



# Áhrifaþættir í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði

Karitas Heimisdóttir og Ríkey Gunnarsdóttir



Líf- og umhverfisvísindadeild  
Háskóli Íslands  
2017



# Áhrifaþættir í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði

Karitas Heimisdóttir og Ríkey Gunnarsdóttir

10 eininga ritgerð sem er hluti af  
*Baccalaureus Scientiarum* gráðu í Ferðamálafræði

Leiðbeinandi  
Íris Hrund Halldórsdóttir

Líf- og umhverfisvísindadeild  
Verkfræði- og náttúruvísindasvið  
Háskóli Íslands  
Reykjavík, ágúst 2017

Áhrifaþættir í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði  
10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í ferðamálafræði

Höfundarréttur © 2017 Karitas Heimisdóttir og Ríkey Gunnarsdóttir  
Öll réttindi áskilin

Líf- og umhverfisvísindadeild  
Verkfræði- og náttúruvísindasvið  
Háskóli Íslands  
Sturlugata 7  
101 Reykjavík

Sími: 525 4000

Skráningarupplýsingar:  
Karitas Heimisdóttir og Ríkey Gunnarsdóttir, 2017, *Áhrifaþættir í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði*, BS ritgerð, Líf- og umhverfisvísindadeild, Háskóli Íslands, 39 bls.

Reykjavík, ágúst 2017

# Útdráttur

Mikið hefur verið rætt um það hve atvinnuskapandi ferðaþjónustan sé og hver áhrif fjölgun ferðamanna til landsins hafa verið. Með dreifingu ferðamanna um landið og eflingu ferðaþjónustunnar býður það bæjarfélögum upp á ný tækifæri. Atvinnusköpun hefur gjarnan í för með sér íbúabróun og bætt lífsgæði fyrir íbúa þess svæðis. Markmiðið með rannsókn þessari er að komast að því hvernig hægt er að byggja upp ferðaþjónustu í bæjarfélögum úti á landi. Rannsóknarspurning okkar hljóðar því svo; hvaða þættir hafa skipt meginmáli í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði? Framkvæmd var eigindleg rannsókn og rætt var forsvarsmenn fjörra fyrirtækja á Siglufirði sem tengjast ferðaþjónustu með einum eða öðrum hætti. Tilgangur rannsóknarinnar var að varpa ljósi á þá þætti sem skipt hafa máli fyrir ferðaþjónustu á Siglufirði að sögn viðmælenda okkar og hvernig þessir þættir vinna saman að uppbyggingu á ferðaþjónustunni. Niðurstöður úr rannsókninni leiddu í ljós að viðmælendur fjölluðu allir um nokkra lykilþætti sem fyrir þeim skiptu meginmáli við uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði. Þessi lykilatriði voru samgöngur og þróun ferðaþjónustu á Siglufirði, nýsköpun, íbúa- og atvinnubrúun, samvinna, tengslanet og félagsauður og að lokum þróun og framtíðarsýn.

## Abstract

It has been commonly talked about how the tourism industry has created jobs and what the influence of increased tourism to Iceland has been. Spreading tourism around the country and strengthening the tourism industry in smaller communities offers many opportunities. Along with job creation there can be increased population growth and improved quality of life in that specific area. The goal of this research was to find out how to develop the tourism industry in rural towns. Our research question is; What has been the main influencing factors in developing tourism in Siglufjörður? The research method was qualitative and interviews were conducted with spokespersons from four companies that have relations to tourism. The purpose of the research was to bring to attention the factors that have been of importance to the tourism industry in Siglufjörður according to our interviewees and how these factors influenced the development of the tourism industry there. The conclusions showed that all of the interviewees mentioned the same factors that made the most importance for them in the development of tourism in Siglufjörður. These main factors were transportation and development of tourism in Siglufjörður, innovation, population and employment development, cooperation, social network and social capital and finally development and vision for the future.



