



**ESKIFJÖRÐUR ÁFANGASTAÐUR FYRIR
SKEMMTIFERÐASKIP**

–væntingar og viðhorf heimamanna.

Hrefna Sigríður Reynisdóttir

Lokaritgerð til BA gráðu í ferðamálafræði

Háskólinn á Hólum

2016

Eskifjörður áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip

-Væntingar og viðhorf heimamanna

Hrefna Sigríður Reynisdóttir

270977-3919

12 ECTS Lokaritgerð sem hluti af
Baccalaureum Artium gráðu í ferðamálafræði

Leiðbeinandi

Kjartan Bollason

Ferðamáladeild

Háskólinn á Hólum

Hólar, apríl 2016

Eskifjörður áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip – viðhorf heimamanna

Eskifjordur destination for cruise ships - local peoples oppinion.

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

Copyright © 2016 Hrefna Sigríður Reynisdóttir

Öll réttindi áskilin

Ferðamáladeild

Háskólinn á Hólum

Hólar í Hjaltadal

551 Sauðárkrókur

Ísland

Sími: 455-6300

Skráningarupplýsingar:

Hrefna Sigríður Reynisdóttir, 2016, *Eskifjörður áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip – viðhorf heimamanna*, BA ritgerð, Ferðamáladeild, Háskólinn á Hólum, bls. 55.

Hólar í Hjaltadal, Ísland, 04.2016

Abstract

In 2008 the port authority in Fjarðabyggð decided that the town of Eskifjörður would be developed as a destination for cruise ships. Until then the town was relatively a tourist free zone and it seemed clear that this step would lead to a change in the community. This research was made to determine if there would be any change in the locals attitude towards tourism concomitant the increase in tourists. To do that two surveys were sent out to local people, two years apart. The response was analyzed and compared to Doxey's irritation index and Butler's tourism area cycle of revolution. Information concerning the planning and decision making process was gathered with interviews with the head of the port authority and travel and cultural agent at that time. Main conclusion is that the local's attitude seems to change in the time period and expectations towards tourism have lowered. Keywords are: tourism in rural area, cruise ships, destination development, sustainability, carrying capacity.

Útdráttur

Árið 2008 ákvað hafnarstjórn Fjarðabyggðar að Eskifjörður skyldi verða markaðssettur sem áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip. Þangað til var ekki mikið um ferðamenn í bænum og ljóst var að viðbrigðin yrðu mikil fyrir íbúa. Þessi rannsókn er gerð á viðhorfi heimafólks á Eskifirði. Til að fylgjast með breytingum á viðhorfi fólks samfara auknum ferðamannastraumi voru lagðar tvær kannanir fyrir íbúa með tveggja ára millibili. Svörin voru svo greind og sett í samhengi við áreitiskvarða Doxey og lífsferilslíkan Butlers. Upplýsingar um undirbúning og ákvarðanatöku fengust með opnum viðtölum við hafnarstjóra Fjarðabyggðar og þáverandi ferða og menningarmálafulltrúa. Megin niðurstöður voru þær að viðhorf heimamanna virðist hafa tekið breytingum á tímabilinu og væntingar aðeins dempast. Lykilorðin hér eru: Ferðapjónusta í dreifbýli, skemmtiferðaskip, þróun ferðapjónustu, sjálfbærni, félagsleg þolmörk

Formáli og/eða Þakkarorð

Þessi rannsókn er lokaverkefni mitt til BA gráðu í ferðamálafræðum frá Háskólanum á Hólum. Ég hef mörgum margt að þakka, og það er ljóst að ritgerðin eða námið sjálft hefði ekki verið mögulegt nema með aðstoð og hvatningu frá fólki í kringum mig.

Fyrst og fremst hefur maðurinn minn, Guðmundur Hallsson, staðið þétt við bakið á mér og lagt sig fram við að búa mér þannig umhverfi að ég geti stundað námið.

Takk pabbi fyrir yfirlesturinn og takk mamma fyrir stuðninginn.

Akademískur yfirlestur var í höndum leiðbeinanda míns, Kjartans Bollasonar. Kann ég honum miklar þakkir fyrir leiðbeiningu og kennslu undanfarin ár.

Síðast, en alls ekki síst, fá allir samnemendur mínir á Hólum stórar þakkir. Ég hefði ekki klárað þetta nám ef þið væruð ekki öll svona dásamlega skemmtileg.

Ég tileinka þessa ritgerð börnunum mínum, Reynir Kristinn, Kristófer Hallur Þór, Marínó Einar og Halldóra Jakobína – þetta er fyrir ykkur.

Auð síða

Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	xi
Myndayfirlit	xii
Töfluyfirlit	xii
1 Inngangur	1
2 Fræðilegur kafli.....	3
2.1 Sjálfbærni	3
2.2 Sjálfbærni í ferðamennsku	4
2.3 Þolmörk ferðamennsku	4
2.4 Þolmörk heimamanna	5
2.5 Þróun ferðaþjónustu í dreifbýli	9
3 Rannsóknarsvæðið.....	11
3.1 Landfræðileg staðsetning	11
3.2 Innviðir og þjónusta	12
3.3 Samgöngur	12
3.4 Samsetning íbúa og almenn lífsgæði	13
4 Rannsóknaraðferð	14
5 Niðurstöður.....	16
5.1 Úrvinnsla kannana	16
5.2 Opnar spurningar	23
5.3 Þróun áfangastaðarins	24
5.4 Komur skemmtiferðaskipa til Eskifjarðar.....	25
6 Umræða.....	27
7 Lokaorð.....	32
Heimildir	35
Munnlegar heimildir	37
Fylgiskjöl A spurningar úr könnunum.....	39

Myndayfirlit

MYND 2-1 LÍFSFERILL ÁFANGASTAÐA EFTIR BUTLER, HEIMILD EDWARD H HUIJBENS OG GUNNAR ÞÓR JÓHANNESSON 2013	7
Mynd 3-1 Eskifjörður á korti	11
Mynd 3-2 Aldur íbúa á Eskifirði.....	13
MYND 5-1 ALDUR ÞÁTTAKENDA.....	17
MYND 5-2 HVERT ER VIÐHORF ÞITT TIL ÞESS AÐ ESKIFJÖRÐUR SÉ ÁFANGASTAÐUR FYRIR SKEMMTIFERÐASKIP?.....	17
MYND 5-3 EINFALDAÐUR SAMANBURÐUR	18
MYND 5-4 SAMANBURÐUR JÁKVÆÐRA SVARA – HVERT ER VIÐHORF ÞITT TIL ÞESS AÐ ESKIFJÖRÐUR SÉ ÁFANGASTAÐUR FYRIR SKEMMTIFERÐASKIP.....	19
MYND 5-5 KEMUR ÞÚ BEINT AÐ MÓTTÖKU SKEMMTIFERÐASKIPA ATVINNU EÐA ÁHUGA VEGNA? .	19
MYND 5-6 TELUR ÞÚ AÐ KOMA SKEMMTIFERÐASKIPA HAFI ÁHRIF Á SAMFÉLAGIÐ Á ESKIFIRÐI? ...	20
MYND 5-7 ERU ÞAU ÁHRIF JÁKVÆÐ EÐA NEIKVÆÐ AÐ ÞÍNU MATI?	21
MYND 5-8 EINFALDAÐUR SAMANBURÐUR ERU ÁHRIF KOMU SKEMMTIFERÐASKIPA JÁKVÆÐ EÐA NEIKVÆÐ FYRIR BÆINN.....	21
MYND 5-9 SAMANBURÐUR Á JÁKVÆÐUM SVÖRUM – ERU ÁHRIF AF KOMU SKEMMTIFERÐASKIPA JÁKVÆÐ EÐA NEIKVÆÐ AÐ ÞÍNU MATI.....	22
MYND 5-10 HEFUR KOMA SKEMMTIFERÐASKIPA EFNAHAGSLEG ÁHRIF Á SAMFÉLAGIÐ Á ESKIFIRÐI?	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
Mynd 5-11 Hefur koma skemmtiferðaskipa Efnahagsleg áhrif á samfélagið einfaldað.....	24

Töfluyfirlit

Tafla 1 *Tengsl milli lífsferils áfangastaðar og áreitisstöðu heimafólks*

1 Inngangur

Undanfarin 16 ár hefur fjöldi erlendra ferðamanna til Íslands þrefaldast, aukningin hefur verið um 9,3% á ári frá árinu 2000. Hluttur ferðaþjónustu í útflutningstekjum þjóðarinnar er orðinn 27,9%, en til samanburðar er sjávarútvegur að skaffa um 22% (ferðamálastofa, 2015).

Fjöldi farþega með skemmtiferðaskipum var árið 2000 26.000 á ári, en árið 2014 voru þeir 105.000, aukningin var um 11,6% á milli ára (ferðamálastofa 2015).

Árið 2012 völdu 2% allra ferðamanna um allan heim að ferðast með skemmtiferðaskipum. Það hlutfall gefur til kynna að skemmtiferðaskip flokkist sem sérhæfð þjónusta. Sérstaða skipaferðanna er að skipið sjálft er í raun áfangastaðurinn og öll þjónusta um borð miðar að því að sinna öllum þörfum farþegana. Í raun eru farþegar að fá bara “smakk” af hverjum áfangastað innan hringsins frekar en að teljast vera að ferðast á staðinn (Edward H. Huijbens og Kristinn Berg Gunnarsson, 2014)

Árið 2013 hóf rannsakandi nám í ferðamálafræðum við háskólann á Hólum, sama ár varð mikil aukning í komu skemmtiferðaskipa til Eskifjarðar. Frá einu skipi árinu áður fór fjöldinn upp í 8 skip, með tilheyrandi aukningu ferðamanna á götum bæjarins. Strax í upphafi varð ljóst að fólk hafði mjög misjafnar skoðanir og væntingar til þess hvað þessi aukning myndi hafa í för með sér. Fræðin segja okkur að það skipti miklu máli hvernig staðið er að undirbúningi og skipulagningu ferðaþjónustu, en fyrir venjulegum íbúum á Eskifirði lítur þessi markaðssetning bæjarins sem áfangastað fyrir skemmtiferðaskip allt eins út fyrir að vera eitthvað sem einhverjum datt í hug að framkvæma á sunnudagsmorgni í maí, en varla var það svo. Ástæðan fyrir því að þetta viðfangsefni varð fyrir valinu er að höfundu, eins og flestum öðrum íbúum bæjarins, er það mjög mikilvægt að ferðaþjónustan gangi vel og verði til þess að styðja við samfélagið sem við búum í. Besta niðurstaðan er að sjálfsgöðu að vel sé staðið að öllum málum, en ef í ljós kemur að pottur sé brotinn verður að teljast jákvætt að það komi í ljós núna þegar áfangastaðurinn Eskifjörður er enn ungur áfangastaður en eftir 10 ár þegar samfélagið hefur mögulega orðið fyrir skaða.

Það er fátt skemmtilegra en að sjá bæinn iðandi af lífi á skipadögum, mat höfundar er að koma ferðamanna lífgi mjög upp á bæinn og liti tilveruna.

Það er eðlilegt að áherslan sé á náttúrutengdum þolmörkum hér á landi, enda er náttúran jú sérkenni okkar og sérstaða. Það er hins vegar álit höfundar að áherslu mætti auka á félagsleg þolmörk, hvenær er sú staða komin upp að heimamenn eru farnir að finna fyrir ama? Með það í huga hefst þessi rannsókn.

Rannsóknarspurningarnar sem leitað er svara við eru þrjár:

1. Hvert er viðhorf heimamanna á Eskifirði til komu skemmtiferðaskipa?
2. Breytist þetta viðhorf samfara aukningu ferðamanna í bæinn?
3. Hvernig var staðið að undirbúningi og skipulagningu fyrir markaðssetninguna og hvernig skilar það sér út í samfélagið á Eskifirði?

Til að svara þessum spurningum voru sendar út kannanir meðal heimamanna, tekin viðtöl við hafnarstjóra Fjarðabyggðar og þáverandi ferða- og menningarmálafulltrúa, rýnt í skipulagningu og undirbúning. Upplýsingar sem fást með því verða tengdar við áreitiskvarða Doxey og lífsferilslíkan Butlers.

