánuðum.

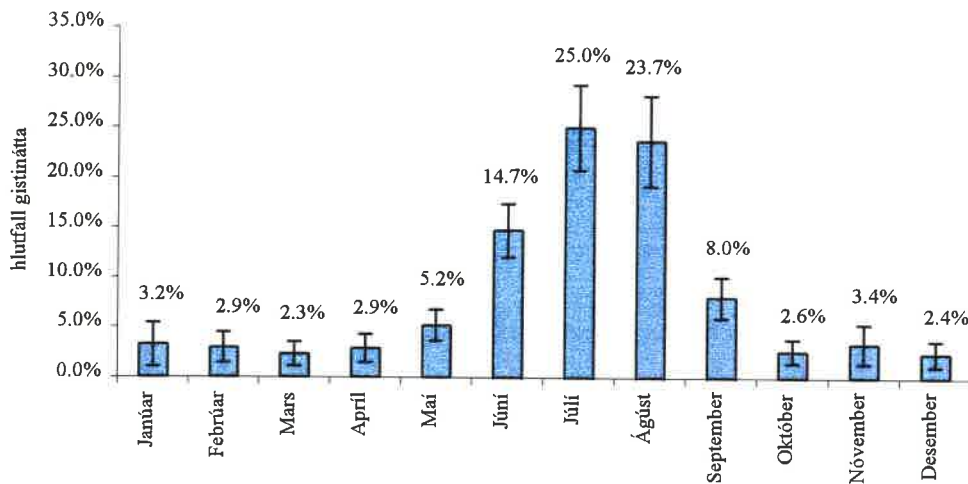


Mynd 6-6 Áætlaður fjöldi gistinguátta eftir mánuðum árið 1995 hjá þýði¹¹ með 95% öryggismörkum.



Mynd 6-7 Gistinguætur eftir mánuðum árið 1995 á landinu öllu samkvæmt upplýsingum frá Hagstofu Íslands. Hér eru teknar saman tölur yfir hótél, gistiheimili og heimagistingu.

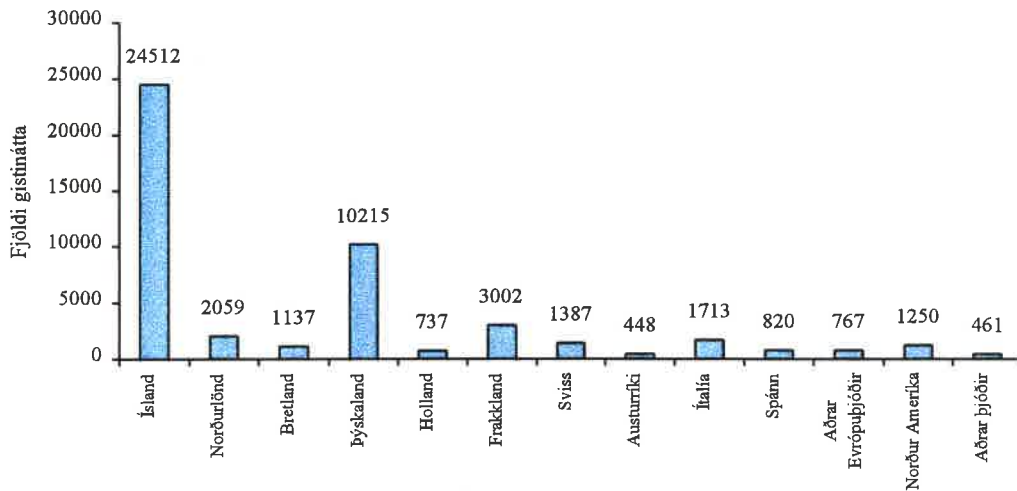
¹¹ Sjá skilgreiningu á þýði í formála.



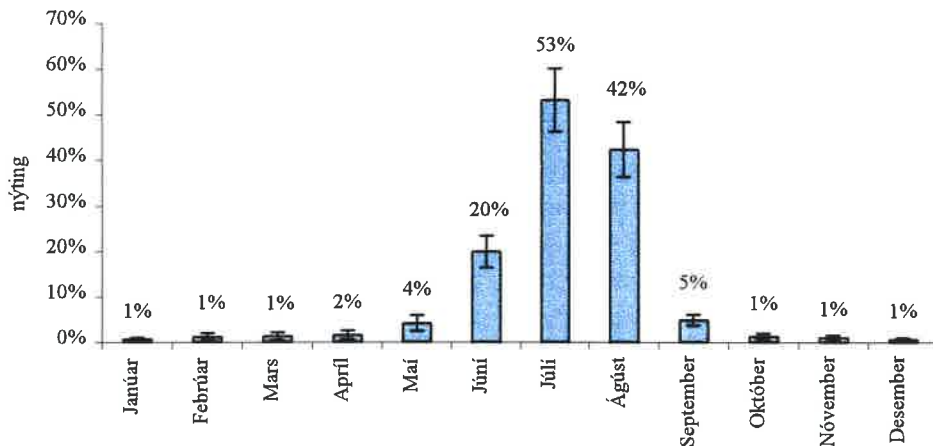
Mynd 6-8 Áætlað hlutfall af heildarfjölda gistinguátta á landinu eftir mánuðum árið 1995 hjá þýði með 95% öryggismörkum.

Gistinguætur einar segja ekkert um nýtingu fjárfestinganna í ferðaþjónustu. Til að fá einhverja hugmynd um nýtingu fjárfestinganna er hægt að skoða nýtingu gistaðstöðunnar. Á mynd 6-10 gefur að líta áætlaða nýtingu gistaðstöðu eftir mánuðum hjá þýði. Tölur þessar byggja á svörum frá 54 þátttakendum í könnuninni sem gáfu upp tölur um fjölda gistinguátta og heildarfjölda rúma. Áætluð meðalnýting í þýði yfir allt árið 1995 reyndist vera $11.1\% \pm 1.4\%$ (uppgæfin óvissa miðast við 95% tölfræðileg öryggismörk).

