



# Starfsmenntun og starfsþjálfun í afþreyingarferðapjónustu á Norðurlandi

Þarfir, fræðsluleiðir og hindranir

Helgi Hannesson

Lokaritgerð til BA gráðu í ferðamálafræði

Háskólinn á Hólum

2017

# **Starfsmenntun og starfsþjálfun í afþreyingarferðapjónustu á Norðurlandi**

þarfir, fræðsluleiðir og hindranir

Helgi Hannesson

170352-3439

12 ECTS Lokaritgerð sem hluti af  
*Baccalaureum Artium* gráðu í ferðamálafræði

Kjartan Bollason

Ferðamáladeild  
Háskólinn á Hólum  
Hólar, október 2017

Starfsmenntun og starfsþjálfun í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi. Þarfir, fræðsluleiðir og hindranir.

Vocational education and training in activity tourism in northern Iceland. Needs, educational paths and barriers.

12 ECTS lokaritgerð sem hluti af *Baccalaureum Artium* gráðu í ferðamálafræði

Copyright © 2017 Helgi Hannesson

Öll réttindi áskilin

Ferðamáladeild

Háskólinn á Hólum

Hólar í Hjaltadal

551 Sauðárkrókur

Ísland

Sími: 455-6300

Skráningarupplýsingar:

Helgi Hannesson, 2017, *Starfsmenntun og starfsþjálfun í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi. Þarfir, fræðsluleiðir og hindranir*, BA ritgerð, Ferðamáladeild, Háskólinn á Hólum, bls. 51.

Hólar í Hjaltadal, Ísland, október 2017

# Abstract

The fast growth of tourism in Iceland has led to discussions regarding a lack of education and training among employees in tourism. Thus it is of interest to look into the needs of tourism in the north of Iceland for vocational education and training and find out which obstacles are in the way and what form of education is the most appropriate. To investigate this a survey was carried out among activity tourism firms in the north of Iceland based on a combination of qualitative and quantitative methods by the use of both closed and open ended questions. The results show that the greatest demand seems to be in the field of quality, safety, specialised recreation, guiding and caretaking of tourists. The main obstacle consists of disturbance of the operation of the firms caused by educational activities. Furthermore a lack of education and training at a local level, preferably at the firms' premises, or in close cooperation with the firms is seen as an obstacle. Both digital learning via distance learning and distance learning equipment is seen as beneficial to education and training.

Keywords: Vocational education and training, activity tourism, nature based tourism, learning.

# Útdráttur

Með örri fjölgun ferðamanna undanfarin ár kom upp umræða um skort á fræðslu og þjálfun meðal starfsfólks við ferðaþjónustu. Því þótti ekki úr vegi að skoða þarfir afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi fyrir starfsmenntun og starfsþjálfun, hvaða hindranir væru í vegi og hvernig fræðsluform kæmu helst til greina. Til að rannsaka þetta var gerð könnun meðal fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi, þar sem reynt var að samþætta meginlega og eigindlega rannsóknaraðferð með lokuðum og opnum spurningum. Niðurstöður könnunar leiddu í ljós að helst virðist þörf á menntun og þjálfun á sviði gæða, öryggismála, sérafþreyingar fyrirtækja og leiðsagnar og umsjónar ferðamanna. Helstu hamlanir voru truflun sem nám og þjálfun getur valdið á starfsemi fyrirtækja og skortur á hentugu námi og þjálfun í nágrenni þeirra, á þeim tíma sem hentar og hægt er hafa á vinnustað

eða tengja vinnu. Bæði hefðbundið skólanám og rafrænt nám gegnum tölvur og fjarfundabúnað nýtast við fræðslu og þjálfun.

Lykilorð: Starfsmenntun, starfsþjálfun, afþreyingarferðaþjónusta, náttúrutengd afþreying, nám / fræðsla.



# Þakkarorð

Ég kann öllum þeim bestu þakkir sem lögðu hönd á plóg á hvaða sviði svo sem það var og aðstoðuðu við gerð þessa rannsóknarverkefnis.





# Efnisyfirlit

|   |           |
|---|-----------|
| Efnisyfirlit .....  | ix        |
| Myndayfirlit.....   | xi        |
| Töfluyfirlit.....   | xii       |
| <b>1 Inngangur .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>2 Staða þekkingar .....</b>  | <b>3</b>  |
| 2.1 Helstu hugtök .....   | 3         |
| 2.1.1 Náttúrutengd afþreying .....  | 3         |
| 2.1.2 Náttúrutengd ferðaþjónusta.....   | 3         |
| 2.1.3 Ævintýraferðaþjónusta .....   | 4         |
| 2.1.4 Nám .....   | 5         |
| 2.1.5 Starfsmenntun og starfsþjálfun .....  | 6         |
| 2.1.6 Vinnustaðarnám .....  | 8         |
| 2.2 Mikilvægi starfsmenntunar og starfsþjálfunar fyrir afþreyingarferðaþjónustu ..... | 9         |
| 2.2.1 Þjónusta og þjónustugæði .....  | 9         |
| 2.2.2 Tryggð viðskiptavina .....  | 10        |
| 2.2.3 Öryggismál.....   | 11        |
| 2.2.4 Sjálfbærni.....   | 12        |
| 2.2.5 Leiðsögn .....  | 12        |
| 2.2.6 Tryggð starfsfólks .....  | 13        |
| 2.2.7 Ferðalag er nám .....   | 14        |
| 2.3 Helstu rannsóknir .....   | 14        |
| 2.4 Nauðsyn á rannsóknum .....  | 16        |
| <b>3 Rannsóknaraðferð .....</b>   | <b>17</b> |
| 3.1 Rannsóknarefnið .....   | 17        |
| 3.2 Þekkingarfræði, aðferðafræði og rannsóknaraðferðir.....                           | 18        |
| 3.3 Rannsóknaraðferðin .....  | 19        |
| 3.4 Rannsóknin.....   | 21        |
| 3.4.1 Rannsóknarþýðið .....   | 21        |
| 3.4.2 Spurningalistinn.....   | 22        |
| 3.4.3 Framkvæmd .....   | 22        |
| 3.4.4 Úrvinnsla .....   | 23        |
| <b>4 Niðurstöður .....</b>  | <b>24</b> |
| 4.1 Stærð fyrirtækja og ólík afþreying .....  | 24        |
| 4.2 Fræðsla, þjálfun og stefnumótun.....  | 25        |
| 4.3 Þörf fyrir starfsmenntun og starfsþjálfun .....                                   | 25        |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 4.4      | Hindranir í vegi starfsmenntunar og þjálfunar .....     | 27        |
| 4.5      | Hvernig er best að standa að fræðslu og þjálfun? .....  | 28        |
| 4.6      | Opnar spurningar.....                                   | 30        |
| 4.7      | Misfellur.....  | 30        |
| <b>5</b> | <b>Umræður .....</b>                                    | <b>31</b> |
| 5.1      | Mikilvægi starfsnáms, þjálfunar og vinnustaðanáms ..... | 31        |
| 5.2      | Ólík afþreying og þarfir.....                           | 32        |
| 5.3      | Hindranir .....   | 33        |
| 5.4      | Hvernig námsfyrirkomulag? .....                         | 34        |
| 5.5      | Samantekt.....  | 35        |
| <b>6</b> | <b>Lokaorð .....</b>                                    | <b>36</b> |
|          | <b>Heimildaskrá.....</b>                                | <b>38</b> |
|          | <b>Fylgiskjöl A .....</b>                               | <b>45</b> |

# Myndayfirlit

|  |    |
|--|----|
| Mynd 3.1 Tengsl menntunar og þjálfunar við fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu.....     | 17 |
| Mynd 4.1 Mikilvægum þáttum í starfi fyrirtækja raðað út frá starfsmenntun og þjálfun. .. | 26 |
| Mynd 4.2 Besti tími ársins til fræðslu og þjálfunar.. ..                                 | 29 |

# Töfluyfirlit

Tafla 4.1 Afstaða stjórnenda til sjö þátta er tengjast starfsemi fyrirtækja ..... 26

Tafla 4.2 Hindranir í vegi þess að fyrirtæki nýti sér starfsmenntun og þjálfun ..... 27- 28

# 1 Inngangur

Þegar fólki fjölgar afar hratt innan samfélaga vegna breytinga á atvinnuháttum er talað um fólksfjöldasprengingu. Á undanförunum árum hafa Íslendingar upplifað ámóta þenslu í fjölda ferðamanna eða ferðamannasprengingu, með öllu því góða og slæma er því fylgir. Þessi mikla fjölgun hefur átt sinn þátt í því að fyrir dyrum standa víðtækar breytingar í fræðslu og þjálfunarmálum í ferðaþjónustu og uppbyggingu nýs starfsmenntakerfis fyrir greinina (Stjórnstöð ferðamála, 2016).

Ein leið til að bregðast við þeim vandamálum er fylgt hafa fjölgun ferðamanna felst í betri menntun, þjálfun og þekkingu. Þetta þrennt telst undirbúningur undir flest af því sem þarf til að reka gott ferðaþjónustufyrirtæki, skila ferðamönnum ánægjulegri upplifun og veita þeim góða þjónustu (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016; Dewhurst, Dewhurst og Livesey, 2007; Lyons, Young, Hanley og Stolk, 2016; Wilson, Zeithaml, Bitner og Gremler, 2012). En á sama tíma að stuðla að varðveislu þeirra auðlinda sem notaðar eru til að útbúa ferðaþjónustuvörur og varðveita þær ferðamönnum og heimafólki til handa til framtíðar (Newsome, Moore og Dowling, 2013).

Ýmislegt bendir til þess að starfsmenntun og starfsþjálfun hafi að hluta orðið út undan í fræðilegum rannsóknum innan fræðaheims ferðamála (Dewhurst o. fl., 2017, 132; Baum, Kralj, Robinson og Solnet, 2016; Weiler og Black, 2015, Mayaka og Akama, 2007), ekki síst í þeirri ferðaþjónustu þar sem afþreying er aðal ferðaþjónustuvaran. Í greiningu á menntun í ferðaþjónustu sem gerð var fyrir Ferðamálastofu árið 2014 er lögð áhersla á að byggja þurfi upp menntun og þjálfun innan íslenskrar ferðaþjónustu (Ferðamálastofa, 2014).

Komið hefur í ljós að smærri ferðaþjónustufyrirtæki utan stærra þéttbýlis, bæði héraðs og erlendis, eiga erfitt að nálgast starfsmenntun og þjálfun sem er í boði, en treysta að mestu eigin starfsþjálfun (Gallup og Stjórnstöð ferðamála, 2016, 91; Dewhurst o. fl., 2007, 139). Þetta vekur upp spurninguna um hvernig menntunar- og þjálfunarmál horfa við ferðaþjónustufyrirtækjum sem staðsett eru fjarri höfuðborgarsvæðinu. Á Norðurlandi eru staðsett allmörg fyrirtæki er nýta sér ólíka náttúrutengda afþreyingu í sinni ferðaþjónustuvöru

og geta talist góðir fulltrúar smærri fyrirtækja í ferðaþjónustu. Velta má fyrir sér hvaða menntun og þjálfun er nauðsynleg fyrir starfsfólk þessara fyrirtækja, hvort eitthvað standi í vegi fyrir því að fyrirtækin geti nálgast þá menntun og þjálfun sem þau telja nauðsynlega fyrir starfsfólk sitt og hvaða fræðslu- og þjálfunarform kæmu sér best fyrir fyrirtækin og starfsfólk þeirra. Eða er hugsanlega engin þörf fyrir starfsmenntun og þjálfun fyrir fólk er starfar við afþreyingarferðaþjónustu á Íslandi?

Eftirfarandi rannsóknarspurningar voru formaðar út frá þessum hugmyndum sem grunnur að rannsókn:

- Hvaða starfsmenntun og þjálfun er nauðsynleg fyrir fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi að mati forsvarsmanna þeirra?
- Eru hindranir í vegi fyrir því að að umrædd fyrirtæki nýti sér starfsmenntun og þjálfun og þá hverjar?
- Hvernig telja forsvarsmenn þessara fyrirtækja best að skipuleggja starfsmenntun og þjálfun innan fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu?

Til að leita svara við þessum spurningum var ákveðið að gera könnun meðal ferðaþjónustufyrirtækja á Norðurlandi er nýta sér náttúrutengda afþreyingu sem aðal ferðaþjónustuvöru.

Í næsta kafla er gerð grein fyrir helstu hugtökum er tengjast rannsóknarefninu og vandamálum tengdum þeim. Sagt frá fræðilegri umfjöllun um tengsl starfsmenntunar og þjálfunar við mikilvæga lykilþætti í rekstri ferðaþjónustufyrirtækja, þá með áherslu á náttúrutengda afþreyingu. Í þriðja kafla er fjallað um fræðilegan bakgrunn rannsóknarinnar, val á rannsóknaraðferð og rannsóknarferlið. Í fjórða kafla segir frá niðurstöðum rannsóknarinnar og í þeim fimmta er fjallað frekar um þessar niðurstöður og reynt að tengja þær fræðilegri umfjöllun.

## 2 Staða þekkingar

### 2.1 Helstu hugtök

Á Íslandi hefur hugtakið afþreyingarferðaþjónusta unnið sér sess sem regnhlífarhugtak eða samheiti yfir ferðaþjónustu byggða á afþreyingu eða hún er mikilvægur hluti þeirrar ferðaþjónustuvöru sem boðið er upp á (Ferðamálastofa, 2015; Ragnar Hólm, 2015; Bryndís Fanný Halldórsdóttir, 2016). Hvað nákvæmlega er átt við með þessu heiti er þó ekki alltaf ljóst, eða hvaða ferðaþjónusta og hvernig ferðaþjónustufyrirtæki ættu að falla þar undir.

#### 2.1.1 Náttúrutengd afþreying

Afar margt getur fallið undir afþreyingu og hún getur bæði tengst náttúru, útiveru, menningu, fræðslu eða skemmtun (Ingibjörg Sigðurðardóttir, 2016, 17). Margaryan og Fredman (2017, 85) telja afþreyingu utandyra vera alla frístundaiðkun sem á sér stað útivið, í þéttbýli sem dreifbýli. Boman, Fredman, Lundmark og Ericsson (2013, 50) lýsa afþreyingu utandyra þannig, að einstaklingur taki þátt í athöfnum sem hann hefur áhuga á í náttúrulegu umhverfi og að þar séu til staðar þær aðstæður er skapa þá upplifun sem sóst er eftir. Afþreying og útivist taki til víðs sviðs ólíkra athafna úti í náttúrunni og um leið á sér stað neysla á vörum og þjónustu, í formi fólksflutninga, leiðsagnar, njóta landslags, nota göngustíga, stunda heilsurækt og tryggja öryggi.

Út frá ofangreindu má skilgreina náttúrutengda afþreyingu sem alla þá afþreyingu er fer fram utandyra í náttúrulegu umhverfi. Náttúran eða náttúrufyrirbæri eru aðalþáttur afþreyingarinnar, mikilvægur hluti hennar eða umgjörð utan um hana.

#### 2.1.2 Náttúrutengd ferðaþjónusta

Það er með skilgreiningu á náttúrutengdri ferðaþjónustu, eins og svo margt í heimi skilgreininganna, að fræðaheiminum hefur ekki tekist að ná samkomulagi um eina almenna útskýringu á hugtakinu (Buckley, 2007; Tangeland, Vennessland og Nybakk, 2013; Newsome o. fl., 2013). Ekki hjálpar til að ferðaþjónusta er nýtir sér náttúruna eða hluta hennar sem

ferðapjónustuvöru, hefur í gegnum árin kvíslast í margar greinar með ólíkum heitum. Algengt er að sjá heitin umhverfis, sjálfbæra, græna, öðru vísi og ábyrga ferðapjónustu skjóta upp kollinum í umræðunni (Margaryan og Fredman, 2007; Tangeland o. fl., 2013; Newsome o. fl. 2013). Ofan á bætist að oft virðast þessi heiti notuð sem samheiti (Tangeland o. fl., 2013).

Á Íslandi hefur heitið *náttúrutengd ferðapjónusta* fest sig í sessi, bæði í almennri og fræðilegri umræðu, sem heiti á nýtingu náttúrunnar til ferðapjónustu eða sem ferða-pjónustuvöru, (sjá t. d. Námssmiðja um náttúrutengda ferðapjónustu, 2008; Edward H. Huijbens, 2010). Í víðustu merkingu getur náttúrutengd ferðapjónusta náð yfir flesta afþreyingu fyrir ferðamenn, svo framarlega sem hún á sér stað á náttúrulegum svæðum utan nærumhverfis ferðamannsins. Eins getur hún spannað allt litróf ferðapjónustunnar, frá fámennum sérhæfðum ferðum umhverfisferðamanna til fjöldaferðamennsku (Margaryan og Fredman, 2007, 85). Newsome o. fl. (2013, 11 - 13) nota þrengri skilgreiningu á náttúrutengdri ferðapjónustu. Til viðbótar við náttúrulegt umhverfi þarf náttúran að auka á upplifun ferðamannsins og ánægju hans af afþreyingunni sem í boði er, ásamt því að auka skilning ferðamannsins á náttúrunni og verndun hennar. Stuðla þarf að sjálfbærni og ábyrgri ferðamennsku, eða eins og það er orðað, eiga sér stað í umhverfi, vera um það og fyrir það.