Tilgangur rannsóknarinnar er að fylgjast með því hvernig væntingar heimamanna breytast með auknum straumi ferðamanna, og fylgjast með því hvort og hvenær fer að bera á þreytu og ama og hvort gengið sé of nærri þolmörkum íbúa á Eskifirði og hvort undirbúningur hafi verið nægilega markviss til að skila sér í samfélagið. Höfundur kemur til með að bera svör við spurningakönnunum saman við lífsferilslíkan Butlers og áreitisskala Doxey til að meta viðhorf heimamanna.

2 Fræðilegur kafli

Ferðaþjónustan er gömul grein sem má rekja langt aftur í aldir þótt tilgangur ferðalaga hafi ef til vill ekki alltaf verið sá sami. Rannsóknir tengdar greininni eru ákaflega mikilvægur þáttur í stjórnun og stýringu ferðamennsku. Í raun má vel segja að undirstaða þess að ferðamennska virki sem atvinnugrein og tekjuöflun fyrir samfélagið í heild þurfi hlutur rannsókna að vera stór. Að fara af stað með markaðssetningu nýs áfangastaðar án rannsókna gæti vel verið sett í sama flokk og að byggja hús án þess að skoða undirlagið.

Þessi rannsókn tengist sjálfbærni, félagslegum þolmörkum og þróun ferðaþjónustu í dreifbýli í tengslum við skemmtiferðaskip og áfangastaðinn Eskifjörð.

Aukin áhersla á rannsóknir á sjálfbærni í ferðaþjónustu hefur eflt skilning á ótal öðrum þáttum sem snerta ferðamennsku, þar með talið þolmörkum.

2.1 Sjálfbærni

Skilningur fólks á hugtakinu “sjálfbærni” er mismunandi. Almenn skilgreining á hugtakinu kom fyrst fram árið 1987 í skýrslu sameinuðu þjóðanna sem hefur löngum gengið undir nafninu Brundtlandskýrslan, þar var sjálfbærni skilgreind sem “Mannleg starfsemi sem fullnægir þörfum samtímans án þess að draga úr möguleikum framtíðarkynslóða til að fullnægja sínum þörfum” (Brundtland, Khali, Agnelli 1987). Sjálfbærni jarðarinnar hefur verið áhyggjuefni fræðimanna lengi, en í náttúrufræðinni er talað um sjálfbærni þegar náttúruleg starfsemi jarðar og samfélag manna skerðir ekki möguleika hvers annars (Miller og Spoolman, 2013:5).

Strax árið 1960 voru vísindamenn farnir að benda á að jörðin gæti ekki viðhaldið sjálfbærni sinni ef ekkert breyttist, en það er bara nú nýlega sem almenningur er farinn að

taka þátt í áhyggjunum; aukin ferðalög fólks kosta náttúruna helling og mikilvægi þess að rannsaka oft og ítrekað aldrei verið meira. (Page, 2013:6). Sjálfbær þróun ætti að vera forgangsmati allra sem standa að ferðamálum, samfélagsins vegna því sjálfbærni stuðlar að því að þeirra aðkoma að auðlindum verður trygg og afrakstur auðlinda verður hámarkaður um leið og verndaður (UST 2013).

2.2 Sjálfbærni í ferðamennsku

Stofnun Sameinuðu Þjóðanna um alþjóðaferðaþjónustu skilgreinir sjálfbæra ferðamennsku sem ferðamennsku sem tekur fulla ábyrgð á efnahagslegu, félagslegu og umhverfislegu áhrifum, með tilliti til þarfa gesta, greinarinnar í heild, umhverfis og gestgjafa ¹ (World Tourism Organization Network (UNTWO), 2005).

Rannsóknir á því hvað ferðamenn meta helst við Ísland sýna að gestrisni og náttúrufergurð eru alltaf ofarlega á blaði. Með það í huga er hægt að gera sér grein fyrir því hvað ánægja heimamanna hefur mikið að segja með þróun áfangastaðarins og sjálfbæra ferðaþjónustu sem virkar í takt við samfélagið á áfangastaðnum.

Sjálfbærni áfangastaða er ekki gefið ástand. Til að ná henni þarf að huga að þolmörkum og stunda reglulegar rannsóknir. Þar sem í þessari rannsókn er verið að skoða áhrif af fjölgun ferðamanna á ákveðnu svæði verður hér sérstaklega fjallað um þolmörk, einkum félagsleg.

2.3 Þolmörk ferðamennsku

Hugtakið þolmörk er mjög stórt og flókið hugtak. Grundvallar atriði í allri umfjöllun um þolmörk og ferðaþjónustu er að átta sig á því til hvaða sviða hugtakið tekur og hvernig þeir þættir tengjast. Þó nokkrar skilgreiningar hafa verið gefnar út um hugtakið, ein af þeim er eftirfarandi:

Þolmörk ferðaþjónustu er skilgreind sem sá hámarksfjöldi ferðamanna sem getur ferðast um svæði án þess að leiða af sér óásættanlega hnignun á náttúru eða manngert umhverfi,

¹ "Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities"

hafa neikvæð áhrif á samfélagið eða að upplifun ferðamanna skerðist (Edward Hákon Huijbens; Gunnar Þór Jóhannesson, 2013)

Í rannsóknum á þolmörkum er mismunandi hversu ítarlegar flokkanirnar eru, en Ferðamálastofa telur fram fjórar víddir eða þolmörk náttúrulegs umhverfis, þolmörk innviða, þolmörk ferðamanna og þolmörk heimamanna (Ferðamálastofa 2013). Harry Coccossis (2004) greindi þolmörk í þrjár víddir; umhverfisleg, félagsleg og efnahagsleg:

Undir umhverfisleg þolmörk fellur allt sem tengist umhverfi, hvort sem það er náttúrulegt eða tilbúið, þar er til dæmis gróður, dýralíf, vatn og jarðvegur og svo vegir, stígar, bílastæði og gistirými. Undir félagsleg þolmörk fellur allt sem viðkemur mannlegum þáttum ferðaþjónustu, væntingar ferðamanna, langanir og upplifun og svo væntingar heimamanna, menning, og þau áhrif sem ferðamennskan hefur á allt félagslegt umhverfi, svo sem glæpatíðni, aukin þjónusta og fleira. Undir efnahagsleg þolmörk fellur allt sem viðkemur efnahag; tekjur, útgjöld og svo framvegis (Coccossis 2004).

Í grófum dráttum er verið að skoða sömu hlutina, eina sem virðist skilja á milli er framsetning flokkanna. Misjafnt er eftir rannsóknum á hvaða þátt aðal áherslurnar eru.

Ferðamálastofa leggur til að uppbygging og skipulag ferðamennsku byggji á markvissum þolmarkarannsóknum fjórum til fimm sinnum á ári til að lágmarka hættuna á neikvæðum áhrifum, og þá lagt mat á fjóra þætti þolmarka sem eru þolmörk náttúrulegs umhverfis, innviða, ferðamanna og heimamanna (Ferðamálastofa, 2013).

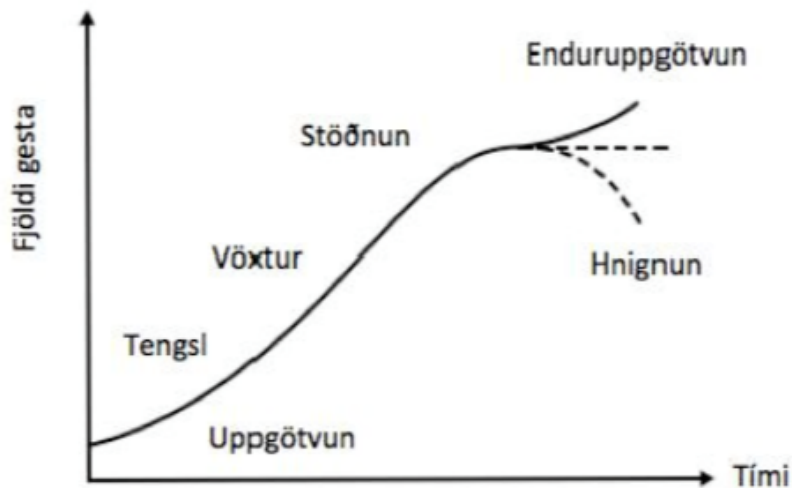
2.4 Þolmörk heimamanna

Þolmörk fólks er fremur erfitt að mæla, eins og annað sem byggist á huglægu mati. Bent hefur verið á að félagsleg áhrif ferðaþjónustu sé of umfangsmikil til að hægt sé að nota eina fræðilega nálgun á efnið (Deery, Fredline og Jago 2005). Butler (1980) benti á að erfitt væri að mæla og staðla viðhorf fólks eða þol því einstaklingar eru í eðli sínu ólíkir og eiga yfirleitt auðvelt með að aðlagast.

Til að mæla og reyna að skilja viðmót og viðbrögð heimamanna við ferðaþjónustunni hefur áreitisskali Doxey verið notaður. Hugmyndin er að um leið og áfangastaður þróast verði ákveðin breyting á viðhorfi innan samfélagsins, og viðmót heimafólks fari í gegnum nokkur stig. Viðbrögð fólks eru staðsett frá ánægju að áhugaleysi, gremju og svo óvild

(Page & Connel, 2006; Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013). Fyrsta stigið er stig ánægju (e. ephoria), þá er heimafólk ánægt með athyglina og hefur miklar væntingar til efnahagslegra áhrifa af komu ferðamanna. Annað stig er stig áhugaleysis (e. apathy), þá einkennir áhugaleysi viðhorf heimafólks; ferðamenn verða “gamlar fréttir”, fólk missir áhugann, nema þeir sem hagnast beint af komu ferðamanna. Þriðja stig er stig gremju (e. annoyance), þessu stigi er náð þegar áfangastaðurinn hefur í raun vaxið sér yfir höfuð og heimafólk er hætt að geta gengið að ákveðinni þjónustu vegna fjölda gesta. Þar á eftir fylgir óhjákvæmilega stig óvildar (e. antagonism) ef ekkert er gert (Edward Hákon Huijbens; Gunnar Þór Jóhannesson, 2013).

Butler (1980) þróaði líkan yfir það ferli sem áfangastaðir fara í gegnum, það ferli má sjá á mynd 2-1. Hann telur að áfangastaðir í þróun hljóti alltaf að fara í gegnum vaxtarskeið sem fer frá uppgötvun þegar áfangastaður vekur áhuga fárra ferðamanna sem sjá óvenjulega náttúru, menningu eða kyrrð, að stigi stórtækrar ferðaþjónustu (e. mass tourism). Á fyrsta stigi hefur engin uppbygging átt sér stað á áfangastaðnum. Ákveðinn hópur ferðamanna sækir helst í staði sem hafa ekki enn breyst eða aðlagast ferðaþjónustu, þeir sækja í ævintýri og sérstæða upplifun. Þessi hópur ferðamanna uppgötvar jafnan nýja áfangastaði. Á öðru stigi eykst fjöldi ferðamanna, heimamenn fara að sjá möguleika í því að selja þjónustu til ferðafólks. Samskipti hópanna eru enn góð og opinber stjórnsýsla tekur þátt í uppbyggingunni með því að byggja upp innviði með þarfir ferðaþjónustunnar í huga. Á þriðja stigi er mikil fjölgun ferðamanna, stór hótél hafa séð möguleika í byggingum á áfangastaðnum og þangað eru seldar pakkaferðir. Á fjórða stigi á sér stað stöðnun. Ferðaþjónustan er orðin mikilvæg í hagkerfi áfangastaðarins og ákveðnu jafnvægi er náð og viðhaldið af ráðandi hagsmunaaðilum. Lokastigið er svo stig stórtækrar ferðaþjónustu. Hámarksfjöldi ferðamanna er náð. Þaðan eru svo tvær leiðir: hnignun eða enduruppgötvun. (Page & Connel, 2006; Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson 2013:87-88). Sjálfbær ferðaþjónusta getur ekki orðið ef þolmörk eru ekki skoðuð og rannsökuð reglulega, þar með talið þau sem snúa að heimamönnum.