Meðalnýting fyrirtækjanna gefur hugsanlega ekki rétta mynd af nýtingu gistihúsnæðis ef nýtingin væri mismunandi eftir stærð gistaðstöðunnar. Til að skoða hvort þetta sé tilfellið var nýtingin vegin með fjölda rúma. Þegar þetta er gert reynist meðalnýting á ársgrundvelli vera $11.5\% \pm 2.3\%$, sem er óveruleg breyting frá fyrri tölu. Þetta þýðir að nýting er ekki háð stærð gistaðstöðu.



Mynd 6-9 Gistinætur eftir þjóðerni árið 1995 hjá þátttakendum könnunarinnar. Alls gáfu 50 af 73 eða 68% þátttakenda upp tölur um gistinætur eftir þjóðerni.



Mynd 6-10 Áætluð nýting í þýði eftir mánuðum árið 1995. Óvissa á mynd samsvarar 95% tölfræðilegum öryggismörkum. Áætlun þessi byggir á svörum 54 af 73 þátttakendum, sem gáfu bæði upp tölur um gistinætur og heildarfjölda rúma.

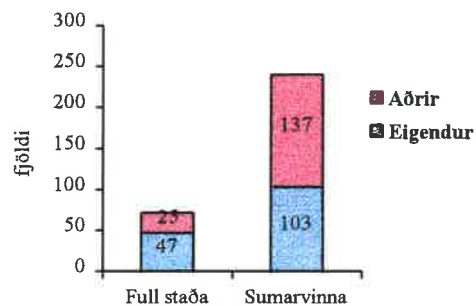
Þegar nýting var borin saman milli sýsla reyndist hæsta nýtingin vera hjá þátttakendum var í Austur-Skaftafellssýslu, 16%, en sú lægsta í Suður-Múlasýslu, 7% (sjá nánar töflu 6.1). Munurinn var þó ekki marktækur miðað við 95% öryggi.

Tafla 6.1 Ársnýting eftir sýslum. Munur milli sýsla er ekki tölfræðilega marktækur miðað við 95% öryggi.

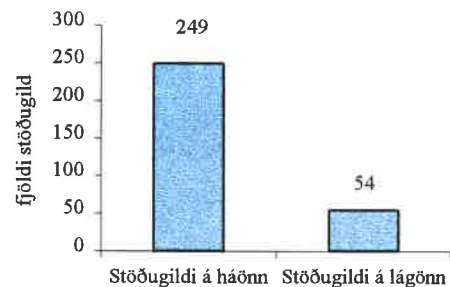
Sýsla	Meðalnýting
Vestur-Húnavatnssýsla	10.4%
Austur-Húnavatnssýsla	7.9%
Skagafjarðarsýsla	8.4%
Eyjafjarðarsýsla	12.5%
Suður-Þingeyjarsýsla	13.2%
Norður-Þingeyjarsýsla	10.5%
Norður-Múlasýsla	8.5%
Suður-Múlasýsla	7.3%
Austur-Skaftafellssýsla	16.0%
Norður- og Austurland	11.2%

7 Starfsmannamál

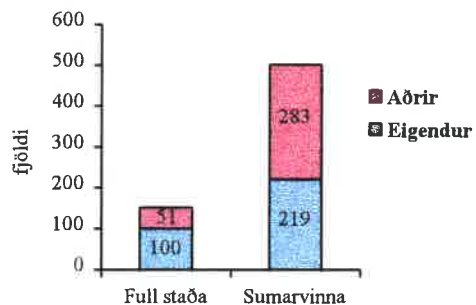
Þátttakendur í könnuninni voru beðnir að tilgreina fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda bæði fyrir háönn og lágönn (sjá myndir 6-1 og 6-2). Störfir voru síðan flokkuð eftir því hvort um eigendur var að ræða eða ekki (sjá mynd 6-1). Einnig var spurt um kynjaskiptingu og aldursdreifingu starfsfólks og eru niðurstöðurnar sýndar á myndum 6-5 og 6-6.



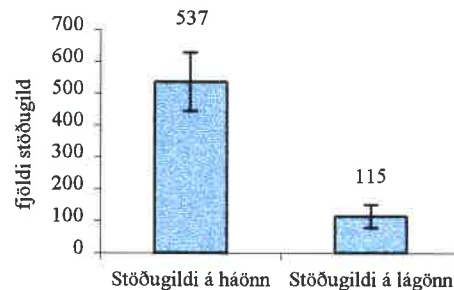
Mynd 7-1 Samsetning vinnuafis eftir tegund stöðu. 65 af 73 þátttakendum gáfu upplýsingar um heildarfjölda starfa og 64 af 73 gáfu upplýsingar um störf eigenda.



Mynd 7-2 Skipting stöðugilda eftir annatíma. 63 af 73 gáfu upplýsingar um stöðugildi í fyrirtæki sínu.



Mynd 7-3 Áætluð samsetning vinnuafis í markhóp könnunarinnar¹². Heildarfjöldi heilsársstarfa með 95% tölfræðilegum óvissumörkum er 151 ± 37 , en heildarfjöldi sumarstarfa er 502 ± 75 .



Mynd 7-4 Áætluð skipting stöðugilda í markhóp könnunarinnar með 95% tölfræðilegum óvissumörkum.

¹² Sjá skilgreiningu á þýði í formála.