### **2.1.3 Ævintýraferðapjónusta**

Ævintýraferðapjónusta er önnur grein er nýtir náttúruna í starfsemi sinni og tengist íslenskri afþreyingarferðapjónustu. Í algengri skilgreiningu á ævintýraferðapjónustu (Buckley, 2007; Pomfret, 2012; Haegeli og Pröbtsl-Haider, 2016) er gert ráð fyrir ferðum á vegum fyrirtækja með leiðsögn, þar sem aðal aðráttaraflað er útivist í náttúrulegu umhverfi og oft þarf til hennar séstakan búnað til að skapa þá spennu sem gestirnir óska eftir. Gert er ráð fyrir að viðskiptavinirnir sjái að mestu um sig sjálfir eða séu farþegar (Buckley 2007, 1428). Reiknað er með að ferðamenn séu að takast á við eitthvað nýtt, óvenjulegt, upplifi spennu og einhverja óvissu eða hættu meðan á viðkomandi afþreyingu stendur (Pomfret, 2012, 145 - 146), hvort sem sú hættu er raunveruleg eða ekki. Dæmi um afþreyingu sem oft er nefnd þegar ævintýraferðapjónusta er annars vegar, eru flúðasiglingar, köfun, fjallahjólaferðir, klifur, sigmennska, skíðamennska og skíðabretti, útreiðar, hestarferðir, hellaskoðun, sjókajakferðir og snjósleðaferðir (Buckley, 2007, 1428; Pomfret, 2012, 145; Haegeli og Pröbtsl-Haider,



2016, 1). Allt er þetta afþreying sem ferðamönnum stendur til boða hjá íslenskum afþreyingarfyrirtækjum.

### Hvað er afþreyingarferðaþjónusta?

Hugtakið afþreyingarferðaþjónusta er hér notað yfir fyrirtæki sem bjóða upp á afþreyingu utandyra, úti í náttúrunni eða á meira eða minna óbyggðum svæðum ásamt hafinu í kringum landið. Sameiginleg einkenni eru að hafa ofan af fyrir ferðafólki úti í náttúrunni, það kemst í beina snertingu við hana eða hún er nýtt til að skapa þá upplifun sem sóst er eftir. Náttúrulegt umhverfi er þannig hluti af eða umgjörð um afþreyingu sem skapar ánægju eða upplifun ferðafólks. Afþreyingarferðaþjónustan tengir saman afþreyingu, náttúrtengda ferðamennsku og ævintýraferðamennsku og blandar saman á ýmsan hátt. Þessu fylgir að ferðamaðurinn kynnist íslenskri náttúru, fræðist um hana og verndun hennar á sjálfbæran og ábyrgan hátt.

#### 2.1.4 Nám

Ferðamaður sem nýtir sér þjónustu afþreyingafyrirtækis á Norðurlandi, fer í gegnum ákveðið ferli þegar hann fær upplýsingar frá starfsfólki, það miðlar þekkingu til hans og hann kynnist viðhorfum þess í gegnum samskipti við það. Við að fara á hestbak, í flúðasiglingu eða hvalaskoðun, tileinkar ferðamaðurinn sér væntanlega nýja færni og þekkingu og það hefur varanlegar breytingar á atferli hans og vitund til frambúðar. Hér er í raun komin skilgreining á *námi*: Það ferli sem á sér stað þegar einstaklingur tekur við upplýsingum, þekkingu eða viðhorfum í gegnum samskipti (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005, 4), ásamt varanlegri breytingu á atferli og vitund vegna þjálfunar eða fyrri reynslu (Aldís Unnur Guðmundsdóttir og Jörgen L. Pind, 2003, 149). Sú þekking sem einstaklingur öðlast er nátengd því efnislega, félagslega og menningarlega umhverfi þar sem hún verður til. Námsupplifunin getur gerst sjálfvirkt og veitt innri ánægju, þannig hefur ferðamaðurinn skemmtun af því að fara í flúðasiglingu, en er á sama tíma að læra nýja færni (Falk, Ballantyne, Packer og Benckendorff, 2011, 914 - 915).

Nám hefur verið flokkað í formlegt, minna formlegt og óformlegt nám. Með *formlegu námi* er átt við nám sem er skipulagt út frá ákveðnum markmiðum og námstíma innan skólakerfis eða af öðrum fræðsluaðilum, og lýkur oftast með ákveðinni prófgráðu eða annarri viðurkenningu. Hugtakið *minna formlegt nám* hefur verið notað yfir meira eða minna skipulegt styttra nám, en það á sér yfirleitt stað utan formlega skólakerfisins og því lýkur oftast án prófgráðu. *Óformlegt nám* á sér stað í gegnum reynslu og vinnu á vinnustað og þá með aðstoð annarra starfsmanna,

yfirmanna eða sérfróðra (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005, 6 – 7; CEDEFOP, 2015). Á síðustu árum hefur verið gerður greinarmunur á *hefðbundnu námi* eða venjulegu skólanámi og *óhefðbundnu námi*, sem fer fram í gegnum tæknibúnað eins og tölvur, fjarfundabúnað og ýmis konar hugbúnað (Gilbertson, Bates, McLaughlin og Ewert, 2006, 18; María Guðmundsdóttir, 2012). Til þess geta líka talist margskonar styttri námskeið sem ekki veita réttindi eða viðurkenningu.

Yfirleitt er talið að nám sé til góðs og það sé eftirsóknarvert, en svo þarf þó alls ekki að vera. Nám getur haft neikvæð áhrif og innrætt fólki hegðun og viðhorf sem koma sér illa fyrir það eða vinnustaðinn sem það vinnur á (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005). Eins geta þær upplýsingar sem ferðamenn fá verið rangfærðar eða ónákvæmar og leitt til misskilnings eða jafnvel ranghugmynda um staði, íbúa þeirra og menningu (Falk o. fl., 2011, 918).

### **2.1.5 Starfsmenntun og starfsþjálfun**

Hugtökin starfsmenntun og starfsþjálfun hafa lengi valdið fræðimönnum heilabrotum og því gengið illa að finna eina heilstæða skilgreiningu á þeim sem allir eru sáttir við (Moodie, 2002; Sigurður Kristinsson, 2000; Nilson, 2010; Atkins, 2010). Rótin að þessum skilgreiningarvanda er ólíkar þarfir mismunandi starfsgreina eða atvinnugreina fyrir starfsmenntun og þjálfun (Ayikoru, Tribe og Airey, 2008; Mayaka og Akama, 2007), ásamt ólíku skipulagi og hefðum milli landa hvað snertir menntun og þjálfun (Nilson, 2010; Rauner og Wittig, 2010). Einnig hefur ólík afstaða til starfsmenntunar og þjálfunar annars vegar og almenns eða æðra náms hins vegar haft sín áhrif.

Gavin Moody (2002) gerði rannsókn á því hvernig starfsmenntun og starfsþjálfun hefur verið skilgreind í gegnum tíðina samborið við hefðbundið nám eða æðra nám. Hann telur að ólíkar leiðir til skilgreiningar og þá oft með vísun í æðra eða akademískt nám hafi orðið til þess að starfsmenntun og þjálfun hefur átt undir högg að sækja. Þetta hefur síðan skapað gjá milli starfsmenntunar og þjálfunar annars vegar og æðra nám hins vegar. Starfsmenntun og þjálfun hefur verið talin annars flokks, verið raðað á lægra skólastig, tengd við lægri laun og stundum verið litið á hana sem hálfgerða ruslakistu þar sem koma má fyrir því er ekki fellur undir hefðbundið skólastarf (Moody, 2002, 237, 250 – 251, 255 – 256, 258; Aitkins, 2010, 253). Þetta kemur fram m. a. í viðleitni til að færa starfsmenntun og þjálfun á háskólastig (sjá t. d. Atli Harðarson, Elsa Eiríksdóttir og Jón Torfi Jónsson, 2016; ASÍ, 2007, 6 - 7) og

yfirlýsingum um að breyta þurfi ríkjandi viðhorfum til starfsnáms og auka virðingu þess (sjá t. d. Elín Thorarensen, 2014, 20, 23; ASÍ, 2007).

Á allra síðustu árum hefur afstaða til starfsnáms og starfsþjálfunar verið að breytast. Hröð tækniþróun nútímans, tæknivæðing starfa sem áður voru tiltölulega einföld og bylting í upplýsingatækni ásamt samskiptum, hefur kallað á aukna og flóknari þekkingu starfsfólks (Atli Harðarson o. fl., 2016). Sú skoðun hefur líka komið fram, að það sé e. t. v. ekki skynsamlegt að vera með eina sameiginlega skilgreiningu á starfsmenntun og þjálfun, það gæti hamlað því að þetta form náms geti aðlagast nægilega hratt og vel að síbreytilegum þörfum nútímans (Moody, 2002, 259).

### Hvaða munur er á starfsmenntun og starfsþjálfun?

Sú hefð hefur skapast að nota heitið starfsmenntun og þjálfun (e. vocational education and training eða VOD) sem eins konar heiti bæði yfir starfsmenntun og starfsþjálfun, eins og um sama fyrirbæri væri að ræða (Moodie, 2002; Nilson, 2010; Patel, 2012). Þetta sést vel á skilgreiningu starfsmenntaráðs Evrópubandalagsins á starfsmenntun og þjálfun: „Menntun og þjálfun sem stefna að því að afla fólki þeirrar þekkingar, starfsvits, leikni og/eða færni sem nauðsynleg er í ákveðnum atvinnugreinum eða almennt á vinnumarkaðinum“ (CEDEFOP, 2014, 292). Spurning er því hvort einhver munur sé í raun á þessu tvennu? Zais (í Ayikoru o. fl. 2008, 192) telur þjálfun tæknilega og stuðla að ákveðnum breytingum á atferli, en menntun eiga við betri vitund um umhverfi sitt og hvernig á að takast á við það. Buckley og Caple (í Dhar, 2015, 420) leggja áherslu á að þjálfun snúist um að breyta eða þróa þekkingu, færni og viðhorf til að bæta frammistöðu við ákveðin verk. Nilson (2010) gerir greinarmun á þjálfun á vinnustað þar sem fólk öðlast færni, þá í formi styttri námskeiða eða starfsreynslu og starfsmenntun innan stofnanna sem er þá formlegri. Cloutier (2003, 242, 248 - 249) gerir mun á þekkingu sem tengist yfirbyggingu útivistarfyrirtækja, eins og stjórnun, rekstri, fjármálum og markaðssetningu og þeirri færni og þekkingu sem leiðsögumenn þurfa. Og Prouty, (2007, 12) leggur áherslu á að þjálfun fyrir útivist sé reynslunám og byggji á því að nemendur geri hlutina sjálfir.

Samkvæmt þessu snýr starfsmenntun meira að mannlegu umhverfi og hvernig á að takast á við það. Er frekar hefðbundið, skipulagt nám innan menntastofnanna, æðra nám, bóklegt nám, lýtur frekar að stjórnun, markaðsmálum og sérfræðistörfum. Starfsþjálfun er aftur á móti

minna formlegt nám eða jafnvel óformlegt, verklegt, byggir á reynslunámi og fer oftast en ekki fram á vinnustað. Það snýr frekar að framlínustarfsfólki, eins og móttöku ferðamanna, fararstjórn, leiðsögn, stjórn farartækja og beinum samskiptum við ferðamenn.

### **2.1.6 Vinnustaðarnám**

Visst nám, ákveðin þekkingaröflun og þjálfun innan einstakra starfsgreina hefur þótt þess eðlis að erfitt getur verið að koma henni við utan fyrirtækjanna sjálfra. Þetta á við ferða-þjónustu jafnt og aðrar starfsgreinar, enda mjög algengt að starfsþjálfun fari fram innanhúss hjá smærri ferðaþjónustufyrirtækjum. Yfir þessa hluti er gjarnan notað heitið vinnustaðanám eða þjálfun.

Smith (2003, 54 – 55) bendir á að með vinnustaðanámi (e. Workplace learning) öðlist fólk þekkingu og færni í gegnum eigin vinnu eða með beinni aðstoð færari starfsmanna. Í náminu felast verk, tæknileg færni, stjórnun, skilningur, vinnuumhverfi, skipulag námsins, námstækifæri og samskipti meðan á náminu stendur. Inga Jóna Jónsdóttir (2005) talar um vinnutengdan lærdóm og telur hugtakið flókið og oft óljóst. Átt sé við lærdóm eða nám:

einstaklings sem miðar að því að efla raunfærni hans sjálfs og fyrirtækisins í nútíð og framtíð. Í öðru lagi getur vinnutengdur lærdómur vísað hvort heldur sem er til formlegra (e. formal), minna formlegra (e. non-formal) eða jafnvel algjörlega óformlegra lærdómsleiða (e. informal or incidental learning processes) eða til samþættingar þessara leiða. Í þriðja lagi getur verið um að ræða hvort heldur sem er þróun almennrar, sérhæfðrar eða tæknilegrar færni (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005, 3).

Hún bendir líka á að vinnutengdur lærdómur sé félagslegt ferli sem eigi sér stað í gegnum samskipti og þátttöku í félagslegum athöfnum, og skilgreina má út frá því sem kemur út úr lærdómsferlinu (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005, 5 – 6). Vinnustaðanám getur bæði snúist um aðlögun að starfsumhverfi, t. d. að kynnast fyrirtæki, vinnustað, vinnustaðamenningu og þeim störfum sem á að vinna, og endurnýjun á fyrri þekkingu og færni (Inga Jóna Jónsdóttir, 2005, 7 – 8).

Vinnustaðanám hefur verið gagnrýnt fyrir að svara oft ekki kostnaði, vera lítt gefandi og að starfsfólkið takið það yfirleitt ekki alvarlega (Westwood, 2001 í Dewhurst o. fl., 2007, 135).

## 2.2 Mikilvægi starfsmenntunar og starfsþjálfunar fyrir afþreyingarferðþjónustu

Ýmsir fræðimenn hafa bent á mikilvægi starfsmenntunar, starfsþjálfunar og vinnustaðanáms fyrir ferðþjónustufyrirtæki (Dewhurst o. fl., 2007; Baum og Szivas, 2008; Dwyer, Edwards, Mistilis, Roman og Scott, 2009; Lyons o. fl., 2016; Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016), hvort sem þau nýta afþreyingu eða eitthvað annað sem ferðþjónustuvöru. Jákvæð áhrif menntunar og þjálfunar starfsfólks geta verið aukin gæði þjónustu, meiri ánægja viðskiptavina, betri starfsandi og viðbragðsflýtir, aukin skilvirkni, meiri sveigjanleiki, bætt fyrirtækjasiðgæði, betri ímynd og meiri arðsemi (Dewhurst o. fl., 2007, 138; Lyons o. fl., 2016, 320 – 321).

### 2.2.1 Þjónusta og þjónustugæði

Fyrirtæki á sviði afþreyingarferðþjónustu eru í flestum tilvikum að veita mjög hreina þjónustu og því reynir mikið á framlínustarfsfólk, það starfsfólk sem hefur bein samskipti við viðskiptavinum fyrir tækjanna. Í bók sinni *Services Marketing. Integrated Customer Focus Across the Firm*, benda Alan Wilson, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner og Dwayne D. Gremler (2012) á að framlínustarfsfólk og þeir aðilar sem styðja við bakið á því innan fyrirtækja skipti sköpum fyrir velgengni þjónustufyrirtækja. Sé viðskiptavinur ánægður með þá þjónustu sem hann fær er hann líklegur til að tala vel um fyrirtækið og eiga aftur viðskipti við það. Fyrirtækið fær gott umtal, orðspor þess batnar og viðskiptavinurinn er líklegur til að sýna því tryggð í framtíðinni (Wilson o. fl., 2012, 51, 74; Chang og Gibson, 2015). Framlínustarfsfólkið er oftast það fyrsta sem viðskiptavinurinn sér af fyrirtækinu og ímynd hans mótast af þeim samskiptum er þá eiga sér stað. Framlínustarfsfólkið er „þjónustan, er fyrirtækið í augum viðskiptavina, er vörumerki og það markaðssetur“ (Wilson o. fl., 2012, 249 – 250).

Wilson o. fl. (2012) fjalla um svonefnt sprungulíkan er snýst um göp eða bil sem geta orðið milli mikilvægra þátta í því að veita þjónustu. Mikilvægust er svokölluð viðskiptavinasprungu (e. customer gap), en það er bilið milli þeirrar þjónustu sem viðskiptavinir vænta, út frá þeirri vitneskju sem þeir telja sig hafa um fyrirtækið og raunverulegri upplifun þeirra af þjónustunni. Afar mikilvægt er að þarna myndist ekki gap eða bil og að viðskiptavinurinn upplifi a. m. k. það sem hann væntir. Til að þessi sprunga opnast ekki þarf að gæta þess að fjórar aðrar sprungur séu lokaðar, en ein þeirra er að starfsfólkið veiti viðskiptavinum þá

þjónustu sem ráð er fyrir gert og þeir hafa verið upplýstir um í gegnum markaðssetningu. Hér skiptir miklu að starfsfólkið hafi notið þeirrar fræðslu og þjálfunar er gerir það í stakk búið til að veita þessa þjónustu (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 120 – 121; Wilson o. fl., 2012). Chathoth, Ungson, Altinay, Chan, Harrington og Okumus (2014, 181, 183) benda á, að fái starfsfólkið ekki nægilega góða starfsþjálfun eða búi yfir nægri þekkingu og færni til að eiga í þjónustusamskiptum, getur það eyðilagt samskiptin, þjónustan uppfyllir ekki væntingar og fyrirtækið tapar viðskiptavinum. Starfsfólk þjónustu-fyrirtækja getur þannig gert upplifun ferðamanna afar eftirminnilega eða hreinlega slátrað henni (Baum og Szivas, 2008, 783 - 784).

