



**ÚTTEKT Á GISTIÐJÓNUSTU Á  
LANDSBYGGÐINNI**

**– SUÐUR- OG VESTURLAND –**

**UNNIÐ FYRIR BYGGÐASTOFNUN**

**1998**



## Rannsóknastofnun Háskólans á Akureyri

Sólborg, 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> <b>1998</b>
<i>Unnið af:</i> Hirti Jónssyni, Presti Óskarssyni og Frosti Jónssyni	<i>Fjöldi bls.:</i> <b>45</b>
<i>Verkefnisstjóri:</i> Hjörtur Jónsson	<i>Undirskrift verkefnissstjóra:</i>
<i>Ráðgefandi verkefnissstjórn:</i> Helga Haraldsdóttir, Hjörtur H. Jónsson, Paul Richardson, Valtýr Sigurbjarnarson	<i>Verkefnisnúmer:</i> <b>03-03-04</b>
<i>Verkið var styrkt af:</i> Byggðastofnun	
<i>Litdráttur:</i> Skýrsla þessi fjallar um áhrifapætti í rekstri ferðaþjónustuaðila á landsbyggðinni. Einnig er fjallað um framboð og eftirspurn ásamt uppbyggingu greinarinnar. Þátttakendur eru af Suður- og Vesturlandi og svoruðu 41, en alls reyndust vera 86 ferðaþjónustuaðilar á þessu svæði sem félru undir verkefnisskilgreiningu. Þar sem við á eru þátttakendur af Suður- og Vesturlandi börnir saman við landið í heild, þar sem byggt er á fyrri hluta könnunarinnar.	

### 4 Stikkorð.

Afpreyng
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

<b>Efnisyfirlit .....</b>	<b>I</b>
<b>Formáli.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Pátttakendur .....</b>	<b>2</b>
1.1 Rekstrarform fyrirtækja og áætlaðar breytingar .....	2
1.2 Pátttaka í félögum og samtökum.....	3
<b>2 Aðstaða og þjónusta .....</b>	<b>4</b>
2.1 Gistiaðstaða.....	4
2.1.1 Tegund gistaðstöðu í úrtaki.....	4
2.1.2 Verðlagning gistingar .....	7
2.2 Veitingaaðstaða og veitingaþjónusta.....	9
2.3 Önnur aðstaða innandyra .....	10
<b>3 Afþreying.....</b>	<b>11</b>
3.1 Aðstaða til afþreyingar á staðnum .....	11
3.2 Afþreying í nágrenni .....	13
3.3 Skipulögð afþreying á vegum rekstraraðila.....	16
3.4 Skipulögð afþreying í nágrenni.....	18
<b>4 Ferðamannastaðir og náttúra.....</b>	<b>21</b>
4.1 Ferðamannastaðir .....	21
4.2 Mengun .....	23
<b>5 Samgöngur .....</b>	<b>24</b>
<b>6 Markaðsumhvverfi.....</b>	<b>26</b>
<b>7 Starfsmannamál .....</b>	<b>33</b>
<b>8 Rekstur .....</b>	<b>37</b>
<b>9 Fjárfesting .....</b>	<b>39</b>
<b>Viðauki I – flokkun sumarhúsa og smáhúsa.....</b>	<b>a</b>
I.1 Sumarbústaðir / sumarhús .....	a
I.2 Smáhýsi .....	a
<b>Viðauki II – Um óvissu .....</b>	<b>b</b>



## Formáli

Í júní 1996 samþykkti stjórn Byggðastofnunar að veita Háskólanum á Akureyri styrk til að vinna að úttekt á gistiþjónustu á landsbyggðinni<sup>1</sup>. Var Rannsóknastofnun Háskólans á Akureyri falin framkvæmd úttektarinnar, en henni til aðstoðar var ráðgefandi verkefnisstjórn skipuð fulltrúum Byggðastofnunar, Ferðamálaráðs, Félags ferðaþjónustubænda og Háskólans á Akureyri. Í verkefnisstjórn sátu Helga Haraldsdóttir, Hjörtur H. Jónsson, Paul Richardson og Valtýr Sigurbjarnarson.

Fyrri hluta könnunarinnar, sem náði yfir Norður- og Austurland, lauk haustið 1997 með útgáfu skýrslu. Á því svæði voru 136 aðilar í ferðaþjónustu starfandi árið 1995, sem félru undir þá skilgreiningu sem ákveðin var við upphaf verkefnisins, en það eru þeir sem bjóða uppábúin rúm en eru ekki innan Sambands veitinga- og gistihúsa. Seinni hluti verkefnisins, sem nær yfir Suður- og Vesturland, er nú á lokastigi. Þátttaka var sem hér segir:

Ferðaþjónustuaðilar í þýði <sup>2</sup> :	86	100%	
Þeir sem ekki nádist í voru:	9	10%	
Þeir sem haft var samband við:	77	90%	100%
Þeir sem ekki höfðu áhuga á þátttöku voru:	20	23%	26%
Fjöldi útsendra lista:	57	66%	74% 100%
Fjöldi svara:	41	48%	53% 72%

Söfnun gagna fór fram á tímabilinu september 1997 til febrúar 1998. Spurningalisti ásamt leiðbeiningum um útfyllingu var sendur til allra þátttakenda og þeir síðan flestir heimsóttir og aðstoðaðir við að skrá umbeðnar upplýsingar. Ekki reyndist kleyft að heimsækja örfáa þátttakendur og voru þeir 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.

*Hjörtur H. Jónsson  
verkefnisstjóri.*

<sup>1</sup> Landsbyggð telst vera allt Ísland, nema svæðið frá Straumi að Hvalfjarðarbotni.

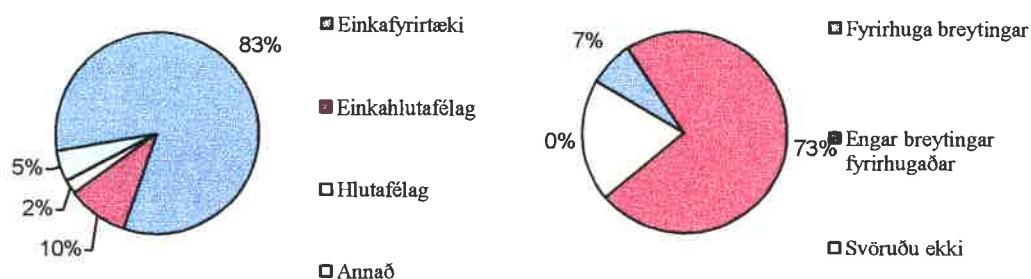
<sup>2</sup> Þýðið voru þau 86 gistiþjónustufyrirtæki á Suður- og Vesturlandi starfandi árið 1995, sem félru undir verkefnisskilgreiningu.



## 1 Þátttakendur

Í þessum kafla verður fjallað almennt um þátttakendur í þessum hluta könnunarinnar, sem náði til Suður- og Vesturlands. Þar sem svarhlutfall er tilgreint sérstaklega er það hlutfallið af þátttakendum í könnuninni, sem voru 41 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 töku 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 einungis 7% aðspurðra hyggjast breyta um rekstarform. Þetta er nokkuð ólikt niðurstöðu fyrrí hluta könnunarinnar þar sem 36% aðspurðra hugðust breyta rekstrarformi. Í töflu 1 er frekari greining á niðurstöðunum.

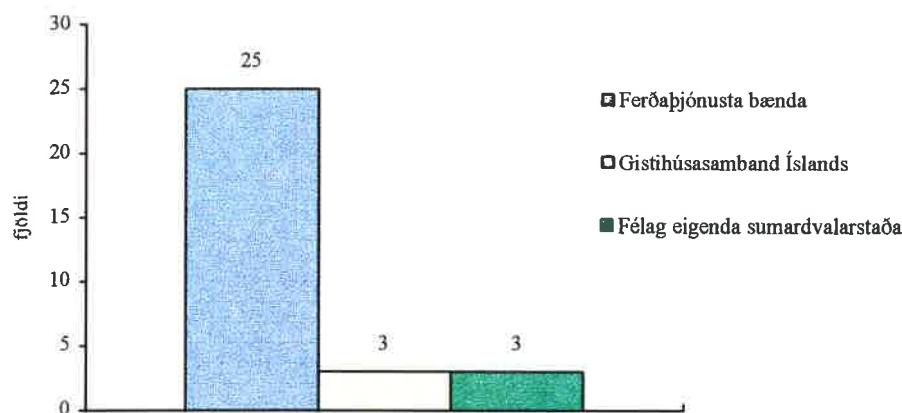


**Tafla 1.1** Fyrirhugaðar breytingar á rekstrarformi eftir núverandi rekstrarformi.

Núverandi rekstrarform	Fyrirhuga breytingar	Engar breytingar fyrirhugaðar	Svöruðu ekki	Samtals
Einkafyrirtæki	3	26	5	34
Einkahlutafélag	0	1	3	4
Hlutafélag	0	1	0	1
Sameignarfélag	0	0	0	0
Annað	0	2	0	2
<b>Samtals</b>	<b>3</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>41</b>

**1.2 Pátttaka 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 41, en þar af voru 25 meðlimir í Félagi ferðaþjónustubænda sem er um 61% þátttakenda.

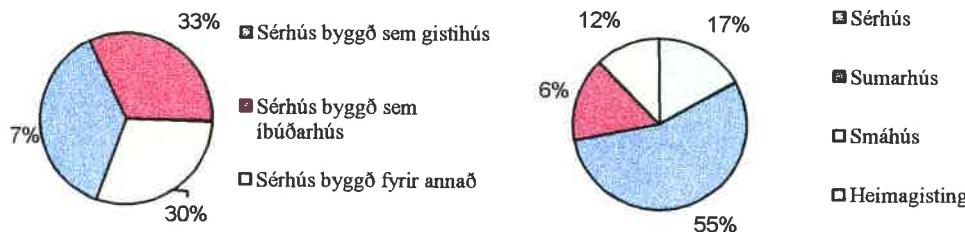


## 2 Aðstaða og þjónusta

### 2.1 Gistiaðstaða

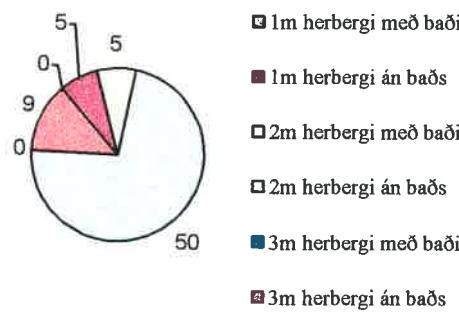
#### 2.1.1 Tegund gisticaðstöðu í úrtaki

Í þessum kafla er tegund gistiþjónustu áttakenda lýst. Gistiþjónustu var skipt niður í heimagistingu, sérhús, sumarbústaði og smáhýsi. Undir heimagistingu fellur gistiþjónustu sem er hluti af íbúðarhúsnæði gistiþjónustuaðila. Sérhús eru hinsvegar hús sem hýsa eingöngu gistiþjónustu 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 þáttakendur flokkuðu sjálfir húsnæði sitt í samræmi við flokkunarkerfið.

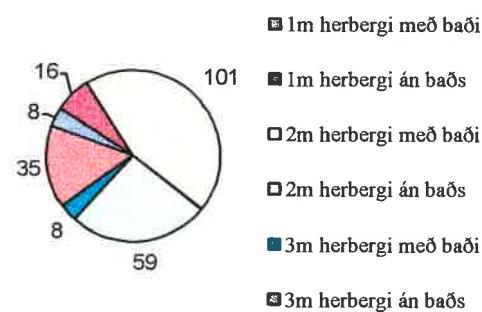


**Mynd 2-1** Sérhúsnæði hjá þáttakendum flokkað eftir upprunalegu hlutverki.

**Mynd 2-2** Hlutfallsleg skipting rúma eftir tegund gistiþjónustu<sup>3</sup>.



**Mynd 2-3** Herbergjaskipting í heimagistingu hjá þáttakendum<sup>4</sup>.



**Mynd 2-4** Herbergjaskipting í sérhúsum hjá þáttakendum<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> 40 þáttakendur af 41 gáfu sundurliðaðar upplýsingar um fjölda rúma.

<sup>4</sup> Einn aðili af 18 með heimagistingu gaf ekki upp sundurliðun á herbergjum.

<sup>5</sup> Tveir aðilar af 24 með sérhús gáfu ekki upp sundurliðun á herbergjum.

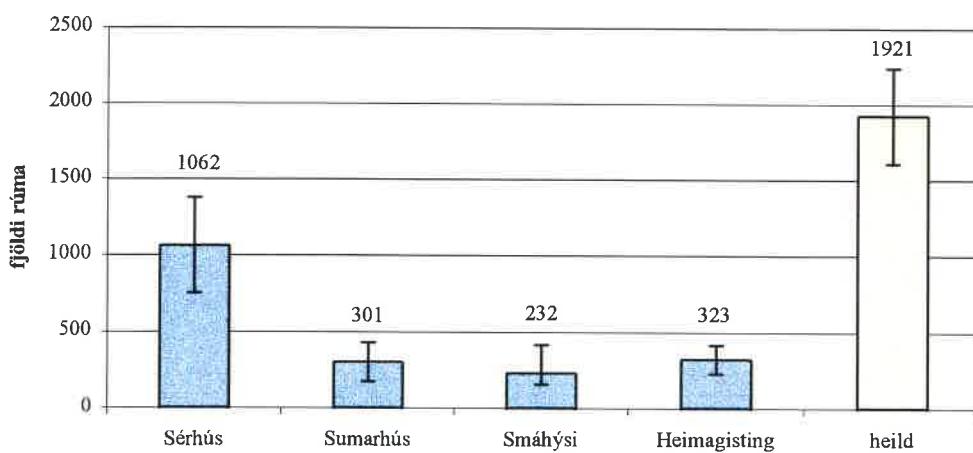


Til að fá einhverja hugmynd um það hvernig gistiþjónustu er samsett hjá ferðaþjónustuaðilum í þýði þá er í töflu 2.1 gefið hlutfall þátttakenda með nokkrar mismunandi samsetningar.

**Tafla 2.1** Samsetning gistiþjónustu hjá þátttakendum (svarhlutfall var 40 af 41 eða 98%). Hafa ber í huga að að sumir hóparnir í töflunni skarast.