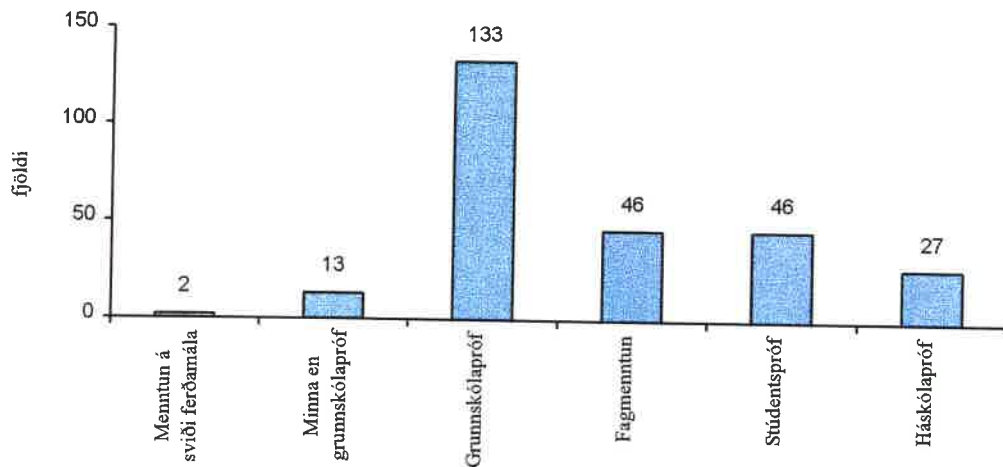


Mynd 7-5 Hlutfall kynja meðal starfsfólks. 67 þátttakendur af 73 gáfu upplýsingar um kynjahlutfall starfsfólks.

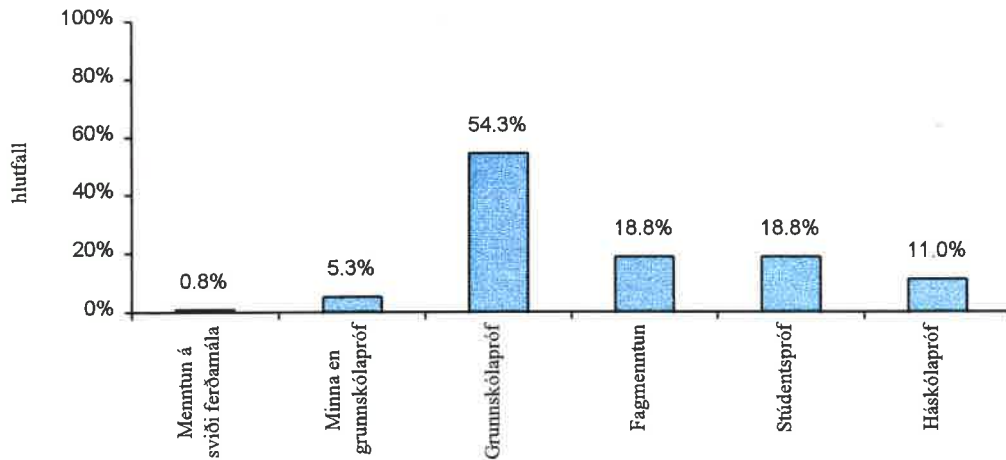
Mynd 7-6 Aldursskipting meðal starfsfólks. 63 þátttakendur af 73 gáfu upplýsingar um aldursskiptingu starfsfólks.

Spurt var um menntun starfsfólks þátttakenda. Menntun var flokkuð í sex flokka (sjá mynd 7-7). Rétt er að geta þess að með menntun á sviði ferðamála er átt við menntun í ferðamálafræði á framhaldsskóla- eða háskólastigi, en ekki hefðbundna fagmenntun á borð við matreiðslu og framreiðslu, enda fellur slík menntun undir flokkinn fagmenntun.

Athygli vekur að menntastig er lágt í greininni, en fróðlegt verður að sjá í seinni hluta könnunarinnar hvort það breytist þegar nær dregur höfuðborgarsvæðinu.

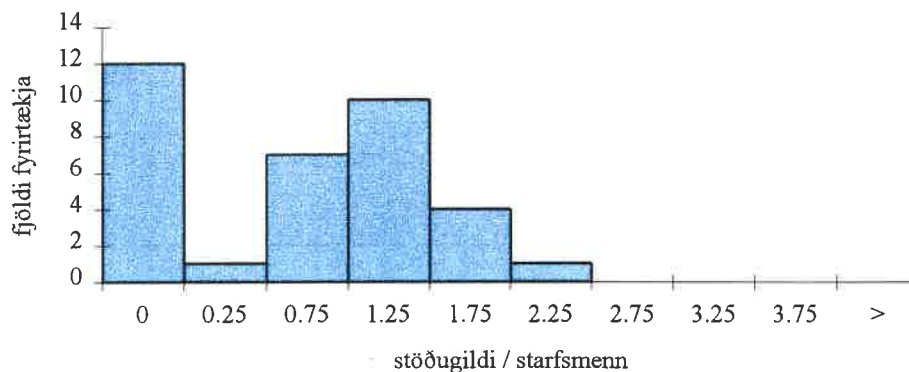


Mynd 7-7 Skipting starfsfólks eftir menntun hjá 67 af 73 þátttakendum, sem gáfu upplýsingar um menntun starfsmanna sinna. Athuga ber að einstaklingur sem til dæmis hefur bæði stúdentspróf og fagmenntun er tvítalinn á þessari mynd og að inni í þessum tölum er einnig sumarstarfsfólk, sem getur hugsanlega skýrt að einhverju leyti fjölda starfsfólks með grunnskólapróf.