Að fjárfesta í starfsmenntun og starfsþjálfun starfsfólks fyrirtækja í afþreyingarferða-þjónustu samsvarar því að fjárfesta í þjónustugæðum, á líkan hátt og fé er eytt í að bæta gæði framleiðsluvöru (Wilson o. fl., 2012). Með því er verið að tryggja gæðaðþjónustu, auka líkur á ánægjulegri upplifun ferðamanna, skapa gott orðspor og auka hag fyrirtækisins. Þjónusta fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu er yfirleitt í höndum þeirra starfsmanna er eiga bein samskipti við ferðamenn. Því er mikilvægt að þeir hafi fengið góða þjálfun og hafi góða þekkingu á því sem þeir eru að gera. Það getur skapað fyrirtækjum samkeppnisyfirburði fram yfir önnur fyrirtæki (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 121; Evans, 2016, 21).

### **2.2.2 Tryggð viðskiptavina**

Hugtakið tryggð viðskiptavina (e. customer loyalty) er notað til að lýsa jákvæðum viðhorfum fólks til ákveðins fyrirtækis, áfangastaðar eða afþreyingar. Viðskiptavinurinn sækist þá eftir viðskiptum við fyrirtækið, heldur áfram að stunda afþreyinguna eða heimsækir áfangastaðinn ár eftir ár (Chang og Gibson, 2015; Sato, Kimb, Bunning og Haradad, 2016). Wilson o. fl. (2012, 141, 144 - 147) og Pinkus, Moore, Taplin og Pearce (2016, 8), benda á að viðskiptavinir halda tryggð við fyrirtæki þegar þeir telja sig hafa meiri hag af viðskiptum við það en viðskiptum við aðra. Fólk byggir upp góð tengsl við fyrirtæki þegar það telur sig geta treyst því, veit hvers er að vænta frá því og býr við það öryggi að þurfa ekki að fara annað. Hagur fyrirtækja af tryggð viðskiptavina eru meiri tekjur eftir því sem þeir koma oftar og kostnaður sem fylgir því að afla nýrra viðskiptavina verður minni. Hvað afþreyingafyrirtæki snertir getur tryggð viðskiptavina komið fram í vali á ákveðinni afþreyingu, fyrirtæki eða áfangastað fram yfir aðra annað. Tryggir viðskiptavínir eru líklegir til að tala vel um

fyrirtækið, dreifa orðsperi þess og auglýsa þannig ókeypis fyrir það, en það er talin ein sú besta kynning sem fyrirtæki geta fengið (Chang og Gibson, 2015; Sato o. fl., 2016).

Til að byggja upp góð tengsl við viðskiptavinum og vinna traust þeirra þarf upplýst og vel þjálfað starfsfólk sem leggur sig eftir að veita góða þjónustu. Í rannsóknum hefur komið fram að þjálfun og menntun stuðli að góðri starfsmenningu og bættri þjónustu, en það ýti aftur undir traust viðskiptavina. Skortur á þessu geti aftur á móti leitt til lélegri þjónustu og fælt viðskiptavinum frá fyrirtæki eða áfangastað (Baum og Szivas, 2008; Chathoth o. fl., 2014; Dhar, 2015).

### 2.2.3 Öryggismál

Fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu taka ákveðna áhættu í tengslum við starfsemi sína, annars vegar áhættu sem snýr að rekstri fyrirtækjanna sjálfra og hins vegar áhættu er lýtur að öryggi ferðamannanna, viðskiptavina fyrirtækjanna (Cloutier, 2003; Erpelding og Harrison, 2012; Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016). Hvað viðskiptavinum snertir er hætta sem getur skapast vegna ferðaþjónustuvörunnar sjálftrar, en afþreyingu geta alltaf fylgt smærri eða stærri óhöpp. Þetta á ekki síst við um þann hluta afþreyingarferðaþjónustunnar sem byggir á ævintýraferðamennsku (Cloutier, 2003, 257; Erpelding og Harrison, 2012, 56; Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 20). Hvað fyrirtækin sjálf varðar geta þau þurft að taka á sig fjárhagslegar byrðar sem geta leitt af óhöppum og slysum (Cloutier, 2003, 257; Erpelding og Harrison, 2012, 56; Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 20), ásamt slæmu umtali gesta í fjölmiðlum er fylgt getur í kjölfarið. Slíkt getur dregið tímabundið úr vinsældum fyrirtækis eða afþreyingar sem boðið er upp á og valdið fjárhagsskaða þótt það sé ekki einhlítt (Plank, 2016, 291).

Haegeli og Pröbstl-Haider (2016, 2 - 3) benda á mikilvægi þekkingar og færni starfsfólks til að stuðla að forvörnum og draga þannig úr áhættu tengdri ævintýraferðamennsku og afþreyingu. Ingibjörg Sigurðardóttir tekur í sama streng hvað afþreyingarferðaþjónustu snertir, starfsfólk þurfi að þekkja vel til öryggismála, annast um að allt sé í lagi og geta brugðist við ef illa fer. Hún bendir líka á að flest slys á ferðamönnum verði þegar þeir taka þátt í afþreyingu sem þeir eru illa búnir undir líkamlega eða andlega (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 35, 20). Ferðamenn eru oft á ferð í umhverfi sem er framandi fyrir þá, tungumálakunnátta takmörkuð, þeir hafa takmarkaða þekkingu á reglum sem gilda og geta átt erfitt með að nálgast upplýsingar sem þörf er á (Becken og Hughey, 2013, 78).

## 2.2.4 Sjálfbærni

Á síðari árum hefur vaxandi áhugi á sjálfbærni, því að skila auðlindum náttúrunnar í sama eða betra ástandi til komandi kynslóða, ýtt undir kröfur ferðamanna um góða umgengni um náttúruna og verndun hennar (Newsome o. fl., 2013). Viðbrögð ferðaþjónustuiðnaðarins við þessari þróun hefur komið fram í náttúruvænni, sjálfbærri og grænni ferðaþjónustu sem í dag þykir nauðsynlegur hluti af ímynd og vörumerki ferðaþjónustufyrirtækja sem vilja standa undir nafni (Newsome o. fl., 2013; Aall, 2014).

Ferðamenn og ferðaþjónustufyrirtæki geta bæði haft jákvæð og neikvæð áhrif á náttúruleg svæði og íbúa þeirra. Til jákvæðra áhrifa má telja þá upplifun ferðamanna er hvetur þá almennt til góðrar umgengni um náttúruna, byggða á fræðslu sem þeir fá í gegnum starfsfólk ferðaþjónustufyrirtækja um leiðir til verndunar og hvernig tryggja má sjálfbærni. Neikvæð áhrif felast í slæmri umgengni er valdið getur skemmdum eða eyðileggingu náttúrusvæða og truflað eðlilega lifnaðarhætti dýra sem eiga þar heimkynni (Ballantyne, Packer og Falk, 2011, 1243; Marschall, Granquist og Burnse, 2017,12). Ferðamenn hafa mikinn áhuga á að skoða villt sjávarspendýr við Ísland, hvali og seli, en því fylgir hætta á að lífshættir dýranna raskist (Marschall o. fl., 2017).

Í dag er litið á það sem eitt af hlutverkum fyrirtækja er nýta sér náttúruna og afþreyingu þar sem ferðaþjónustuvöru, að fræða ferðamenn með það fyrir augum að draga úr áhrifum þeirra og ferðaþjónustunnar á náttúruna og hafa áhrif á hegðun þeirra og vilja til verndar til framtíðar. Weiler og Black (2015, 75) benda á að leiðsögumenn geti stutt sjálfbærni með því að auka skilning ferðamanna og virðingu fyrir náttúru og umhverfi og haft eftirlit með hegðun gesta í ferðum og á áfangastöðum. Marschall o. fl. (2017, 12, 15 – 19) lýsa í tengslum við rannsókn sína á umgengni gesta við selaskoðun, mikilvægi túlkunar og fræðslu bæði til að stýra ferðamönnum og eins til að auka upplifun þeirra og ánægju. Niðurstöður Jacobs og Harms (2014, 126) úr rannsókn þeirra á gestum við hvalaskoðun sýna líka mikilvægi túlkunar og fræðslu til að hafa áhrif á viðhorf ferðamanna til verndar villtra dýra og náttúru.

## 2.2.5 Leiðsögn

Flest fyrirtæki á Norðurlandi sem starfa á sviði afþreyingarferðaþjónustu, nýta sér leiðsögn af einhverju tagi eða upplýsingamiðlun um landið, náttúru þess og menningu. Ef marka má erlendar rannsóknir gegna leiðsögn og leiðsögumenn mikilvægu hlutverki fyrir



ferðaþjónustufyrirtæki (Weiler og Black, 2015; Carmody, 2013; Cloutier, 2003). Á síðari árum hefur þörfin fyrir vel þjálfaða leiðsögumenn aukist hratt vegna þeirra breytinga sem hafa orðið á ferðaþjónustu almennt og viðhorfa ferðamanna til þjónustunnar. Í fyrsta lagi hefur ferðaþjónusta breyst frá því að vera þjónustumiðuð til þess að vera upplifunarmiðuð. Annað er að í dag gera ferðamenn meiri kröfur til leiðsagnar og þeirra er veita hana en áður. Einnig eru gerðar kröfur um góða þekkingu leiðsögumanna á náttúrutúlkun og túlkun almennt, þvermenningarlegri færni og færni í að skapa það andrúmsloft upplifunar sem ferðamenn óska eftir (Weiler og Black, 2015, 116; Cloutier, 2003).

Weiler og Black (2015, 117) benda á að margir leiðsögumenn í dag hafi enga formlega menntun eða þjálfun og það litla sem þeir læri sé af reynslu og í starfi. Julie Carmody lýsir því hvernig fyrirtækjum „mistakist, hugsanlega óvart að þjálfa starfsfólk sitt almennilega og blása því í brjóst listina að leiðsegja. Leiðsögumenn fá oft bók í hendur með upplýsingum sem þeir eiga að lesa og læra og koma til skila, eða þeir fylgja öðrum leiðsögumanni í einni eða tveim ferðum áður en þeir fara að leiðsegja einir“ (Carmody, 2013, 679).

Í greiningu menntunar í ferðaþjónustu sem KPMG gerði fyrir Ferðamálastofu 2014 er bent á að það leiðsögunám sem þá var í boði væri ekki nægilega sérhæft og ekki væri tekið tillit til þarfa ólíkra afþreyingagreina (Ferðamálastofa, 2014, 12). Í svörum einstakra svarenda í könnun Gallup og Stjórnstöðvar ferðamála (2016, 114 – 115) er leiðsögunám hér á landi sagt gamaldags og ekki sé tekið nægilegt tillit til ólíkra tegunda leiðsagnar eða þarfa ólíkrar afþreyingar.

### **2.2.6 Tryggð starfsfólks**

Rannsóknir hafa verið gerðar víða um heim á tengslunum milli þjálfunar og áhrifa hennar á starfsvilja starfsfólks og trúmennsku í starfi. Þær sýna að starfsþjálfun hefur jákvæð áhrif á frammistöðu starfsfólks í þjónustusamskiptum. Einnig að starfsfólk sem fær stuðning fyrirtækis síns til endurmenntunar og starfsþjálfunar sýnir því meiri tryggð en starfsfólk sem ekki nýtur slíks (Dhar, 2015, 420 - 421). Stuðningur fyrirtækja við starfsmenntun og starfsþjálfun starfsmanna sinna, ásamt því að skapa tækfæri til slíks, ætti því að auka tryggð þeirra við fyrirtækið en ekki draga úr henni.

Ingibjörg Sigurðardóttir bendir á að í gegnum nám og þjálfun fái fólk meiri trú á sjálfu sér í starfi. Starfsfólk fyrirtækja verði að geta endurnýjað þekkingu sína í ljósi hraðra breytinga nú á tímum og því sé mikilvægt að það hafi leiðir til símenntunar (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016, 111, 114). Starfsfærni eykst, tengslanet við annað fólk styrkjast og persónulegt sjálfsöryggi verður meira (Dhar, 2015). Þetta ætti að skila sér í meiri þjónustugæðum, aukinni ánægju viðskiptavina og þar með auknum ágóða fyrirtækjanna.

### 2.2.7 Ferðalag er nám

Í grein sinni *Travel and Learning: A Neglected Tourism Research Area*, segja Falk, Ballantyne, Packer og Benckendorff (2011, 910) að „ferðalög og afþreying er orðin mikilvæg leið fyrir fólk til að öðlast þekkingu, þróa hugmyndir og forma nýja sýn fyrir sjálft sig og samfélag sitt“. Mjög góð leið fyrir marga til að fræðast um umhverfi sitt, sögu og menningu er að ferðast og afla sér þannig upplýsinga. Oft má tengja saman uppfræðslu um umhverfi og ánægju af því að stunda náttúrutengda afþreyingu. Fólk sem fer í hvalaskoðun öðlast þannig upplifun er eykur við fyrri þekkingu þess og skapar ný tengsl við náttúru jarðarinnar sem ekki fást í skólastofu (Falk o. fl., 2011, 922).

## 2.3 Helstu rannsóknir

Saxman og Stuessy (2012) fjalla um þarfagreiningu fyrir starfsþjálfun, fræðslu fyrir útivistarverkefni og skipulagningu starfsþjálfunar í útivistargreinum. Þeir taka fyrir upphafsþjálfun starfsmanna, framhaldsfræðslu og handleiðslu þeirra ásamt mati á árangri með þjálfuninni og náminu. Samtök ferðaþjónustunnar í samstarfi við fleiri aðila gerði úttekt á menntunar og fræðslumálum ferðaþjónustunnar á Íslandi í byrjun 21. aldar (HRM rannsóknir og ráðgjöf, 2005). Í kjölfarið sigldi könnun á menntun og þjálfun hjá ferðaþjónustufyrirtækjum, ásamt þörfum þeirra í þessum efnun árið 2005. Þar með voru fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu.

Árið 2014 birtist ný stöðugreining KPMG gerð fyrir Ferðamálastofu, *Betur vinnur vit en strit – eða hvað? Greining menntunar í ferðaþjónustu*. Þar er bent á að gjá hafi myndast milli fjölda ferðamanna og menntunar og þjálfunar starfsfólks í ferðaþjónustu. Þrátt fyrir töluvert framboð á fjölbreyttu námi tengdu ferðaþjónustu, þá skorti á tengingu milli námsstiga, möguleikar á áframhaldandi námi væru takmarkaðir og skortur á margs konar styttra námi.

Námskeiðum fyrir fyrirtæki í ferðapjónustu, bæði innan háskóla og símennt-unarmiðstöðva, fylgdi ekki formleg námsviðurkenning (Ferðamálastofa, 2014, 2, 6). Annað sem kemur fram í greiningunni er að bæta þurfi tengsl milli fræðsluaðila og ferða-þjónustunnar og sama gildi um samstarf stjórnvalda, fræðsluaðila og ferðapjónustu-fyrirtækja. Byggja þurfi upp óformlegar námsleiðir og námskeið, sem starfsmenn geti sinnt samhliða starfi og í leiðinni safnað námseiningum er fengju formlega viðurkenningu (Ferðamálastofa, 2014, 9, 14).

Eftir að Stjórnstöð ferðamála kom til sögunnar haustið 2015 (Stjórnstöð ferðamála, e. d.) var ráðist í nýja úttekt á mannauðsmálum ferðapjónustunnar, m. a. menntunar- og fræðslu-málum. Í könnun sem gerð var á vegum Stjórnstöðvarinnar í tengslum við þessa úttekt, er m. a. spurt um þá fræðslu, þjálfun eða nám er stendur starfsfólki fyrirtækjanna til boða, þær hindranir sem gætu staðið í vegi fræðslu og þjálfun starfsfólks og hvernig best væri að standa að fræðslu og þjálfun. Einnig var spurt um mat aðstandenda fyrirtækjanna á námsleiðum sem eru í boði fyrir starfsfólk, nám, fræðslu og símenntun. Þátttakendum í könnuninni var líka gefinn kostur á að láta skoðanir sínar í ljós í opnum spurningum (Gallup og Stjórnstöð ferðamála, 2016, 87 - 125). Sú hæfni sem ferðapjónustufyrirtækin óskuðu helst eftir var þjónustulund, gestrisni, jákvætt viðmót, sjálfstæði í vinnubrögðum og færni í samskiptum. Hvað nám snertir var nýliðafræðsla talin mjög aðkallandi og fræðsla tengd upplifun ferðamanna, þjónustu, samskiptum, öryggismálum, umhverfismálum, menningu og minjum. Einnig þyrfti menntun og fræðslu tengda undirgreinum ferðapjónustunnar og einstökum landshlutum ásamt sérhæfðu námi tengdu leiðsögn, hvalaskoðun, flúðasiglingum og líku (Stjórnstöð ferðamála, 2016, 12).