	Hlutfall af þeim sem svöruðu
Þátttakendur eingöngu með sérhús	43%
Þátttakendur eingöngu með heimagistingu	18%
Þátttakendur með sérhús og heimagistingu	8%
Þátttakendur eingöngu með sumarhús/smáhýsi	5%
Þátttakendur með sumarhús	30%
Þátttakendur með smáhýsi	15%

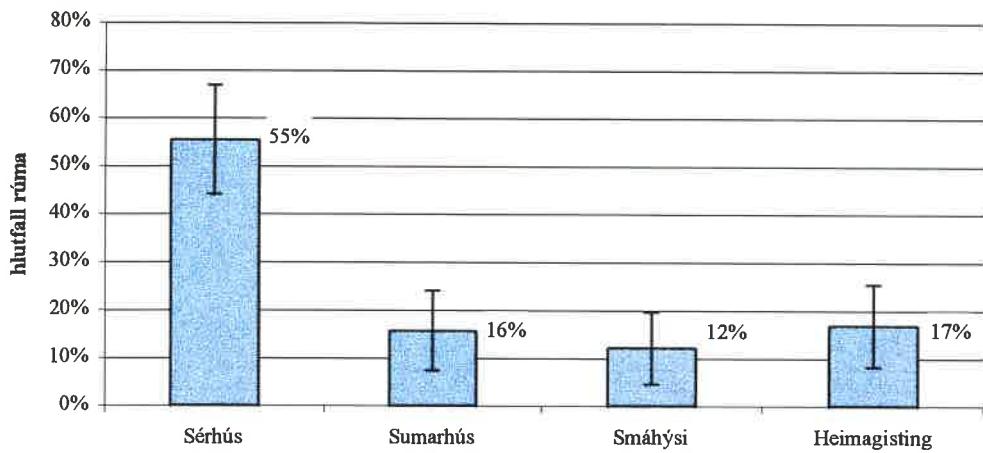
Tölur um heildarfjölda rúma fengust frá öllum þátttakendum, en hjá þessum 41 aðila voru samtals 916 rúm. Áætlaðan heildarfjölda rúma í þýði<sup>6</sup> gefur að líta á mynd 2.5. Þar sem fleiri þátttakendur gáfu upplýsingar um heildarfjölda rúma, en gáfu upplýsingar um sundurliðaðan fjölda rúma eftir tegundum húsa, þá er áætlaður heildarfjöldi rúma lítillega mismunandi eftir því hvort notaðar eru upplýsingar um heildarfjölda rúma eða upplýsingar um sundurliðaðan fjölda rúma. Áætlaður heildarfjöldi rúma í þýði er 1921 með tölfræðilegu óvissunni  $\pm 318$  rúm (95% öryggi).



**Mynd 2-5** Áætlaður heildarfjöldi rúma í þýði eftir flokkum húsa. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfræðileg öryggismörk. 40 þátttakendur af 41 gáfu upp fjölda rúma sundurliðaðan eftir tegund húsnæðis, en allir þátttakendur gáfu upp heildarfjölda rúma.

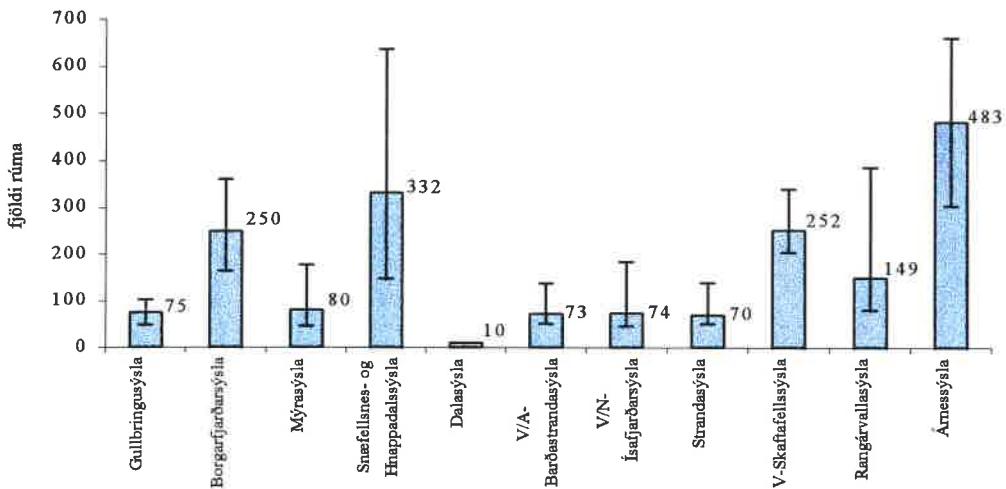
<sup>6</sup> Sjá skilgreiningu á þýði í formála.





**Mynd 2-6** Áætlað hlutfall rúma í þýði eftir flokkum húsa. Á mynd eru gefin til kynna 95% tölfraðileg öryggismörk. 40 þáttakendur af 41 gáfu upp fjölda rúma sundurliðaðan eftir tegund húsnæðis.

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 fjöldanum hér að ofan, það er  $1848 \pm 627$ . Þetta stafar af því að sýslurnar vega 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% tölfraðileg öryggismörk. Allir þáttakendur 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. 37 þáttakendur gáfu upp upplýsingar um verðlagningu gistihúsnæðis 7 (af 41 þáttakenda), en á bak við hverja tölu er mjög breytilegur fjöldi. Þar sem eyður eru í töflunum voru engar tölur fyrirliggjandi.

**Tafla 2.2** Meðalverð gistingar í sérhúsi í úrtaki á háönn<sup>7</sup>.

	Meðalverð án morgunmatar	Meðalverð með morgunmat
Eins manns herbergi með baði:	3,950 kr	4,500 kr
Eins manns herbergi án baðs:	2,411 kr	3,650 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	4,293 kr	6,000 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	3,293 kr	5,633 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	3,500 kr	-
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	3,450 kr	-

**Tafla 2.3** Hæsta og lægsta verð gistingar í sérhúsi í úrtaki á háönn<sup>8</sup>.

	Án morgunmatar		Með morgunmat	
	Hæsta verð	Lægsta verð	Hæsta verð	Lægsta verð
Eins manns herbergi með baði:	4,200 kr	3,700 kr	4,800 kr	4,200 kr
Eins manns herbergi án baðs:	3,300 kr	1,700 kr	4,000 kr	3,500 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	6,600 kr	1,850 kr	7,000 kr	3,100 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	5,600 kr	1,700 kr	6,000 kr	5,100 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	6,100 kr	2,200 kr	-	-
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	6,100 kr	1,500 kr	-	-

<sup>7</sup> Með háönn er átt við þann tíma ársins þegar umsvif í ferðabjónustu eru mest.

<sup>8</sup> Athuga verður að þáttakendur 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:	1,750 kr	-
Eins manns herbergi án baðs:	2,175 kr	2,600 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	-	3,850 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	2,660 kr	-
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	-	2,600 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	5,250 kr	-

**Tafla 2.5** Hæsta og lægsta verð heimagistingar í úrtaki á háönn<sup>9</sup>.

	Án morgunmatar		Með morgunmat	
	Hæsta verð	Lægsta verð	Hæsta verð	Lægsta verð
Eins manns herbergi með baði:	1,750 kr	1,750 kr	-	-
Eins manns herbergi án baðs:	2,500 kr	1,850 kr	2,600 kr	2,600 kr
Tveggja manna herbergi með baði:	-	-	3,000 kr	2,700 kr
Tveggja manna herbergi án baðs:	4,200 kr	1,800 kr	5,100 kr	2,200 kr
Þriggja manna herbergi eða stærra með baði:	-	-	-	-
Þriggja manna herbergi eða stærra án baðs:	5,400 kr	2,300 kr	2,500 kr	2,600 kr

**Tafla 2.6** Meðalvikuverð smáhýsa/sumarhúsa<sup>10</sup> án morgunmatar í úrtaki á háönn.

	Meðalverð fyrir eina viku	Fjöldi
A-flokkur sumarhúsa:	-	0
B-flokkur sumarhúsa:	28,000 kr	1
C-flokkur sumarhúsa:	32,150 kr	2
D-flokkur sumarhúsa:	37,750 kr	6
E-flokkur smáhýsa:	26,950 kr	2
F-flokkur smáhýsa:	18,200 kr	1
G-flokkur smáhýsa:	38,500 kr	1

<sup>9</sup> Sjá athugasemd við töflu 2.3.<sup>10</sup> Flokkar sumarhúsa/smáhýsa eru skilgreindir í viðauka I.

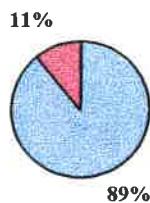


**Tafla 2.7** Hæsta og lægsta vikuverð fyrir smáhýsi/sumarhús<sup>11</sup> án morgunmatar í úrtaki á háönn<sup>12</sup>.

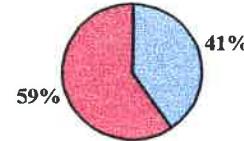
	hæsta verð	lægsta verð
A-flokkur sumarhúsa:	-	-
B-flokkur sumarhúsa:	28,000 kr	28,000 kr
C-flokkur sumarhúsa:	34,300 kr	30,000 kr
D-flokkur sumarhúsa:	49,000 kr	30,000 kr
E-flokkur smáhýsa:	32,900 kr	21,000 kr
F-flokkur smáhýsa:	18,200 kr	18,200 kr
G-flokkur smáhýsa:	38,500 kr	38,500 kr

## 2.2 Veitingaaðstaða og veitingapjónusta

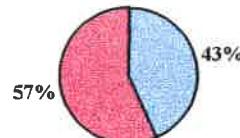
Á myndum 2-9 og 2-10 gefur að líta hlutfall þátttakenda sem bjóða upp á mismunandi tegundir veitingaaðstöðu og veitingapjónustu.



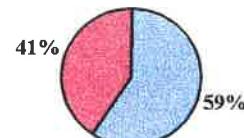
Hlutfall þátttakenda sem selja morgunmat (blátt).



Hlutfall þátttakenda sem selja miðdegiskaffi (blátt).



Hlutfall þátttakenda sem selja hádegismat (blátt)



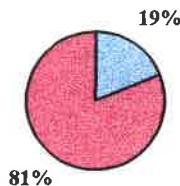
Hlutfall þátttakenda sem selja kvöldmat (blátt)

**Mynd 2-9** Framboð á veitingapjónustu hjá þátttakendum (svarhlutfall 90%).

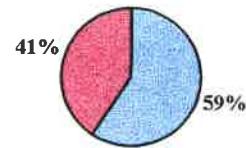
<sup>11</sup> Flokkar sumarhúsa/smáhýsa eru skilgreindir í viðauka I.

<sup>12</sup> Sjá athugasemd við töflu 2.3.

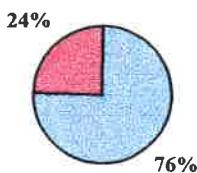




Hlutfall þáttakenda sem hafa vínveitingaleyfi (blátt)



Hlutfall þáttakenda sem hafa veitingasal (blátt)

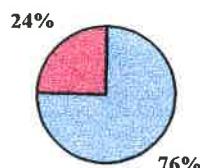


Hlutfall þáttakenda sem bjóða upp á eldunaraðstöðu (blátt)

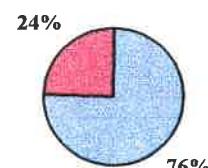
**Mynd 2-10** Framboð á aðstöðu til veitingasölu hjá þáttakendum (svarhlutfall 90%).

### 2.3 Önnur aðstaða innandyra

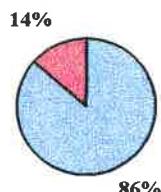
Á mynd 2-11 gefur að líta hlutfall þáttakenda sem bjóða upp á ýmsa aðstöðu sem ekki tengist beint veitingum eða gistingu.



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



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



Hlutfall þáttakenda sem bjóða upp á setustofu (blátt). Ef þáttakendum sem einungis hafa summarhús/smáhýsi er sleppt er hlutfallið það sama.

**Mynd 2-11** Aðstaða þáttakenda önnur en veitingaðastaða (svarhlutfall 90%).

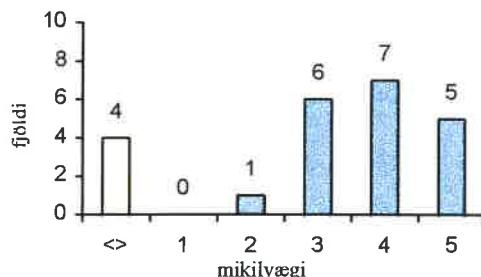


### 3 Afþreying

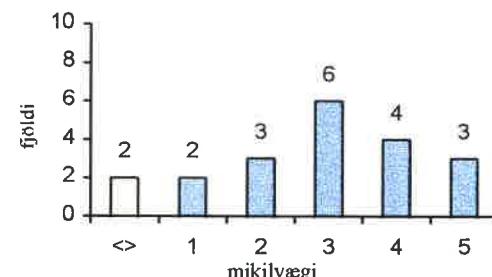
Afþreyingu er skipt í two flokka í þessari könnun. Í fyrsta lagi afþreyingu ferðaþjónustuaðilar sjálfir bjóða upp á, en undir þennan flokk fellur afþreying sem ferðaþjónustuaðili rekur sjálfur að einhverju eða öllu leyti eða þá að afþreyingin er staðsett á lóð hans. Í öðru lagi afþreyingu sem er í nágrenni ferðaþjónustuaðila 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

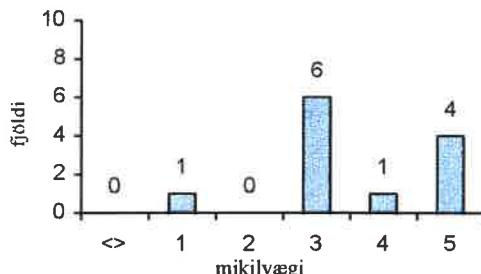
Þátttakendur voru beðnir um að meta mikilvægi aðstöðu til afþreyingar á staðnum fyrir eigin rekstur. Þetta gerðu þeir á kvarða frá 1 til 5 þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en <> eru þeir sem höfðu nefnda afþreyingu án þess að gefa upp mikilvægi hennar.



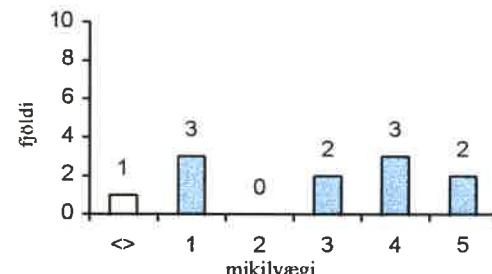
Mat á mikilvægi gönguleiða fyrir eigin rekstur.  
23 þátttakendur höfðu merktar gönguleiðir.



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

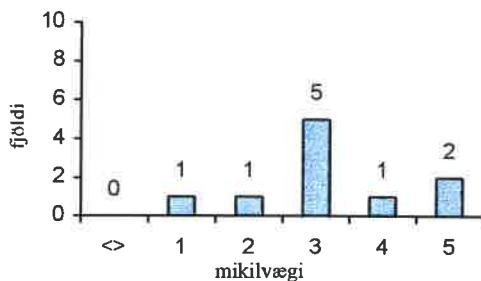


Mat á mikilvægi hestaleigu fyrir eigin rekstur.  
12 þátttakendur höfðu hestaleigu.

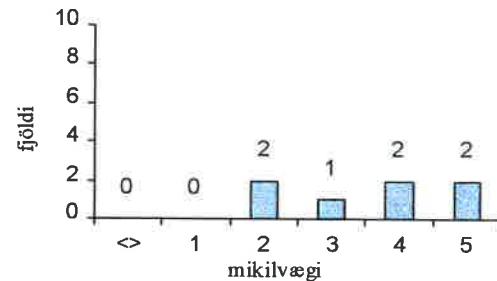


Mat á mikilvægi heitra potta fyrir eigin rekstur.  
11 þátttakendur höfðu heitan pott.