Mynd 2-1 Lífsferill áfangastaða eftir Butler, Heimild Edward H Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson 2013

Samsetning á lífsferilslíkani Butlers og áreitiskvarða Doxey getur sett stöðu ferðaþjónustunnar á áfangastaðnum í ákveðið samhengi við upplifun heimafólks og varpað ljósi á það samband sem á sér stað milli þróunar áfangastaðar og áreitis á heimafólk. Tafla 1 *Tengsl milli lífsferils áfangastaðar og áreitisstöðu heimafólks* setur þessar mælingar saman, í fyrsta hólfi er staðsetning áfangastaðarins á lífsferli Butley, miðjuhólfið er fyrir skynjun heimamanna og síðasti er staðsetning heimamanna á áreitiskvarða Doxey miðað við gefna skynjun.

Stig á lífsferli Butlers	Tengsl	Áreitiskvarði Doxey
Uppgötvun: Hægur vöxtur í ferðamennsku	Skynjaður ávinningur lítill en eykst hratt. Skynjaður kostnaður eykst hægt	Heimamenn sjá frekar jákvæðu hliðar ferðamennsku og eru líklegir til að taka sjálfviljugir þátt, heimamenn eru staðsettir á fyrsta stigi alsælu (e.euphoria).
Fyrstu stig vaxtar-ferðamennska eykst jafnt og þétt	Skynjaður ávinningur eykst hratt og skynjaður kostnaður einnig. Enn er skynjaður ávinningur meiri	Heimafólk fagnar ferðamenskunni, áreitisskali Doxey staðsetur heimamenn á alsælustigi. Heimafólk tekur meiri

	en kostnaður	þátt í ferðaþjónustunni.
Ferðamennska vex hratt	Skynjaður ávinningur vex hægar en skynjaður kostnaður	Neikvæðir straumar ná hámarki vegna samfélagsrofs (e. Social disruption) Ferðaþjónustan vex hratt og þrífst á sífelld fleiri ferðamönnum og drífandi kröftum í samfélaginu. Heimafólk fer að bregðast neikvætt við þessum breytingum. Skynjaður ávinningur er enn meiri en skynjaður kostnaður svo fólk leggur sig fram við að þola ástandið. Doxey staðsetur heimafólk núna á áhugaleysisstiginu (e. apathy)
Miðbik vaxtar – ferðamennskan vex mjög hratt	Skynjaður ávinningur vex hægt, en skynjaður kostnaður hratt.	Skilin milli skynjaðs ávinnings og skynjaðs kostnaðar minnka, en skv kenningum um félagsleg tengsl heldur heimafólk áfram að horfa á ávinninginn. Heimafólk telst enn á stigi áhugaleysis skv Doxey.
Lokastig vaxtar- ferðamennska vex mjög hratt	Skynjaður ávinningur fer dvínandi, skynjaður kostnaður vex mjög hratt	Skilin milli skynjaðs ávinnings og kostnaðar eru mjög lítil og neikvætt viðhorf að ná fötfestu. Á kvarða Doxey er heimafólk núna staðsett á stigi gremju (e. annoyance.)

Tafla 1 Tengsl milli lífsferils áfangastaðar og áreitisstöðu heimafólks (Edward H. Huijbens, Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2014)

Lokastigið felur í sér hnignun áfangastaðar ef ekki er brugðist við. Heimamenn verða sífelld óánægðari sem skilar sér til ferðamanna og félagslegum þolmörkum er náð (Edward H. Huijbens, Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2014) Ef gripið er nógu snemma inn í lokastigið er mögulegt fyrir áfangastaðinn að gangast undir endurnýjun og endurskipulagningu.

Þó rannsóknin hér snúi fyrst og fremst að þolmörkum og viðhorfi heimamanna verður varla hjá því komist að túlka niðurstöður með tilliti til fleiri þátta, sérstaklega í ljósi þess að hver þáttur hefur mikil áhrif á næsta þátt, ef til að mynda þeim þætti innviða sem lítur að salernum er ekki mætt er mjög ólíklegt að viðhorf heimamanna haldist jákvætt.

2.5 Þróun ferðaþjónustu í dreifbýli

Með breyttum vinnsluáferðum hefur hlutverk iðnframleiðslu við landið breyst mjög. Mörg nútíma fiskiskip eru þannig gerð að aflinn er unninn um borð og kemur tilbúinn til sölu í land. Frystihúsin eru tæknilegri og fleiri störf eru unnin eru af vélum en áður (George, Mair & Reid, 2009:5).

Seint á síðustu öld breyttist ferðamunstur fólks úr þéttbýli þannig að það fór að sækja meira í þorp í dreifbýli, fleiri sóttu í rólegheit dreifbýlisins og vildu upplifa einfaldleikan sem fylgir fámenninu. Þar með opnaðist nýr tekjumöguleiki fyrir samfélög í dreifbýlinu sem mörg hver sátu eftir hlutverkalaus (George, Mair & Reid, 2009:6).

Til þess að samfélag í dreifbýli geti nýtt sér ferðaþjónustuna til tekjuöflunnar á farsælan hátt þarf undirbúningur að vera góður; ferðaþjónustan getur aðeins stuðlað að jákvæðri þróun ef uppbygging hennar byggir á langtímasýn og markvisstri stjórnun og skipulagi. Þeir sem standa að uppbyggingu ferðaþjónustu eru farnir að átta sig á þessari staðreynd, en spurningin er hversu vel fólk skilur hvað þetta felur í sér (George, Mair & Reid, 2009:122). Markmiðið með ferðaþjónustunni má aldrei vera eingöngu að hámarka innkomuna, markmiðið þarf alltaf að vera fyrst og fremst að auðga líf íbúa og auka möguleika innan samfélagsins (Page, 2013:21). Eitt af grundvallaratriðum stjórnunnar ferðamennsku er að skilja hvað ferðamennska er, hvernig hún verður til, afhverju, hvar og hvaða fólk verður fyrir áhrifum (Page, 2013:6), og skilja að öll ferðaþjónusta hefur einhver áhrif á samfélag, menningu og umhverfi, spurningin er bara hversu víðtæk. Þegar menning áfangastaðarins er aðal aðráttaraflíð er hætt við að öll menningin og allt samfélagið verði að neysluvöru fyrir ferðamanninn og íbúar týni sjálfinu í ferlinu. Skipulagning ferðaþjónustunnar þarf að taka mið af því að velja hvaða part menningarinnar á að sölugera og hvaða part íbúar halda fyrir sig. Í upphafi þurfa íbúar að gera sér grein fyrir því hver þeirra menning er. Næsta

skref er svo að átta sig á því hvaða hluta þeir eru tilbúnir til að deila með ferðamönnum og hvaða hluta þeir vilja halda bara fyrir sig (George, Mair & Reid, 2009:276).

Til að svara kröfum markaðarins þarf áfangastaður að bjóða upp á þá þjónustu sem passar við þá markaðsmynd sem hefur verið gerð, ferðaþjónustan getur ekki byggt eingöngu á hóteli eða flugi, samspil allra þáttakenda er forsenda þess að ferðaþjónusta gangi upp á svæðinu (Gun 2002:34-35). Ferðaþjónusta í dreifbýli getur í raun aldrei verið annað en partur af menningu samfélagsins, og mynd áfangastaðarins verður að passa við þá mynd sem þegar er til í samfélaginu, annars er samfélagið neytt í breytingar til að uppfylla þá mynd sem ferðamönnum hefur verið gefin (George, Mair & Reid, 2009:6)

Þátttaka íbúa í ferlinu er mjög mikilvæg, íbúar þurfa að hafa kost á að taka þátt í þeim ákvörðunum sem snerta þeirra heimili og umhverfi, þessi staðreynd er mjög vanmetin og missskilin, oftast en ekki felst þátttaka íbúa fyrir skipuleggjendum í því að íbúum er seld hugmynd sem þegar er ákveðin og þeirra skoðun hefur í raun og veru ekkert að segja um niðurstöðuna (George, Mair & Reid, 2009:171). Samfélagið mótast umhverfi sem ferðamaðurinn sækir í, bæði áþreifanlegt og óáþreifanlegt, þannig er ekki hægt að ná sjálfbærni í ferðaþjónustu sem íbúar vilja ekki fá (Richards og Hall 2000:1)

Ferðamennskan sem fylgir skemmtiferðaskipunum er frábrugðin annarri ferðamennsku að mörgu leiti. Fyrir áfangastaðinn helst þó að því leiti að farþegar stoppa stutt við og tækifærin til að selja þeim þjónustu eru fá og vöruframboð í kringum farþega skemmtiferðaskipa þarf að miðast að því að ferðamaðurinn geti neytt vörunnar á örfáum klukkutímum. Þar af leiðandi þarf ferðaþjónustan á áfangastaðnum að vera með ansi sérhæfða vöru.

3 Rannsóknarsvæðið

Svæðið sem rannsóknin beinist að er bærinn Eskifjörður.

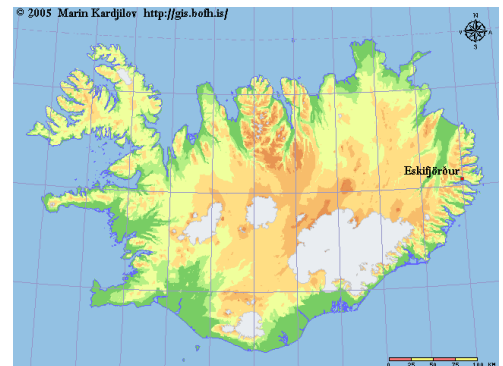
Bærinn var fyrstur á Austurlandi til að hljóta kaupstaðarréttindi árið 1786 við afnám einokunarverslunnar, en ári síðar missti bærinn réttindin. Verslun var þó blómleg í bænum áfram, árið 1798 reisti danskt verslunarfyrirtæki verslun á staðnum sem var rekin það hús stendur enn (Eskifjarðarskóli, á.á)

Fjölgun varð umtalsverð í bænum þegar Norðmenn hófu síldveiðar árið 1879. Næg vinna við fiskinn og óáran í sveitum Austfjarða eftir gos, varð til þess að fólk fluttist í stórum stíl niður á firði þar sem lífsbjörgin var (Eskifjarðarskóli, á.á). Enn eru áhrif frá norskum tímum í byggingum, til að mynda standa nokkur norsk sjóhús enn.

Eskifjörður fékk kaupstaðarréttindi aftur 10. apríl 1974.

3.1 Landfræðileg staðsetning

Eskifjörður er sjávarpláss á Austfjörðum í umþb 700 km fjarlægð frá Reykjavík, 313 km frá Akureyri og 871 km frá Ísafirði (vegagerðin á.á)



Mynd 3-1 Eskifjörður á korti

Bærinn liggur innst í firðinum Eskifirði sem kemur út úr Reyðarfirði til norðurs. Bærinn er umvafinn fjöllum til vesturs, norðurs og austurs en fjörðurinn opnast til suðausturs. Skemmtilegar gönguleiðir eru á fjöllum í kring, til dæmis Hólmatindur sem er rúmlega 980 metrar og þangað upp er stikuð gönguleið, einnig á Svartafjall sem er yfir 1000 metrar. Einu sinni á ári er haldin gönguvika á vegum göngufélags Fjarðamanna og er markmiðið þar að ná að fara upp á 7 tinda, þeir sem því ná vinna til verðlauna.

Eskifjörður er hluti af sveitafélaginu Fjarðabyggð sem varð til við sameiningu sem hófst árið 1998 þegar Eskifjörður, Neskaupstaður og Reyðarfjörður voru sameinaðir í eitt. Árið 2006 bættust svo Mjóifjörður, Fáskrúðsfjörður og Stöðvarfjörður við. Fjarðabyggð er fjölmennasta sveitafélag austurlands með 4730 íbúa alls árið 2015 (fjarðabyggð á.á).

Bærinn var byggður upp í kringum hafnaraðstöðu og síldarvinnslu.

3.2 Innviðir og þjónusta

Mjóeyri er lítil eyri rétt utan við þéttbýlið á Eskifirði þar sem er auk gistingar boðið upp á fjölbreyttar ferðir í náttúrunni, veitingar í gömlu sjóhúsi þar sem allt er eins upprunalegt og mögulegt er og heitan pott.

Kaffihúsið er með veitingaþjónustu og bar ásamt gistingu. Á Eskifirði er rekin ferðaskrifstofan Tanni Travel, þar er boðið upp á ýmskonar ferðir á staðnum t.d. Meet the locals, þá fer leiðsögumaður um bæinn með ferðamenn og endar í kaffi hjá heimamanni. Tanni Travel er með nokkrar rútur og leiðsögumenn á sínum snærum, þau hafa fengið töluvert af viðskiptum með skemmtiferðaskipunum og farið með fólk í ferðir um firðina í kring, um Fljótsdalshérað og víða. Sjóminjasafn er á staðnum, opið allt sumarið á dagtíma og eftir samtali á veturnar. Einnig er steinasafn rekið hér og það er þökkalega vel sótt.