Dewhurst o. fl. (2007, 139) gerðu rannsókn á því sem hindrað getur smærri fyrirtæki á Bretlandi í að nýta sér starfsmenntun og þjálfun. Helstu hindranirnar í vegi formlegrar starfsþjálfunar innan þessara fyrirtækja voru:

- Kostnaður sem hlýst af því að leyfa starfsfólki að sækja námskeið utan fyrirtækisins.
- Kostnaður er fylgir þeim námskeiðum sem standa til boða.
- Sá vinnutími sem tapast meðan starfsmenn eru frá vegna starfsþjálfunar.
- Erfitt er að finna þjálfunar- eða fræðslunámskeið við hæfi.
- Eigendur / stjórnendur smærri fyrirtækja eru ekki vel upplýstir um framboð á slíkum námskeiðum eða hvar megi nálgast þau.

Auk þessara fimm lykilþátta má nefna skort á sérsniðum eða sveigjanlegum þjálfunarnámskeiðum (Dewhurst o.fl, 2007, 140; Lyons o. fl., 2016). Pittaway og Thedham (2005, 412) bæta því við að eigendur smárra fyrirtækja óttist að formleg þjálfun starfsfólks geti orðið til þess að það leiti tækifæra annars staðar og hverfi úr vinnu. Lyons o. fl. (2016) gerðu rannsókn á hömlum á starfsframa innan smærri ferðaþjónustufyrirtækja í Ástralíu og voru niðurstöður þeirra voru mjög í takt við rannsókn Dewhurst og félaga. Í könnun Gallup og Stjórnstöðvar ferðamála (2016, 91) kom í ljós, að það eru frekar tímaskortur, erfiðleikar á að fá staðgengla meðan starfsmenn eru í námi, skortur á námi, námskeiðum eða þjálfun við hæfi sem eru hindranir fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki.

## 2.4 Nauðsyn á rannsóknum

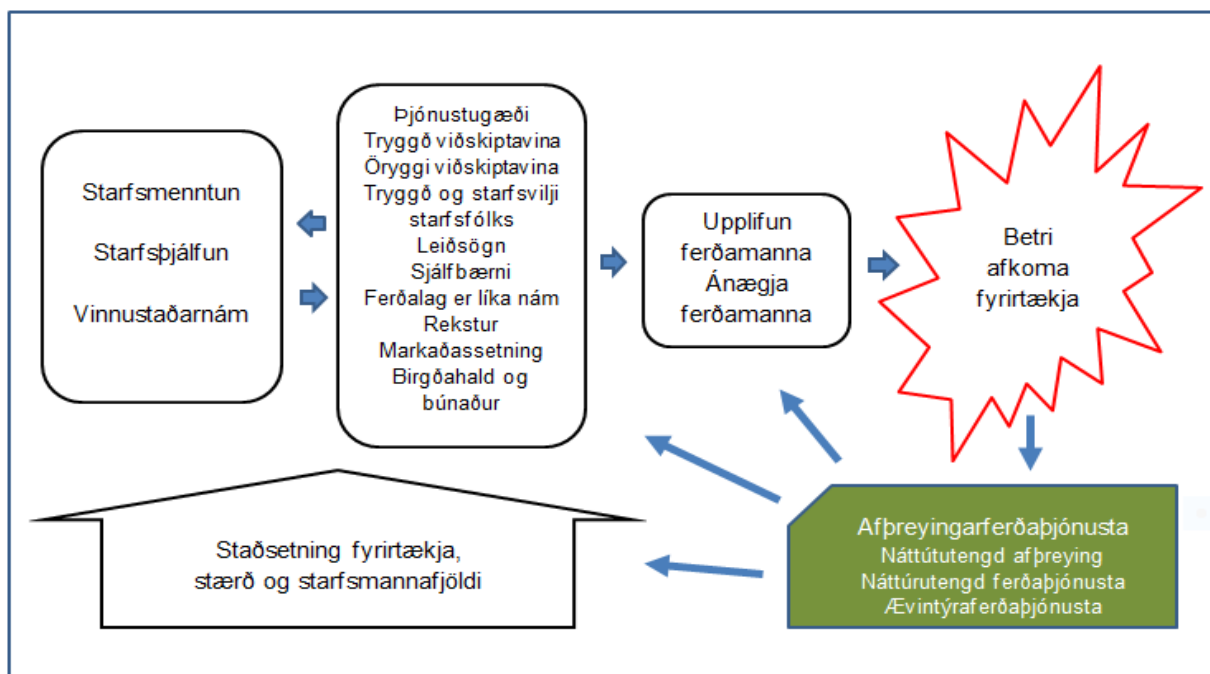
Starfsmenntun og starfsþjálfun hafa þótt eiga undir högg að sækja bæði erlendis sem hérlendis og bent á að efla þurfi veg þessara menntunaforma (Moody, 2002; Atli Harðarson o. fl., 2016). Við úttekt á fræðilegu efni um starfsmenntun og starfsþjálfun í náttúrutengdri afþreyingarferðaþjónustu kom í ljós, að þar er um frekar fátæklegan garð að gresja. Nokkrir höfundar og fræðimenn hafa komist að svipaðri niðurstöðu hvað snertir rannsóknir innan ferðamálafræðanna á þessum málaflokki (Dewhurst o. fl., 2006; Ayikoru o. fl., 2008; Falk o. fl., 2011; Carmody, 2013; Weiler og Black, 2015; Baum o. fl., 2016). Þetta bendir til þess að það sé viss gjá eða gap hvað snertir rannsóknir á starfsmenntun og starfsþjálfun, bæði hérlendis og erlendis og því nauðsyn á að efla rannsóknir á því sviði (Ferðamálastofa, 2014). Sú áhersla sem lögð er á mikilvægi menntunar og þjálfunar fyrir ferðaþjónustu og kemur fram í þeirri fræðilegu umræðu sem rakin er í kafla 2.3 hér að framan, sýnir að hér er um verðugt rannsóknarefni er að ræða. Það ætti að vera frekari hvati til rannsókna.

Þær greiningar sem hafa verið gerðar á þörfum fyrir menntun og þjálfun starfsfólks benda til þess að hérlendis sé þörf á frekari rannsóknum á fræðslu og þjálfun (HRM rannsóknir og ráðgjöf, 2005; Ferðamálastofa, 2014). Ferðaþjónusta byggð á náttúrutengdri afþreyingu hefur farið vaxandi á undanförunum árum og því er mikilvægt að skoða afstöðu stjórnenda slíkra fyrirtækja á Norðurlandi til menntunar og þjálfunar. Hverjar þarfir fyrirtækjanna eru á þessu sviði, hvað gæti staðið í vegi og hvernig best verður staðið að fræðslu og þjálfun.

# 3 Rannsóknaraðferð

## 3.1 Rannsóknarefnið

Þjónusta við ferðamenn sem koma til landsins í leit að afþreyingu felst ekki aðeins í því að taka á móti broshýru ferðafólki á Keflavíkurflugvelli og senda það síðan vítt og breitt um landið. Ferðaþjónusta er umfangsmikið, oft nokkuð flókið og tímarfrekt ferli. Búa þarf til ferðaþjónustuvöruna og móta frekar eftir þörfum, markaðssetja hana, skapa eftirvæntingu ferðamannsins og afla alls þess sem þarf til starfsemi fyrirtækisins. Það þarf að skipuleggja og stjórna daglegum rekstri, fjármálum og skrifstofuhaldi. Afla þarf tilskilinna leyfa, líta eftir öllum búnaði sem notaður er og þjálfa starfsfólk svo eitthvað sé nefnt (Cloutier, 2003; Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016). Að þessu öllu loknu kemur fyrst að því að hægt sé að taka á móti viðskipavinum og þjónusta þá. Líta má á starfsmenntun, starfsþjálfun og vinnustaðanám sem ákveðinn grunn að þessum undirbúningi og því að koma ferðaþjónustu



Mynd 3.1. Tengsl menntunar og þjálfunar við fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu

vörinni á skilvirkan og skilmerkilegan hátt til ferðamannsins. Hvernig þetta allt getur tengst saman má sjá á mynd 3.1 hér fyrir ofan.

Á myndinni má sjá hugmynd um tengslin milli starfsnáms, starfsþjálfunar og vinnustaðarnáms við rekstur og afkomu fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu. Gengið er út frá því að þarfir fyrirtækjanna fyrir þekkingu og færni fari eftir þeim almennu og sértæku störfum sem sinna þarf við rekstur fyrirtækisins, þá í ljósi þeirrar ferðaþjónustuvöru sem verið er að bjóða upp á hverju sinni (Cloutier, 2003, 242 - 243). Starfsemi fyrirtækjanna, ferðaþjónustuvörur og sérþarfir móta eftirspurn þeirra eftir starfsmenntun, starfsþjálfun og fræðslu og hverju er sóst eftir á því sviði. Ytri aðstæður skipta líka máli eins og landfræðileg staðsetning, stærð fyrirtækjanna eða starfsmannafjöldi, ásamt því hvaða fræðsluform henta fyrirtækjunum best (Lyons o. fl., 2016, 320; Dewhurst o. fl., 2007; Stjórnstöð ferðamála, 2016, 7, 10, 12) og er annar grunntónn sem hefur áhrif á ferli menntunar, fræðslu og þjálfunar. Hvernig staðið er að fræðslu og þjálfunarmálum fyrirtækja, ætti því að hafa áhrif á hag þeirra og ánægju viðskiptavinanna.

Út frá þessum forsendum voru eftirfarandi rannsóknarspurningar mótaðar sem grunnur að þessari rannsókn:

- Hvaða starfsmenntun og þjálfun er nauðsynleg fyrir fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu á Mið – Norðurlandi að mati forsvarsmanna þeirra?
- Eru hindranir í vegi fyrir því að að umrædd fyrirtæki nýti sér starfsmenntun og þjálfun og þá hverjar?
- Hvernig telja forsvarsmenn fyrirtækjanna best að skipuleggja starfsmenntun og þjálfun innan fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu?

## **3.2 Þekkingarfræði, aðferðafræði og rannsóknaraðferðir**

Megin leiðirnar tvær til að afla þekkingar ganga út frá ólíkri heimsmynd og afstöðu til þekkingarfræði eða ólíkum reglum um þekkingaröflun. Í þeirri fyrri, sem oft er kennd við meginlega rannsóknarhefð, er gengið út frá því aðeins sé hægt að afla þekkingar í gegnum skynjun og allir búi við sama skilning á heiminum eða sömu heimsmynd. Síðari leiðin er

nefnd eigindleg rannsóknarhefð og gerir ráð fyrir að fólk geti átt sér ólíka heimsmynd og ekki sé um neinn einn algildan raunveruleika að ræða. Því sé hægt að afla þekkingar á ólíka vegu (Creswell, 2013, 20; O'Leary, 2010, 5).

Í meginlegu rannsóknarhefðinni er gengið út frá afleiðslu, en þá er byrjað á að skoða einstaka þætti eða atriði og síðan dregin af því almenn ályktun eða alhæfing sem gildir um öll samskonar fyrirbæri. Þessi leið er gjarnan notuð til að prófa tilgátur og forma kenningar og henni tengjast rannsóknaraðferðir eins og tilraunir og kannanir. Eigindlega rannsóknar-hefðin byggir á aðleiðslu er felst í að skoða hvað gildir almennt um rannsóknarefnið, en síðan horfið að því sem er sérstakt og því síðan lýst hnotskurn. Aðferðir eins og vettvangs-athuganir, viðtöl og athuganir falla undir þessa leið (Finn, Elliot-White og Walton, 2000, 15, 20). Meginlegar rannsóknaraðferðir hafa verið tengdar náttúrvísindum og tölulegum gögnum sem túlka má og skýra með aðferðum tölfræðinnar (Finn o. fl. 2000). Eigindlegar aðferðir hafa aftur á móti tengst meira fræðum þar sem úrvinnsla gagna fer fram í gegnum lýsingar eða greiningu á innhaldi gagnanna (Berg, 2009). Í dag eru skilin milli rannsóknahéðanna sjaldnast klippt og skorin og algengt að þeim sé blandað saman. Oft eru líka ólíkar rannsóknaraðferðir notaðar í sömu rannsókn til að fá fram ólík sjónarhorn og tryggja betur réttmæti og áreiðanleika niðurstaðnanna (O'Leary, 2010, 6; Finn o. fl., 2000, 10), og er þá talað um margprófun.

### **3.3 Rannsóknaraðferðin**

Hvað þessa rannsókn snertir koma til álita tvær af þeim rannsóknaraðferðum sem hvað vinsælastar hafa þótt innan ferðamálafræða, svo nefnd könnunaraðferð og þjóðfræðiaðferð (Finn o. fl., 2000). Við gerð könnunar eru ákveðin atriði er rannsakandi telur mikilvæg, eða breytur, umorðuð yfir í fyrirfram gefin svör við spurningum og fullyrðingar sem svarandi velur síðan úr. Þessi leið hefur þá kosti að með henni má safna miklum upplýsingum víða að á tiltölulega skömmum tíma, leiða líkur að orsakasambandi eða finna mynstur upplýsinga og nýta tölfræði til úrvinnslu gagna (Finn o. fl., 2000, 4). Könnunarrannsóknir hafa verið gagnrýndar fyrir að vera yfirborðskenndar, ekki sé kafað djúpt bakvið hlutina og rannsakandinn velji þá svarmöguleika sem þátttakendum í rannsókninni standa til boða. Þeir möguleikar þurfi ekki endilega að falla vel að skoðunum þátttakenda (O'Leary, 2010, 183; Lawton og Weaver, 2015, 664 – 666). Með þjóðfræðiaðferðinni er menning samfélaga skoðuð við sínar eðlilegu aðstæður, félagsleg samskipti eins og þau gerast í daglegu lífi og áhersla

lögð á þá merkingu sem þátttakendur í rannsókninni leggja sjálfir í hlutina. Upplýsingasöfnunin fer þar fram í gegnum misformleg viðtöl, með athugunum eða á rannsóknarvettvanginum sjálfum. Þessi leið hefur þá kosti að vera gerð við eðlilegar eða náttúrulegar aðstæður, ásamt því að gefa dýpri og betri skilning á viðhorfum og veruleika þátttakendanna en aðrar rannsóknaraðferðir (Finn o. fl., 2000, 4 – 5; Berg, 2009; Creswell, 2013). Þeir gallar eru á þjóðfræðirannsóknum að þær vilja taka langan tíma, rannsakandi á oft erfitt með að aðskilja eigin hugarheim frá rannsóknarefninu og erfitt er að yfirfæra niðurstöður á önnur tilvik eða fyrirbæri (O’Leary, 2010, 196, 211 – 212; Creswell, 2013; 83, 96). Þriðja leiðin er að reyna að nota þessar aðferðir báðar og reyna að láta þær vinna hvor aðra upp.

Hugmyndin með þessari rannsókn er að sjá hvaða hugmyndir stjórnendur afþreyingarfyrirkæja á Norðurlandi hafa um starfsmenntun, þjálfun og hvaða form fræðslu henta fyrirtækjunum best. Því skiptir jafn miklu að fá fram hvað þeir hafa sjálfir um málin að segja, eins og láta þá velja úr fyrirfram gefnum hugmyndum rannsakandans og til þess henta opin viðtöl eða frásagnir þátttakenda vel. En þar sem rannsóknarþýðið dreifist yfir nokkuð stórt landsvæði, eða allt Norðurland, er gott að geta nýtt þann kost kannana að ná til margra á auðveldan hátt á stuttum tíma. Könnun auðveldar líka söfnun mikilvægra bakgrunnsupplýsinga. Það varð því úr hvað rannsóknarðferð snertir, að reyna að samþætta kosti könnunnar og viðtals eða frásagnar í gegnum netkönnun.

Lawton og Weaver (2015) telja að rannsakendur stýri að nokkru þeim upplýsingum sem fást í gegnum spurningalistakannanir með því að velja svörin fyrirfram og þar með hverju þátttakendur svara og hvernig (Lawton og Weaver, 2015, 664 – 666). Þetta getur haft áhrif á niðurstöður rannsókna. Þessa skekkju vilja Lawton og Weaver lagfæra með því að bæta við opnum spurningum í kannanir. Þá fá svarendur tækifæri til að láta móðan mása og setja sína afstöðu og skoðanir fram, burtséð frá sjónarhorni rannsakandans eða þeirra er hann starfar fyrir. Þau benda á að nota megi blandaða aðferð meginlegrar könnunnar og opinna spurninga, þar sem eigindlegar greiningaraðferðir eru notaðar til að vinna úr opnu spurningunum. Þannig verði niðurstöðurnar líka grundaðar í náttúrulegum svörum og viðbrögðum þátttakenda. Reynsla þeirra sjálfra af slíkri blandaðri aðferð í eigin rannsókn var góð (Lawton og Weaver, 2015, 669, 677). Í könnun Gallup fyrir Stjórnstöð ferðamála 2016 var farin sama leið og möguleiki til skriflegra svara lätin fylgja lokuðum spurningum (Gallup og Stjórnstöð ferðamála, 2016) og verður ekki betur séð en það hafi gefið góða raun.



Hér er hugmyndin að fara svipaða leið og reyna að blanda saman rannóknarhefðunum tveimur í eigindlegri og megindlegri rannsókn. Með því ættu að fást dýpri skilningur á viðhorfum og þeim raunveruleika sem þátttakendur rannsóknarinnar búa við og vinna má úr með eigindlegri gagnagreiningu.