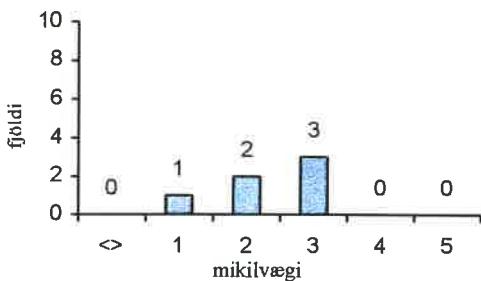




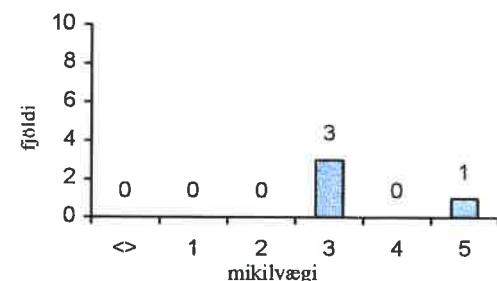
Mat á mikilvægi **leikvallar** fyrir eigin rekstur.  
10 þáttakendur höfðu leikvöll.



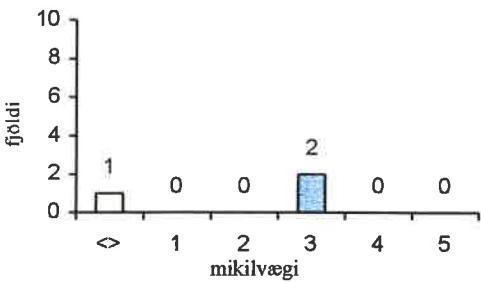
Mat á mikilvægi **golfvalla** fyrir eigin rekstur.  
7 þáttakendur höfðu golfvöll.



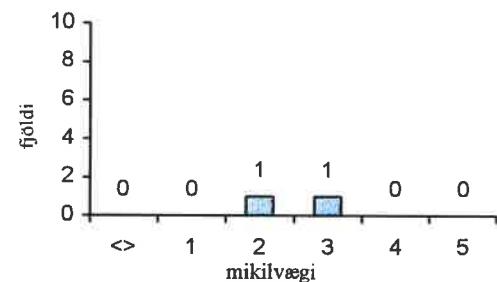
Mat á mikilvægi **hjólateigu** fyrir eigin rekstur.  
6 þáttakendur höfðu hjólateigu.



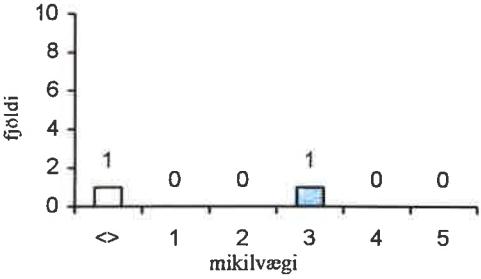
Mat á mikilvægi **sundlaugar** fyrir eigin rekstur.  
3 þáttakendur höfðu sundlaug.



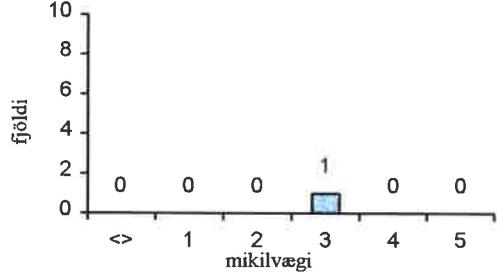
Mat á mikilvægi **gufubaða** fyrir eigin rekstur.  
3 þáttakendur höfðu gufubað.



Mat á mikilvægi **íþróttavallar** fyrir eigin rekstur.  
2 þáttakendur höfðu íþróttavöll.

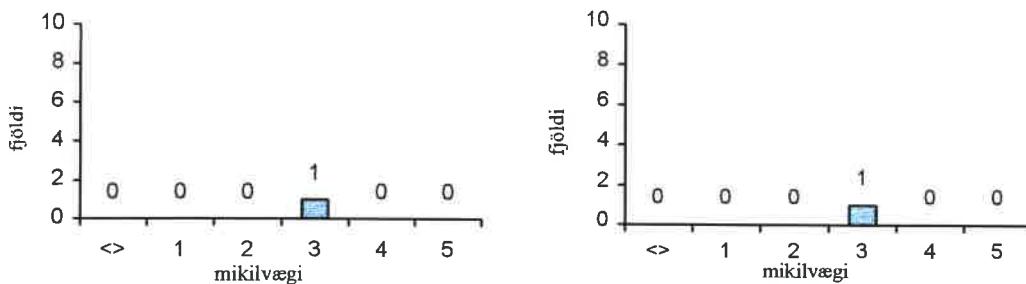


Mat á mikilvægi **líkamsræktar** fyrir eigin rekstur.  
2 þáttakendur höfðu líkamsrækt.



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





Mat á mikilvægi **ljósabekkja** fyrir eigin rekstur. 1 þáttakandi hafði ljósabekk.

Mat á mikilvægi **vélsleðaleigu** fyrir eigin rekstur. 1 þáttakandi hafði vélsleðaleigu.

**Mynd 3-1** Mat á mikilvægi ýmissar aðstöðu til afþreyingar á vegum þáttakenda fyrir rekstur þeirra. (<> eru þeir sem höfðu nefnda afþreyingu en gáfu ekki upp mikilvægi hennar.)

Til að fá betra yfirlit yfir tíðni mismunandi aðstöðu til afþreyingar hjá þáttakendum 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.

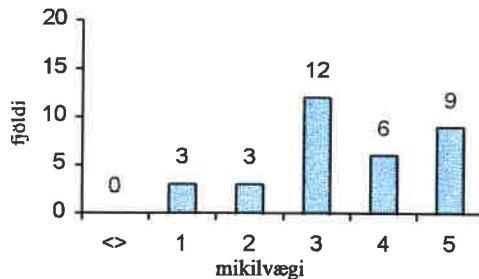
Tegund aðstöðu til afþreyingar	Fjöldi
Merktar gönguleiðir	23
Veiði	20
Hestaleiga	12
Heitir pottar	11
Leikvellir	10
Golfvöllur	7
Hjólaleiga	6
Bátaleiga	3
Sundlaug	3
Gufubað	2
Líkamsrækt	2
Iþróttavöllur	2
Bílaleiga	1
Ljósabekkir	1
Vélsleðaleiga	1

### 3.2 Afþreying í nágrenni

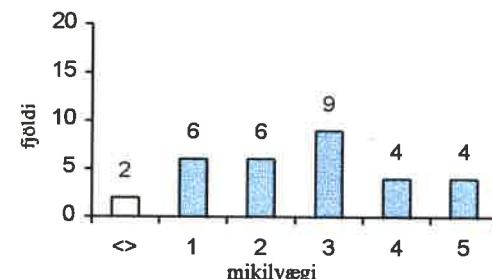
Þáttakendur voru beðnir um að meta mikilvægi aðstöðu til afþreyingar í nágrenni fyrir eigin rekstur, en með því er átt við afþreyingu í nágrenni ferðaþjónustuaðila samkvæmt hans mati, en ekki hjá honum sjálfum, og sem hann er ekki rekstraraðili að. Þetta gerðu þáttakendur á kvarða frá 1 til 5 þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en



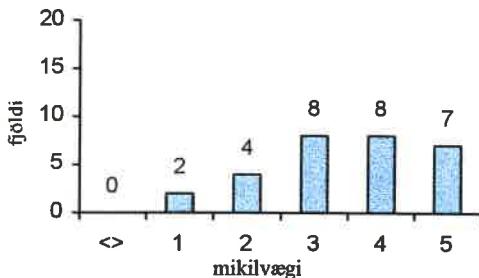
◇ eru þeir sem höfðu nefnda aðstöðu til afþreyingar í nágrenni án þess að gefa upp mikilvægi hennar.



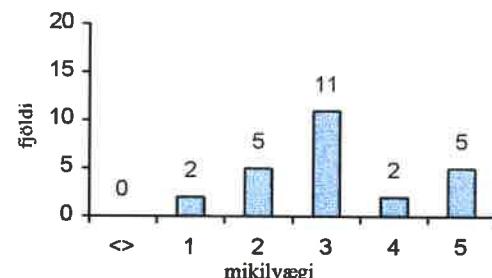
Mat á mikilvægi sundlaugar fyrir eigin rekstur.  
33 þáttakendur höfðu sundlaug í nágrenni.



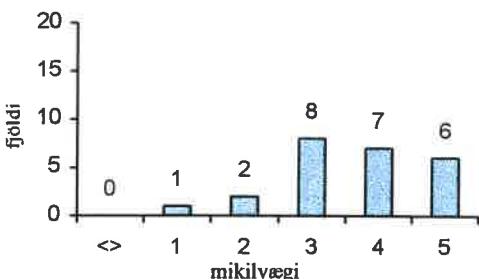
Mat á mikilvægi veiða fyrir eigin rekstur.  
31 þáttakandi hafði veiði í nágrenni.



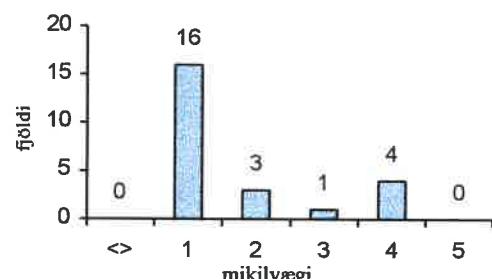
Mat á mikilvægi gönguleiða fyrir eigin rekstur.  
29 þáttakendur höfðu gönguleiðir í nágrenni.



Mat á mikilvægi hestaleigu fyrir eigin rekstur. 25  
þáttakendur höfðu hestaleigu í nágrenni.

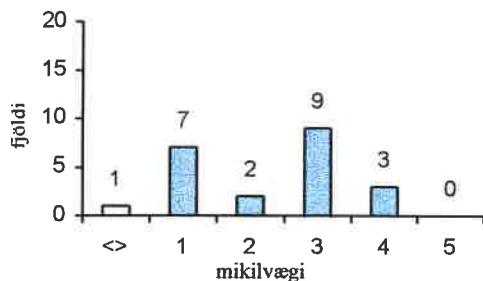


Mat á mikilvægi heitra potta fyrir eigin rekstur.  
24 þáttakendur höfðu heitan pott í  
nágrenni.

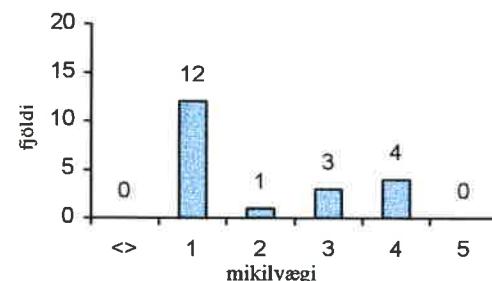


Mat á mikilvægi íþróttavallar fyrir eigin rekstur.  
24 þáttakendur höfðu íþróttavöll í nágrenni.

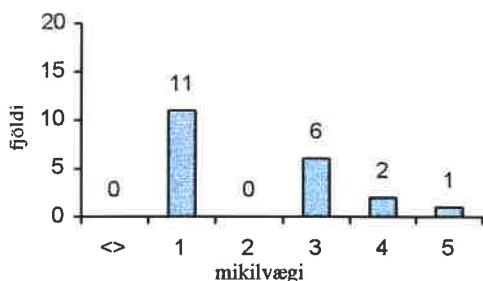




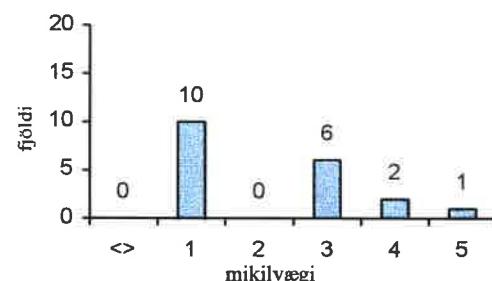
Mat á mikilvægi **golfvalla** fyrir eigin rekstur.  
22 þátttakendur höfðu golfvöll í nágrenni.



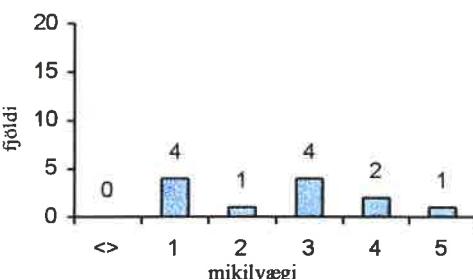
Mat á mikilvægi **leikvalla** fyrir eigin rekstur.  
20 þátttakendur höfðu leikvöll í nágrenni.



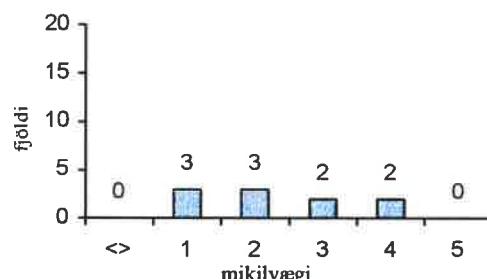
Mat á mikilvægi **ljósabekkja** fyrir eigin rekstur. 20 þátttakendur höfðu ljósabekki í nágrenni.



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

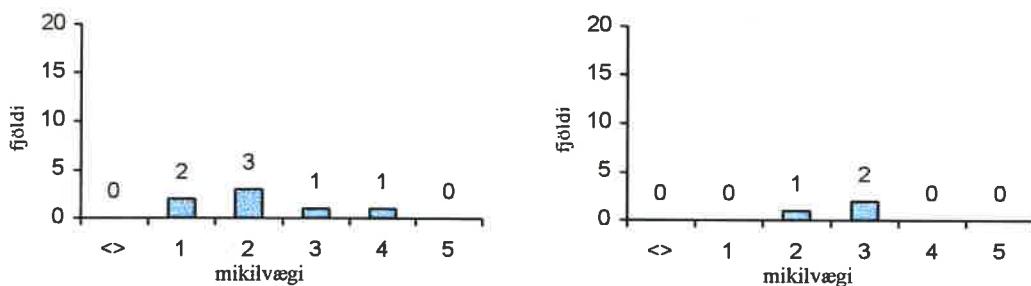


Mat á mikilvægi **líkamsræktar** fyrir eigin rekstur. 12 þátttakendur höfðu líkamsrækt í nágrenni.



Mat á mikilvægi **bílaleigu** fyrir eigin rekstur. 10 þátttakendur höfðu bílaleigu í nágrenni.