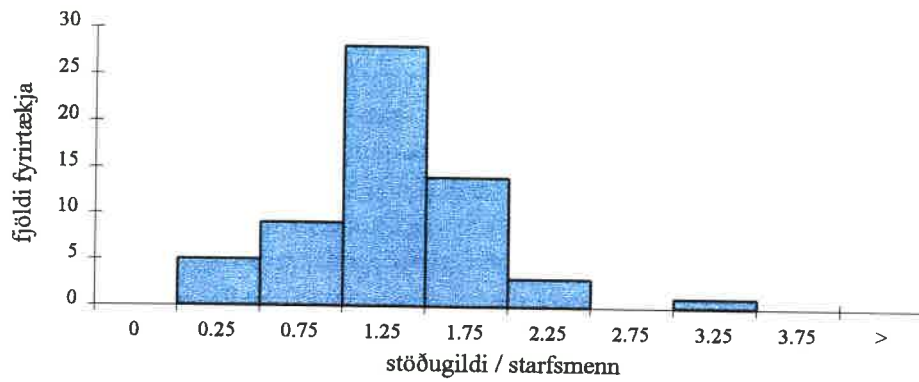


Mynd 7-8 Hlutfall starfsfólks með mismunandi menntun hjá 67 af 73 þátttakendum, sem gáfu upplýsingar um menntun starfsmanna sinna. Athuga ber að einstaklingur sem til dæmis hefur bæði stúdentspróf og fagmenntun er tvítalinn á þessari mynd.

Á myndum 7-9 og 7-10 gefur að líta fjölda stöðugilda á hvern starfsmann bæði á annatíma og utan annatíma. Á þessum myndum er láréttum ás skipt upp í bil með lengdina hálfan, þar sem tölurnar gefa til kynna miðpunkt hvers bils, nema hvað flokkurinn “0” inniheldur einungis þau gildi sem voru nákvæmlega núll.



Mynd 7-9 Stöðugildi á hvern starfsmann utan annatíma. 60 þátttakendur af 73 gáfu upp upplýsingar um bæði fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda, en 28 þátttakendur höfðu ekkert starfsfólk utan annatíma.



Mynd 7-10 Stöðugildi á hvern starfsmann á annatíma. 60 þátttakendur af 73 gáfu upp upplýsingar um bæði fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda.

8 Rekstur

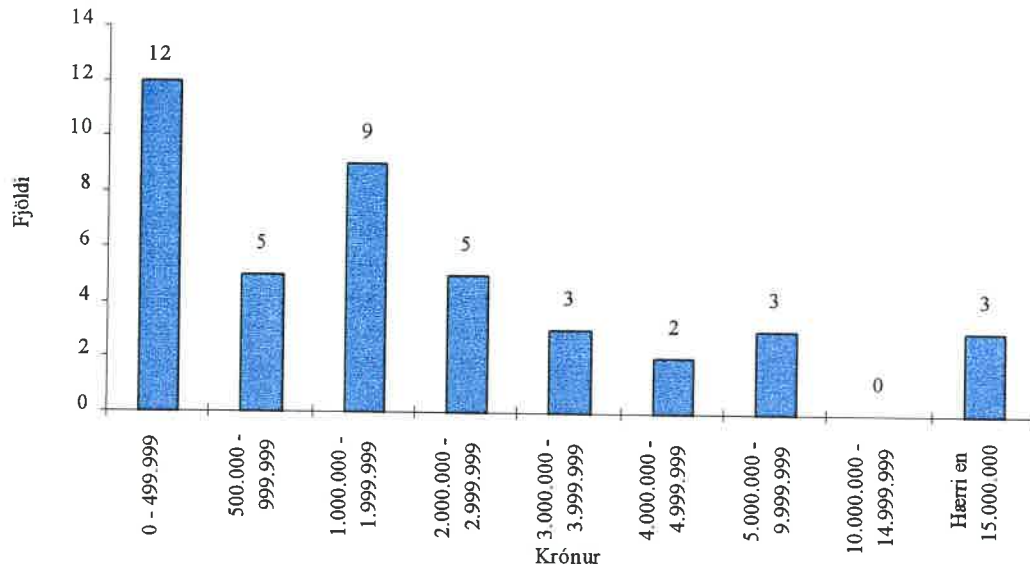
Svörun við þeim hluta spurningalistans sem náði yfir rekstur og efnahag þátttakenda var frekar dræm. 42 þátttakendur af 73 gáfu upp tekjur ársins 1995 (sjá töflu 8.1 og mynd 8-1) og 39 þátttakendur af 73 gáfu upp afkomu fyrir skatta og fjármagnsliði (sjá töflu 8.2). Svörin gáfu að öðru leyti ekki tilefni til sundurliðunar rekstrarreiknings. Niðurstöðurnar í töflum 8.1 og 8.2 verður að taka með fyrirvara þar sem afar fáir skiluðu efnahagsreikningi fyrir árið 1995 og því er ekki hægt að sjá hugsanleg áhrif af fjárfestingu í greininni.

Tafla 8.1 Rekstrartekjur án virðisaukaskatts.

Tekjur á bilinu (í þús. króna)	Fjöldi þátttakenda	Hlutfall %	Safnhlutfall %
hærri en 15.000	3	7.1	100.0
10.000 til 15.000	0	0.0	92.9
5.000 til 10.000	3	7.1	92.9
4.000 til 5.000	2	4.8	85.7
3.000 til 4.000	3	7.1	81.0
2.000 til 3.000	5	11.9	73.8
1.000 til 2.000	9	21.4	61.9
500 til 1.000	5	11.9	40.5
0 til 500	12	28.6	28.6
Fjöldi þátttakenda	42	100	

Tafla 8.2 Afkoma fyrir skatta og fjármagnstekjur og gjöld.