## 3.4 Rannsóknin

### 3.4.1 Rannsóknarþýðið

Ferðamenn nýta sér alls kyns afþreyingu frá mörgum ólíkum aðilum er veita slíka þjónustu. Því þarf að afmarka hvenær um þjónustu fyrirtækis í afþreyingarferðaþjónustu er að ræða eða almenna þjónustu sem ferðamenn nýta sér, en ekki er sérsniðin eða sérstaklega ætluð ferðamönnum. Þetta var gert út frá eftirfarandi viðmiðum:

- Náttúrutengd afþreying sé aðal vara fyrirtækisins.
- Afþreyingarferðaþjónusta sé aðal þáttur í starfsemi fyrirtækisins.
- Fyrirtækið sé ekki eingöngu ferðaskrifstofa, heldur framleiði sjálft. ferðaþjónustuvöru sem nýti sér náttúrutengda afþreyingu í vörunni.
- Ekki sé um félagssamtök sem nýti sér áhugamál til tekjuöflunar í gegnum þjónustu við ferðaþjónustufyrirtæki að ræða, eða einstaklinga sem nýti sér áhugamál tímabundið til tekjuöflunar í tengslum við ferðaþjónustu.
- Fyrirtækið þarf að hafa virkt netfang.

Með þessu voru aðilar eins og almennar ferðaskrifstofur útilokaðar þótt þær hafi afþreyingu í boði með öðru, einnig sundlaugar, golfvellir, skotsvæði og aðrir slíkir aðilar, félags-samtök eða opinberir. Sama gildir um býli sem bjóða upp á að fara á hestbak en skipuleggja ekki lengri ferðir og einstaklingar í tímabundinni tekjuöflun. Þar sem þessi háttur var hafður á við val fyrirtækja í rannsóknina, verður að líta á þýðislistann sem eins konar þægindaúrtak úr fyrirtækjum í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi.

Þegar upp var staðið voru 49 fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi í rannsóknarþýðinu, en í ljós koma að netföng 5 fyrirtækja voru ekki virk og dattu þau því sjálfkrafa út.

### 3.4.2 Spurningalistinn

Við gerð spurningalistans var byrjað á að finna grunnhugtök rannsóknarinnar, skilgreina þau, kortleggja og tengja við helstu þætti í starfi fyrirtækja í afþreyingarferðapjónustu. Rannsóknarþættir voru síðan umritaðir í breytur og reynt að átta sig á tengslunum milli þeirra og breyturnar að lokum aðgerðabundnar í opnum og lokuðum spurningum eða mælikvörðum í spurningalista. Lögð var áhersla á að gefa þátttakendum kost á að gera athugasemdir við ákveðnar spurningar eða svara þeim með eigin orðum út frá sínum sjónarmiðum. Við gerð spurningalistans var stuðst við erlendar og innlendar rannsóknir er er snerta rannsóknarefni þessara rannsókna (Lyons o. fl., 2016; Dewhurst o. fl., 2007; Gallup og Stjórnstöð, 2016).

Spurningalistinn var prófaður á völdum hópi einstaklinga sem tók að sér að athuga hvort allt virkaði sem skyldi og kom með ábendingar um hvað mætti betur fara. Spurningalistinn fylgir í viðauka 1 og vísast að öðru leyti til hans.

### 3.4.3 Framkvæmd

Til að auðvelda úrvinnslu og til að fá samanburð milli svæða var rannsóknarsvæðinu, Norðurlandi, skipt upp í undirsvæði á eftirfarandi hátt:

- Húnavatnssýslur – Húnaþing vestra, Húnavatnshreppur, Blönduósþing, Skagabyggð og Sveitarfélagið Skagaströnd.
- Skagafjörður – Sveitarfélagið Skagafjörður og Akrahreppur
- Eyjafjörður 1 – Fjallabyggð og Dalvíkurbyggð.
- Eyjafjörður 2 – Hörgársveit, Akureyrarkaupstaður, Eyjafjarðarsveit, Svalbarðsstrandarhreppur og Grýtubakkahreppur.
- Þingaeyjasýslur – Þingeyjarsveit, Skútustaðahreppur, Norðurþing og Tjörneshreppur.

Búinn var til þýðislisti yfir þau fyrirtæki sem falla undir skilgreinguna á rannsóknarþýðinu samkvæmt þeim viðmiðum sem greint er frá hér að framan og notaðar til þess upplýsingar á Visit síðum um ferðapjónustufyrirtæki og upplýsingar frá Ferðamálastofu. Þessi listi var síðan notaður til að senda netkönnun í tölvupósti á fyrirtækin. Jafnframt var samin stutt kynning til að fylgja með, þar sem mikilvægi og tilgangur rannsóknarinnar er kynnt og netfang

rannsakanda hjá Háskólanum á Hólum látið fylgja með vegna hugsanlegra fyrirspurna um rannsóknina.

Netkönnunarforritið Survey Monkey var notað til að senda út könnunina og var það valið vegna ábendingar um að það væri handhægt og þægilegt í notkun. Sá háttur var hafður á að senda tengil inn á könnunina í tölvupósti á netfang fyrirtækjanna, ásamt kynningunni á rannsókninni og tilgangi hennar. Þetta fyrirkomulag er einfalt, aðgengilegt og þægilegt fyrir svarendur, en hefur þann ókost að ekki er hægt að rekja einstök svör og sjá hverjir eru þegar búnir að svara. Óskað var eftir að könnunin yrðir send til stjórnanda viðkomandi fyrirtækis, en þess getið að starfsfólki væri líka velkomið að taka þátt.

Könnunin var send út þann 28. júní 2017 og þann 12. júlí var ítrekun send á öll fyrirtækin í rannsóknarþýðinu, fyrir þá sem gleymt höfðu að svara í fyrra skiptið. Þennan hátt varð að hafa á vegna takmarkana þess útsendingarmöguleika könnunarforritsins sem notaður var. Lokaútsending var síðan 28. júlí ásamt frekari hvatningu til að svara, en könnuninni lauk 5. ágúst 2017. Níttján aðilar af 44 svöruðu könnuninni að einhverju eða öllu leyti þannig að líta má svo á að svarhlutfall sé um 40%.

#### **3.4.4 Úrvinnsla**

Úrvinnsluhamur könnunarforritsins var notaður til frumúrvinnslu þeirra gagna sem söfnuðust, en farið yfir svör einstakra svarenda og þau greind og metin frekar í töflureikninum Excel og handvirkt. Svör við opnum spurningum í könnuninni voru innihaldsgreind.

## 4 Niðurstöður

Við rýni í þær upplýsingar sem söfnuðust með könnuninni komu í ljós ákveðin mynstur eða þemu. Í fyrsta lagi er ólík afþreying eftir stærð fyrirtækjanna og staðsetningu og hvort þau bjóða upp á eina tegund afþreyingar eða fleiri. Þar spila líka inn í þær náttúrulegu aðstæður er þau búa við. Í öðru lagi er staða fræðslu og þjálfunarmála í dag hjá fyrirtækjunum. Þriðja þemað eða mynstrið er síðan mikilvægi starfsmenntunar og þjálfunar fyrir fyrirtækin og á hvaða sviðum stjórnendur þeirra vilja helst nýta sér fræðslu og þjálfun. Það fjórða eru hindranir í vegi þess að fyrirtækin geti nýtt sér fræðslu og þjálfun eða skortur á menntun og námskeiðum er henta í næsta nágrenni fyrirtækjanna. Að síðustu er hvernig best er að standa að fræðslu og þjálfun sem ætluð er fyrirtækjum í afþreyingarferðapjónustu á Norðurlandi. Þessum þemum verður fylgt í framsetningu niðurstaðnanna.

### 4.1 Stærð fyrirtækja og ólík afþreying

Stærð fyrirtækja í afþreyingarferðapjónustu á Norðurlandi getur skipt máli þegar niðurstöður rannsóknarinnar eru skoðaðar. Til dæmis má ætla að annað gildi um þarfir minnstu fyrirtækjanna hvað snertir starfsmenntun og þjálfun en þeirra stærri og að afstaða þeirra til fræðslumála sé önnur. Hér á landi mun algengast að nota flokkunarkvarða Evrópubandalagsins yfir stærð fyrirtækja, en samkvæmt honum teljast fyrirtæki með færri en 10 starfsmenn örfyrirtæki, þau sem hafa færri en 50 starfsmenn smáfyrirtæki og þau sem hafa færri starfsmenn en 250 eru talin meðalstór fyrirtæki (European Commission, 2015; Sprotar. Upplýsingaveita nýsköpunarfyrirtækja, e. d.; Staðlaráð Íslands, e. d.). Valið var að nota starfsmannafjölda á háönn til að flokka stærð þeirra fyrirtækja er tengjast þessari rannsókn og samkvæmt því eru 6 þeirra örfyrirtæki, 10 smáfyrirtæki og eitt meðalstórt. Væri starfsmannafjöldi á lágönn notaður teldust öll fyrirtækin örfyrirtæki utan eitt.

Samkvæmt þeim svörum sem fengust eru það frekar stærri fyrirtækin sem bjóða upp á fjölbreytta afþreyingu en minni fyrirtækin einskorða sig við fáar tegundir eða eina ákveðna afþreyingu. Ólík afþreying er í boði hjá fyrirtækjum í afþreyingarferðapjónustu á Norðurlandi, bæði afþreying tengd vetri og sumri og kallar á ólíka færni starfsfólks.

## 4.2 Fræðsla, þjálfun og stefnumótun

Í ljós kom að meirihluti þátttakenda í rannsókninni eða um 80% töldu að innan síns fyrirtækis fengi nýtt starfsfólk skipulega fræðslu um fyrirtækið og starfsemi þess, ásamt upphafsþjálfun í því starfi eða störfum sem það ætti að inna af hendi. Það fengi þjálfun í að bregðast við hættu eða áföllum sem gætu átt sér stað í tengslum við starfsemina. Um 35% sögðu að um reglulega endurþjálfun væri að ræða eða skipulega framhaldsþjálfun í sértækum störfum. Í nær öllum fyrirtækjunum fór starfsþjálfunin fram innan fyrirtækisins. Helmingur svarenda taldi fyrirtæki sitt með formlega fræðlustefnu og 57% með formlega þjálfunarstefnu. Í fimm tilvikum var ekki um slíkt að ræða en þjálfun og fræðsla til staðar á óformlegan hátt. Flestir svarenda töldu að athugað hefði verið hvaða starfsmenntun eða þjálfun þyrfti innan fyrirtækisins, en í tveim tilvikum hafði ekkert slíkt farið fram.

## 4.3 Þörf fyrir starfsmenntun og starfsþjálfun

Spurt var um afstöðu stjórnenda til þess hvort starfsmenntun eða starfsþjálfun gæti bætt ákveðna þætti er tengjast starfsemi fyrirtækja í afþreyingarferðþjónustu. Þessir þættir voru:

- Þjónusta og gæðamál.
- Tryggð viðskiptavina við fyrirtæki.
- Tryggð starfsfólks við fyrirtæki.
- Bætt öryggi gesta og dregið úr fjárhagslegri áhættu vegna óhappa.
- Leiðsögn og umönnun viðskiptavina.
- Sjálfbærni og þekking á málefnum er snerta hana.
- Þekking ferðamanna á umgegni við náttúruna og vernd hennar.

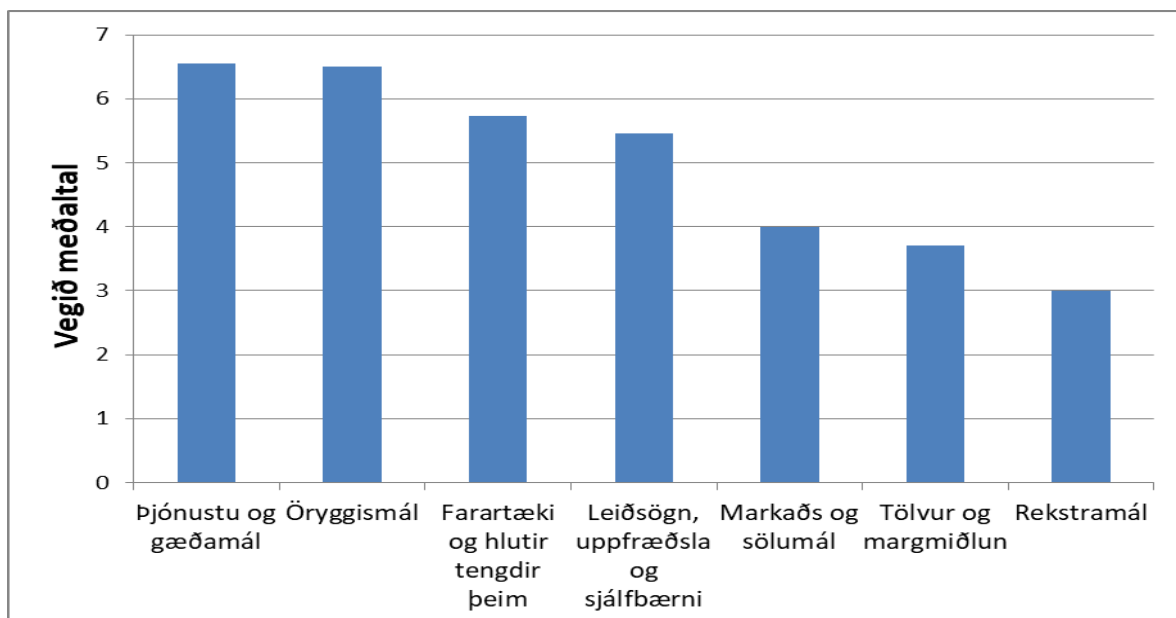
Gefnir voru svarmöguleikar frá mjög sammála til mjög ósammála. Niðurstöðuna má sjá í eftirfarandi töflu:

Tafla 4.1 Afstaða stjórnenda til sjö þátta er tengjast starfsemi fyrirtækja

| Þættir í starfsemi                       | Mjög sammála eða sammála |
|--|--------------------------|
| Þjónusta og gæðamál                      | 100%                     |
| Tryggð viðskiptavina                     | 88%                      |
| Tryggð starfsfólks                       | 76%                      |
| Öryggi gesta og minni fjárhagsleg áhætta | 94%                      |
| Leiðsögn og umönnun viðskiptavina        | 100%                     |
| Sjálfbærni og málefni er snerta hana     | 94%                      |
| Umgengni ferðamanna og vernd náttúru     | 100%                     |

Enginn var ósammála eða mjög ósammála.

Þátttakendur voru beðnir um að raða sjö gefnum starfssviðum eftir mikilvægi í sæti; fyrsta, annað, þriðja o. s. frv.. Var það gert til að sjá á hvaða sviðum í starfsemi fyrirtækjanna þeir



Mynd 4.1 Mikilvægum þáttum í starfi fyrirtækja raðað út frá starfsmenntun og þjálfun

teldu mikilvægt að fræða eða þjálfa starfsfólk. Mynd 4.1 að ofan sýnir vegið meðaltal fyrir röðun þáttanna í sæti. Af myndinni má sjá að þjónustu og gæðamál ásamt öryggismálum eru ofarlega í hugum stjórnenda þegar starfsmenntun og þjálfun er til athugunar. Síðan koma málefni tengd leiðsögn og farartækjum, en markaðs- og solumál ásamt rekstrar-tegndum málum eru ekki talin eins mikilvæg. Það gæti stafað af því að þau séu frekar talin á verksviði stjórnenda en almennra starfsmanna. Tölvu og margmiðlunarmál reka síðan lestina.

Í könnuninni var opin spurning þar sem svarendum gafst tækifæri til að tjá sig frekar um þarfir fyrirtækis síns á sviði starfsmenntunar og þjálfunar. Með henni var vonast eftir upplýsingum um sérþarfir ólíkra fyrirtækja fyrir fræðslu og þjálfun er tengist þeirri afþreyingu sem þau bjóða upp á. Eftirtekjan var frekar rýr og olli það vonbrigðum. Þó komu fram ábendingar um þörf á fræðslu og þjálfun í gestamóttöku, fyrir leiðsögumenn, skipstjórnarmenn og í afgreiðslustörfum.

## 4.4 Hindranir í vegi starfsmenntunar og þjálfunar

Til að sjá hvort þátttakendur teldu eitthvað geta hamað eða hindrað fyrirtæki í að standa fyrir starfsnámi, fræðslu eða þjálfun eða nýta sér þá hluti, voru notaðar fullyrðingar þar sem velja mátti fleiri en einn lið. Niðurstöðurnar má sjá í töflu 4.2 hér að neðan.