Útisundlaug er í bænum með tvo heita potta, gufu og líkamsrækt, einnig er golfvöllur í góðu standi. Verslun á Eskifirði hefur oft verið blómlegri. Í dag er matvöruverslun, glerlistamaður er með verslun, blómabúð, söluturn og lyfjaverslun. Handverksfólk hefur gert tilraunir með sölubása þegar skipin hafa verið í höfn en árangur hefur ekki alveg verið sá sem þau sáu fyrir.

Heilsugæsla er til staðar í sama húsnæði og lyfjaverslunin. Stöðin er að einhverju leiti rekin í samstarfi við heilsugæsluna á Reyðarfirði.

3.3 Samgöngur

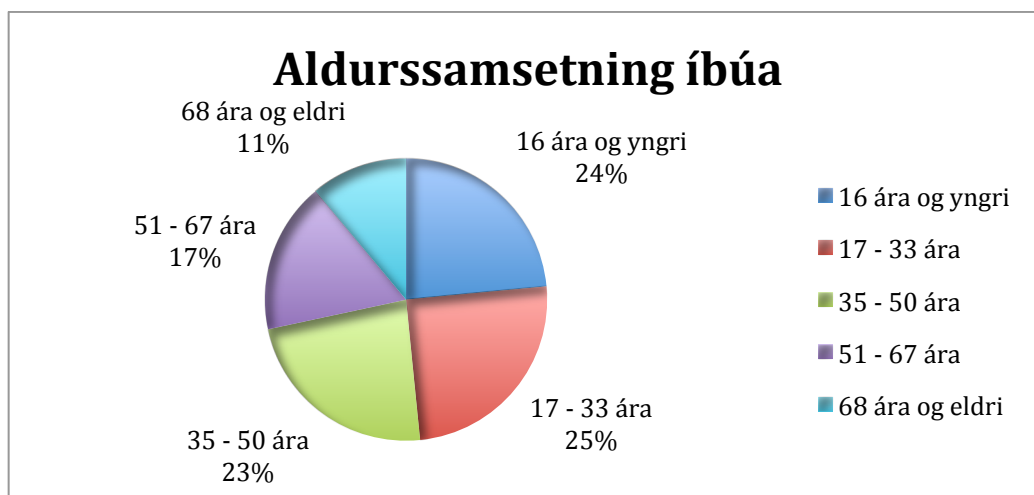
Á Eskifirði er ekki flugvöllur. Áætluð flug fer í gegnum flugvöllinn á Egilsstöðum sem er í 45 km fjarlægð. Nú í sumar er áformað að hefja millilandaflug frá London. Í upphafi voru skipulagðar ferðir í maí, júní, júlí og ágúst en nýtingin var ekki talin nægileg frá London. Tímabilið styttist og varð í júlí og ágúst.

Vegirnir frá Reykjavík eru góðir og þeim vel við haldið. Vegagerðin sér um mokstur og eru skuldbundin til að halda opnu alla daga vikunnar, svo fremi að veður leyfir.

Innan Fjarðabyggðar eru reglulegar strætóferðir milli byggðakjarna.

3.4 Samsetning íbúa og almenn lífsgæði

Í apríl 2016 bjuggu 1068 einstaklingar í bænum (fjarðabyggð 2016). Af þeim voru 75 börn á leikskóla (Dalborg, 2016) og 143 nemendur í grunnskólanum (Hilmar Sigurjónsson 12.04.16). Íbúar öldrunarheimilisins eru 17 (hsa.is 2016). Aldursdreifingin er nokkuð eðlileg, en 24% íbúa eru yngri en 16 ára, 25% eru 17-33 ára, 23% eru 35-50 ára, 17% 51-67 ára og 11% eldri en 68 ára (sjá töflu 2) (fjarðabyggð 2016)



Mynd 3-2 Aldur íbúa á Eskifirði

Aðal atvinnuvegur bæjarins er og hefur verið fiskvinnsla. Á staðnum gerir útgerðarfélagið Eskja út þrjú skip og hjá fyrirtækinu starfa 100 manns (Eskja, 2015). Fyrirhugað er að hefja framkvæmdir við nýtt frystihús fljótlega.

Íbúar sækja einnig vinnu í álver Alcoa sem er staðsett í næsta firði. Þar er mikla vinnu að hafa og unnið á vöktum allan sólarhringinn.

Grunnskóli Eskifjarðar er með kennslu fyrir 1 – 10 bekk og leikskóli er í bænum. Framhaldsmenntun þarf að sækja út fyrir Eskifjörð, en á Neskaupstað er verkmenntaskóli og á Egilsstöðum er menntaskóli. Rútuferðir eru yfir á Neskaupstað daglega, en þangað eru 23 k.m. yfir fjallveg. Fjarfundabúnaður er á Reyðarfirði í sameiginlegri aðstöðu fyrir alla Fjarðabyggð.

4 Rannsóknaraðferð

Þær rannsóknaraðferðir sem standa til boða eru annars vegar meginlegar rannsóknir og hins vegar eigindlegar rannsóknir.

Meginlegar rannsóknaraðferðir miðast að því að safna tölulegum gögnum til dæmis með spurningalistum þar sem hægt er að mæla svör einstaklinga og telja saman.

Eigindlegar rannsóknaraðferðir eru notaðar til að skilja hvaða merkingu fólk setur í ákveðna hluti, til dæmis með opnum viðtölum eða rýnihópum. Eigindlegar rannsóknaraðferðir bjóða ekki upp á alhæfingu á niðurstöðum, en henta vel til að auka skilning.

Rannsóknin hér er það sem kallast lýsandi rannsókn, henni er ætlað að lýsa ákveðnum aðstæðum, og telst sem langtímarannsókn þar sem rannsóknartímin spanar 2 ár og kannanir verið gerðar 2 á því tímabili.

Þetta verkefni var unnið með það markmið í huga að skoða og mæla viðhorf heimamanna til komu skemmtiferðaskipa. Meginlegar aðferðir voru notaðar við upplýsingaöflun með 2 könnunum meðal íbúa á Eskifirði, kannanirnar voru gerðar með 2 ára millibili sú fyrri árið 2014 og seinni árið 2016. Seinni könnunin byggði á þeirri fyrri og þær innihéldu báðar 7 lokaðar spurningar og eina opna í enda sem bauð upp á einhverja umræðu. Í meginatriðum voru spurningarnar þær sömu með það markmið að mæla hvort merkjanlegur munur væri á viðhorfi heimafélks meðfram aukningu skipafarþega. Könnunum var dreift á samfélagsmiðlum af rannsakanda, vinum og íbúasamtökum Eskifjarðar.

Einnig notaðist rannsakandi við eigindlegar rannsóknaraðferðir með samtölum og viðtölum við þá sem að skipulagningu og markaðssetningu koma. Viðtöl voru hálfopin (e. semi-structured interview) sem merkir að spyrjandi hefur í huga ákveðna hluti sem ætlunin er að

fá svör við en að öðru leiti fær viðtalið að vera lifandi samtal. Með því að hafa opnar spurningar má fá betri skilning og dýpri á viðhorfi fólks.

Viðmælendur voru Steinþór Pálsson hafnarstjóri Fjarðabyggðar og Hildigunnur Jörundsdóttir sem gengndi starfi ferða og menningarmálafulltrúa við upphaf markaðssetningarinnar.

Kosturinn við kannanir af þessu tagi er að úrtakið þarf ekki að vera stórt til að gefa ákveðnar vísbindingar, líklegt er að fólk á ýmsum aldri og úr fjölbreyttum þjóðfélagshópum svari. Meðvituð ákvörðun var tekin um að hafa kannanirnar stuttar og skýrar.

Áhættan við kannanir af þessu tagi er að mögulega ná ekki til allra aldurshópa, spurningar séu mögulega of leiðandi eða að fólk utan Eskifjarðar svari þeim þó könnuninni sé ekki beint til þeirra. Einnig getur svarhlutfall haft áhrif á áreiðanleika. Hugsanlega hefði verið hægt að ná fleiri upplýsingum með fleiri viðtölum við fólk, en rannsakandi mat það sem svo að þær upplýsingar sem fengust með nafnlausum könnunum væru áreiðanlegri þar sem fólk væri óhrætt við að segja sínar skoðanir án þess að þurfa að svara fyrir þær.

Rannsakandi, sem er íbúi á Eskifirði gæti verið of nátengdur efninu. Við gerð rannsóknarinnar var þessi áhætta kunn og tekið mið af því.

5 Niðurstöður

Hér verða settar fram niðurstöður úr könnunum og svörin greind. Í lok kaflans er umræða um svörin sem fengust með opnum spurningum.

Fyrri könnunin var send út í apríl 2014, þá svöruðu 62 einstaklingar.

Þegar könnunin var framkvæmd höfðu 3 skip komið til Eskifjarðar: 2 sumarið 2013 og 1 sumarið 2012.

Seinni könnunin var send út í apríl 2016, þeirri svöruðu 82 einstaklingar.

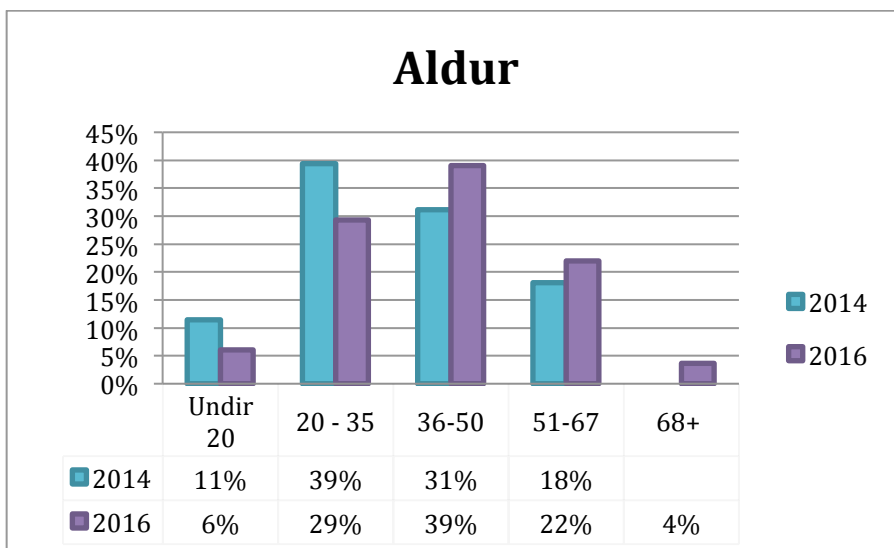
Á þeim tímapunkti höfðu komið 18 skip til viðbótar.

Könnuninum var deilt á sama hátt á samfélagsmiðlum og af sömu aðilum.

5.1 Úrvinnsla kannana

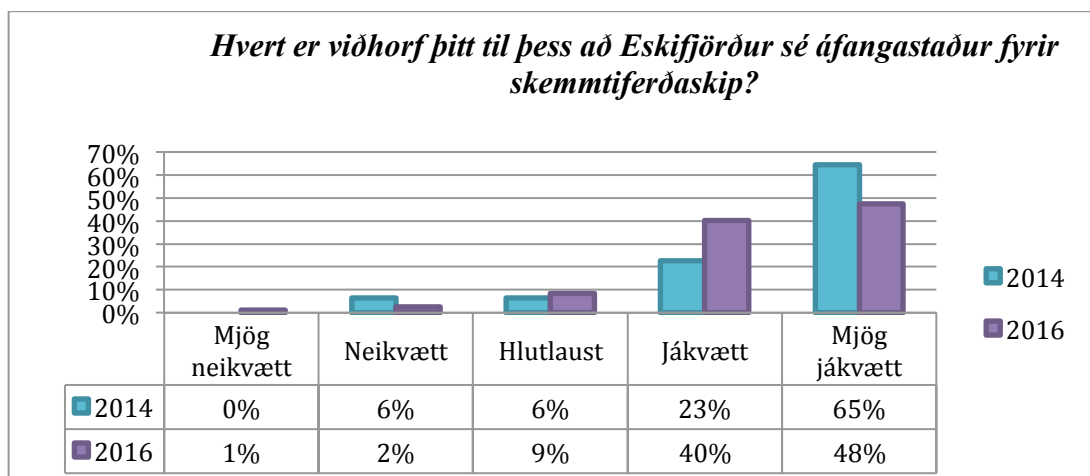
Hver er þinn aldur?