Hagnaður á bilinu (í þús. króna)	Fjöldi þátttakenda	Hlutfall %
hærri en 2.000	1	2.6
1.500 til 2.000	0	0.0
1.000 til 1.500	3	7.7
500 til 1.000	5	12.8
0 til 500	15	38.5
-500 til 0	8	20.5
-1.000 til -500	1	2.6
-1.500 til -1.000	2	5.1
-2.000 til -1.500	3	7.7
lægri en -2.000	1	2.6
Fjöldi þátttakenda	39	100



Mynd 8-1 Rekstrartekjur án virðisaukaskatts þeirra 42 þátttakenda sem gáfu þær upp.

Til að gefa nokkra hugmynd um það hvort fjárfestingar fyrirtækjanna gætu haft áhrif á hagnað ársins 1995 þá eru í töflu 8.3 upplýsingar um fjölda þeirra sem fjárfestu á árunum 1989 til 1995. Athuga ber að í töflu 8.3 eru einungis þeir sem gáfu upp afkomu fyrir skatta og fjármagnstekjur og gjöld, en þeir voru 39 af 73 þátttakendum.

Tafla 8.3 Fjöldi þeirra sem fjárfestu og gáfu upp afkomu fjárfestinga þeirra sem gáfu upp hagnaðartölur fyrir skatta og fjármagnstekjur og gjöld.

Hagnaður (þús. kr.)	Fjöldi	Fjöldi þeirra sem fjárfestu viðkomandi ár						
		1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989
hærrí en 2.000	1	1	1	1	1	1	1	1
1.500 til 2.000	0	0	0	0	0	0	0	0
1.000 til 1.500	3	2	2	2	2	2	0	2
500 til 1.000	5	3	1	1	2	0	1	2
0 til 500	15	4	4	4	5	4	0	3
-500 til 0	8	2	1	2	2	1	3	2
-1.000 til -500	1	1	1	1	1	0	0	0
-1.500 til -1.000	2	0	1	1	1	0	0	0
-2.000 til -1.500	3	2	1	2	2	2	2	2
lægri en -2.000	1	0	0	0	0	0	0	0
Samtals:	39	15	12	14	16	10	7	12

Fjölmenustu samtökin á sviði ferðaþjónustu á landsbyggðinni eru Samtök ferðaþjónustubænda (Fb) (sjá mynd 1-3). Meðalhagnaður þátttakenda¹³ í Fb. er kr. 42052, en meðalhagnaður annarra er kr. -33702. Munurinn á hópnum tveimur er þó ekki tölfræðilega marktækur, en p-gildi var 0.827 eða 82,7%¹⁴. Ekki er hægt að útiloka að önnur óvissa en tölfræðileg óvissa geti haft áhrif á þessa niðurstöðu, en um 29% þýðis gáfu upplýsingar um afkomu.

Séu hinsvegar bornir saman þeir sem bjóða sjálfir upp á skipulagða afþreyingu og hinir sem gera það ekki fæst marktækur munur. Meðalhagnaður fyrir skatta og fjármagnsliði hjá þeim þátttakendum sem bjóða upp á skipulagða afþreyingu er -500.957 kr en hjá þeim þátttakendum sem ekki bjóða upp á skipulagða afþreyingu er meðalhagnaðurinn 312.804 kr. Munurinn reyndist marktækur við 95% öryggi (p-gildið er 0.009 eða 0.9%)¹⁵. 6 af 21 þátttakanda, sem bauð upp á skipulagða afþreyingu árið 1995, fjárfestu í aðstöðu til afþreyingar á árunum frá 1989 til 1995 og þar af fjárfestu 3 í aðstöðu til afþreyingar árið 1995¹⁶. Sé þeim sem fjárfestu í aðstöðu til afþreyingar árið 1995 sleppt í reikningum fæst sama niðurstaða og áður. Þetta þýðir að ekki er hægt að skýra þessi tengsl skipulagðrar afþreyingar og afkomu með því að fjárfesting í aðstöðu til afþreyingar hafi verið gjaldfærð í stað þess að vera eignfærð¹⁷. Þessi niðurstaða kemur nokkuð á óvart í ljósi almennrar umræðu. Verði niðurstaðan sambærileg í seinni hluta könnunarinnar, sem mun ná yfir Suður- og Vesturland, liggur beint við að athuga afþreyingarmarkaðinn næst, það er hvernig afkomu allra fyrirtækja, sem sjá ferðamönnum fyrir afþreyingu, er háttað.

Ef afkoma er borin saman eftir landsfjórðungum, það er Norður- og Austurlands, fæst ekki marktækur munur. Meðalhagnaður þátttakenda á Norðurlandi er 29.283 kr en á Austurlandi er hann -12.632 kr, en munurinn reyndist ekki marktækur við 90% öryggi (p-gildið er 0.914 eða 91.4%).

¹³ Með þátttakendum er hér átt við þá 39 ferðaþjónustuaðila sem gáfu upp afkomu ársins 1995.

¹⁴ p-gildi gefur líkur þess að gerð sé svokölluð höfnunaráhrif ef tilgátunni um engan mun milli hópa er hafnað. Í þessu tilfalli þýðir það að sé því haldið fram að munur sé á hópnum tveimur þá eru, að öllum forsendum uppfylltum, 82.7% líkur á því að það sé röng niðurstaða.