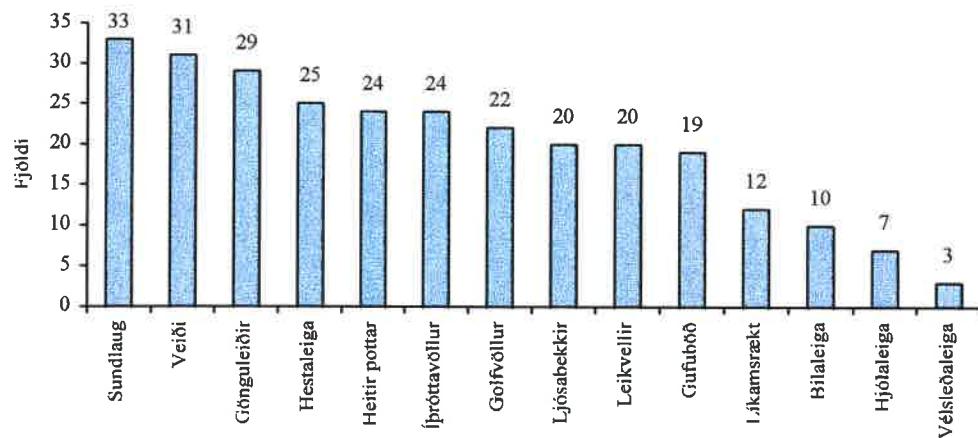




Mat á mikilvægi **hjólateigu** fyrir eigin rekstur.  
7 þáttakendur höfðu hjólateigu í nágrenni.

Mat á mikilvægi **vélsléðaleigu** fyrir eigin rekstur.  
3 þáttakendur höfðu vélsléðaleigu í nágrenni.

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

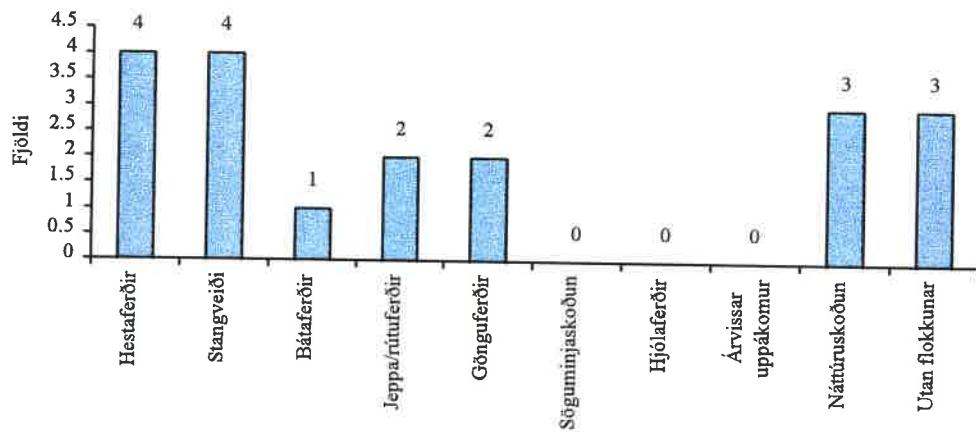


**Mynd 3-3** Fjöldi þáttakenda með mismunandi aðstöðu til afþreyingar í nágrenni við sig.

### 3.3 Skipulögð afþreying á vegum rekstraraðila

Af 41 þáttakanda í könnuninni buðu 16 upp á skipulagða afþreyingu og buðu sumir þessara þáttakenda upp á fleiri en eina tegund skipulagðrar afþreyingar. Í 21% tilfella var afþreyingin starfrækt í samvinnu við aðra aðila, en í 79% tilfella var hún einungis starfrækt af viðkomandi ferðaþjónustuaðila.





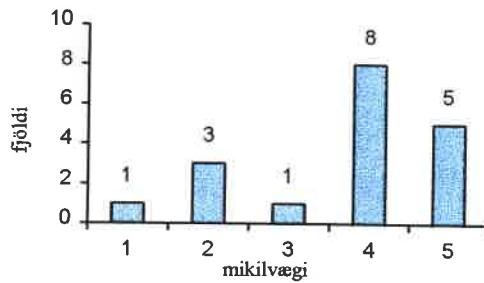
**Mynd 3-3** Fjöldi þátttakenda með mismunandi tegundir skipulagðrar afþreyingar á eigin vegum.

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

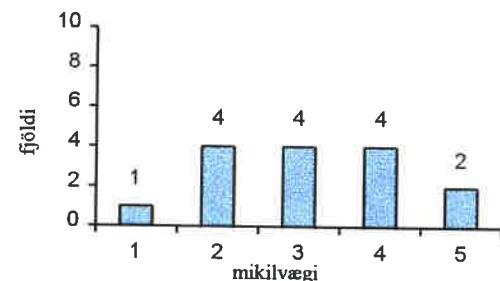
Fjöldi	Tegund afþreyingar
2	Golf
1	Handverksmarkaður á staðnum

Ferðaþjónustuaðilar voru beðnir um að meta mikilvægi eigin skipulagðrar afþreyingar fyrir gistiþjónustu, veitingasölu og kynningarstarf (sjá mynd 3-4). Niðurstaðan var sú að afþreying þessi væri álika mikilvæg fyrir gistingu og kynningarstarf, en síður mikilvæg fyrir veitingasölu.

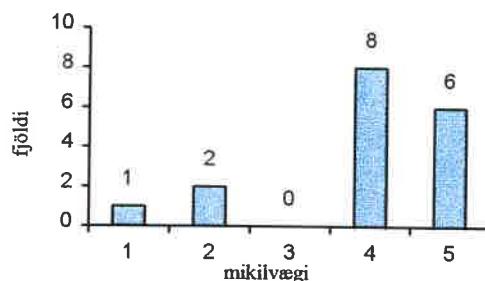




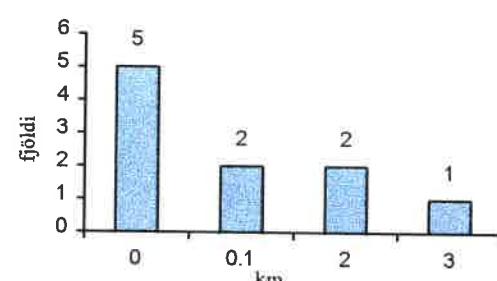
Mat þáttakenda á mikilvægi afpreyingar fyrir gistingu



Mat þáttakenda á mikilvægi afpreyingar fyrir veitingasölu



Mat þáttakenda á mikilvægi afpreyingar fyrir kynningarstarf

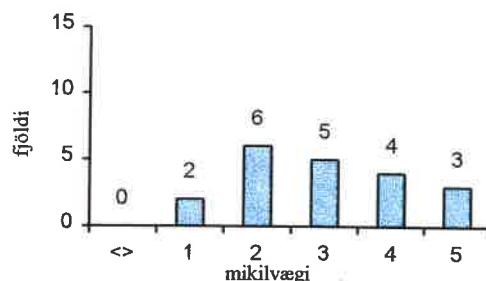
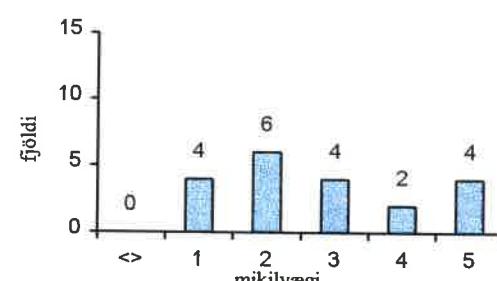


Fjarlægð afpreyingar frá gististað

**Mynd 3-4** Mat þáttakenda á mikilvægi skipulagðarar afpreyingar og fjarlægð afpreyingar frá gististað.

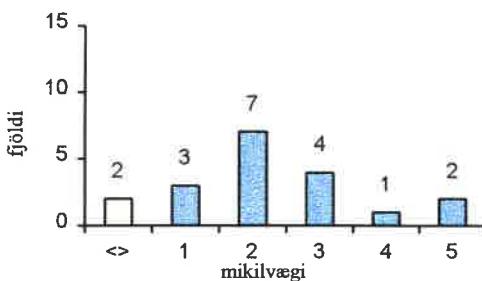
### 3.4 Skipulögð afpreying í nágrenni

Með skipulagðri afpreyingu í nágrenni er átt við þá afpreyingu sem er í boði í nágrenni ferðaþjónustuaðila að hans mati, án þess þó að vera hluti af rekstri hans. 34 þáttakendur nefndu einhverja skipulagða afpreyingu í nágrenni sínu og voru þeir beðnir um að meta mikilvægi afpreyingarinnar fyrir eigin rekstur á kvarða frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstaðan er sýnd á eftirfarandi súluritum, en  $\leftrightarrow$  eru þeir sem höfðu nefndu skipulagða afpreyingu í nágrenni án þess að gefa upp mikilvægi hennar.

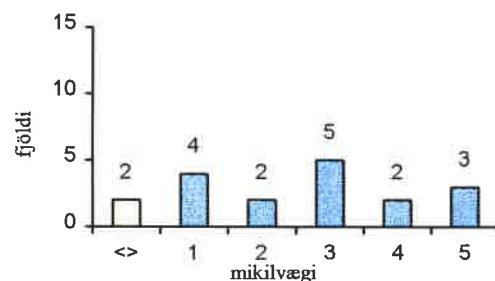
Mat á mikilvægi safna fyrir eigin rekstur.  
20 þáttakendur nefndu söfn.

Mat á mikilvægi jeppa- / rútuferða fyrir eigin rekstur. 20 þáttakendur nefndu jeppa- / rútuferðir.

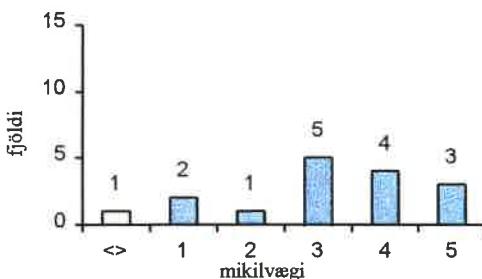




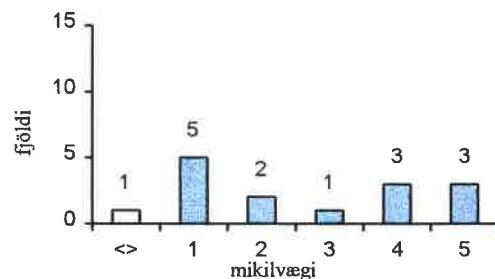
Mat á mikilvægi hestaferða fyrir eigin rekstur.  
19 þátttakendur nefndu hestaferðir.



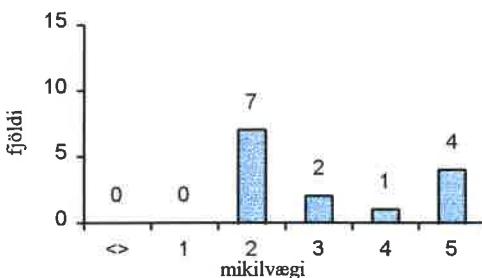
Mat á mikilvægi stangveiði fyrir eigin rekstur.  
18 þátttakendur nefndu stangveiði.



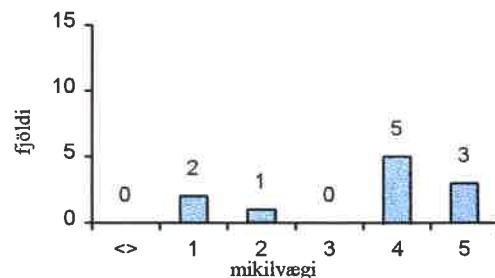
Mat á mikilvægi gönguferða fyrir eigin rekstur.  
16 þátttakendur nefndu gönguferðir.



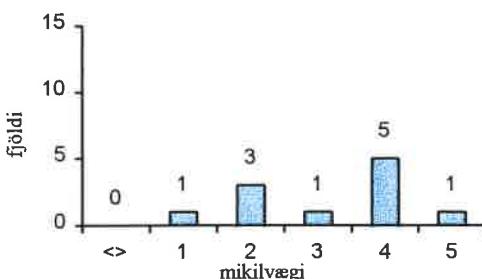
Mat á mikilvægi árvissa viðburða fyrir eigin rekstur. 15 þátttakendur nefndu árvissa viðburði.



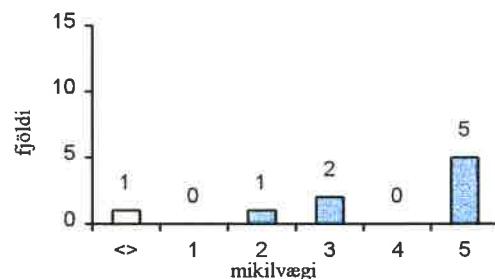
Mat á mikilvægi bátsferða fyrir eigin rekstur.  
14 þátttakendur nefndu bátsferðir.



Mat á mikilvægi fuglaskoðunar fyrir eigin rekstur. 11 þátttakendur nefndu fuglaskoðun.

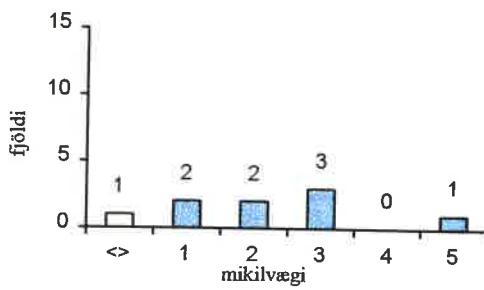


Mat á mikilvægi jöklalaferða fyrir eigin rekstur.  
11 þátttakendur nefndu jöklalaferðir.

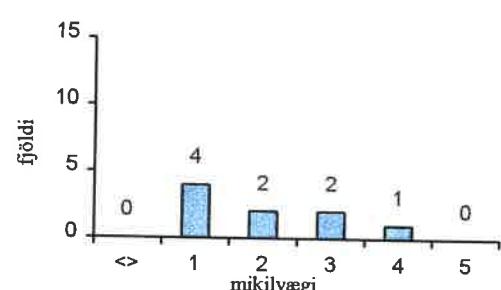


Mat á mikilvægi náttúruskoðunar fyrir eigin rekstur. 9 þátttakendur nefndu náttúruskoðun.

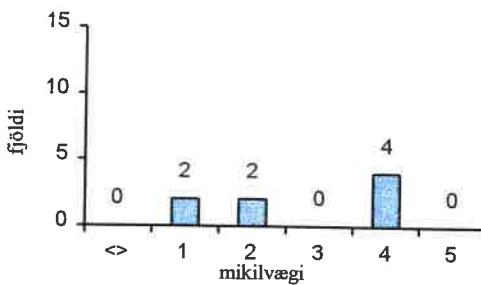




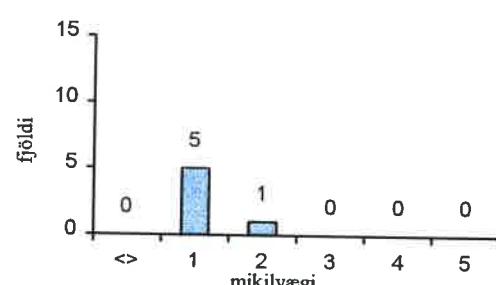
Mat á mikilvægi sjóstangveiði fyrir eigin rekstur.  
9 þáttakendur nefndu sjóstangveiði.



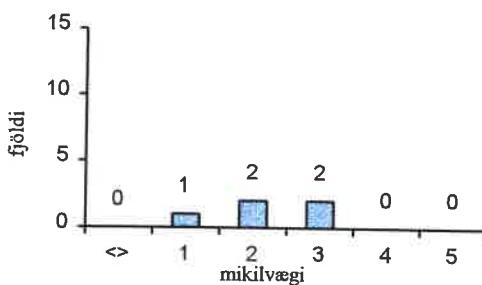
Mat á mikilvægi söguminjaskoðunar fyrir eigin rekstur.  
9 þáttakendur nefndu söguminjaskoðun.