Eins og við er að búast þegar könnunum er deilt á samfélagsmiðlum er aldurshlutfallið frekar á þá leið að yngra fólk svarar. Rannsakandi áttar sig á því að inn í tölur vantar eldra fólk nánast alveg.



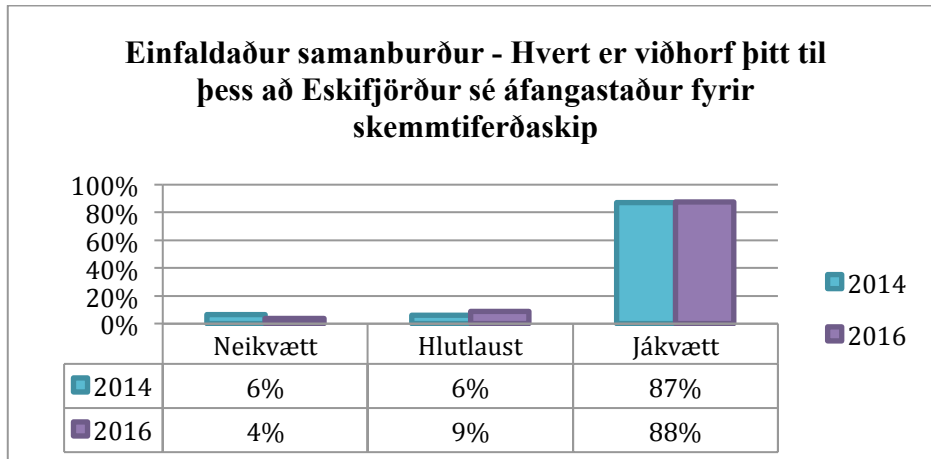
Mynd 5-1 Aldur þáttakenda

Hvert er viðhorf þitt til þess að Eskifjörður sé áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip? Valmöguleikarnir voru mjög neikvætt, neikvætt, hlutlaust, jákvætt og mjög jákvætt. Bæði árin voru flestir með mjög gott viðhorf til skemmtiferðaskipanna, en athygli vekur hvað valið á milli jákvætt og mjög jákvætt dreifist árið 2016, en hópur mjög jákvæðra þáttakenda fór úr 65% árið 2014 í 48% 2016. Neikvæðu valmöguleikarnir eru ekki með mælanlegan mun, sjá mynd 5-2.



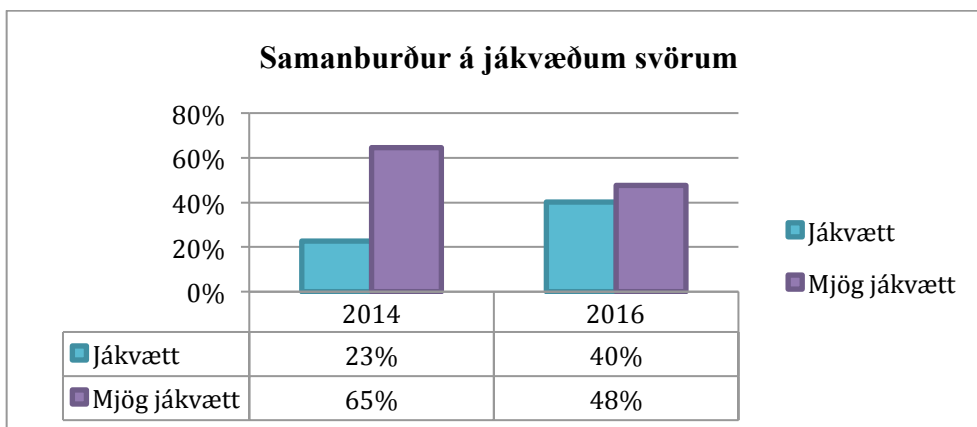
Mynd 5-2 Hvert er viðhorf þitt til þess að Eskifjörður sé áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip?

Þegar svörin úr mynd 5-2 eru kóðuð í 3 hópa, neikvætt, hlutlaust og jákvætt kemur fram að munurinn er sá að 1% aukning er í jákvæða hópnum, 3% aukning í hlutlausu hópnum og 2% fækkun í neikvæða hópnum (sjá mynd 5-3).



Mynd 5-3 Einfaldaður samanburður

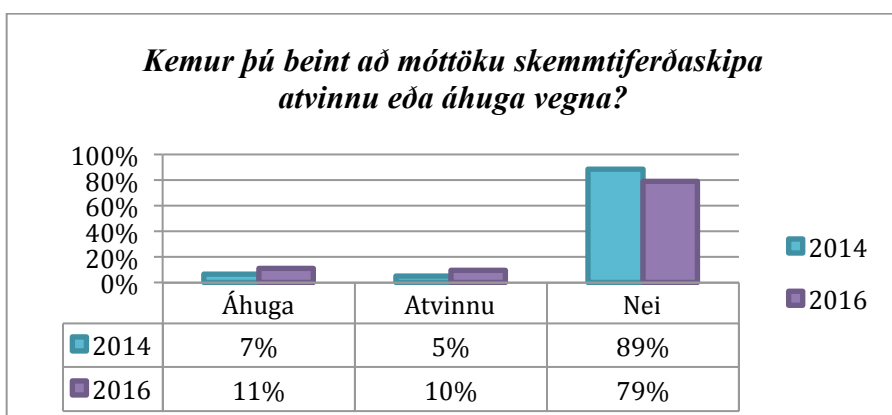
En ef borin eru saman svörin í “jákvætt” og “mjög jákvætt” (sjá mynd 5-4) er hægt að ímynda sér að viðhorf og væntingar hafi jafnvel dalað rétt aðeins, en árið 2014 völdu 23% jákvætt og 65% mjög jákvætt, árið 2016 var fólk enn jákvætt en munurinn var að jákvætt stækkaði um 17% og mjög jákvætt minnkaði um sama fjölda.



Mynd 5-4 samanburður jákvæðra svara – hvert er viðhorf þitt til þess að Eskifjörður sé áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip.

Kemur þú beint að móttöku skemmtiferðaskipa áhuga eða atvinnu vegna?

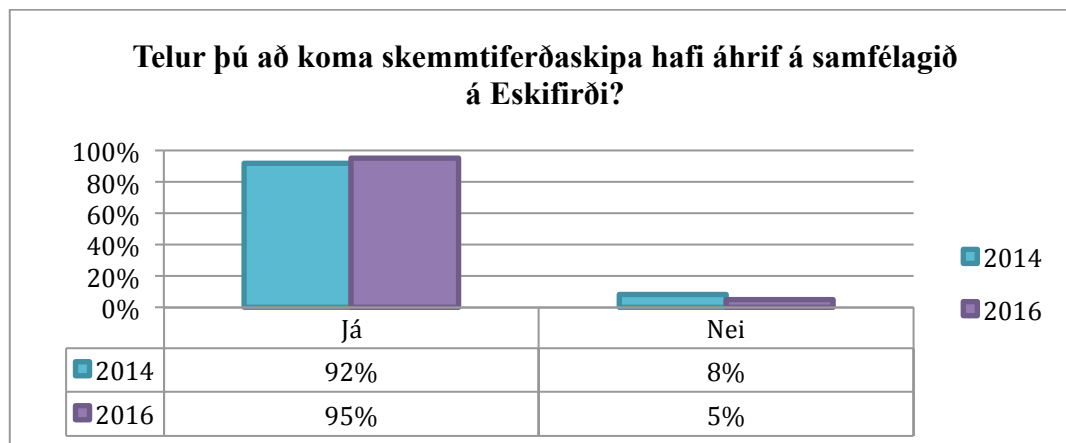
Næsta spurning sneri að aðkomu fólks að móttöku skemmtiferðaskipa, valmöguleikarnir voru Já vegna atvinnu, já vegna áhuga og nei. Markmiðið með þessari spurningu var að kanna áhuga fólks á verklegum þætti ferðaþjónustunnar. Áhuga vakti að í fyrri könnuninni kom 7% svarenda að móttöku skemmtiferðaskipa vegna áhuga á ferðamálum, en í þeirri seinni var hlutfallið 11%. Þetta eru augljóslega ekki stór hlutföll en skv samanburðarmælingu er munurinn engu að síður mælanlegur. Sá hluti heimamanna sem starfar við að taka á móti skemmtiferðaskipum hefur tvöfaldast (sjá mynd 5-5) sem er ansi áhugavert að skoða í samhengi við stöðu ferðaþjónustunnar.



Mynd 5-5 Kemur þú beint að móttöku skemmtiferðaskipa atvinnu eða áhuga vegna?

Telur þú að koma skemmtiferðaskipa hafi áhrif á samfélagið á Eskifirði?

Enn er spurt um viðhorf, að þessu sinni hvort fólk teldi að koma skemmtiferðaskipa hefði yfirhöfuð einhver áhrif á samfélagið. Mjög áhugavert að sjá að svörin hafa ekki breyst á þessum tíma, það gefur til kynna að fólk hafi áttað sig á því almennt að ferðamenskunni myndi fylgja einhver breyting. Sjá mynd 5-6.



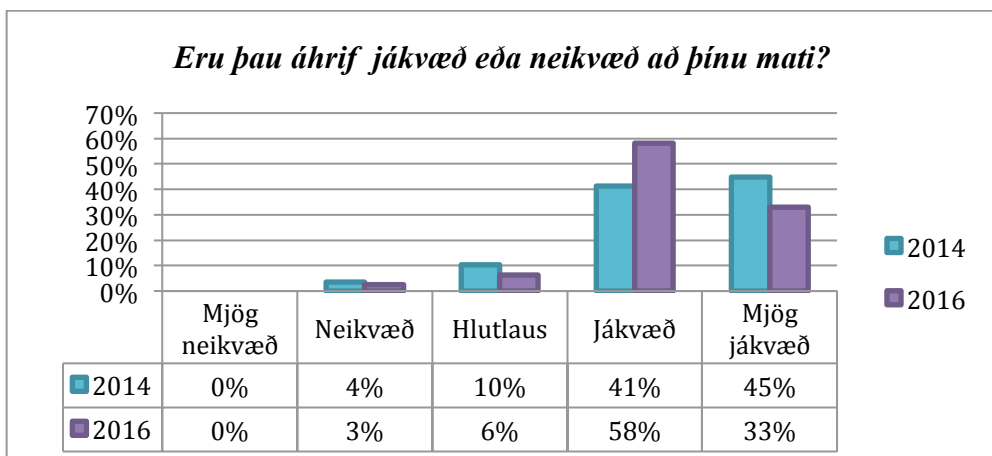
Mynd 5-6 Telur þú að koma skemmtiferðaskipa hafi áhrif á samfélagið á Eskifirði?

Hefur koma skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð áhrif á bæinn?

Eru þau áhrif jákvæð eða neikvæð að þínu mati var næsta spurning. Þarna, líkt og í fyrri viðhorfs spurningum hefur jákvæði dálkurinn færst töluvert frá mjög jákvætt í jákvætt.

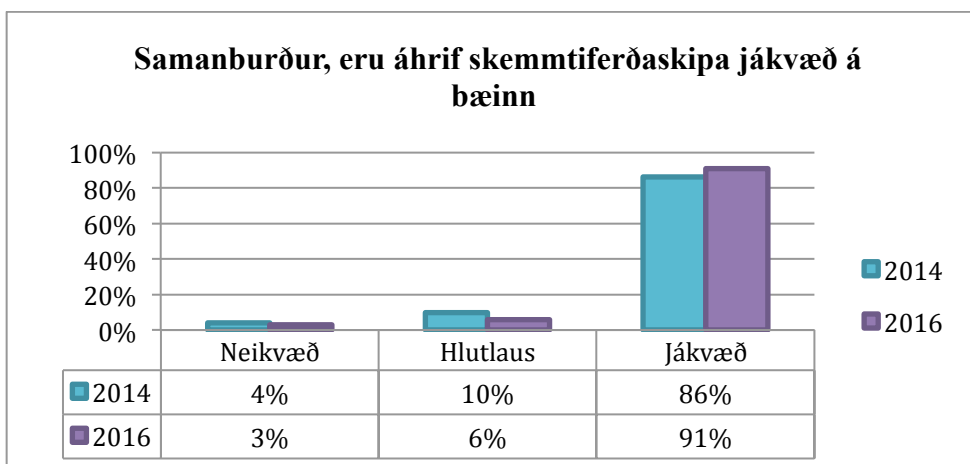
Mjög áhugavert var að skoða svörin, en svarmöguleikarnir voru “mjög neikvæð” “neikvæð” hlutlaust” “jákvæð” “mjög jákvæð” sjá mynd 5-7.