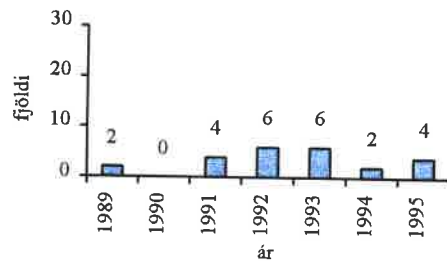
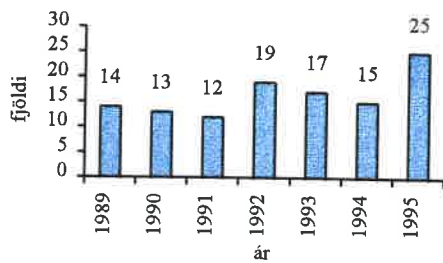
¹⁵ Hafa ber í huga að hér er um tengsl að ræða, en ekki nauðsynlega orsakatengsl.

¹⁶ Ekki er hægt að útiloka að einhverjar fjárfestingar hafi ekki verið taldar fram.

¹⁷ Þar sem skil á efnahagsreikningi voru afar lítil þá er ekki hægt að ganga úr skugga um það hvort fjárfesting í aðstöðu til afþreyingar var gjaldfærð en ekki eignfærð.

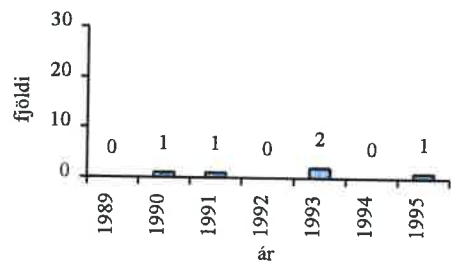
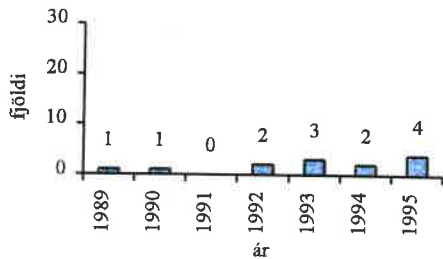
9 Fjárfesting

Þátttakendur voru beðnir að tilgreina hvort þeir hefðu staðið í fjárfestingum síðustu 7 árin, í hverju þeir hefðu fjárfest og hvernig þeir hefðu fjármagnað fjárfestingarnar. Á mynd 9-1 er sýndur fjöldi þeirra sem fjárfestu í aðstöðu eða umhverfi á árunum frá 1989 til 1995.



Fjöldi þeirra sem fjárfestu í gistaðstöðu.

Fjöldi þeirra sem fjárfestu í veitingaaðstöðu.

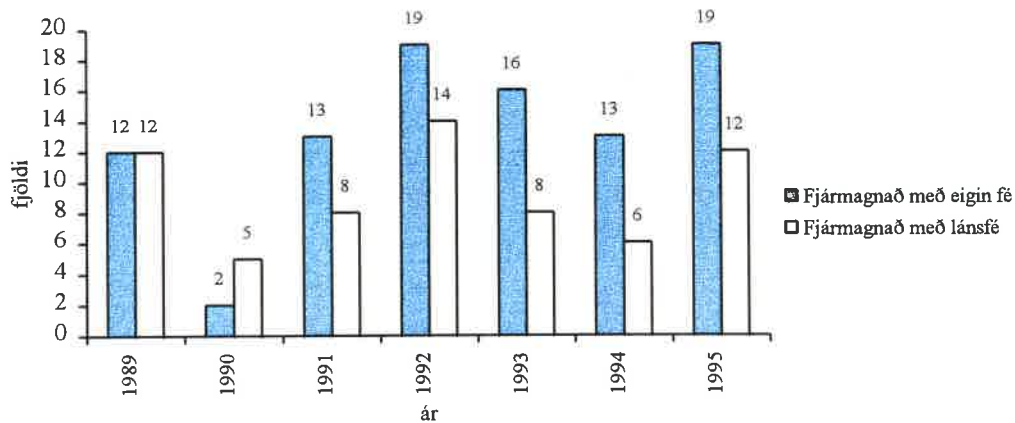


Fjöldi þeirra sem fjárfestu í aðstöðu til afþreyingar.

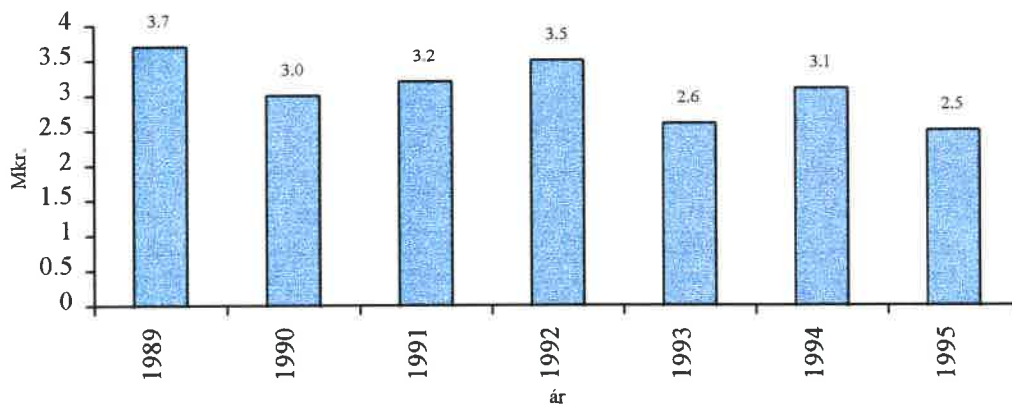
Fjöldi þeirra sem fjárfestu í fegrun umhverfis.

Mynd 9-1 Fjöldi þátttakenda sem fjárfestu í ferðaþjónustuaðstöðu árin 1989 til 1995.