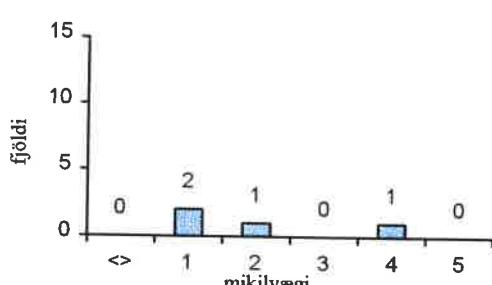
Mat á mikilvægi vélsleðaferða fyrir eigin rekstur.  
8 þáttakendur nefndu vélsleðaferðir.



Mat á mikilvægi skotveiða fyrir eigin rekstur.  
6 þáttakendur nefndu skotveiði.



Mat á mikilvægi útsýnisflugs fyrir eigin rekstur.  
5 þáttakendur nefndu útsýnisflug.



Mat á mikilvægi þáttöku ferðamanna í búskap fyrir eigin rekstur. 4 þáttakendur nefndu þáttöku ferðamanna í búskap.

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



## 4 Ferðamannastaðir og náttúra

### 4.1 Ferðamannastaðir

Páttakendur voru beðnir um að nefna allt að fimm mikilvæga ferðamannastaði eða útvistarsvæði og tilgreina fjarlægðina til þeirra. Í töflu 4.1 eru heildarniðurstöðurnar teknar saman, en í töflum 4.2 til 4.5 eru sundurliðaðar niðurstöður fyrir hálandið, Suður- og Suðausturland, Vesturland, Vestfirði og Snæfellsnes.

**Tafla 4.1** Ferðamanna- og útvistarsvæði sem þáttakendur nefndu. 40 þáttakendur af 41 svoruðu þessum spurningum.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þáttakanda til ferðmannastaðar (km)
Hálandi	36	150
Suður- og Suðausturland	60	200
Vesturland	31	90
Vestfirðir	24	160
Snæfellsnes	14	120
<b>Samtals</b>	<b>165</b>	<b>60</b>

**Tafla 4.2** Sundurliðun fyrir hálandi á svörumnum úr töflu 4.1.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þáttakanda til ferðmannastaðar (km)
Landmannalaugar	7	120
Bórmörk	6	30
Þjórsárdalur	5	40
Langjökull	4	55
Eldgjá	3	70
Lakagigar	3	50
Hekla	2	-
Mýrdalsjökull	2	10
Höfðabrekkuheiðar	1	5
Kjölur	1	-
Surtshellir	1	12
Vatnajökull	1	150
<b>Samtals</b>	<b>36</b>	<b>150</b>



**Tafla 4.3** Sundurliðun fyrir Suður- og Suðausturland á svörunum úr töflu 4.1.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þátttakanda til ferðmannastaðar (km)
Geysir	8	59
Gullfoss	8	50
Pingvellir	8	84
Skaftafell og nágrenni	8	200
Vík / Reynisdrangar	5	25
Dyrhólaey	5	15
Skógar	4	80
Hraunfossar	2	17
Laugarvatn	2	45
Viðgemyrlir	2	5
Þorlákshöfn	2	2
Bruðarhlöð	1	10
Eyrarbakki / Stokkseyri	1	15
Flúðir	1	4
Kirkjubæjarklaustur	1	5
Reykholtsdalur i Biskupstungum	1	7
Reykjadalur	1	3
Skálholt	1	5
<b>Samtals</b>	<b>61</b>	<b>200</b>

**Tafla 4.4** Sundurliðun fyrir Vesturland á svörunum úr töflu 4.1.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þátttakanda til ferðmannastaðar (km)
Breiðafjardareyjar	6	90
Reykjanes / Bláa lónið	5	20
Húsafell	3	50
Reykholtsdalur	3	50
Akranes	2	19
Deildartunguhver	2	24
Borgarnes	1	62
Botnsdalur	1	25
Dalimir / sagan	1	0
Eiríksstaðir	1	0,5
Langisandur	1	0,7
Skorradalur	1	30
Uppsveitir Borgarfjarðar	1	-
Þórisstaðir í Svinadal	1	20
<b>Samtals</b>	<b>29</b>	<b>90</b>



**Tafla 4.5** Sundurliðun fyrir Vestfirði á svörunum úr töflu 4.1.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þáttakanda til ferðamannastaðar (km)
Látrabjarg/Hornbjarg	5	40
Ísafjörður	3	35
Vestfirðir og/eða Hornstrandir	3	1
Rauðisandur	2	50
Norðurstrandir	2	160
Núpur	1	1
Laugarhóll í Bjarnarfirði	1	17
Arnesheppur	1	70
Minjasafn Íslands	1	17
Sjóundá	1	2
Stálffjall/Surtarbrandur	1	-
Selárdalur	1	120
Skor	1	4
Handverkshópar Ísafirði, Þingeyri og Bolungarvík	1	-
Örygghöfn	1	60
<b>Samtals</b>	<b>25</b>	<b>160</b>

**Tafla 4.6** Sundurliðun fyrir Snæfellsnes á svörunum úr töflu 4.1.

Ferðamannastaður	Hversu oft var staðurinn nefndur	Mesta fjarlægð frá þáttakanda til ferðamannastaðar (km)
Snæfellsjökull	5	120
Búðir	2	15
Eldborg	2	40
Lýsuhóll	1	7
Löngufjörur	1	-
Ölkelda / Staðarstaður	1	7
Snæfellsnes	1	100
Ytri Tunga	1	4
<b>Samtals</b>	<b>14</b>	<b>120</b>

## 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 eru þær að núverandi ástand er nokkuð gott. Einungis á bilinu 0 til 4 þáttakendur töldu ástandið vera óviðunandi í hverjum flokki mengunar, en í hverjum flokki fundu um 75% þáttakenda ekki fyrir neinni mengun.

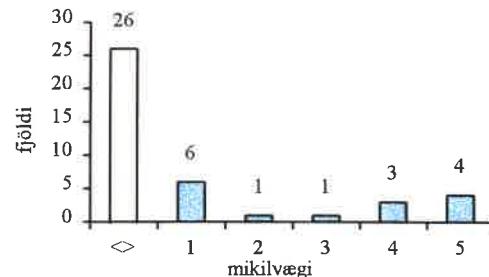
2 þáttakendur nefndu aðra mengun en hávaðamengun, loftmengun eða sjónmengun, og var þar um að ræða mengun vegna stóriðju (óskilgreind) og mengun vegna aðkomu (líklega ferðamanna).

Þótt sú skoðun væri almennt ríkjandi að ástandið í mengunarmálum væri gott eða viðunandi þá kom greinilega í ljós að þáttakendur töldu gott ástand í umhverfismálum afar þýðingarmikið fyrir eigin rekstur.

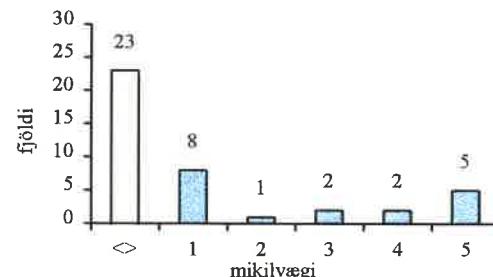


## 5 Samgöngur

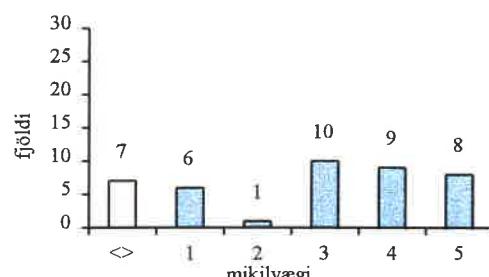
Spurt var um mikilvægi ýmissa þátta sem tengdir eru samgöngum og þátttakendur beðnir um að meta þá á kvarða frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstöðuna gefur að líta á mynd 5.1.



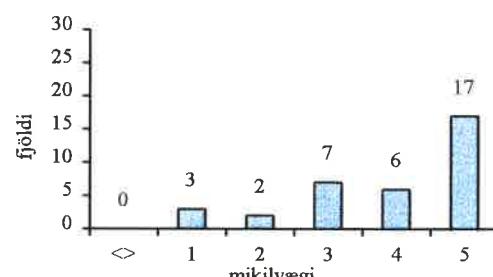
Mat á mikilvægi ferjusamgangna fyrir eigin rekstur



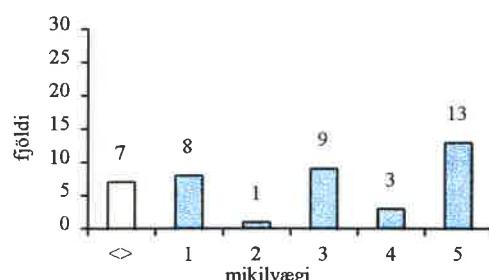
Mat á mikilvægi flugsamgangna fyrir eigin rekstur



Mat á mikilvægi áætlunarferða langferðabila fyrir eigin rekstur



Mat á mikilvægi vegakerfis að sumarlagi fyrir eigin rekstur

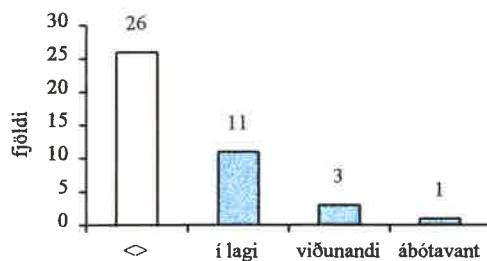


Mat á mikilvægi vegakerfis að vetrarlagi fyrir eigin rekstur

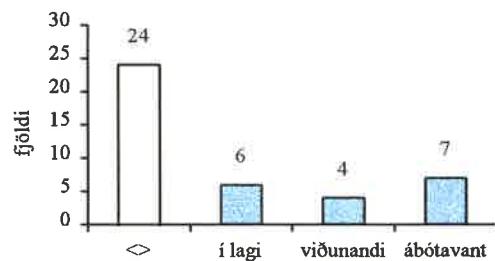
**Mynd 5-1** Mat þáttakenda á áhrifum ýmissa þátta sem tengjast samgöngum á eigin rekstur. (<> eru þeir sem ekki svöruðu.)

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

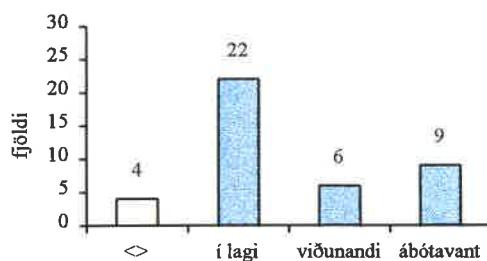




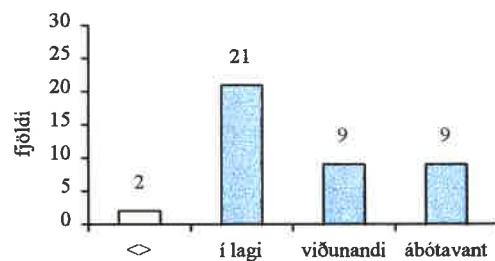
Mat á núverandi ástandi ferjusamgangna



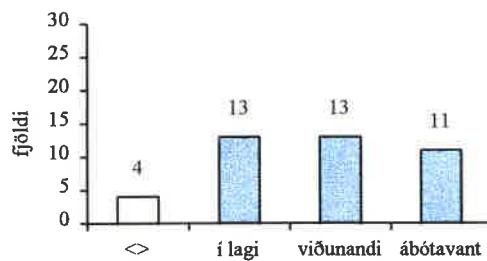
Mat á núverandi ástandi flugsamgangna



Mat á núverandi ástandi áætlunarferða langferðabila



Mat á núverandi ástandi vegakerfis að summarlagi



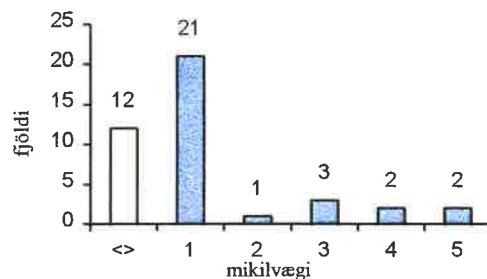
Mat á núverandi ástandi vegakerfis að vetrarlagi

**Mynd 5-2** Mat þáttakenda á núverandi ástandi ýmissa þátta sem tengjast samgöngum. (<> eru þeir sem ekki svoruðu.)

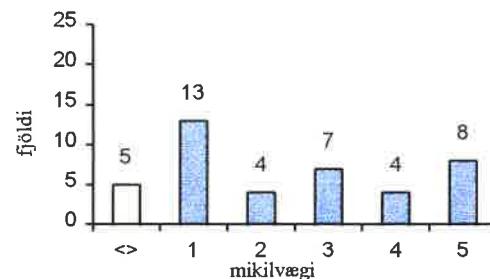


## 6 Markaðsumhverfi

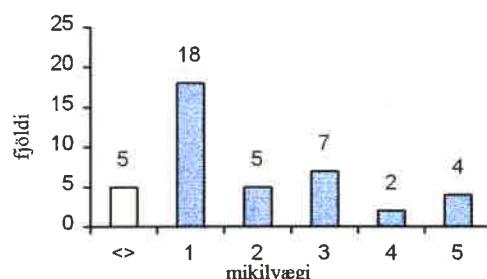
Til að fá hugmynd um skoðanir ferðapjónustuaðila á því hvað hefur mest áhrif á þeirra eigin rekstur voru þáttakendur beðnir um að meta mikilvægi nokkurra þátta á eigin rekstur. Þetta gerðu þeir með því að gefa viðkomandi þætti einkunn á bilinu frá 1 til 5, þar sem mikilvægið vex frá 1 til 5. Niðurstöðurnar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



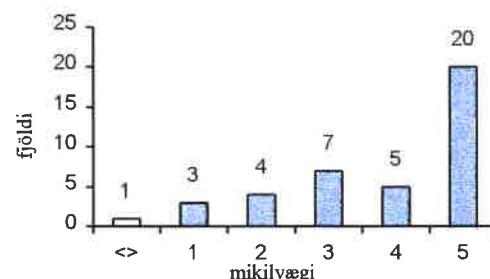
Mat á áhrifum birgja á eigin rekstur.



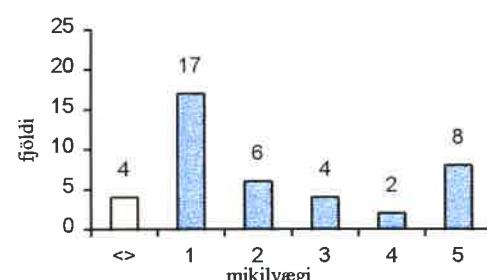
Mat á áhrifum ferðamálafulltrúa á eigin rekstur.



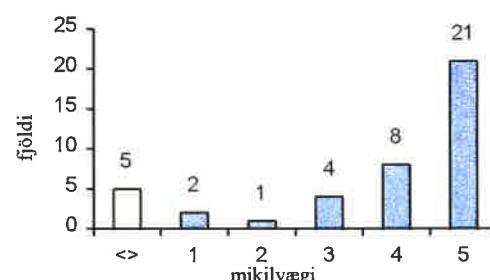
Mat á áhrifum ferðamálaráðs á eigin rekstur.



Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur.

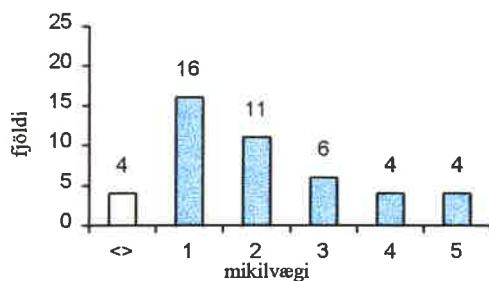


Mat á áhrifum lánastofnana á eigin rekstur.

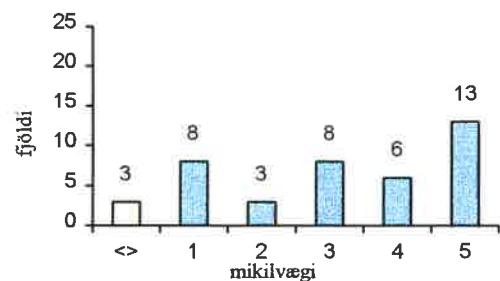


Mat á áhrifum eigin markaðssetningar á eigin rekstur.





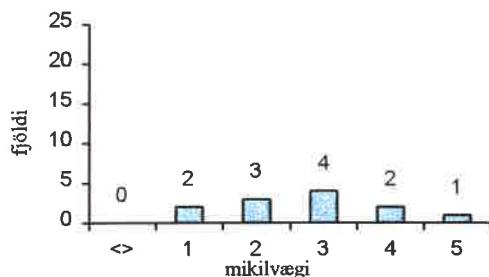
Mat á áhrifum sveitarfélags á eigin rekstur.



Mat á áhrifum upplýsingamiðstöðva á eigin rekstur.

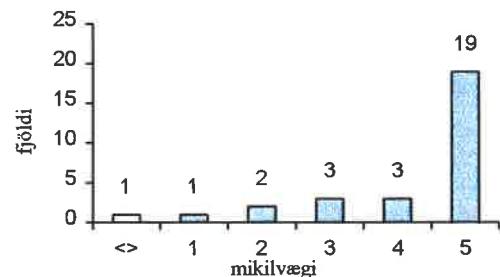
**Mynd 6-1** Mat á áhrifum ýmissa þátta á eigin rekstur þátttakenda. (<> eru þeir sem ekki svoruðu.)

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



Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur.

Þátttakendur með færri en 11 rúm.



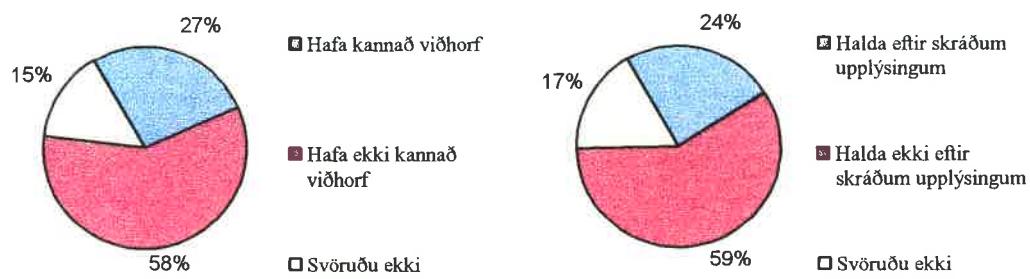
Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur.

Þátttakendur með fleiri en 10 rúm.

**Mynd 6-2** Mat á áhrifum ferðaskrifstofa á eigin rekstur þátttakenda.

Grundvallaratriði í markaðssetningar 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 minnihluti þátttakenda safnar upplýsingum um viðskiptavini sína umfram það sem beinlínis er kveðið á um í lögum.



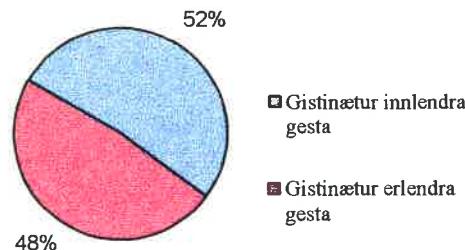


Hlutfall þáttakenda sem hafa kannað viðhorf gesta sinna með skipulögðum hætti<sup>13</sup>

Hlutfall þáttakenda sem halda eftir skráðum upplýsingum umfram það sem lög og reglur kveða á um

**Mynd 6-3** Markviss upplýsingasöfnun þáttakenda um viðskiptavini.

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 gistenáttu innlendra og erlendra ferðamanna hjá þáttakendum í könnuninni, en á myndum 6-5 til 6-8 eru gistenæturnar flokkaðar eftir mánuðum bæði fyrir þáttakendur könnunarinnar og landið í heild. Tölur um landið í heild eru fengnar frá Hagstofu Íslands og eru þar teknað saman tölur yfir hótel, gistiheimili og heimagistingu<sup>14</sup>. Af þessum myndum sést að hlutur smærri gistiða á Suður- og Vesturlandi af heildargistenáttafjölda á landinu er nokkuð breytilegur eftir mánuðum, allt frá um 2% upp í um 10%.

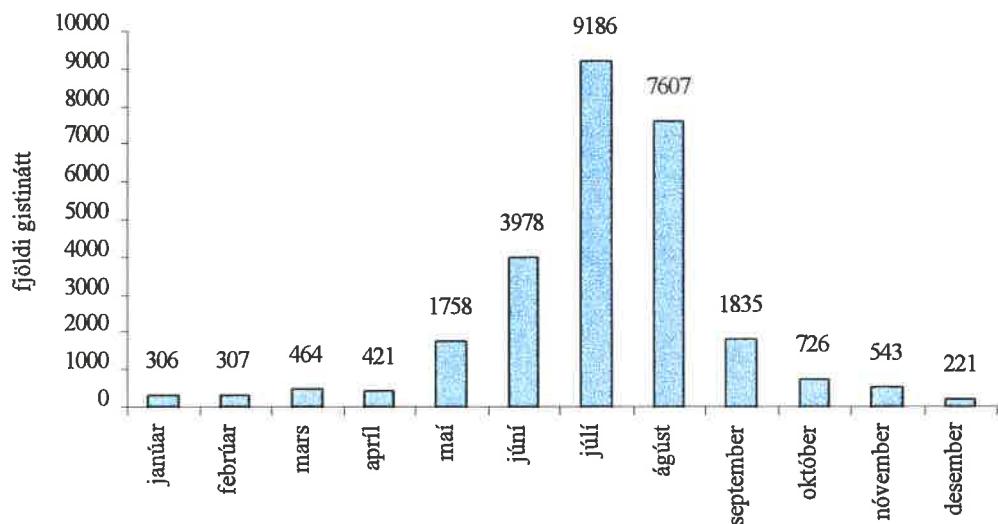


**Mynd 6-4** Gistenætur innlendra og erlendra gesta hjá þáttakendum árið 1995 (33 af 41 eða 80% þáttakenda gáfu upp tölur um gistenætur eftir innlendum og erlendum gestum)

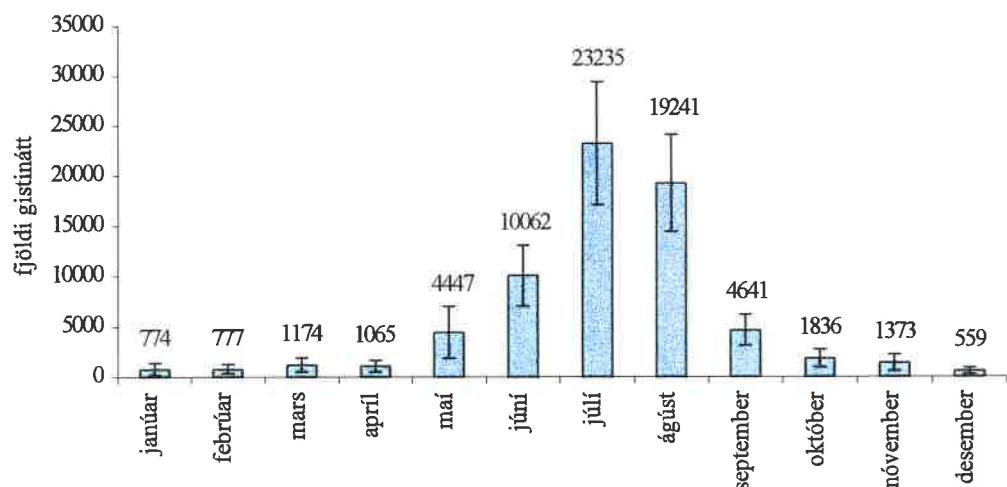
<sup>13</sup> Hafa ber í huga að mörg fyrirtækin eru smá í sniðum og því er hugsanlegt að starfsmenn þeirra séu í nánari tengslum við viðskiptavinina en í stórum fyrirtækjum.

<sup>14</sup> Hagskýrslur Íslands III, 38, Gistiskýrslur 1995, Hagstofa Íslands, Reykjavík 1996.





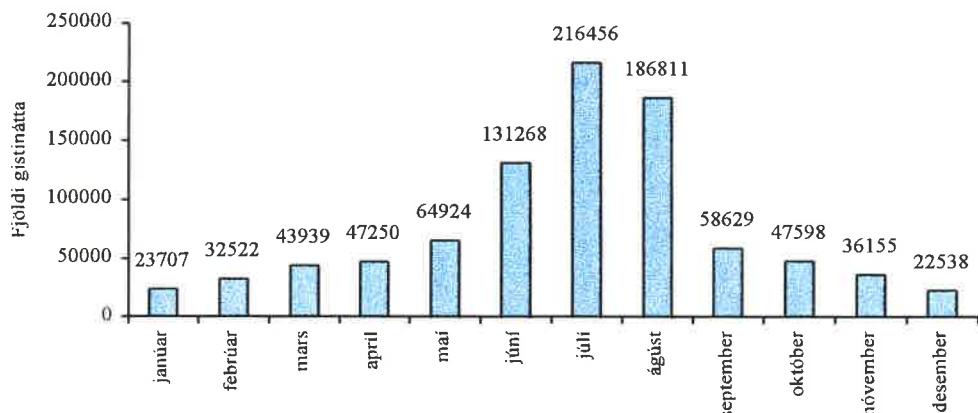
**Mynd 6-5** Gistinætur eftir mánuðum árið 1995 hjá þeim 34 þátttakendum könnunarinnar sem gáfu upp gistinætur eftir mánuðum.



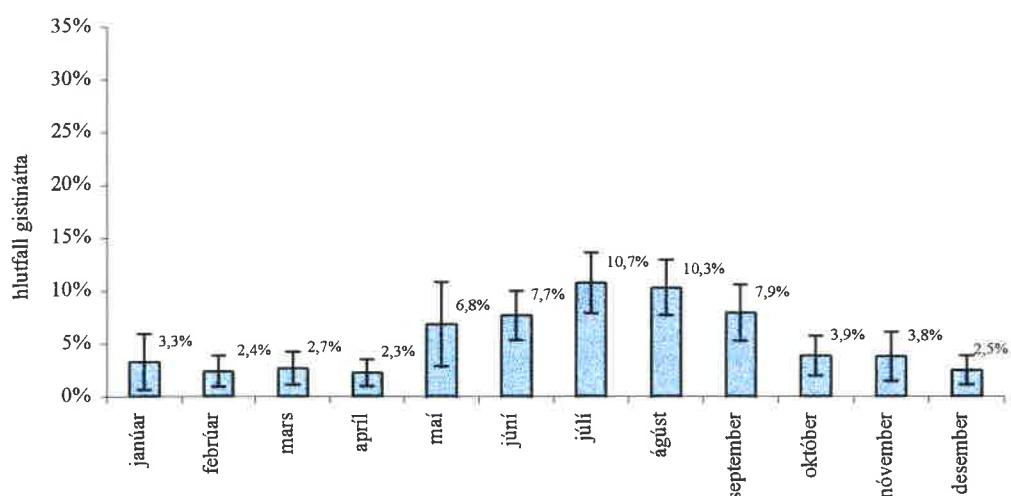
**Mynd 6-6** Áætlaður fjöldi gistiáttu eftir mánuðum árið 1995 hjá þýði<sup>15</sup> með 95% öryggismörkum.

<sup>15</sup> Sjá skilgreiningu á þýði í formála.





**Mynd 6-7** Gistinætur eftir mánuðum árið 1995 á landinu öllu samkvæmt upplýsingum frá Hagstofu Íslands. Hér eru teknað saman tölur yfir hótel, gistiheimili og heimagistingu.



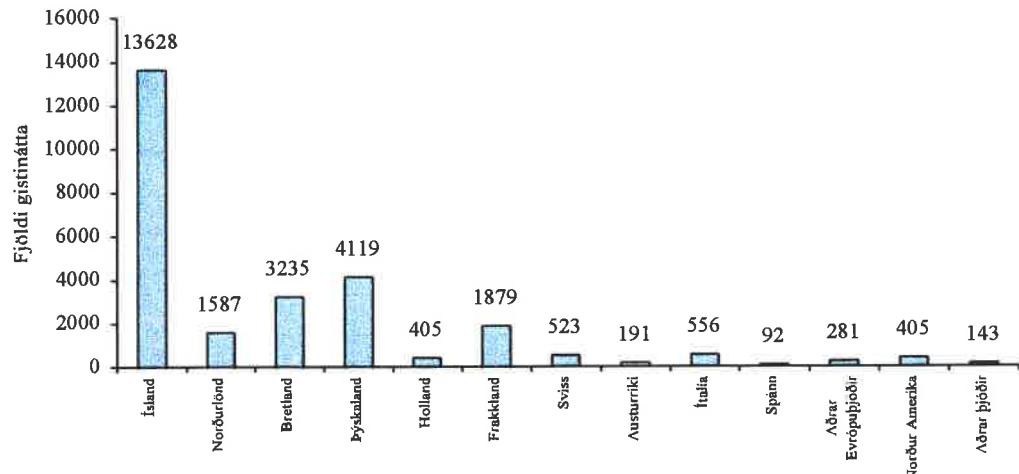
**Mynd 6-8** Áætlað hlutfall af heildarfjölda gistenáttu á landinu eftir mánuðum árið 1995 hjá þýði með 95% öryggismörkum.

Gistinætur einar segja ekkert um nýtingu fjárfestinganna í ferðabjónustu. 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 33 þátttakendum í könnuninni sem gáfu upp tölur um fjölda gistenáttu og heildarfjölda rúma. Áætluð meðalnýting í þýði yfir allt árið 1995 reyndist vera  $11.0\% \pm 2.3\%$  (uppgefin óvissa miðast við 95% tölfraðileg öryggismörk).