Eins og sjá má fékk valmöguleikinn “mjög neikvæð” ekkert atkvæði. Það er ekki marktækur munur á neikvæða valmöguleikanum, en svo virðist sem væntingar heimamanna hafi dempast aðeins á tímabilinu án þess þó að neikvæðni í garð ferðamanna ykist meðfram.



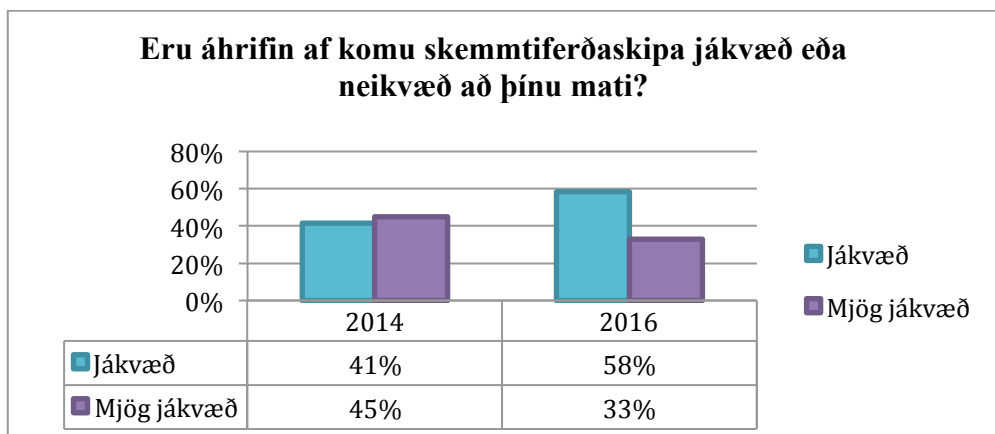
Mynd 5-7 Eru þau áhrif jákvæð eða neikvæð að þínu mati?

Samanburður fyrir spurninguna “eru áhrif skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð í bænum” sýnir að hér hefur fjölgað um 5% í jákvæða flokknum, fækkað um 4% í hlutlausa flokknum og fækkað um 1% í neikvæða flokknum (sjá mynd 5-8).



Mynd 5-8 Einfaldaður samanburður eru áhrif komu skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð fyrir bæinn.

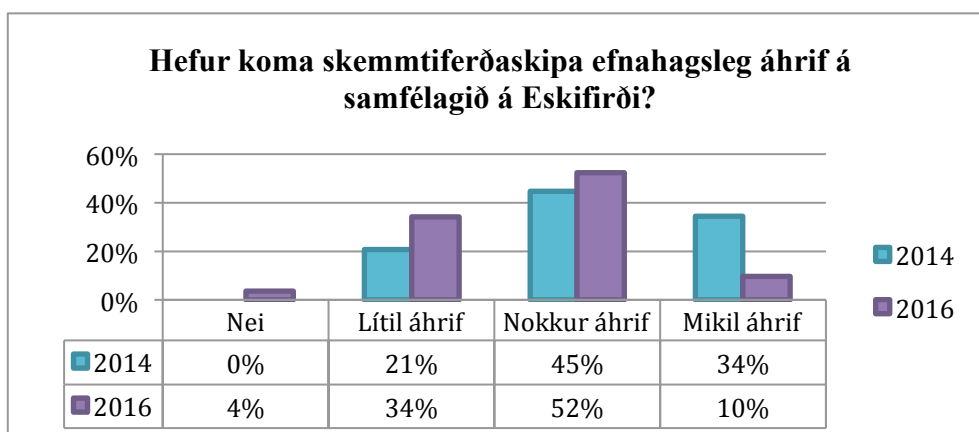
Þegar rýnt er í jákvæðu svörin eingöngu sést glöggt á mynd 5-9 að valmöguleikinn “jákvæð” hefur stækkað um 17% en valmöguleikinn “mjög jákvæð” tapað 12%.



Mynd 5-9 Samanburður á jákvæðum svörum – eru áhrif af komu skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð að þínu mati.

Spurningin “*Hefur koma skemmtiferðaskipa efnahagsleg áhrif á samfélagið á Eskifirði?*”

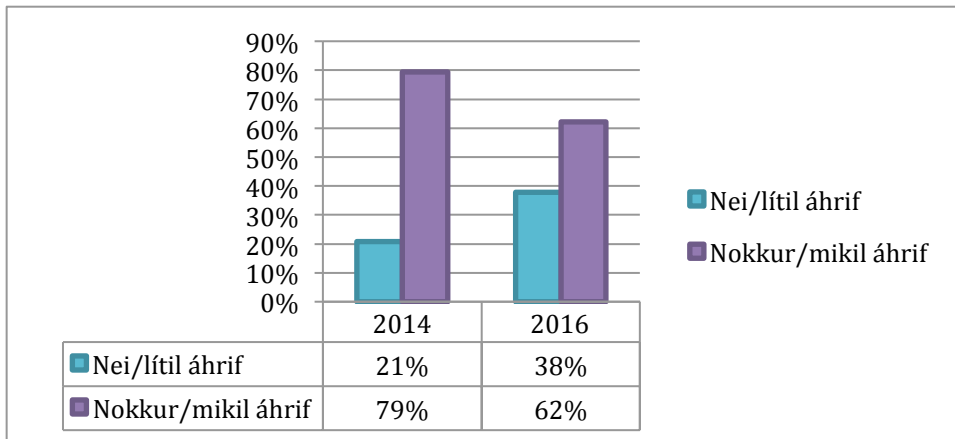
Niðurstaðan hér er í samræmi við niðurstöður síðustu spurninga, óánægja virðist ekki vera til staðar en skynjaður ávinningur heimafólks virðist hafa minnkað og væntingar með.



Mynd 5-10 Hefur koma skemmtiferðaskipa efnahagsleg áhrif á samfélagið á Eskifirði?

Árið 2014 valdi enginn nei, árið 2016 upplifðu 4% svarenda engin efnahagsleg áhrif á samfélagið. Lítil áhrif voru 21% árið 2014 en 34% árið 2016. Nokkur áhrif völdu 45% svarenda árið 2014 en 52% árið 2016. Mikil áhrif voru 34% árið 2014 en 10% árið 2016.

Ef reiknaðir eru saman jákvæðari valkostirnir nokkur áhrif og mikil áhrif voru 79% þáttakenda jákvæðir út í efnahagsleg áhrif ferðapjónustu árið 2014, en 62% árið 2016. Þeir sem höfðu ekki mikla trú á efnahagslegum fylgifiskum voru árið 2014 21% en 38% árið 2016. Þessar niðurstöður er mjög áhugavert að skoða í samhengi við áreitiskvarða.



Mynd 5-11 Efnahagsleg áhrif 2 hópar

5.2 Opnar spurningar

Í könnuninum var ein opin spurning þar sem fólk var beðið um ábendingar. Svörin voru mjög mörg og mismunandi, en flestir sem komu með ábendingar bentu á að á áfangastaðnum væri ekki mikið val um affreyngu eða þjónustu og að of mikið væri um að ferðamenn færu beint út úr bænum. Markaðssetningin á bænum gaf skýrt til kynna að hér væri verið að selja náttúru og landslag, þær upplýsingar hafa augljóslega ekki skilað sér til íbúa sem óttast að ferðamenn hafi ekkert við að vera á staðnum og vilja bæta við affreyngu. Í ábendingum kom fram að sniðugt væri að merkja stuttar gönguleiðir í kringum bæinn. Sú leið myndi passa vel við menningu bæjarins og þá sérstöðu sem bærinn hefur.

Í svörunum gætti nokkurs áhrifa hrepparígs. Margir höfðu áhyggjur af því að ferðamönnum væri vísað beint “upp í hérað” (Egilsstaði) en ekki um Fjarðabyggð. Töluvert var um að fólk taldi bæinn ekki fá nægilegar tekjur af komu skemmtiferðaskipa. Beinar tekjur frá skemmtiferðaskipum koma helst til hafnarinnar í formi ýmiskonar gjalda, svo sem fyrir sorphirðu, vatn, rafmagn og nokkuð sem kallast skipagjöld sem fara eftir stærð skipa (Steinþór Pétursson 2016). Það sem fólk er undirliggjandi eru tekjurnar sem ferðaþjónustuaðilar á staðnum fá þegar farþegar kaupa pakkaferðir á þeirra vegum.

Áhugavert var að þarna kom fram að skilin á milli ferðaþjónustu og stjórnsýslu væri of lítið og of mikið um að sérhagsmuna kraftar væru beggja megin borðs að vinna fyrir sinn eigin hag. Þetta er alveg í takt við það sem bent hefur verið á sem einn aðal ókostinn við þróun ferðaþjónustu í dreifbýli, þ.e. að of fáir komi að þróun ferðaþjónustu og séu oft en ekki þeir sem einmitt hagnast af ferðaþjónustunni (George, Mair & Reid, 2009:9).

5.3 Þróun áfangastaðarins

Gagna var aflað fyrir þennan kafla með viðtölum við hafnarstjóra Fjarðabyggðar, Steinþór Pétursson og Hildigunni Jörundsdóttur sem gengdi starfi ferða- og menningarmálafulltrúa á þeim tíma sem markaðssetningin hófst.

Fyrir þá aðila sem hafa hag af komu skemmtiferðaskipa eru til samtökin Cruise Iceland, innan þeirra vébanda er nú eru 14 hafnir um landið (Cruise Iceland á.á). Cruise Iceland sér um að senda út kynningarefni fyrir allar hafnirnar sem þeir hafa á sínum snærum, þar eru listaðar upp vinsælar ferðir í nágrenni áfangastaðarins og stutt ágrip af sögu staðanna (Cruise Iceland, 2013).

Með breytingum á umhverfi sjávarþorpa fylgir breyting á nýtingu hafna með tilheyrandi tekjuskerðingu. Þegar hafnarstjórn varð ljóst að tekjuskerðingin gengi ekki til baka var ákveðið að skoða markaðssetningu fyrir skemmtiferðaskip með það að markmiði að auka tekjur hafnarinnar og auka verkefni ferðaþjónustunnar í nágrenninu. Í upphafi var ætlunin að markaðssetja Fjarðabyggð sem eina heild en eftir umræður og álitsgjöf sérfræðings var ákveðið að það færi best á að velja einhvern einn kjarna Fjarðabyggðar. Í upphafi voru það helst Fáskrúðsfjörður og Eskifjörður sem valið stóð um, það val var byggt á þeirri staðreynd að mesta plássið er við þær hafnir og að ekki þótti við hæfi að skipin sigldu framhjá álverinu á leið til Reyðarfjarðar þá með tilliti til þess að Ísland er eftirsóttur áfangastaður fyrir ósnortna náttúru og ferskleika. Eskifjörður var svo valinn vegna staðsetningar með tilliti til aðgengis að styttri ferðum. Þegar ákvörðunin hafði verið tekin voru haldnir fundir með íbúum til að kynna verkefnið og að auki var verkefnið mikið í umræðunni frá upphafi markaðssetningar árið 2008 þar til skipin fóru að koma árið 2013.

Umræðan miðaði að miklu leiti að því að takmarka væntingar íbúa sem voru frá upphafi fremur miklar.

Þegar markaðsherferðin fór af stað árið 2008 var gert ráð fyrir fimm árum áður en afraksturinn skilaði sér, en Fjarðabyggð gerðist strax aðili að Cruise Iceland. Árið 2012 ákvað hafnarstjórnin að senda tvo fulltrúa sína á sölusýningar og skerpa þannig á kynningunni, fulltrúarnir fóru á tvær kynningar; Evrópukynningu í september og Ameríkukynningu í mars. Þeir fóru einnig og heimsóttu útgerðir í Bretlandi. Útbúinn var kynningarbæklingur sem var dreift til söluaðila. Þessi kynning virðist hafa skilað einhverju því árið 2013 voru bókuð skip frá nánast öllum sem fulltrúarnir heimsóttu.