*Tafla 4.2 Hindranir í vegi þess að fyrirtæki nýti sér starfsmenntun og þjálfun*

| Ástæður / hindranir  | Fjöldi svara |
|--|--------------|
| Ekki tími frá því að reka fyrirtækið til að sinna skipulagningu fræðslu og þjálfunar               | 4            |
| Lítið eða ekkert framboð á því námi eða þjálfun sem fyrirtækið þarf á að halda í nágrenni þess     | 4            |
| Erfitt að að koma starfsþjálfun við þegar mest er þörf á henni og verið er að ráða nýtt starfsfólk | 4            |
| Skortur á námskeiðum sem hægt er að nýta þegar tími gefst frá störfum [Framhald]                   | 4            |
| Erfitt að fá afleysingarfólk meðan starfsmenn fara á námskeið                                      | 3            |
| Skortur á námskeiðum á vinnustað og í tengslum við vinnuna   | 3            |

|  |   |
|--|---|
| Erfitt að nálgast upplýsingar um fræðslu og þjálfunarnámskeið                                    | 2 |
| Kostnaður vegna vinnutíma sem tapast of mikill   | 2 |
| Hætta á að starfsmenn fari til annarra fyrirtækja eftir að hafa fengið aukna menntun eða þjálfun | 1 |
| Of kostnaðarsamt að ráða afleysingafólk meðan starfsmenn fara á námskeið eða í nám               | 1 |
| Kostnaður við að standa fyrir fræðslu og þjálfun of mikill                                       | 1 |
| Starfsmenn þurfa ekki á viðbótarmenntun að halda   | 1 |
| Skortur á námsfyrirkomulagi sem starfsmenn geta nýtt sér þegar þeim hentar                       | 1 |

---

Þegar niðurstöðurnar eru teknar saman má greina ferns konar hömlur. Í fyrsta lagi vegna truflunar á starfsemi fyrirtækjanna. Tími gefst ekki frá rekstri til að sinna fræðslu og þjálfun, erfitt að koma þessu fyrir þegar mest er þörf og erfitt er að fá afleysingafólk fyrir þá sem fara á námskeið. Í öðru lagi er skortur á hentugu námi fyrir fyrirtækin. Það er ekki í nágrenni fyrirtækja, á þeim tíma sem passar eða hægt að hafa fræðslu og þjálfun á vinnustað eða tengja vinnu. Í þriðja lagi er kostnaður vegna vinnutíma er tapast, við að ráða afleysingafólk eða halda námskeið eða standa fyrir fræðslu. Í fjórða lagi er svo skortur á upplýsingum um hvað er í boði á sviði fræðslu og þjálfunar.

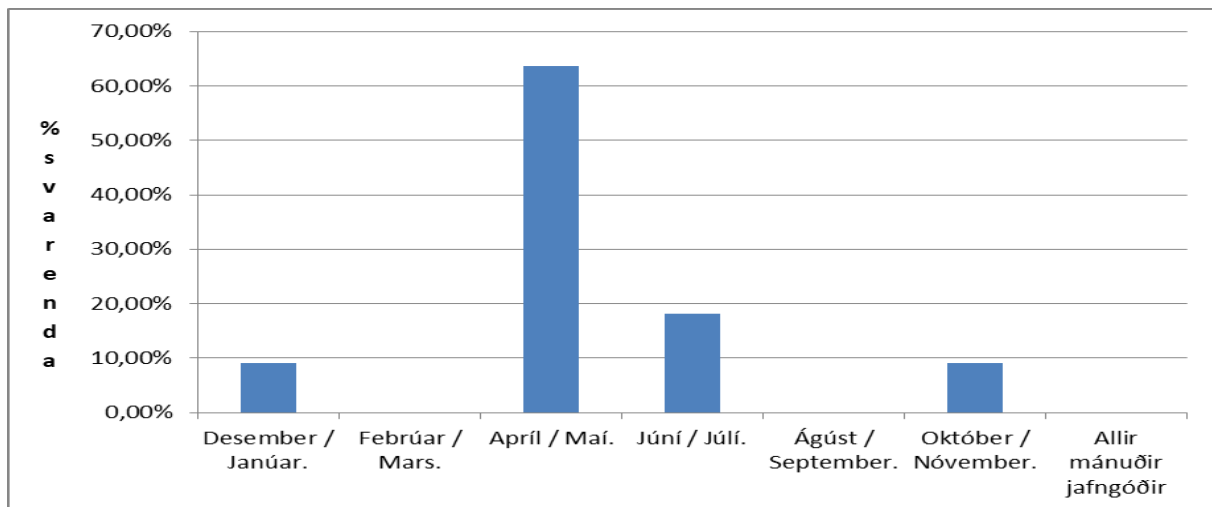
## 4.5 Hvernig er best að standa að fræðslu og þjálfun?

Til að athuga hvaða form fræðslu eða menntunar kæmu sér best fyrir fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu, voru gefnar upp fimm ólíkar leiðir til að stunda nám eða fræðast, ásamt möguleika til að segja frá með eigin orðum:



- Hefðbundið skólanám (námskeið í háskóla, framhaldsskóla).
- Námskeið innan hefðbundinna menntastofnana (háskóla, framhaldsskóla).
- Fræðsluefni og / eða kennslumyndbönd sem sækja má á þar til gerðar netsíður.
- Skipuleg fjarnámskeið gegnum kennslusíður með leiðbeinanda þar sem hver einstakur starfsmaður getur unnið með sínum hraða og þegar honum hentar.
- Skipuleg fjarnámskeið með leiðbeinanda í gegnum fjarfundabúnað nálægt eða á vinnustað.

Þátttakendur voru beðnir um að raða í númeraröð frá einum upp í fimm. Níu þátttakendur af 17 svöruðu spurningunni, eða um helmingur svarenda, þannig að áhugi á þessu hefur ekki verið mjög mikill. Í svörum þátttakenda kemur fram lítill munur milli námsformanna fimm sem gefin voru upp sem valkostir. Þó er fræðsla í gegnum fjarfundarbúnað örlítið ofar en aðrir möguleikar, en fræðsluefni á myndböndum á neti eru lakast.



Mynd 4.2 Besti tími ársins til fræðslu og þjálfunarnámskeiða

Spurt var á hvaða tíma árs það hentaði fyrirtækjunum að halda fræðslu eða þjálfunarnámskeið og svöruðu 11 af 17 þátttakendum. Eins og fram kemur á mynd 4.2 að ofan standa mánuðir apríl og maí upp úr hvað þetta varðar.

Hvað samstarf ferðaþjónustufyrirtækja og fræðuslaðila snertir töldu fjórir þátttakenda það gott, fimm í meðallagi en tveir slæmt eða ekkert.

## 4.6 Opnar spurningar

Við flestar spurningar könnunarinnar var gefinn kostur á að segja frekar frá í opnum svarlið. Þetta skilaði ekki miklu en einn svaraenda benti á að fyrirtækið væri aðeins opið yfir ferðamannatímamann og því mest þörf á starfsfólki yfir sumarið. Af þeirri ástæðu væri mikil starfsmannavelta og fyrirtækið legði mikla áherslu á að útvega gott fræðsluefni fyrir starfsmenn. Þeir sem starfað hefðu lengi hjá fyrirtækinu væru þjálfaðir í að uppfræða nýja starfsmenn og þannig færi fræðsla og starfsþjálfun að mestu fram á vinnutíma innan fyrirtækisins. Annar þátttakandi tók undir þetta og benti á að árstíðabundin starfsemi hefði í för með sér örar mannabreytingar og því væri erfitt að byggja upp reynslu og þekkingu meðal starfsmanna. Ferðaþjónusta víða á landsbyggðinni byggðist enn á litlum fyrirtækjum er reyndu að veita viðskiptavinum sínum persónulega þjónustu með ólíkum áherslum.

## 4.7 Misfellur

Ein af þeim hugmyndum sem lagt var upp með í þessari rannsókn var að nota opnar spurningar til að fá fram dýpri svör frá þátttakendum, en binda þá ekki um og of við fyrirfram gefnar hugmyndir rannsakandans í formi staðlaðra spurninga. Þannig átti að reyna að ná fram kostum eigindlegrar rannsóknar í bland við megindelega. Tvær opnar spurningar í könnuninni voru mjög mikilvægar að þessu leyti. Spurning 12: Vilt þú segja með eigin orðum betur frá því í hvaða störfum innan þíns fyrirtækis starfsþjálfun eða starfsmenntun kæmi best að notum? Þessi spurning átti að gefa stjórnendum kost á að tjá sig um starfsmenntun og þjálfun út frá þeirra eigin sjónarhorni. Og spurning 15. Þar voru svarendur beðnir um að segja frá því hvernig þeir vildu sjá staðið að fræðslu og starfsþjálfun innan síns fyrirtækis En þetta tókst ekki. Nánast allir slepptu þessum spurningum.

Ástæðurnar fyrir þessu kunna að vera að könnunin var gerð á háönn og stjórnendur hugsanlega ekki getað gefið sér tíma til að velta hlutunum fyrir sér. Benda hefði mátt betur á mikilvægi spurninganna í kynningu og útskýringum með spurningunum og hve gott væri að fá þessar upplýsingar, eða á annan hátt hvatt betur til að þeim yrði svarað.

## 5 Umræður

Markmið þessarar rannsóknar er að skoða viðhorf stjórnenda ferðaþjónustufyrirtækja á Norðurlandi er nýta sér afþreyingu sem aðal ferðaþjónustuvöru til starfsmenntunar og starfsþjálfunar. Þá með áherslu á þarfir fyrirtækjanna á þessu sviði, hvað gæti staðið í vegi og hvernig fræðslu og þjálfun verður best komið til skila til starfsfólks. Hafa verður í huga að hér er um könnunarrannsókn að ræða og varasamt að alhæfa mikið út frá niðurstöðunum.

Í fræðilegri umfjöllun í kafla 2.2 er mikilvægi starfsmenntunar og þjálfunar fyrir afþreyingarferðaþjónustu dregið fram og bent á mikilvægi vel menntaðs og þjálfaðs starfsfólks fyrir ferðaþjónustufyrirtæki. Þar er líka bent á áhrif fræðslu og þjálfunar á mikilvæga þætti í starfsemi ferðaþjónustufyrirtækja eins og þjónustugæði, tryggð viðskipta-vina og starfsfólks, öryggismál og áhættustjórnun, sjálfbærni og leiðsögn. Vísast til þessarar umræðu hér, en hún svarar játandi spurningunni um hvort starfsmenntun og starfsþjálfun sé yfirhöfuð mikilvæg fyrir smærri ferðaþjónustufyrirtæki. Að því loknu er hægt að snúa sér að því hvernig rannsóknin svarar þeim rannsóknarspurningum sem lagt var af stað með í upphafi.

### 5.1 Mikilvægi starfsnáms, þjálfunar og vinnustaðanáms

Í þarfagreiningu KPMG fyrir Ferðamálastofu er lögð mikil áhersla á uppbygginu menntunar og þjálfunar í ferðaþjónustu og þessi áhersla endurspeglast í hugmyndum Stjórnstöðvar ferðamála um framtíðar námsfyrirkomulag fyrir atvinnugreinina (Ferða-málastofa, 2014: Stjórnstöð ferðamála, 2016). Þessi áhersla staðfestir það mikilvægi starfsmenntunar og þjálfunar sem rakið er í kafla 2.2. Niðurstöður þessarar rannsóknar sýna að stjórnendur fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi gera sér góða grein fyrir þessu mikilvægi starfsmenntunnar, starfsþjálfunar og vinnustaðanáms fyrir ferðaþjónustu-fyrirtæki.

Erlendar rannsóknir á smærri ferðaþjónustufyrirtækjum sýna að forsvarsmenn þeirra telja fræðslu og þjálfun mikilvæga, en eru tregir til að sækja þessa hluti út fyrir fyrirtækin (Lyons o. fl., 2014; Dewhurst o. fl., 2007) og leggja áherslu á vinnustaðanáms. Með einni

undantekningu fer starfsmenntun og starfsþjálfun norðlensku fyrirtækjanna fram innan þeirra sjálfra og sama áhersla á vinnustaðanám kemur fram í rannsókn Gallup og Stjórn-stöðvar ferðamála (2016, 94). Þessi mikla áhersla á vinnustaðanám hjá norðlensku fyrirtækjunum gæti stafað af erfiðleikum við að nálgast fræðslu og þjálfun vegna staðsetningar þeirra í dreifbýli, líkt og niðurstöður þessarar rannsóknar á hömlum á menntun og þjálfun sýna. Einnig þarf að hafa í huga að hjá mörgum fyrirtækjum í afþreyingarferðaþjónustu getur hluti þeirrar starfsþjálfunar sem þörf er á verið það sérhæfð, að hún standi ekki til boða annars staðar eða stjórnendur fyrirtækjanna og starfsmenn séu sjálfir færastir í að veita þá þjálfun sem þarf. Þetta styður svar við opnum svarlið í þessari rannsókn. Slíkt getur t. d. átt við hestafyrirtæki, flúðasiglingu eða jafnvel hvalaskoðun svo eitthvað sé nefnt. Eftir stendur samt að þessum fyrirtækjum ætti að nýtast fræðsla og þjálfun sem fræðslustofnanir víðs vegar um land geta veitt og getur nýst öllum fyrirtækjum jafnt. Áherslan á vinnustaðanám getur því endurspeglad vilja fyrirtækjanna til að halda fræðslu og þjálfun í sínum höndum frekar en leita til utanaðkomandi aðila.

Komið hefur fram að mikilvægt sé fyrir útivistarfyrirtæki að setja sér stefnu í fræðslu og þjálfunarmálum og skoða hvernig fræðsla eða þjálfun er nauðsynleg vegna þjónustunnar sem boðið er upp á (Saxman og Stuessy, 2012, 220 - 221). Samkvæmt könnun Gallup og Stjórnstöðvar ferðamála (2016, 84) hafa um 20% ferðaþjónustufyrirtækja á landinu *skriflega* fræðslustefnu, en niðurstöður þessarar rannsóknar sýna að um helmingur fyrirtækja er áttu fulltrúa í rannsókninni hafa *formlega* fræðslustefnu og þjálfunarstefnu. Hvort þessi munur starfar af ólíku orðalagi spurninga skal ósagt látið, því hugsanlega er hægt að hafa formlega fræðslustefnu án þess að skrá hana niður, en þessi munur er fróðlegur. Bæði þessi rannsókn og könnun Gallup og Stjórnstöðvar (2016, 86) benda til þess, að það séu frekar stærri fyrirtækin sem eru með formlega stefnu í fræðslu og þjálfunarmálum.

## 5.2 Ólík afþreying og þarfir

Fyrsta rannsóknarspurningin snýst um þarfir fyrirtækjanna fyrir starfsmenntun og starfsþjálfun. Samkvæmt niðurstöðum rannsóknarinnar eru gæði og gæðamál í fyrsta sæti en öryggismál fylgja þar strax á eftir. Ef litið er til vegins meðaltals, þar sem um röðunarspurningu er að ræða, þá munar nánast engu á þessum tveim þáttum. Þetta er í takt við könnun Gallup og Stjórnstöðvar ferðamála (2016, 87 – 89), en þar eru öryggismál í fyrsta sæti

yfir það nám sem starfsmönnum ferðþjónustufyrirtækja stóð til boða árið 2015, en þjónusta í öðru. Ef litið er til þeirrar starfsemi í könnun Gallup og stjórnstöðvar er tengist mest afþreyingu, þá er röðunin enn sú sama. Þetta kemur ekki á óvart, því þessi mál varða fyrirtæki í afþreyingarferðþjónustu miklu.

Samkvæmt niðurstöðunum koma hlutir tengdir farartækjum næst, enda treysta fyrirtækin mikið á farartæki; bifreiðar, skip, báta, hesta svo eitthvað sé nefnt. Leiðsögn, umsjón með ferðamönnum og uppfærsla skiptir líka flest fyrirtækin í afþreyingarferðþjónustu máli og eins sjálfbærni, enda byggir ferðþjónustuvaran mikið á náttúrutengdri afþreyingu. Síðast í lestinni eru markaðs- og sölumál, tölvur og margmiðlun ásamt rekstartengdum þáttum, en líklega er litið svo á að þetta heyri frekar til starfi stjórnenda en starfsfólks.

Vonir um frekari upplýsingar er tengjast þörfum fyrirtækja fyrir fræðslu og þjálfun voru bundnar við opna spurningu, er gefa átti þátttakendum tækifæri til að láta móðan mása um þessi mál, en þær vonir urðu ekki að veruleika. Þetta mátti reyndar vera fyrirsjáanlegt og skynsamlegt hefði verið að hafa spurningu með formuðum svörum síðar til að tryggja nákvæmari greiningu á þörfum fyrirtækjanna.

Fyrirtæki í afþreyingarferðþjónustu á Norðurlandi bjóða upp á fjölbreytta og ólíka afþreyingu er getur krafist ólíkrar fræðslu eða þjálfunar. Það er verkefni þeirra aðila er vilja annast fræðslu og þjálfun og fyrirtækjanna sjálfra að vinna frekar úr þeim málum. Mjög fjölbreytta afþreying sem þessi getur líka valdið erfiðleikum við að mæta öllum þörfum fyrirtækjanna fyrir menntun, fræðslu og þjálfun og því líklegt að sá hluti þjálfunar eða menntunar sem snertir sérstaklega afþreyingarvörur fyrirtækjanna verði eftir sem áður í höndum þeirra sjálfra.

## 5.3 Hindranir

Í erlendum rannsóknum (Dewhurst o. fl, 2007; Lyons o. fl. 2014) hafa komið í ljós hindranir fyrir því að smærri ferðþjónustufyrirtæki nýti sér þá starfsmenntun og þjálfun sem er í boði eða ráðist sjálf í að standa fyrir fræðslu og þjálfun. Samkvæmt rannsóknunum voru helstu hindranirnar fjáhagslegar (Dewhurst o.fl, 2007, 139). Slíkar hindranir er líka að finna hjá íslenskum ferðþjónustufyrirtækjum, samkvæmt rannsókn Gallup og Stjórn-stöðvar ferðamála (2016, 91), en hér eru þær annars eðlis. Tímaskortur, skortur á námi og fræðslu í nágrenni við fyrirtækin, nám eða fræðsla sem fyrirtækin þurfa á að halda er ekki boði, eru helstu hindranir í

vegi fræðslu og þjálfunar hér á landi. Svör þátttakenda í þessari rannsókn staðfesta þessar áherslur. Hér vaknar því spurningin hvernig hægt er að bæta úr og auka framboð náms og fræðslu út um land, þannig að kostnaður verði ekki of mikill en sem flestir fái að njóta.