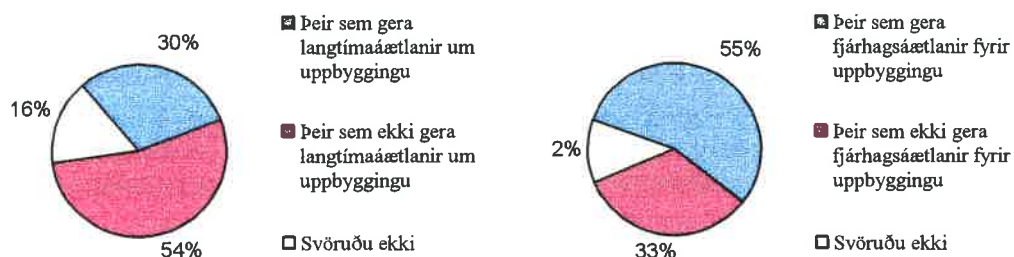
Á mynd 9-2 sést hvernig fjárfestingarnar voru fjármagnaðar, það er í hve mörgum tilfellum var notað eigið fé og í hve mörgum tilfellum var notað lánsfé. Athuga ber að í sumum tilfellum var bæði notað eigið fé og lánsfé. Á mynd 9-3 sést síðan hver meðalfjárfestingin var á fyrirtæki eftir árum. Hér er meðaltalið einungis reiknað fyrir þau fyrirtæki sem fjárfestu viðkomandi ár. Að lokum má sjá á mynd 9-4 hvernig áætlanagerð er varið hjá þátttakendum könnunarinnar. Hér voru allir þátttakendur spurðir, en ekki einungis þeir sem stóðu í fjárfestingum.



Mynd 9-2 Fjármögnun framkvæmda.



Mynd 9-3 Meðalfjárfesting á fyrirtæki í milljónum króna á verðlagi desember 1996. Athugið að hér er sýnt meðaupphæð þeirra fyrirtækja sem fjárfestu, en ekki meðaltal allra fyrirtækja.



Mynd 9-4 Áætlanagerð um uppbyggingu.

Viðauki I – flokkun sumarhúsa og smáhúsa

Við flokkun sumarhúsa og smáhúsa er stuðst við skilgreiningar ferðaþjónustubænda, en athuga ber að þátttakendur flokkuðu hús sín sjálfir samkvæmt þessum skilgreiningum.

I.1 Sumarbústaðir / sumarhús

- A. Lítil sumarhús, stofa með eldunaraðstöðu og snyrtingu.
- B. Eitt svefnherbergi með rúmum, setustofa og eldhús. Ekki er gerð krafa um rafmagn eða sturtu þó oft sé að minnsta kosti um annað hvort að ræða.
- C. Kröfur A og B uppfylltar og við bætist ísskápur og sturta.
- D. Kröfur A – C eru uppfylltar og að auki er lágmarksstærð húsa 40m^2 fyrir sex manns og 30m^2 fyrir fjóra.

I.2 Smáhýsi

Smáhýsi eru timburhús sem í eru sjálfstæðar einingar, yfirleitt tvær. Þessar einingar leigjast yfirleitt nótt og nótt, annaðhvort sem svefnpokapláss eða með uppabúnum rúmum.

- E. Einingar deila snyrtiaðstöðu, en hver eining hefur eldunaraðstöðu, borð, stóla og rúm fyrir að minnsta kosti þrjá til fjóra.
- F. Skilyrði E uppfyllt og að auki er sérsnyrting í hverri einingu.
- G. Skilyrði E og F uppfyllt og að auki er sérstakt svefnherbergi.

Viðauki II – Um óvissu

Óvissu í könnunum er í grófum dráttum hægt að skipta í tvennt: tölfræðilega óvissu og óvissu af öðrum toga.

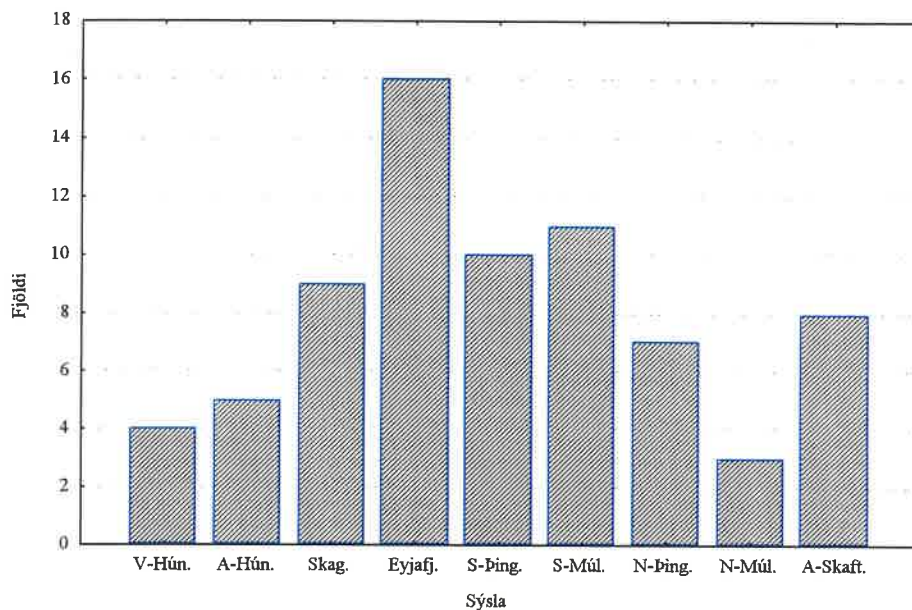
Tölfræðileg óvissa kemur til vegna þess að einungis er fyrir hendi vitneskja um hluta þýðis¹⁸, þótt ályktað sé um allt þýðið. Þetta þýðir að þótt allar forsendur tölfræðilegra ályktunar séu uppfylltar þá er samt sem áður tiltekin óvissa í ályktuninni. Tölfræðilega óvissu er iðulega hægt að reikna út að gefnum vissum forsendum og er hún oft gefin upp sem 95% öryggismörk fyrir áætlaða stærð. Ef einhver stærð er gefin með 95% öryggismörkum þýðir það að séu allar forsendur uppfylltar þá eru 95% líkur á því að stærðin sé innan uppgefinna marka. Í stað þess að gefa upp öryggi þegar prófuð er tilgáta er stundum gefið upp svokallað p-gildi. P-gildið gefur líkur þess að við séum að gera mistök með því að hafna framsettri tilgátu, að öllum forsendum uppfylltum. Ef til dæmis upphafleg tilgáta var sú að enginn munur væri milli hópa þá gefur p-gildið líkur þess að við séum að gera mistök ef við höldum því fram að munur sé á milli hópa.