Kynningarefnið ýtir greinilega undir ímynd af litlu sjávarþorpi með stórbrotna náttúru og töluvert gert til að ýta undir hugmyndir um einfalt og þægilegt dreifbýlislíf. Þar eru listaðar upp 12 ferðir sem telja henta með tilliti til lengd dvalar sem er yfirleitt í kringum 6-8 klukkutímar.

5.4 Komur skemmtiferðaskipa til Eskifjarðar

Árið 2012 kom eitt skip til Eskifjarðar með 114 farþega, 2013 voru þau tvö og farþegarnir samtals 961, 2014 komu átta skip með alls 5.085 farþega, 2015 komu sjö skip með 6.158 farþega og 2016 eru bókuð fjögur skip með 2600 farþega (fjarðabyggð 2016).

Aðspurður hefur Steinhóll ekki hugmynd um hvað veldur því að skipum fækkar frekar en að fjölga, hafnarstjórnin hefur fengið umsögn frá hverju skipi sem hingað hefur komið og þar hefur ekkert komið fram um ástæður þess að skip koma ekki.

Rannsóknir hafa verið gerðar, t.d á Akureyri, á því hvað skipafarþegar gera þegar skipin er í höfn, en þeir sem fara ekki í skipulagðar ferðir taka sér helst fernt fyrir hendir:

1. Skoða í verslanir
2. Fara á kaffihús
3. Ganga um í hópum og skoða

4. Kanna umhverfið

Rannsóknin sýndi að flestir skipafarþegana fór út fyrir kjarnasvæðið og sá þar af leiðandi aldrei neina raunverulega menningu. Kauphegðun farþeganna var mjög álíka. Flestir keyptu einhverja minjagripni en fáir eyddu miklum fjármunum (Edward H Huijbens og Kristinn Berg Gunnarsson 2014).

Þegar lítill bær er áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip er erfitt að búa til eitt kjarnasvæði, bærinn verður allur eitt svæði. Á áfangastaðnum er lítið um verslanir, en handverkshópur hefur verið með markaði þá daga sem skipin eru í landi með litlum árangri. Kaffihús er til staðar, en það annar ekki fleirum en um það bil 50 gestum í einu. Óformleg athugun rannsakanda leiddi í ljós að flestir sem komu í land gengu um, ýmist um bæinn eða upp í hlið og að frossum fyrir ofan byggðina. “Meet the locals” ferðirnar hafa verið nokkuð vel sóttar af þeim sem ekki fara í rútur. Ferðirnar ganga út á að leiðsögumaður fer um bæinn með ferðamenn og endar ferðina í kaffi og léttum veitingum heima hjá íbúa.. Eftir einn skipadag tók gestgjafi saman hvað það var sem vakti mestan áhuga hjá ferðamönnum, þar var efst á blaði forvitni um daglegar venjur og venjulegt líf, til dæmis áhugamál og á hvaða tímum börnin eru í skólanum. Það gefur til kynna að ferðamenn sæki í nákvæmlega það sem rannsóknir hafa sýnt erlendis, eða að upplifa raunverulegt, daglegt lífið í dreifbýlinu en ekki tívolí eða H&M verslun (George, Mair & Reid, 2009:117).

6 Umræða

Rannsóknarspurningarnar sem leitað var svara við eru þrjár:

1. Hvert er viðhorf heimamanna á Eskifirði til komu skemmtiferðaskipa?
2. Breytist þetta viðhorf samfara aukningu ferðamanna í bæinn?
3. Hvernig var staðið að undirbúningi og skipulagningu fyrir markaðssetninguna og hvernig skilar það sér út í samfélagið á Eskifirði?

Kannanirnar svara spurningum 1 og 2. Niðurstaðan fékkst með því að greina svörin og setja í samhengi við áreitiskvarða Doxey og lífsferilslíkan Butlers.

Viðtölin svara spurningu 3. Til að fá það svar var tekið viðtal við hafnarstjóra og ferða og menningarmálafulltrúa þáverandi.

Hvert er viðhorf heimamanna á Eskifirði til komu skemmtiferðaskipa og er líklegt að það viðhorf breytist samfara fjölgun ferðamanna í bæinn?

Eins og áður kom fram verður viðhorf heimamanna metið eftir áreitiskvarða Doxey og sett í samhengi við lífsferilslíkan Butlers.

Ferðaþjónusta í dreifbýli er að mörgu leiti öðruvísi en í þéttbýli. Íbúar eru færri, sérhæfing oft takmarkaðri, færri um störfin og oft hagsmunaaðilar sem taka ákvarðanir sem varða ferðaþjónustuna (George, Mair & Reid, 2009:9). Það sem ferðamenn sækja í þegar þeir ferðast í dreifbýli er upplifunin. Þeir upplifa tilveruna í litlu þorpi sem einfalda, þægilega og kunnuglega, fólk sækir í að tengjast við fortíðina (George, Mair & Reid, 2009:117). Sú upplifun tengist beint menningu áfangastaðarins og samfélaginu, sem ýtir undir mikilvægi þess að standa rétt að málum þegar ferðaþjónusta er þróuð. Í raun færi eflaust best á því að hafa þessa staðreynd í forgrunni þegar ferðaþjónusta er skipulögð í dreifbýli, ef samfélagið breytir sér eða umhverfi sínu til að þóknast ferðamenskunni þá er ekki mikið eftir af því sem upphaflega vakti áhuga ferðamannsins.

Niðurstaða kannana sýna að íbúar á Eskifirði eru enn mjög sáttir og þegar svörin eru sett í samhengi við áreitiskvarða Doxey er greinilegt að íbúar eru á stigi ánægju; íbúar eru ánægðir með athyglina, gestir eru velkomnir og fólk almennt til í að deila sínu með þeim. Matið er byggt á því að fyrsta stigi áreitiskvarðans fylgir að skipulag ferðapjónustunnar er í lágmarki, heimafólk er almennt jákvætt og fjöldi gesta er óverulegur.

Mismun milli jákvæðra svara má þó líta á sem ákveðið hættumerki. Ef skoðaðar eru myndir af einfölduðum jákvæðum svörum (Kafli 5.1 blaðsíða 18 Mynd 5-4 samanburður jákvæðra svara – hvert er viðhorf þitt til þess að Eskifjörður sé áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip. og kafli 5.1 blaðsíða 21 Mynd 5-9 Samanburður á jákvæðum svörum – eru áhrif af komu skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð að þínu mati.) má sjá að íbúar sem áður völdu valkostinn mjög jákvæð hafa flutt sig yfir í jákvæð. Heimamenn eru greinilega jákvæðir út í ferðapjónustuna en væntingar og skynjaður ávinningur hafa greinilega dalað. Þó má leiða að því líkum að þessi viðhorfsbreyting sé til komin vegna þess að í upphafi voru væntingar fremur miklar og mögulega óraunhæfar. Þessi niðurstaða bendir í þá átt að viðhorf heimafólks breytist sennilega með fjölgun ferðamanna.

Vonir íbúa varðandi efnahagsleg áhrif ferðamennsku hafa dalað. Íbúar voru spurðir um efnahagsleg áhrif af komu skemmtiferðaskipa (blaðsíðu 22) Þegar jákvæðari valkostirnir voru reiknaðir saman sást að hópur jákvæða fólksins minnkaði um 17% úr 79% í 62%. Þeir sem höfðu ekki mikla trú á efnahagslegum fylgifiskum fóru úr 21% í 38% sem er 17% aukning. Þessar niðurstöður er mjög áhugavert að skoða í samhengi við áreitiskvarða. Niðurstaða þessi væri mögulega skiljanlegri ef atvinnu og tekjuleysi hefði verið að plaga íbúana en eins og kom fram í kafla 3 er atvinnuástandið með besta móti.

Áfangastaðurinn er á fyrstu stigum vaxtar skv lífsferilskúrfu Butlers (sjá blaðsíðu 7, kafli 2.4 Mynd 2-1 Lífsferill áfangastaða eftir Butler, Heimild Edward H Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson 2013 uppbygging hefur ekki verið mikil en þó er einhver vísir að uppbyggingu áfangastaða innan áfangastaðarins, vænta má að bæjaryfirvöld taki þátt í uppbyggingunni að einhverju marki.

Tafla 1 *Tengsl milli lífsferils áfangastaðar og áreitisstöðu heimafólks* (kafli 2.4 blaðsíða 7) tengir saman lífsferilslíkan Butlers og áreitiskvarða Doxey. Ef litið er til niðurstöðu spurningarinnar “*kemur þú beint að móttöku skemmtiferðaskipa atvinnu eða áhuga*

vegna?” (Mynd 5-5 Kemur þú beint að móttöku skemmtiferðaskipa atvinnu eða áhuga vegna?) er hægt að sjá að bein þáttaka heimafólks er að aukast, þeir sem koma að móttöku skemmtiferðaskipa áhuga vegna voru 7% en urðu 11% . Þeir sem svöruðu því að þeir kæmu beint að móttöku skipa vegna atvinnu voru 5% en eru nú 10%. Þó þetta séu lítil hlutföll er munurinn mælanlegur. Þessi niðurstaða gefur til kynna að íbúar séu á stigi 2 í töflunni þar sem heimafólk fer að taka aukinn þátt í ferðaþjónustunni og ferðamennskan dafni jafnt og þétt.

Á því stigi skynjar heimafólk meiri ávinning en kostnað og fagnar ferðamenskunni, sem er að aukast jafnt og þétt. Þarna kemur skekkja í viðmót heimafólks á Eskifirði, en sýnt hefur verið hér að skynjaður ávinningur fólks hefur dalað.

Svörin við þessum spurningum eru í stuttu máli að viðhorf heimamanna er gott, en einhver merki eru um að það verði neikvæðara með tímanum. Ástæðan fyrir þessu getur verið sú að væntingar hafi verið of miklar eða að ekki hafi verið nægilega vel staðið að undirbúningi fyrir ferðamenskuna. Af einhverjum völdum er skynjaður efnahagslegur ávinningur ekki að fylgja kúrvunni.

Hvernig var staðið að undirbúningi fyrir markaðssetninguna og hvernig skilar það sér út í samfélagið á Eskifirði?

Þegar nýr áfangastaður er þróaður er mikilvægt að greina og fylgjast með hvar á lífsferli sínum áfangastaðurinn er og hvað skilyrðir þróun hans (Edward Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson 2013:88) Lífsferlislíkan Butlers og áreitiskvarði Doxey sett í samhengi við ferðaþjónustu á staðnum getur verið ómetanleg hjáp í að sjá hvenær og hvar þarf að grípa inn í ferlið og stýra því í rétta átt þegar þess þarf.

Töluvert var greinilega lagt í markaðssetningu á bænum, hafnarstjórn aflaði sér upplýsinga um tímalínu, fékk álit frá sérfræðingum um markaðssetningar og sóttu þær sölusýningar sem í boði voru ásamt því að heimsækja aukalega útgerðarfélög og kynna áfangastaðinn (Steinþór Pétursson 2016). Kynningarefnið var vel unnið og faglegt.

Algeng mistök í ferðamálum er að huga ekki nægilega vel að undirbúningi. Með því að undirbúa vel og skipuleggja getur ferðaþjónustan dafnað með samfélaginu, þannig má lágmarka hættu á því að viðmót íbúa verði neikvætt út í ferðamennina og að ferðaþjónustan

komi til með að hafa neikvæð áhrif á samfélagið. Eitt af því sem er einna mikilvægast er að hafa íbúa með í ráðum þegar áfangastaður er markaðssettur og ferðamennskan undirbúin (George, Mair & Reid, 2009:1) Það er misjafnt hvað fellst í samráði við íbúa, eins og kom fram ofar eru mörg dæmi um að í undirbúningi ferðaþjónustu teljist það vera samráð þegar íbúum er kynnt stefna í ferðaþjónustu sem þegar er mynduð og raunverulegur atkvæðisréttur íbúa er í enginn. Sannarlega var það tilfellið þegar markaðssetningin á Eskifirði sem áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip var ákveðin. Eftir að ákvörðunin var tekin var kallað til fundar við íbúa á Eskifirði.