## 5.4 Hvernig námsfyrirkomulag?

Á síðari árum hefur mikið verið horft til náms og fræðslu með rafrænum hætti (María Guðmundsdóttir, 2012; Stjórnstöð ferðamála, 2016, 10) gegnum tölvur eða fjarfundabúnað ýmis konar til hagræðis fyrir nemendur og fyrirtæki. Þessi leið hefur líka verið notuð í skólum til að auðvelda kennslu og uppfræðslu í dreifðum og fámennari byggðum landsins. Ábendingar um að nýta þessa tækni í ferðaþjónustu koma m. a. fram í könnun Gallup og Stjórnstöðvar (2016, 93, 113, 116). Sú könnun sem gerð var í tengslum við þessa rannsókn, skilaði ekki sérstökum óskum svarenda eftir rafrænu námi fram yfir hefðbundin form uppfræðslu. Form hefðbundis skólanáms og óhefðbundið nám í gegnum rafræna miðla var lagt mikið til að jöfnu. Reyndar svaraði aðeins um helmingur þeirra er þátt tóku spurningu um þetta og getur það hafa haft sín áhrif.

Í fræðaumræðunni má sjá kallað eftir meiri aðkomu stjórnvalda að mannauðsmálum í ferðaþjónustu og þar með fræðslu og þjálfun (Baum og Zivas, 2008; Mayaka og Akama, 2007) ásamt auknu samstarfi ferðaþjónustufyrirtækja og fræðsluaðila. Hérlandis kemur þessi umræða fram í þarfagreiningu fyrir Ferðamálastofu (2014, 9), en þar er kallað á betri samvinnu þessara aðila. Aðspurðir töldu þátttakendur í þessari rannsókn samstarf ferðaþjónustufyrirtækja við fræðsluaðila á sínu svæði ýmist gott eða í meðallagi, en tveir slæmt eða ekkert. Frekar fáir þátttakenda svöruðu þessum lið og því spurning hvort niðurstaðan er lýsandi fyrir rannsóknarsvæðið. Ferðaþjónusta á sér ekki stað í einrúmi og það eru ekki eingöngu ferðaþjónustufyrirtækin sem njóta góðs af ferðamönnum. Ef illa tekst til vegna þekkingarleysis geta ferðamenn orðið plága fyrir íbúa þeirra svæða sem eftirsótt eru yfir aðal ferðamannatímamann. Þess vegna þarf samstarf fræðsluaðila, sveitastjórna og ferðaþjónustufyrirtækja í fræðslumálum að vera mjög gott á hverjum stað, og fræðsluaðilar, ásamt því opinbera, þurfa að styðja eftir megni við bakið á fyrirtækjunum óski þau eftir aðstoð við fræðslu og þjálfun.

Ljóst er af niðurstöðum að vinsælasti hluti ársins til fræðslu og þjálfunar hjá fyrirtækjum í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi eru mánuðurnir apríl og maí. En vetrarafþreying er líka í boði á Norðurlandi og því einskorðast námskeiðahald ekki eingöngu við þessa mánuði.

## 5.5 Samantekt

Með rannsókninni tókst að svara fyrstu rannsóknarspurningunni um hvaða starfsmenntun og þjálfun er nauðsynleg fyrir fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi, að hluta. Starfsmenntun og starfsþjálfun er mikilvæg fyrir fyrirtækin að mati stjórnenda þeirra og einnig er ljóst á hvaða sviðum starfseminnar stjórnendur vilja helst nýta sér menntun og þjálfun. Rannsóknin nær ekki að svara hverjar þarfir fyrirtækjanna eru í ákveðnum störfum eða færni, er snertir þá sérstöku afþreyingu sem hvert fyrirtæki býður upp á. Hvað rannsóknarspurningu tvö snertir, um hindranir í vegi þess að fyrirtækin nýti sér menntun og þjálfun, er svarið ljóst. Skortur á hentugu námi og þjálfun í nágrenni fyrirtækjanna, á þeim tíma sem hentar og hægt er hafa á vinnustað eða tengja vinnu. Hvað síðustu spurninguna varðar, um hvaða fyrirkomulag menntunar og þjálfunar hentar fyrirtækjunum best, þá kemur ekki fram munur á hefðbundinni fræðslu eða fræðslu í gegnum rafræna miðla. En með þeim fyrirvara að tiltölulega fáir þátttakenda tóku afstöðu til þessa liðs. Aftur á móti er ljóst hvaða tími ársins er bestur til fræðslu og þjálfunar fyrir fyrirtækin. Þessari spurningu er því svarað að nokkru leyti, en ekki öllu.

## 6 Lokaorð

Starfsmenntun og starfsþjálfun hefur þótt eiga undir högg að sækja jafnt í ferðaþjónustu sem annars staðar. En nú um stundir stendur fyrir dyrum endurskipulagning og uppbygging menntunar og þjálfunar fyrir starfsfólk í ferðaþjónustu (Stjórnstöð ferðamála, 2016). Í ljósi þess er þörf á að rannsaka sérstaklega þarfir ferðaþjónustufyrirtækja í dreifbýli fyrir starfsmenntun og starfsþjálfun, til að tryggja að þarfir þeirra verði ekki útundan. Þar er því ekki að ófyrirsynju að athuga afstöðu stjórnenda fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi til starfsmenntunar og þjálfunar og hvernig þau mál horfa við þeim.

Sú fræðsla og þjálfun sem fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi virðist helst skorta er á sviði gæða- og öryggismála, en síðan á þeim sviðum er tengjast afþreyingu hvers fyrirtækis um sig. Skortur er á fræðslu og þjálfun við hæfi í nágrenni fyrirtækjanna, en þrátt fyrir það hafa þau flest einhverja stefnu eða hugmyndir í fræðslumálum. Þegar á heildina er litið virðast fyrirtækin nýta sér hefðbundið nám til undirbúnings undir hluti eins og stjórnun og rekstur, ásamt námi til lögskipaðra starfsréttinda, en annast sjálf þá þjálfun er snýr að afþreyingunni eða ferðaþjónustuvörinni sjálfri. Sérstaða fyrirtækjanna er árstíðabundin starfsemi er veldur hraðri starfsmannaveltu og erfitt að byggja upp reynslu og þekkingu til framtíðar innan þeirra.

Full ástæða er til að greina betur þarfir fyrir starfsmenntun og þjálfun í ferðaþjónustu en hér er gert. Í framhaldi af þessari rannsókn væri ekki úr vegi að skoða afstöðu starfsfólks ferðaþjónustufyrirtækja til þessara mála, þá með áherslu á hvaða form fræðslu og þjálfunar kemur sér best fyrir það. Einnig væri fróðlegt að skoða betur hvernig fræðslu og þjálfun á sviði ólíkrar afþreyingar er háttáð innan fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu. Af heimasíðum fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi má sjá að þau benda á vini eða samstarfsaðila og nýta sér þannig ferðaþjónustuvörur annarra afþreyingarfyrirtækja. Reinl og Kelliher (2014, 117 - 118) fjalla um tengslanet milli smærri ferðaþjónustufyrirtækja í dreifbýli og hugsanlegt hlutverk þeirra í fræðslu og starfsþjálfun fyrirtækjanna. Það væri verðugt rannsóknarefni að skoða hvort slík tengslanet finnast hjá fyrirtækjum í



afþreyingarferðaðjónustu hér á landi og hvort þau tengjast starfsmenntun og þjálfun að einhverju leyti?

# Heimildaskrá

- Aall, C. (2014). Sustainable Tourism in Practice: Promoting or Perverting the Quest for Sustainable Development? *Sustainability*, 6(5), 2562-2583. doi:10.3390/su6052562
- Aldís Unnur Guðmundsdóttir og Jörgen L. Pind. (2003). *Almenn sálfræði. Hugur – heili – hátterni*. Reykjavík: Mál og Menning.
- ASÍ. (2007). *Norræna velferðarsamfélagið og vinnumarkaðsmódelið Áherslur ASÍ í velferðar- og vinnumarkaðsmálum*. Sótt 2. apríl 2017 af [http://www.asi.is/media/2913/-ASI\\_velferdarskyrsl\\_2-LQ.pdf](http://www.asi.is/media/2913/-ASI_velferdarskyrsl_2-LQ.pdf)
- Atkins, L. (2010). Opportunity and Aspiration, or the Great Deception? The Case of 14-19 Vocational Education. *Power and Education*, 2(3), 253 – 265. doi.org/10.2304 /power.2010.2.3.253
- Atli Harðarson, Elsa Eiríksdóttir, Jón Torfi Jónsson. (2016, 17. maí). Á iðnnám að vera á framhaldsskólastigi? *Stundin*. Sótt 31. desember 2016 af <http://stundin.is/pistill/idnnam-ad-vera-framhaldsskolastigi/>
- Ayikoru, M., Tribe, J. og Airey, D. (2009). Reading Tourism Education. Neoliberalism Unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191 – 221. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.11.001>
- Ballantyne, R., Packer, J. og Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management*, 32, 1243 – 1252. doi:10.1016 /j.tourman.2010.11.003
- Baum, T., Kralj, A., Robinson, R. N. S. og Solnet, D. J. (2016). Tourism workforce research: A review, taxonomy and agenda. *Annals of Tourism Research*, 60, 1 – 22. doi.org/10.1016/j.annals.2016.04.003
- Baum, T. og Szivas, E. (2008). HRD in tourism: A role for government? *Tourism Management*, 29(4), 783 – 794. doi:10.1016/j.tourman.2007.09.002
- Becken, S. og Hughey, K. F. D. (2013). Linking tourism into emergency management structures to enhance disaster risk reduction. *Tourism Management*, 36, 77 – 85. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.11.006
- Berg, B. L. (2009). *Qualitative Research Methods for the Social Science* (7. útgáfa). Boston: Allyn & Bacon.

- Boman, M., Fredman, P., Lundmark, L. and Ericsson, G. (2013). Outdoor recreation – A necessity or a luxury? Estimation of Engel curves for Sweden. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 3-4, 49–56. doi:10.1016/j.jort.2013.09.002
- Bryndís Fanný Halldórsdóttir. (2016). *Afþreyingarferðaþjónusta á Íslandi. Menntun stjórnenda og viðhorf þeirra til mikilvægis menntunar í greininni*. BA – ritgerð. Háskólinn á Hólum, Ferðamáladeild. Sótt 17. mars 2016 af <https://skemman.is/handle/1946/25062>
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6),1428–1433. doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.003
- Carmody, J. (2013). Intensive tour guide training in regional Australia: an analysis of the Savannah Guides organisation and professional development schools. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(5), 679 – 694. doi.org/10.1080/09669582.2012.744412
- CEDEFOP. (2014). *Terminology of European education and training policy*. (2. útgáfa). DOI: 10.2801/15877
- Chang, S. og Gibson, H. J. (2015). The relationships between four concepts (involvement, commitment, loyalty, and habit) and consistency in behavior across leisure and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13., 41 – 50. doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.003
- Chathoth, P. K., Ungson, G. R., Altinay, L., Chan, E. S. W., Harrington, R. og Okumus, F. (2014). Barriers affecting organisational adoption of higher order customer engagement in tourism service interactions. *Tourism Management*, 42, 181 – 193. Doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.002
- Cloutier, R. (2003). The Business of Adventure Tourism. Í Hudson, S. (ritstjóri), *Sport and Adventure tourism* (bls. 240-271). New York: Routledge. Taylor & Francis Group
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five Approaches* (3. útgáfa). Los Angeles: Sage Publication Inc.
- Dewhurst, H., Dewhurst, P. og Livesey, R. (2007). Tourism and hospitality SME training needs and provision: A sub-regional analysis. *Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 131 – 143. doi/pdf/10.1057/palgrave.the.6050037
- Dhar, R. L. (2015). Service quality and the training of employees: The mediating role of organizational commitment. *Tourism Management*, 46, 419 – 430. doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.001
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. og Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63 -67. doi:10.1016/j.tourman.2008.04.002
- Edward H. Huijbens. (2010, desember). *Ferðafólk og geótúrismi í nágrenni Dyrffjalla*. Sótt 20. júlí 2017 af [https://rafhladan.is/bitstream/handle/10802/4466/2012322114847geoturism\\_hq.pdf?sequence=1](https://rafhladan.is/bitstream/handle/10802/4466/2012322114847geoturism_hq.pdf?sequence=1).

- Elín Thorarensen. (2014, mars). *Kynning á starfsmenntun – KÁS*. Sótt 2. apríl 2017 af <https://www.menntamalaraduneyti.is/media/forsidumyndir/Lokaskyrsla-um-kynningu-a-starfsmenntun.pdf>
- Erpelding, M. og Harrison, G. (2012). Administrative Risk Management. Í Harrison, G. og Erpelding, M. (ritstjórar), *Outdoor Program Administration. Principles and Practices*, (bls. 55 – 65). Champaign: Human Kinetics.
- European Commission. (2015). *User Guide to the SME Definition*. Luxemburg: Publications Office of the European Union. Sótt 15. janúar 2017 af <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15582/attachments/1/translations>
- Evans, N. G. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organizations: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*, 18, 14 – 25. doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.015
- Falk, J. H., Ballantyne, R., Packer, J. og Benckendorff P. (2011). Travel and Learning: A Neglected Tourism Research Area. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 908 – 927. doi:10.1016/j.annals.2011.11.016
- Ferðamálastofa. (2014, Nóvember). *Betur vinnur vit en strit – eða hvað? Greining menntunar í ferðabjónustu*. Sótt 16. janúar 2017 af [http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/1416413296-betur\\_vinnur\\_vit\\_en\\_strit-pdf](http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/1416413296-betur_vinnur_vit_en_strit-pdf)
- Ferðamálastofa. (2015, 8. október). *Samstarf um auknar forvarnir og öryggi í afþreying-ferðabjónustu*. Sótt 9. mars 2017 af <https://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/samstarf-um-auknar-forvarnir-og-oryggi-i-afthreyingarferdathjonustu>
- Finn, M., Elliot-White, M. og Walton, M. (2000). *Tourism and Leisure Research Methods. Data Collection, Analysis and Interpretation*. Harlow: Pearson Longman.
- Gallup og Stjórnstöð ferðamála. (2016, apríl – maí). *Mannafla- og fræðsluþörf í ferðabjónustu*. Sótt 20. apríl 2017 af [http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/mannaflakonnun\\_stjornstod\\_ferdamala\\_final-1pdf](http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/mannaflakonnun_stjornstod_ferdamala_final-1pdf)
- Gilbertson, K., Bates, T., McLaughlin, T. og Ewert, A. (2006). *Outdoor Education. Methods and Strategies*. Champaign: Human Kinetics.
- Haegeli, P. og Pröbstl-Haider, U. (2016) Research on personal risk in outdoor recreation and nature-based tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 13, 1 – 9. doi.org/10.1016/j.jort.2016.02.001
- HRM rannsóknir & ráðgjöf. (2005, október). *Parfagreining fyrir fræðslu og menntun í ferðabjónustu*. Sótt 20. október 2016 af [https://www.vr.is/media/2064/tharfagreining\\_fraedsla\\_menntun\\_ferdathjonusta\\_2005.pdf](https://www.vr.is/media/2064/tharfagreining_fraedsla_menntun_ferdathjonusta_2005.pdf)
- Inga Jóna Jónsdóttir. (2005). Að skilja vinnutengdan lærdóm í atvinnulífinu. *Rannsóknir í Félagsvísindum VI. Viðskipta- og hagfræðideild*. Sótt 3. apríl 2017 af

<https://skemman.is/bitstream/1946/13604/1/Grein%20%20C3%9Ej%C3%B3%C3%B0arspegill%202005%20%20A%C3%B0%20skilja%20vinnutengdan%201%C3%A6rd%C3%B3m.pdf>

- Ingibjörg Sigurðardóttir. (2016). *Stjórnun og rekstur í ferðaþjónustu – afþreying á sjó og vatni*. Hólar: Háskólinn á Hólum – Ferðamáladeild.
- Jacobs, M. H. og Harms, M. (2014). Influence of interpretation on conservation intentions of whale tourists. *Tourism Management*, 42, 123 – 131. doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.009
- Lawton, L. J. og Weaver, D. B. (2015). Using residents' perceptions research to inform planning and management for sustainable tourism; a study of the Gold Coast Schoolise Week, a contentious tourism event. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 660 – 682. doi.org/10.1080 /09669582.2014.991398
- Lyons, K. D., Young, T., Hanley, J. og Stolk P. (2016). Professional Development Barriers and Benefits in a Tourism Knowledge Economy. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 319 – 326. DOI: 10.1002/jtr.2051
- Margaryan, L. og Fredman, P. (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 84 – 92. doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.003
- María Guðmundsdóttir. (2012). Tilraunaverkefni um rafrænt farnám (mobile learning) í ferðaþjónustu. *Ársritið Gátt*. Sótt 11. október 2016 af [http://www.frae.is/media/70459/8-Gatt\\_2012\\_028-031\\_web\\_1364884692.pdf](http://www.frae.is/media/70459/8-Gatt_2012_028-031_web_1364884692.pdf)
- Marschall, S.; Granquist, S. M. og Burns, G. L. (2017). Interpretation in wildlife tourism: Assessing the effectiveness of signage on visitor behaviour at a seal watching site in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 11 – 19. doi.org/10.1016/j.jort.2016.11.001
- Mayaka, M. og Akama, J. S. (2007). Systems approach to tourism training and education: The Kenyan case study: *Tourism Management*, 28, 298 – 306. doi:10.1016/j.tourman.2005.12.023
- Moodie, G. (2002). Identifying Vocational Education and Training. *Journal of Vocational Education & Training*, 54(2), 249 – 266. doi.org/10.1080/13636820200200197
- Námssmiðja um náttúrutengda ferðaþjónustu. (2008, 1. maí). *Ferðamálastofa*. Sótt 9. mars 2017 af <https://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/namssmidja-um-natturutengda-ferdathjonustu>
- Newsome, D., Moore, S. A. og Dowling, R. K. (2013). *Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management* (2. útgáfa). Bristol: Channel View Publications.