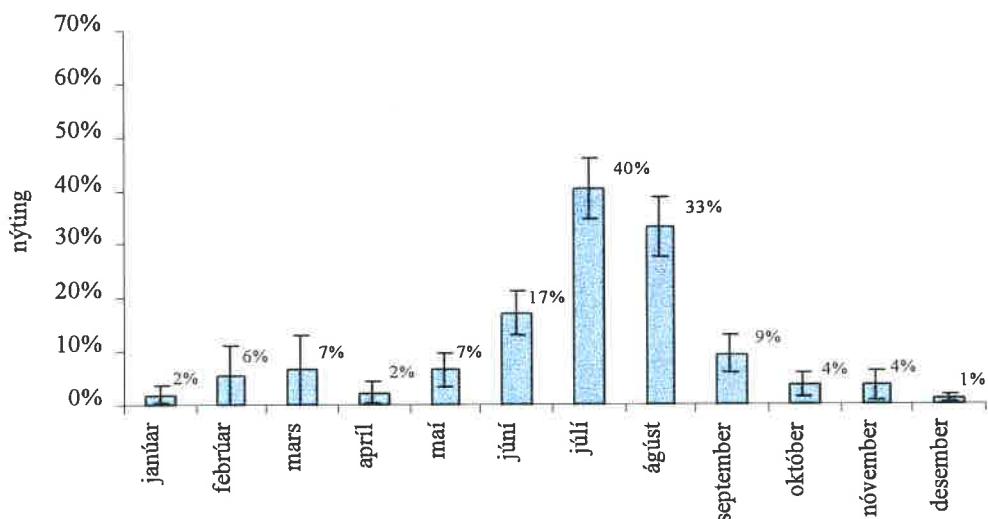
Meðalnýting fyrirtækjanna gefur hugsanlega ekki rétta mynd af nýtingu gistiþúsnaðis ef nýtingin væri mismunandi eftir stærð gistaðstöðunnar. Til að skoða hvort þetta er tilfellið var nýtingin vegin með fjölda rúma. Þegar þetta er



gert reynist meðalnýting á ársgrundvelli vera  $9.9\% \pm 2.6\%$ , sem er óveruleg breyting frá fyrri tölum. Þetta þýðir að nýting er líklega ekki háð stærð gistaðstöðu.



**Mynd 6-9** Gistinætur eftir þjóðerni árið 1995 hjá þátttakendum könnunarinnar. Alls gáfu 33 af 41 eða 80% 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 33 af 41 þátttakenda, sem gáfu bæði upp tölur um gistinætur og heildarfjölða rúma.



Þegar nýting var borin saman milli sýslna reyndist hæsta meðalnýtingin vera hjá þátttakendum í Snæfells- og Hnappadalssýslu, 15,1%, en sú lægsta í Mýrasýslu, 4,3% (sjá nánar töflu 6.1). Munurinn var þó ekki marktækur miðað við 95% öryggi.

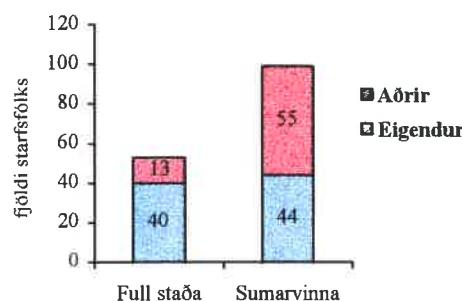
**Tafla 6.1** Ársnýting eftir sýslum. Munur milli sýsla er ekki tölfræðilega marktækur miðað við 95% öryggi.

Sýsla	Meðalnýting
Arnessýsla	9,5%
Borgarfjarðarsýsla	7,1%
Dalasýsla	14,0%
Gullbringusýsla	5,6%
Mýrasýsla	4,3%
Rangárvallasýsla	7,9%
Snæfellsnes- og Hnappadalssýsla	15,1%
Strandasýsla	7,8%
V/A-Barðastrandasýsla	13,2%
V/N-Ísafjarðarsýsla	16,5%
V-Skaftafellssýsla	8,5%
<b>Suður- og Vesturland</b>	<b>11,0%</b>

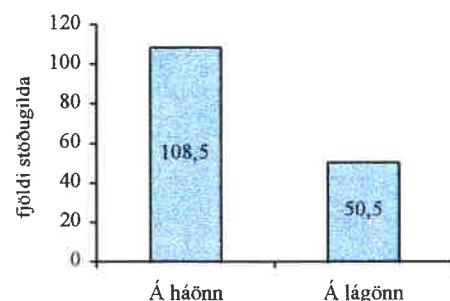


## 7 Starfsmannamál

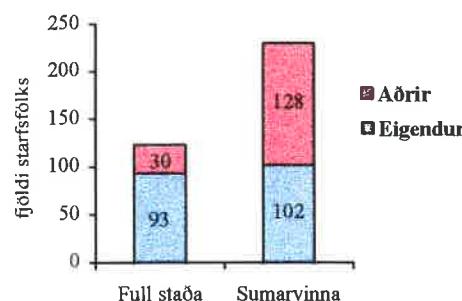
Þátttakendur í könnuninni voru beðnir að tilgreina fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda bæði fyrir háönn og lágönn (sjá myndir 6-1 og 6-2). Störfin voru síðan flokkuð eftir því hvort um eigendur var að ræða eða ekki (sjá mynd 6-1). Einnig var spurt um kynjaskiptingu og aldursdreifingu starfsfólks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



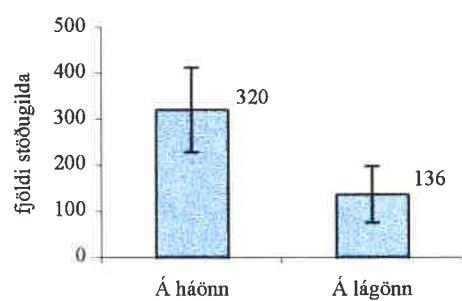
**Mynd 7-1** Samsetning vinnuafls eftir tegund stöðu. 37 af 41 þátttakenda gáfu bæði upplýsingar um heildarfjölda starfa og störf eigenda.



**Mynd 7-2** Skipting stöðugilda eftir annatíma. 32 af 42 gáfu upplýsingar um stöðugildi í fyrirtæki sínu bæði á há- og lágönn.



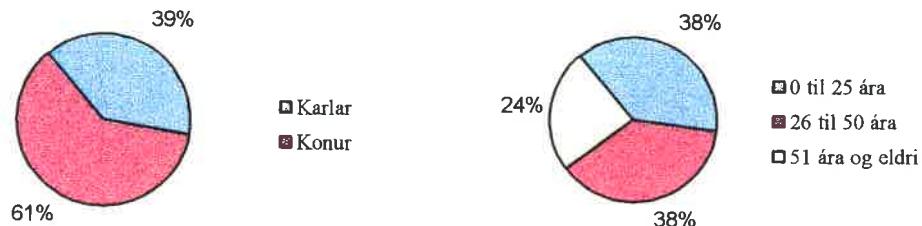
**Mynd 7-3** Áætluð samsetning vinnuafls í þýði<sup>16</sup>. Heildarfjöldi heilsársstarfa með 95% tölfraðilegum óvissumörkum er  $123 \pm 44$ , en heildarfjöldi sumarstarfa er  $230 \pm 80$ .



**Mynd 7-4** Áætluð skipting stöðugilda í þýði með 95% tölfraðilegum óvissumörkum. 36 þátttakendur gáfu upp stöðugildi á háönn en 32 á lágönn.

<sup>16</sup> Sjá skilgreiningu á þýði í formála.

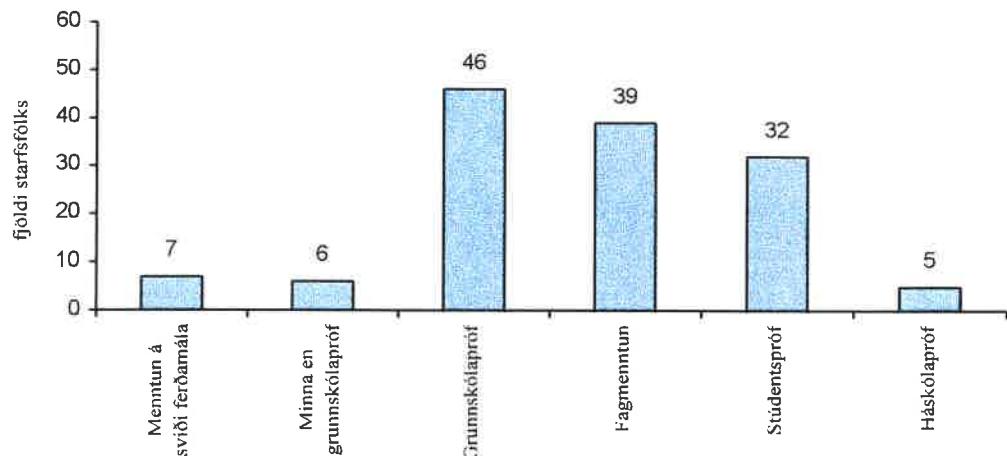




**Mynd 7-5 Hlutfall kynja meðal starfsfólks.** 35 þátttakendur af 41 gáfu upplýsingar um kynjahlutfall starfsfólks.

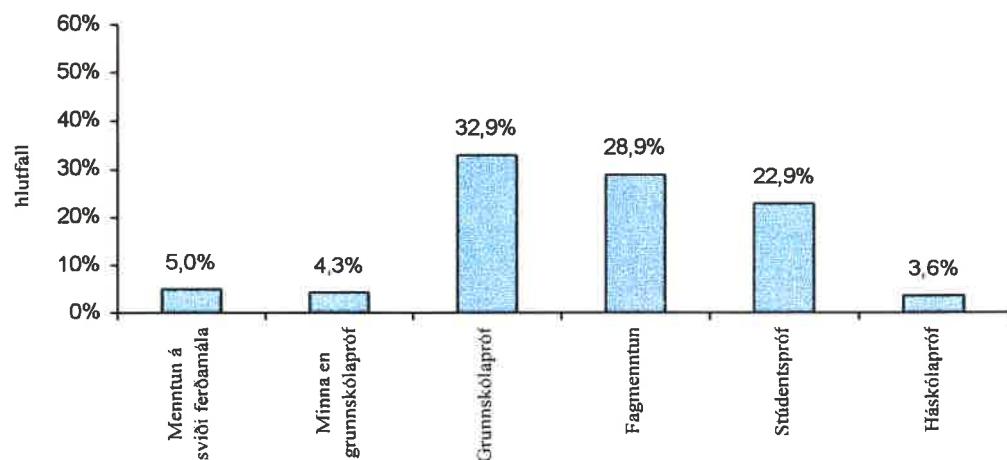
**Mynd 7-6 Aldursskipting meðal starfsfólks.** 35 þátttakendur af 41 gáfu upplýsingar um aldursskiptingu starfsfólks.

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.



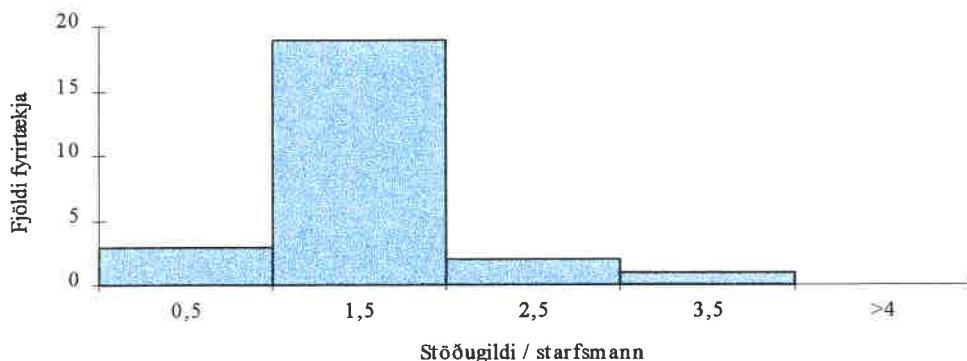
**Mynd 7-7 Skipting starfsfólks eftir menntun hjá 36 af 41 þátttakenda sem gáfu upplýsingar um menntun starfsmanna sinna. Athuga ber að einstaklingur sem til dæmis hefði bæði stúdentspróf og fagmenntun er tvítalinn á þessari mynd og að inni í þessum tölum er einnig sumarstarfsfolk, sem getur hugsanlega skýrt að einhverju leyti fjölda starfsfolks með grunnskólapróf eingöngu.**





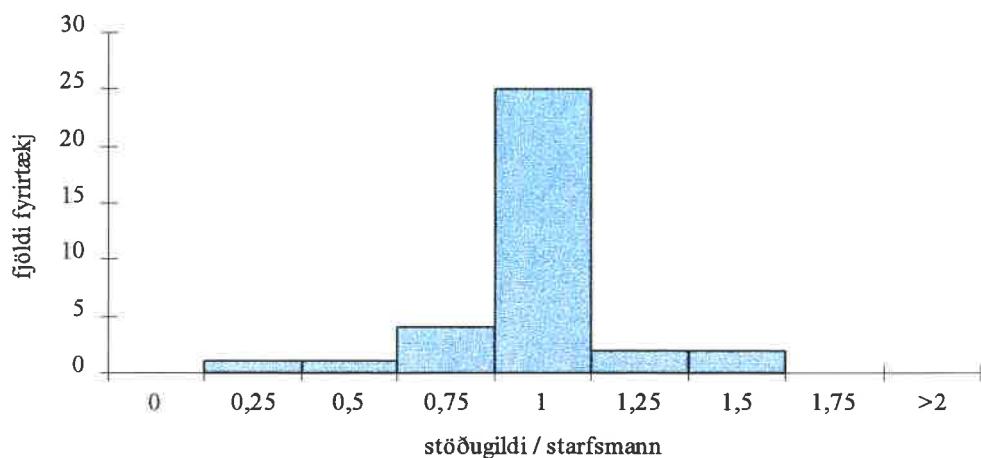
**Mynd 7-8** Hlutfall starfsfólks með mismunandi menntun hjá 36 af 41 þáttakendum, sem gáfu upplýsingar um menntun starfsmanna sinna. Athuga ber að einstaklingur sem til dæmis hefur bæði studentspróf og fagmenntun er tvítalinn á þessari mynd.

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.



**Mynd 7-9** Stöðugildi á hvern starfsmann utan annatíma. 32 þáttakendur af 41 gáfu upplýsingar um bæði fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda á lágönn, en af þeim höfðu 7 þáttakendur ekkert starfsfólk utan annatíma.





**Mynd 7-10** Stöðugildi á hvern starfsmann á annatíma. 36 þáttakendur af 41 gáfu upplýsingar um bæði fjölda starfsmanna og fjölda stöðugilda á háönn.



## 8 Rekstur

Svörin við þeim hluta spurningalistans sem náði yfir rekstur og efnahag þáttakenda var frekar dræm. 28 þáttakendur af 41 gáfu upp tekjur ársins 1995 (sjá töflu 8.1 og mynd 8-1) og 14 þáttakendur af 41 gáfu upp afkomu fyrir skatta og fjármagnsliði (sjá töflu 8.2). Svörin gáfu að öðru leyti ekki tilefni til sundurliðunar rekstrarreiknings. Niðurstöður 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.