Hlutverkaskipting í skipulagi og undirbúningi ferðaþjónustu er ekki alltaf ljós. Hvaða ábyrgð liggur hjá stjórnslu og hvaða ábyrgð ber ferðaþjónusta á áfangastaðnum. Í undirbúningnum leit hafnarstjórn svo á málið að þeir færðu ferðaþjónustuaðilum ferðamenn með markaðssetningunni og þar með lyki þeirra hlutverki. Eftir stendur að í raun vantar að skilgreina Eskifjörð sem áfangastað, marka skýra stefnu í samráði við íbúa og ferðaþjónustuaðila, gera mat á innviðum og staðsetningu ferðaþjónustunnar og ákveða hver á að stjórna. Ferðamennskan má ekki verða stjórnlaust afl í samfélaginu.

Opinber stjórnslu þarf að koma að uppbyggingu innviða í bænum og búa til möguleika. Til dæmis fyrir handverkssölufólkið, þau hafa verið með aðstöðu í dimmu og daunillu félagsheimilinu á staðnum. Höfundur telur mikilvægt að heimamenn hafi aðstöðu til að koma upp sölubásum eða bara til að hitta skipafarþega. Bætt aðstaða er nokkuð sem myndi nýtast bæði heimafólki sem og ferðamönnum.

Þegar opnu spurningarnar voru skoðaðar kom glögg í ljós að íbúar sjálfir átta sig ekki á því hvaða vöru er verið að selja, ábendingar um að í bæinn vanti alla afþreyingu fyrir ferðamenn gefa til kynna að undirbúningur hafi ekki skilað íbúum skilning á því hvað var verið að markaðssetja.

Það sem íbúar þurfa að hafa á hreinu og fá að taka þátt í að ákveða er eftirfarandi:

1. Hvaða vara passar við samfélagið okkar?
2. Afhverju erum við að gera þetta?
3. Hver stjórnar því sem við erum að gera?
4. Hvaða leið er best fyrir okkur að fara til að þróa og byggja upp ferðaþjónustu?

5. Hvaða þekkingu þurfum við til að þróa þessa vöru? (George, Mair & Reid, 2009:246).

Ef staðan hjá heimafólki gagnvart ferðamenskunni á Eskifirði er sett í líkindi má ímynda sér verslun sem er sett upp á góðum stað, auglýst vel og rétt vara sett í allar hillur miðað við kröfur markaðarins en það hefur gleymst að segja starfsfólkinu frá því hvað það er að selja, hverjum það á að selja og afhverju.

Í stuttu máli var markaðssetningin mjög vel gerð og faglega. Kappkostað var að fara réttar leiðir og fara eftir markaðri stefnu í markaðsmálu. Hins vegar var undirbúningur fyrir ferðamennina ekki nægilega góður og það skilar sér út í samfélagið. Hugsanlega gæti það verið ástæðan fyrir fækkandi skipum. Þessi mistök eru mjög algeng þegar ferðaþjónusta er þróuð, og þurfa alls ekki að þýða að öll ferðaþjónusta sé dæmd til að mistakast, en þýðir samt að nauðsynlega þurfi að móta stefnu ferðamála á staðnum með þarfir íbúa í forgrunni. Vafalítið er skekkja í skynjuðum efnahagslegum áhrifum heimamanna afleiðing af skorti á undirbúningi.

7 Lokaorð

Ferðamennskan getur byggt upp samfélög eða brotið þau niður. Í upphafi er erfitt að segja til um hver niðurstaðan verður, en það er þó víst að með réttum undirbúningi er hægt að lágmarka áhættuna á neikvæðum áhrifum ferðamenskunnar.

Samfélög eru í eðli sínu lifandi, síbreytileg og fljót að aðlagast breyttum aðstæðum. En til að geta aðlagast er frum skilyrði að fólk innan samfélagsins viti hvaða aðstæðum þau eiga að aðlagast; hverju ferðamennskan kemur til með að breyta í þeirra umhverfi og hvaða hlutverk einstaklingar hafa. Svör við þessu fást bara með réttum undirbúningi og endurteknum rannsóknum á stöðu ferðamenskunnar. Farsæl ferðaþjónusta er byggð upp í kringum þá menningu sem fyrir er á áfangastaðnum, þjónusta þarf að miðast að þörfum heimafólks ekki síður en ferðamanna.

Ferðaþjónustan þarf að vera undir stjórn, alltaf. Ef stjórnin bregst er líklegast að annað hvort endi áfangastaðurinn sem massa túrista staður með allt of mörgum ferðamönnum til að nokkur geti notið þess eða að þeir hætta að koma því þeir upplifa ekki það sem þeir sækjast í, enda er upplifunin nátengd samfélaginu.

Næstu skref sem opinber stjórnsýsla gæti tekið héðan frá er að búa til ferli byggt á þeim upplýsingum sem greinin hefur yfir að ráða og undirbúa ferðamenskuna á réttan hátt í samvinnu með íbúum og ferðaþjónustunni á staðnum, með það að markmiði að efla samfélagið, ekki bara eftir efnahagslegum sjónarmiðum. Sú afþreying sem myndi byggjast upp í kringum samfélagið á Eskifirði þarf að koma frá íbúum sjálfum og vera eitthvað sem þeir sjálfir nýta, njóta og skilja. Afþreying þarf ekki að vera tívolí eða verslunarmiðstöð á bryggjunni, það getur allt eins verið vel merktar gönguleiðir í fjallshlíðinni.

Handverkshópurinn sem hefur verið að selja handverk á skipadögum þarf að fá upplýsingar um það hvað selst og hvað selst ekki, og ekki síður þarf að sjá þeim fyrir almennilegri aðstöðu fyrir söluvörur sem myndi nýtast þeim allt árið. Ein hugmynd gæti svo verið að hafa lifandi sýningu til að vekja áhuga ferðamannanna, til dæmis einstakling að mála

mynd, þrjóna eða bara lesa upp sögur. Möguleika á samvinnu milli handverkshópa í Fjarðabyggð gæti verið skemmtilegt að skoða, en getur ekki orðið fyrr en aðstaða býður upp á það. Það er mat höfundar að ef íbúar finna fyrir áhuga frá ferðamönnum og hafi möguleika á að selja handverk eða annað, fari þeir fljótlega að finna fyrir jákvæðum efnahagslegum áhrifum frá ferðamönnum. Til að eiga möguleika á sjálfbærri þróun í ferðamálum á Eskifirði þarf að búa til ramma og gera íbúum mögulegt að átta sig á sínu hlutverki gagnvart ferðamönnum.

Heimildir

Brundtland, G., Khalid, M., Agnelli, S. et al. *Our Common Future* ('Brundtland report') (21 May 1987)

Butler, R.W. (1980). *The concept of a tourist area life cycle of evolution. Implications for management of resources. Canadian Geographer*, 24, 5-12

Coccosis, H. (2004). Sustainable Tourism and Carrying Capacity. Í H. Coccosis og A. Mexa (ritstjórar), *The challenge of tourism carrying capacity assessment* England: Ashgate Publishing Limited.

Cruise Iceland. (á.á.). Cruise Ports. Sótt 19. apríl af: <http://www.cruiseiceland.com/cruise-ports/>

Cruise Iceland. (2013). Download our ebrochures Sótt 19. apríl af: <http://www.cruiseiceland.com/wp-content/uploads/2012/11/Cruise-Iceland-2013.pdf>

Dalborg, L. (2016). *Dalborg - um leikskólann*. Sótt 09. 04 2016 frá Ýmsar lykiltölur: <http://www.leikskolinn.is/dalborg/>

Deery, M., Fredline L., og Jago L.(2005). A framework for the development of social and socio-economic indicators for sustainable tourism in communities. *Tourism Review International*, 9(1)

E.Wanda George, Heather Mair & Donald G. Reid (2009) *Rural Tourism Development; Localism and cultural change*. Bristol: Channel view publications.

Edward H. Huijbens og Eyrún Jenný Bjarnadóttir (2014). *Viðhorf Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu*. (Greining könnunar meðal Íslendinga í október 2014). Reykjavík: Ferðamálastofa.

Edward Hákon Huijbens; Gunnar Þór Jóhannesson. (2013). *Ferðamál á Íslandi*. Reykjavík: Mál og Menning.

Edward H. Huijbens og Kristinn Berg Gunnarsson. (2014). *Skemmtiferðaskip við Ísland. Úttekt á áhrifum*. Akureyri:Rannsóknamiðstöð ferðamála

Eskifjarðarskóli. (á.á.). *Eskifjörður.is*. Sótt 09. 04 2016 frá Saga Eskifjarðar: <http://www.eskifjordur.is/sagan.htm>

- Eskja. (2015). *eskja.is/fyrirtækid*. Sótt 12. 04 2016 frá Eskja: www.eskja.is
- Ferðamálastofa. (2013). *Þörfin fyrir rannsóknir í íslenskri ferðaþjónustu - greining hagsmunaaðila*. Ferðamálastofa.
- Ferðamálastofa. (2013) <http://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/samid-um-tholmarkarannsóknir-a-atta-stodum>. Sótt 22.04.2016
- Ferðamálastofa (2015). *Ferðaþjónusta á Íslandi í tölum*. Reykjavík:Ferðamálastofa
- Fjarðabyggð*(á.á) Heimasíða Fjarðabyggðar. Sótt 19.apríl af:www.fjardabyggd.is
- Fjarðabyggð*(2016) Komur skemmtiferðaskipa. Sótt 29.apríl 2016 af: <http://www.fjardabyggd.is/hafnir/ymsar-upplýsingar/komur-skemmtiferdaskipa>
- G. Tyler Miller, Scott E. Spoolman. (2013). *Enviromental Science* . Canada: Gengage learning.
- Gun, Clare A. (2002). *Tourism planning: basic consept cases*. New York:Routledge
- Hagstofan. (án dags.). *Upplýsingaveita sveitafélaganna*. Sótt 09. 04 2016 frá Fjöldi nemenda í grunnskólum : <http://upplýsingaveita.samband.is/>
- Heilbrigðisstofnun austurlands* (á.á) Heimasíða HSA. Sótt 19. apríl 2016 af: www.hsa.is
- Page, S. J. (2013). *Tourism Management an introduction*. New York : Taylor & Francis.
- Page, S. J., & Connel, J. (2006). *Tourism a modern synthesis* (second edition ed.). London: Thompson Learning.
- Richards, G. & Hall, D. *Tourism and sustainable community development*. New York:Routledge.
- Umhverfisstofnun (2013). *Sjálfbær ferðaþjónusta- ávinningur samfélags*. Sótt 29.04.2016 af:https://www.ust.is/library/Skrar/Atvinnulif/Sveitarfelog/Natturuverndarnefndir/2013/Sjalfbær%20ferðaþjónusta_Jón%20Björnsson.pdf
- Vegagerðin. (án dags.). *Vegagerðin*. Sótt 09. Maí 2016 frá Vegalengdir: <http://www.vegagerdin.is/vegakerfid/vegalengdir/>
- World Tourism Orgainization Network (UNTWO). (2005). *Sustainable Development of Tourism*. Sótt 12 06, 2014, from untwo.org: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

Munnlegar heimildir

Steinþór Pétursson. (2016, 19. febrúar). Viðtal höfundar við Steinþór Pétursson um markaðssetningu og ákvörðunartöku varðandi áfangastaðinn Eskifjörð.

Hildigunnur Jörundsdóttir. (2016,20. febrúar). Viðtal höfundar við Hildigunni Jörundsdóttur um markaðssetningu áfangastaðarins Eskifjarðar.

Fylgiskjöl A

Spurningar úr spurningakönnunum:

Hver er þinn aldur?

Hvert er viðhorf þitt til þess að Eskifjörður sé áfangastaður fyrir skemmtiferðaskip?

Kemur þú beint að móttöku skemmtiferðaskipa áhuga eða atvinnu vegna?

Telur þú að koma skemmtiferðaskipa hafi áhrif á samfélagið á Eskifirði?

Hefur koma skemmtiferðaskipa jákvæð eða neikvæð áhrif á bæinn?

Hefur koma skemmtiferðaskipa efnahagsleg áhrif á samfélagið á Eskifirði?

Hefur þú einhverjar ábendingar um ferðaþjónustuna?