- Nilson, A. (2010). Vocational education and training – an engine for economic growth and a vehicle for social inclusion? *International Journal of Training and Development*, 14(4), 251 – 272. DOI: 10.1111/j.1468-2419.2010.00357.x
- O'Leary, Z. (2010). *The Essential Guide to Doing Your Research Project*. London: Sage Publication Inc.
- Patel, R. (2012). Are we there yet? Vocational Education at crossroads. *Local Economy*, 27(3), 227 -231. DOI: 10.1177/0269094211434467
- Pinkus, E., Moore, S. A., Taplin, R. og Pearce, J. (2016). Re-thinking visitor loyalty at 'once in a lifetime' nature-based tourism destinations: Empirical evidence from Purnululu National Park, Australia. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 16, 7 – 15. doi.org/10.1016/j.jort.2016.08.002
- Pittaway, L. og Tedham, J. (2005). 'Mind the Gap'. Graduate Recruitment in Small Businesses. *International Small Business Journal*, 23(4), 403 – 426. DOI: 10.1177/0266242605054053
- Plank, A. (2016). The hidden risk in user-generated content: An investigation of ski tourists' revealed risk-taking behavior on an online outdoor sports platform. *Tourism Management*, 55, 289 – 296. doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.013
- Pomfret, G. (2012). Personal emotional journeys associated with adventure activities on packaged mountaineering holidays. *Tourism Management Perspectives*, 4, 145 – 154. doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.003
- Prouty, D. (2007). Introduction to Adventure Education. Í Prouty, D., Panicucci, J. og Collinson, R. (ritstjórar), *Adventure Education. Theory and Applications*, (bls. 3 – 16). Champaign: Human Kinetics.
- Ragnar Hólm. (2015, 14. apríl). Tækifæri í afþreyingarferðaðþjónustu. *Akureyrarbær*. Sótt 9. mars 2017 af <https://www.akureyri.is/is/ibuagatt/frettir/taekifaeri-i-afthreyingarferdathjonustu>
- Rauner, F. og Wittig, W. (2010). Differences in the Organisation of Apprenticeship in Europe: findings of a comparative evaluation study. *Research in Comparative and International Education*, 5(3), 237 – 250. doi. org/10.2304/rcie.2010.5.3.237
- Reinl. L. og Kelliher, F. (2014). The social dynamics of micro-firm learning in an evolving learning community. *Tourism Management*, 40, 117 – 125. doi.org/10.1016/j.tourman. 2013.05.012
- Sato, S.; Kim, H.; Bunning, R. J. og Haradad, M. (2016). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing & Management* [grein í prentun]. doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003

- Saxman, B. og Stuessy, T. (2012). Staff Training. Í Harrison, G. og Erpelding; M. (ritstjórar), *Outdoor Program Administration. Principles and Practices*, (bls. 219 - 233). Champaign: Human Kinetics.
- Sigurður Kristinsson. (2000). Kenning og starf í starfsmenntun. *Uppeldi og menntun*, 9(1), 145 – 155. Sótt 24. nóvember 2016 af [http://timarit.is/view\\_page\\_init.jsp?gegnirId=000570351](http://timarit.is/view_page_init.jsp?gegnirId=000570351)
- Smith, P. J. (2003). Workplace Learning and Flexible Delivery. *Review of Educational Research*, 73(1), 53 – 88. doi/pdf/10.3102/00346543073001053
- Sprotar. Upplýsingaveita nýsköpunarfyrirtækja. (E. d.). *Hvaða fyrirtæki eru á listanum*. Sótt 10. mars 2017 af <http://www.sprotar.is/hverjir-eru-a-listanum/>
- Staðlaráð Íslands. (E. d.). *Fyrir lítil og meðalstór fyrirtæki*. Sótt 10. mars 2017 af <https://www.stadlar.is/thjonusta/fyrir-litil-og-medalstor-fyrirtaeki.aspx>
- Stjórnstöð ferðamála. (2016, júlí). *Hæfni og gæði í ferðaþjónustu. Fjárfestum í hæfni starfsmanna*. Sótt 20. júní. 2016. af <https://www.stjornarradid.is/media/atvinnuvegaraduneyti-media/media/acrobat/skyrsla-menntun-og-haefni.pdf>
- Stjórnstöð ferðamála. (E. d.). *Um stjórnstöð ferðamála*. Sótt 17. júlí 2017 af <http://stjornstodin.is/stjornstod-ferdamala>
- Tangeland, T., Vennesland, B. og Nybakk, E. (2013). Second-home owners' intention to purchase nature-based tourism activity products - A Norwegian case study. *Tourism Management*, 36, 364 – 376. doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.006
- Weiler, B. og Black, R. (2015). *Tour Guiding Research. Insights, Issues and Implications*. Bristol: Channel View Publications.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. og Gremler, D. D. (2012). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. (2. Evrópu útgáfa). Maidenhead: McGraw-Hill.





# Fylgiskjöl A

## Spurningalisti

### Almennt um fyrirtækið

1. Stjórnandi / starfsmaður [valreitur]
2. Hvar á Norðurlandi er fyrirtækið staðsett? Veldu þann af eftirfarandi staðsetningarmöguleikum sem best á við.
  - a. Húnavatnssýslur – Húnaþing vestra, Húnavatnshreppur, Blönduósbær, Skagabyggð og Sveitarfélagið Skagaströnd.
  - b. Skagafjörður – Sveitarfélagið Skagafjörður og Akrahreppur.
  - c. Eyjafjörður 1 – Fjallabyggð og Dalvíkurbyggð.
  - d. Eyjafjörður 2 – Hörgársveit, Akureyrarkaupstaður, Eyjafjarðarsveit, Svalbarðsstrandarhreppur og Grýtubakkahreppur.
  - e. Þingeyjasýslur – Þingeyjarsveit, Skútustaðahreppur, Norðurþing og Tjörneshreppur.
3. Hver er fjöldi fyrirtækisins?
  - a. Að vetri / á lágönn.
  - b. Að sumri / á háönn.
4. Á hvaða sviði afþreyingarferðaþjónustu starfar fyrirtækið? Veldu 1 til 3 atriði eftir því sem við á. Settu í númeraröð frá 1 upp í 3 eftir því hvað afþreyingin er mikilvæg fyrir ferðaþjónustuvöru fyrirtækisins. Gáðu að því að þú getur bætt við afþreyingu sem ekki er listuð upp í síðasta liðnum.
  - a. Bátsferðir (útsýnissigling).
  - b. Flúðasiglingar.
  - c. Fuglaskoðun.
  - d. Gönguferðir og ganga.
  - e. Hestaferðir.
  - f. Hvalaskoðun.
  - g. Rútu og jeppaferðir.
  - h. Selaskoðun.
  - i. Skíði og vetraríþróttir.
  - j. Veiðar.
5. Fleira sem þú vilt segja frá? [Reitur fyrir opna spurningu]

6. Telur þú að starfsmenntun og þjálfun starfsfólks geti bætt einhvern af eftirfarandi þáttum er tengst geta starfsemi fyrirtækisins?
  - a. Þjónusta og gæðamál.
  - b. Tryggð viðskiptavina við fyrirtæki.
  - c. Tryggð starfsfólks við fyrirtæki.
  - d. Bætt öryggi gesta og dregið úr fjarhagslegri áhættu vegna óhappa.
  - e. Leiðsögn og umönnun viðskiptavina.
  - f. Sjálfbærni og þekkingu á málefnum er snerta hana.
  - g. Þekkingu ferðamanna á umgegni við náttúruna og vernd hennar.

Svarmöguleikar: mjög sammála, sammála, hlutlaus, ósammála, mjög ósammála.

Spurningar er snúa að þeirri starfsmenntun og starfsþjálfun sem þegar er innan fyrirtækisins.

7. Spurt er um nýtt starfsfólk sem ráðið er til fyrirtækisins. Í þessari spurningu má velja fleiri en einn lið
  - a. Á að vera fullþjálfað þegar það er ráðið.
  - b. Fær almenna fræðslu um fyrirtækið og starfsemi þess.
  - c. Fær skipulega upphafsþjálfun um fyrirtækið, starfsemi þess og það starf eða störf sem það á að vinna.
  - d. Fær skipulega framhaldsþjálfun í sértækum störfum innan fyrirtækisins sem það þarf að vinna.
  - e. Fær sérstaka þjálfun í að bregðast við hættum eða áföllum sem geta átt sér stað við starfsemi fyrirtækisins.
  - f. Fær reglulega endurþjálfun (t.d. einu sinni á ári) í störfum og málefnum er snerta fyrirtækið.
  - g. Fleira sem þú vilt nefna í þessu sambandi?
8. Hvernig er staðið að starfsþjálfun og / eða starfsmenntun innan fyrirtækisins? Hér á að eins að velja einn svarlið.
  - a. Engin skipuleg starfsþjálfun eða starfsmenntun fer fram.
  - b. Leitað er til utanaðkomandi aðila með starfsmenntun og þjálfun.
  - c. Leitað er til utanaðkomandi aðila og þekking innan fyrirtækisins nýtt.
  - d. Starfsmenntun og þjálfun fer alfarið fram innan fyrirtækisins.
  - e. Nýtt starfsfólk lærir í gegnum starfið af þeim sem eru vanari.
9. Hvernig er fræðslu og / eða starfsþjálfun háttað innan fyrirtækisins? Hér á aðeins að velja einn svarlið.
  - a. Fyrirtækið er með formlega fræðslustefnu.
  - b. Fyrirtækið er með formlega þjálfunarstefnu.

- c. Fræðsla eða þjálfun fer fram á óformlegan hátt.
  - d. Ekkert skipulag er á fræðslu eða starfsþjálfun.
10. Hefur farið fram skipuleg athugun eða greining á því innan fyrirtækisins hvernig, og þá hvaða starfsfræðslu og starfsþjálfun fyrirtækið gæti þurft á að halda? Hér á aðeins að velja einn svarlið.
- a. Athugað hefur verið hvernig starfsmenntun þarf.
  - b. Athugað hefur verið hvernig starfsþjálfun er nauðsynleg.
  - c. Athugað hefur verið hvaða starfsmenntun þarf og hvaða starfsþjálfun er nauðsynleg.
  - d. Ekkert af þessu hefur verið gert.

### Þörf fyrirtækisins fyrir starfsmenntun og þjálfun á ákveðnum sviðum

11. Ef þitt fyrirtæki fengi tækifæri til að senda starfsfólk sitt frítt í starfsnám eða starfsþjálfun á næstunni, hvað af eftirfarandi myndir þú helst velja? Settu í númeraröð frá 1, 2 og áfram eftir því hvað þú telur eiga best við, næstbest og svo framvegis. 1 er best, 2 næstbest og svo framvegis.

#### Starfsnám eða starfsþjálfun sem snertir:

- a. Þjónustu og gæðamál (m. a. framkomu, hreinlæti, framsögn, þjónustulipurð, samskiptafærni).
  - b. Markaðs og sölumál (m. a. þekking á markaðssetningu, auglýsingar, kynningar, kunnátta í sölumennsku og mannlegum samskiptum).
  - c. Rekstrartengd mál (m. a. skrifstofustörf, bókhald, umsóknir um leyfi, lager, umsjón útbúnaðar).
  - d. Málefni tengd farartækjum (m. a. siglinga og aksturþekking, viðhald farartækja, vélstjórn, meðferð hrossa og annað tengt þeim).
  - e. Leiðsögn og uppfærðslu viðskiptavina (m. a. þekking á leiðsögn og málum tengdum sjálfbærni, móttaka ferðamanna, þekking á menningu viðskiptavina, þekking á íslenskri náttúru, sögu og menningu og tungumálaþekking).
  - f. Öryggismál (m. a. öryggisáætlanir, viðbrögð ef slys verður, hvernig draga á úr eftirköstum slysa og óhappa).
  - g. Tölvu og margmiðlunarmál (t. d. tölvukunnátta, notkun netsins og félagslegra miðla á netinu).
  - h. Ekkert af þessu.
12. Viltu segja með eigin orðum betur frá því í hvaða störfum innan þíns fyrirtækis starfsþjálfun eða starfsnám kæmi best að notum?

### Hvernig gengur að nýta sér starfsmenntun, starfsþjálfun og fræðslu?

13. Hvað af eftirfarandi heldur þú að gæti hindrað eða staðið í vegi fyrir starfsnámi, fræðslu og starfsþjálfun innan fyrirtækja í afþreyingarferðaþjónustu á Norðurlandi? Í þessari spurningu má velja fleiri en einn lið.
- Ekki er tími frá því að reka fyrirtækið til að sinna skipulagninu fræðslu og þjálfunar.
  - Lítið eða ekkert framboð er á því námi eða þjálfun sem fyrirtækið þarf á að halda í nágrenni þess.
  - Erfitt er að nálgast upplýsingar um fræðslu og þjálfunarnámskeið.
  - Kostnaður við að standa fyrir fræðslu og þjálfunar námskeiðum er of mikill.
  - Kostnaður vegna vinnutíma sem tapast er of mikill.
  - Erfitt er að koma starfsþjálfun við þegar mest er þörf á henni og verið er að ráða nýtt starfsfólk.
  - Erfitt er að fá afleysingafólk meðan starfsmenn fara á námskeið eða í nám.
  - Of kostnaðarsamt er að ráða afleysingafólk meðan starfsmenn fara á námskeið eða í nám.
  - Skortur er á námskeiðum sem geta farið fram á vinnustað og í tengslum við vinnuna.
  - Skortur er á námsskeiðum sem hægt er að nýta sér þegar tími gefst frá störfum.
  - Skortur er á námsfyrirkomulagi sem starfsmenn geta nýtt sér þegar þeim henntar.
  - Starfsmenn hafa ekki áhuga á að sækja námskeið eða takta þátt í þjálfun.
  - Starfsmenn fyrirtækisins þurfa ekki á viðbótarmenntun að halda.
  - Starfsmenn fyrirtækisins þurfa ekki á starfsþjálfun að halda.
  - Hætta er á að starfsfólk fari til annarra fyrirtækja eftir að hafa fengið aukna menntun eða þjálfun.
  - Eitthvað fleira sem þú vilt nefna í þessu sambandi?
14. Hver af eftirfarandi formum fræðslu eða þjálfunar starfsmanna telur þú að komi sér best fyrir fyrirtæki í afþreyingarferðaþjónustu? Settu í númeraröð frá 1, 2 og áfram eftir því hvað þú telur eiga best við, næstbest og svo framvegis. 1 er best, 2 næst best og svo framvegis.
- Hefðbundið skólanám (námskeið í háskóla, framhaldsskóla).
  - Námskeið innan hefðbundinna menntastofnanna (háskóla, framhaldsskóla).
  - Fræðsluefni og / eða kennslumyndbönd sem sækja má á þar til gerðar netsíður.
  - Skipuleg fjarnámskeið gegnum kennslusíður með leiðbeinanda þar sem hver einstakur starfsmaður getur unnið með sínum hraða og þegar honum hentar.
  - Skipuleg fjarnámskeið með leiðbeinanda í gegnum fjarfundabúnað nálægt eða á vinnustað.
  - Einhver önnur form fræðslu sem þú vilt segja frá?
15. Vilt þú segja frá því hvernig þú vilt sjá staðið að fræðslu og starfsþjálfun í þínu fyrirtæki? [Opin spurning með reit til að svara í].

16. Hvernig finnst þér samstarf milli aðila í afþreyingarferðaþjónustu og menntastofnanna og fræðuslaðila á Norðurlandi vera, hvað snertir starfsmenntun, þjálfun og námskeiðahald fyrir ferðaþjónustufyrirtæki?
- Samstarf þessara aðila er mjög gott.
  - Samstarf þessara aðila er gott.
  - Samstarf þessara aðila er í meðallagi.
  - Samstarf þessara aðila slæmt.
  - Það er ekkert samstarf milli þessara aðila.
17. Á hvaða tíma ársins myndi henta þínu fyrirtæki að halda fræðslu eða þjálfunarnámskeið? Hér má velja fleiri en einn svarmöguleika.
- Desember / Janúar.
  - Febrúar / Mars.
  - Apríl / Maí.
  - Júní / Júlí.
  - Ágúst / September.
  - Október / Nóvember.
  - Allir mánuðir ársins henta jafnvel.