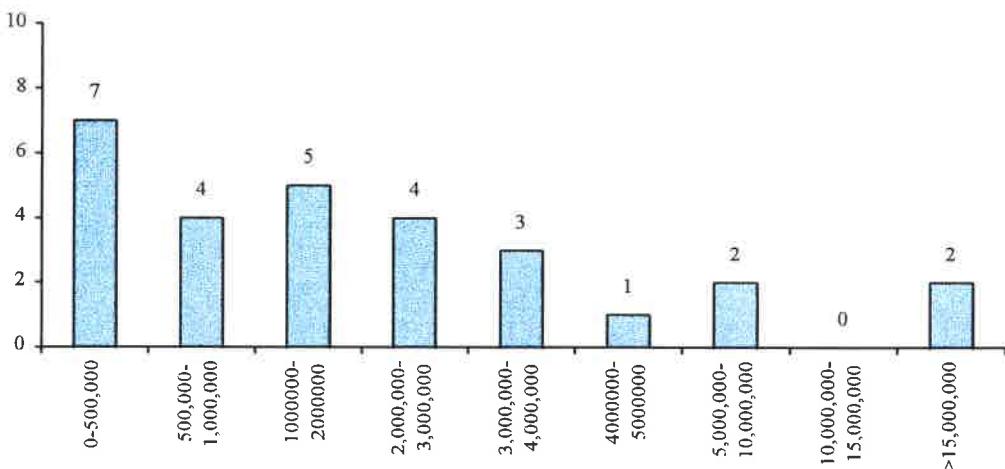
**Tafla 8.1** Rekstrartekjur án virðisaukaskatts.

Tekjur á bilinu (í þús. króna)	Fjöldi þáttakenda	Hlutfall %	Safnhlutfall %
hærri en 15.000	2	7.1	100.0
10.000 til 15.000	0	0.0	92.9
5.000 til 10.000	2	7.1	92.9
4.000 til 5.000	1	3.6	85.8
3.000 til 4.000	3	10.7	82.2
2.000 til 3.000	4	14.3	71.5
1.000 til 2.000	5	17.9	57.2
500 til 1.000	4	14.3	39.3
0 til 500	7	25.0	25.0
<b>Fjöldi þáttakenda</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	

**Tafla 8.2** Afkoma fyrir skatta og fjármagnstekjur og gjöld.

Hagnaður á bilinu (í þús. króna)	Fjöldi þáttakenda	Hlutfall %
hærri en 2.000	1	7.1
1.500 til 2.000	0	0.0
1.000 til 1.500	0	0.0
500 til 1.000	3	21.4
0 til 500	6	42.9
-500 til 0	4	28.6
-1.000 til -500	0	0.0
-1.500 til -1.000	0	0.0
-2.000 til -1.500	0	0.0
lægri en -2.000	0	0.0
<b>Fjöldi þáttakenda</b>	<b>14</b>	<b>100</b>





**Mynd 8-1** Rekstrartekjur án virðisaukaskatts þeirra 28 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 fjöldi þeirra sem fjárfestu á árunum 1989 til 1995, en þar er ekki að sjá nein augljós tengsl milli fjárfestinga og afkomu. Athuga ber að í töflu 8.3 eru einungis þeir sem gáfu upp afkomu fyrir skatta og fjármagnstekjur og gjöld, en þeir voru 14 af 41 þátttakendum.

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

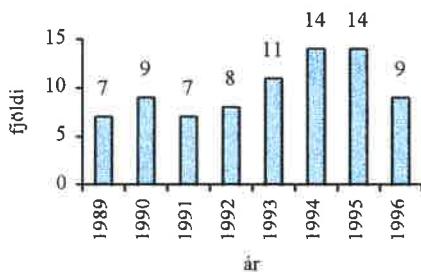
Hagnaður (þús. kr.)	Fjöldi	Fjöldi þeirra sem fjárfestu viðkomandi ár						
		1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989
hærrri en 2.000	1	1	1	1	1	0	0	0
1.500 til 2.000	0	0	0	0	0	0	0	0
1.000 til 1.500	0	0	0	0	0	0	0	0
500 til 1.000	3	2	3	3	2	1	2	1
0 til 500	6	2	3	3	3	2	2	3
-500 til 0	4	3	3	2	2	2	1	2
-1.000 til -500	0	0	0	0	0	0	0	0
-1.500 til -1.000	0	0	0	0	0	0	0	0
-2.000 til -1.500	0	0	0	0	0	0	0	0
lægri en -2.000	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Samtals:</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

Þar sem einungis 14 af 41 þátttakanda gáfu upp afkomu fyrir skatta og fjármagnsliði og þar sem afkoman var mjög breytileg milli þessara fyrirtækja þá fengust engar marktækar niðurstöður við frekari greiningu.

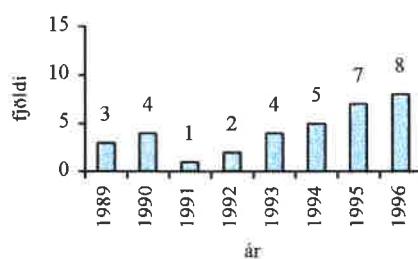


## 9 Fjárfesting

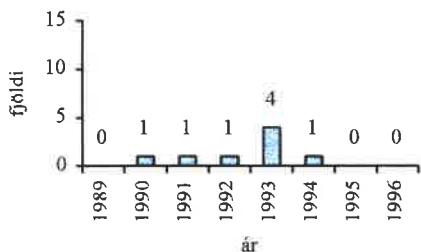
Þáttakendur voru beðnir að tilgreina hvort þeir hefðu staðið í fjárfestingum á árunum frá 1989 til 1996, í hverju þeir hefðu fjárfest og hvernig þeir hefðu fjármagnað fjárfestingarnar. Á mynd 9-1 er sýndur fjöldi þeirra sem fjárfestu í aðstöðu eða umhverfi á árunum frá 1989 til 1996.



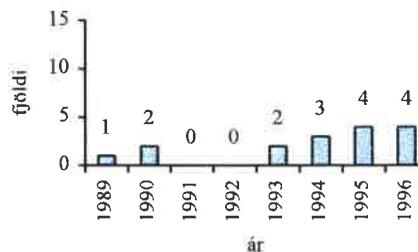
Fjöldi þeirra sem fjárfestu í gistaðstöðu.



Fjöldi þeirra sem fjárfestu í veitingaaðstöðu.



Fjöldi þeirra sem fjárfestu í aðstöðu til afpreyingar.

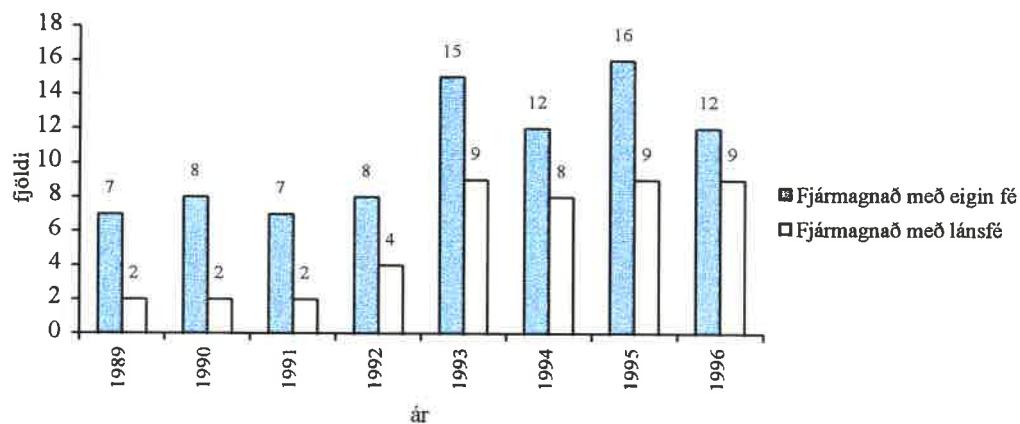


Fjöldi þeirra sem fjárfestu í fegrún umhverfis.

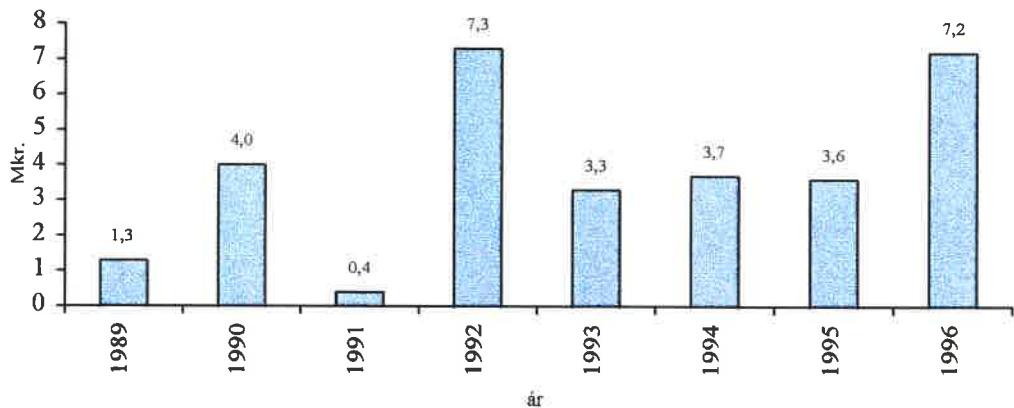
**Mynd 9-1** Fjöldi þáttakenda sem fjárfestu í ferðaþjónustuaðstöðu árin 1989 til 1996.

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

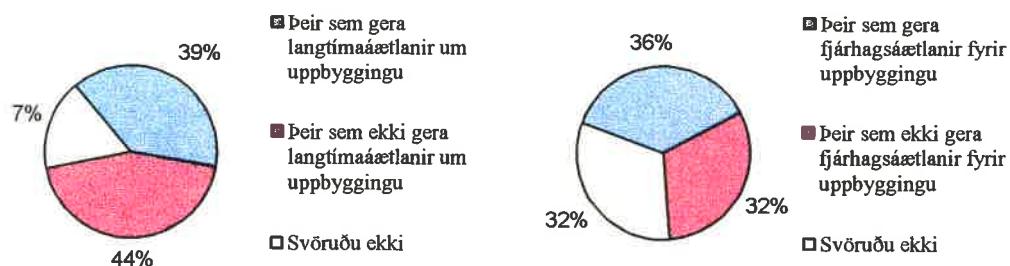




Mynd 9-2 Fjármögnun framkvæmda áranna 1989 til 1996.



Mynd 9-3 Meðalfjárfesting á fyrirtæki í milljónum króna á verðlagi desember 1996. Athugið að hér er sýnd meðalupphæð 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 þáttakendur flokkuðu hús sín sjálfir samkvæmt þessum skilgreiningum.

### I.1 Sumarbústaðir / sumarhús

- A. Lítil sumarhús, stofa með eldunaraðstöðu og snyrtingu.
- B. Eitt svefnherbergi með rúnum, setustofa og eldhús. Ekki er gerð krafa um rafmagn eða sturtu þótt 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  $40\text{m}^2$  fyrir sex manns og  $30\text{m}^2$  fyrir fjóra.

### I.2 Smáhýsi

Smáhýsi eru timburhús sem í eru sjálfstæðar einingar, yfirleitt tvær. Þessar einingar leigjast yfirleitt nött og nött, annaðhvort sem svefnþokapláss eða með uppábúnum rúnum.

- 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 sérsnyrtning 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: tölfraðilega óvissu og óvissu af öðrum toga.

*Tölfraðileg óvissa* kemur til vegna þess að einungis er fyrir hendi vitneskja um hluta þýðis<sup>17</sup>, þótt ályktað sé um allt þýðið. Þetta þýðir að þótt allar forsendur tölfraðilegrar ályktunar séu uppfylltar þá er samt sem áður tiltekin óvissa í ályktuninni. Tölfraðilega 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 framsetri tilgátu, að öllum forsendum uppfylltum. Ef upphafleg tilgáta var sú til dæmis að enginn munur væri á 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.

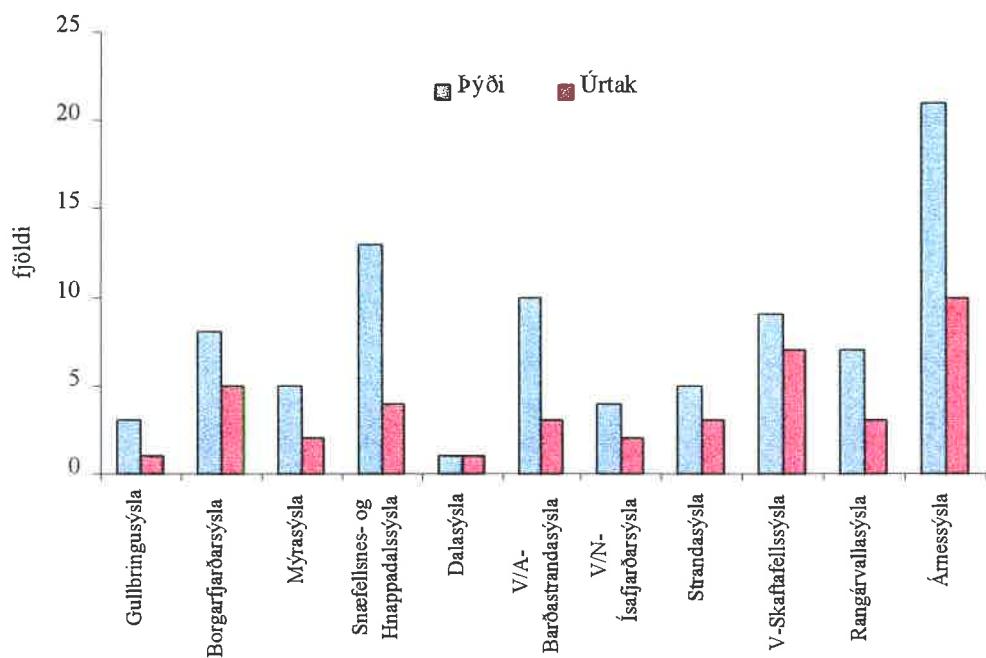
*Önnur óvissa* en sú tölfraðilega getur verið margskonar, en hefur þó það einkenni að yfirleitt er mjög erfitt að meta stærð hennar. Í þessari könnun er líklegt að þrenns konar óvissa hafi einhver áhrif.

- 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 svoruðu honum.
- Í öðru lagi 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 tölfraðileg 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 yfirlæra 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 séu sambærilegir, er að bera saman þá eiginleika hópanna sem þekktir eru. Á mynd II-1 gefur að líta hvernig þessir tveir hópar dreifast á sýslurnar á Suður- og Vesturlandi, en þar sést að dreifingin er í grundvallaratriðum 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.

<sup>17</sup> Í okkar tilfelli er þýðið þeir 86 ferðaþjónustuaðilar á Suður- og Vesturlandi sem voru starfandi árið 1995, buðu upp á upprábúin rúm, en voru ekki meðlimir í SVG.





**Mynd II-1** Þátttakendur í könnuninni flokkaðir eftir sýslum.

**Tafla II.1** Tengslatafla fyrir aðild að samtökum ferðaþjónustubænda og þátttöku í könnuninni ( $\chi^2 = 14.3443$ , df = 1, p = 0.00018).

	Tóku ekki þátt	Tóku þátt:	samtals
Aðili að FB	16	25	54
EKKI aðili að FB	29	16	32
<b>samtals</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>86</b>