Önnur óvissa en sú tölfræðilega getur verið margslags, en hefur þó það einkenni að yfirleitt er mjög erfitt að meta stærð hennar. Í þessari könnun er líklegt að þrenns konar óvissa hafi einhver áhrif.

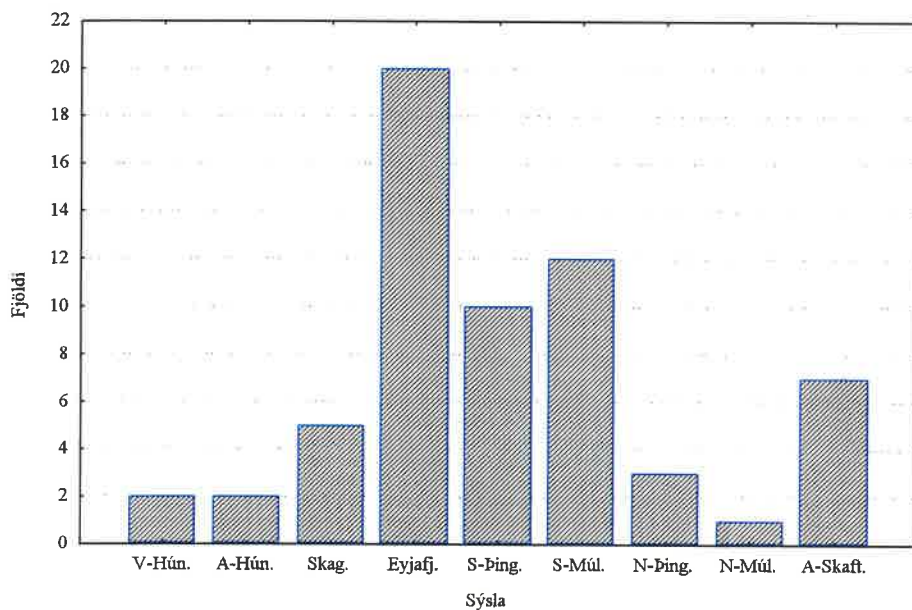
- Í fyrsta lagi þá getur verið að þeir sem svari spurningalistunum gefi ekki upp rétt svör, til dæmis vegna þess að þeir hafi misskilið listann eða ekki haft réttar upplýsingar í huga þegar þeir svöruðu honum.
- Í öðru lagi getur forsendan um normaldreifingu brostið, en flestallir óvissureikningar byggja á því að viðkomandi gildi í þýði séu dreifð samkvæmt normaldreifingu. Bresti forsendan um normaldreifingu þýðir það að reiknuð tölfræðileg óvissa verður að öllum líkindum röng.
- Í þriðja lagi þá gæti verið að sá hluti ferðaþjónustuaðilanna sem tóku þátt í könnuninni sé ekki dæmigerður fyrir heildina. Slíkt hefði í för með sér að ekki væri hægt að yfirfæra upplýsingarnar um þátttakendur yfir á allt þýðið.

Eina leiðin til fá einhverja hugmynd um það hvort hópur þátttakenda og hópur þeirra sem ekki tóku þátt, er að bera saman þá eiginleika hópanna sem þekktir eru. Á myndum II-1 og II-2 gefur að líta hvernig þessir tveir hópar dreifast á sýslurnar á Norður- og Austurlandi, en þar sést að dreifingin er í grundvallar atriðum svipuð. Sé hinsvegar skoðuð aðild þátttakenda að samtökum ferðaþjónustubænda, þá sést (sjá töflu II.1) að í hópi þátttakenda í könnuninni voru hlutfallslega fleiri aðilar að FB heldur en hjá þeim sem ekki tóku þátt. Þetta þýðir að séu einhver atriði þar sem munur er á þeim sem eru aðilar að FB og öðrum, þá verður að brjóta niðurstöður könnunarinnar niður eftir þessum tveimur hópum til að fá tryggari niðurstöðu.

¹⁸ Í okkar tilfelli er þýðið þeir 136 ferðaþjónustuaðilar á Norður- og Austurlandi sem voru starfandi árið 1995, buðu upp á uppábuin rúm, en voru ekki meðlimir í SVG.



Mynd II-1 Þátttakendur í könnuninni flokkaðir eftir sýslum.



Mynd II-2 Þeir úr þýði sem ekki tóku þátt í könnuninni flokkaðir eftir sýslum.

Tafla II.1 Tengslatafla fyrir aðild að samtökum ferðapjónustubænda og þátttöku í könnuninni ($\chi^2 = 12.3342$, $df = 1$, $p = 0.00045$).

	Tóku ekki þátt	Tóku þátt:	samtals
Aðili að FB	19	44	63
Ekki aðili að FB	44	29	73
samtals	63	73	136