# Efnisyfirlit

Myndir.....	vi
Þakkir .....	vii
<b>1 Inngangur.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Þættir sem efla ferðaþjónustuna á Siglufirði .....</b>	<b>3</b>
2.1 Samgöngur .....	3
2.2 Frumkvöðlar og nýsköpun.....	3
2.3 Félagsauður og tengslanet .....	6
2.4 Íbúa- og atvinnuþróun í sögulegu samhengi .....	7
<b>3 Gögn og aðferðir .....</b>	<b>9</b>
3.1 Vandamál .....	9
<b>4 Niðurstöður .....</b>	<b>11</b>
4.1 Samgöngur og þróun ferðaþjónustu á Siglufirði .....	11
4.2 Nýsköpun, íbúa- og atvinnuþróun .....	13
4.3 Samvinna, tengslanet og félagsauður .....	14
4.4 Þróun og framtíðarsýn .....	15
<b>5 Lokaorð og umræða .....</b>	<b>19</b>
5.1 Samgöngur og þróun ferðaþjónustunnar á Siglufirði .....	19
5.2 Nýsköpun, íbúa- og atvinnuþróun .....	20
5.3 Samvinna, tengslanet og félagsauður .....	21
5.4 Þróun og framtíðarsýn .....	22
<b>Heimildir .....</b>	<b>25</b>
<b>Viðauki .....</b>	<b>29</b>

# Myndir

<b>Mynd 1.</b> Íbúafjöldi á Siglufirði á árunum 1960-1990 (Hagstofa Íslands, 2017a).....	8
<b>Mynd 2.</b> Mannfjöldi á Siglufirði á árunum 2006-2017 (Hagstofa Íslands, 2017b).....	8
<b>Mynd 3.</b> Inngangur að Héðinsfjarðargöngum Siglufjarðarmegin (2017).....	12
<b>Mynd 4.</b> Hafnarsvæðið á Siglufirði (2017).....	16



# **Þakkir**

Við viljum fyrst og fremst þakka öllum þeim viðmælendum sem gáfu sér tíma í að ræða við okkur. Einnig viljum við þakka öllum þeim sem aðstoðuðu okkur við vinnslu rannsóknarinnar. Að lokum viljum við þakka leiðbeinandanum okkar, Írisi Hrund Halldórsdóttur, fyrir leiðsögn í gegnum verkefnið.



# 1 Inngangur

Síðan árið 2010 hefur ferðamönnum á Íslandi fjölgað úr 488.622 manns upp í 1.792.201 árið 2016 (Ferðamálastofa, 2017a). Á þessum tíma var dreifing ferðamanna um landið mjög lítil. Samkvæmt tölum Ferðamálastofu (2017b) um dreifingu áætlaðs fjölda á landinu árið 2016 þá voru flestir ferðamenn sem heimsóttu Reykjavík og Suðurland meðan á dvöl þeirra stóð. Mikilvægt er að breyta þessari þróun og er það markmið stjórnvalda að stuðla að jafnri dreifingu ferðamanna sem og ríkari atvinnuþróun á svæðum sem þurfa á því að halda (Þingskjal nr. 468/2013). Ferðaþjónusta er atvinnugrein sem vaxið hefur á síðastliðnum árum og í dag er hún ein af þeim atvinnugreinum sem skilar inn mestum hagnaði í þjóðarþúíð. Hér áður fyrr var tekjuhæsta atvinnugrein Íslendinga sjávarútvegur en sú atvinnugrein hefur tekið miklum breytingum í gegnum tíðina. Á Íslandi liggja flestir bæir við sjávarsíðuna en það er vegna þess að á árum áður voru fiskveiðar okkar helsta atvinnugrein (Trausti Hafliðason, 2005). Siglufjörður var lengi vel með sína helstu atvinnu tengda sjávarútvegi en vegna mikilla breytinga á starfsháttum og skorts á síld þá dró mikið úr þeirri atvinnu (Síldarminjasafnið, á.á.). Á Siglufirði hefur verið hröð þróun í uppbyggingu á ferðaþjónustunni og vakti það áhuga okkar. Við vildum komast að því hver kveikjan var að uppbyggingunni, á hverju hún byggði og hvað þyrfti til þess að byggja upp ferðaþjónustu. Ekki leggja öll bæjarfélög upp úr ferðaþjónustu og er því áhugavert að skoða hvað fær bæjarfélag líkt og Siglufjörð til að styrkja ferðaþjónustuna og hvað þarf til þess að byggja upp ferðaþjónustu í bæjarfélögum út á landi með velgengni að leiðarljósi. Þegar kemur að uppbyggingu á ferðaþjónustu þá þarf að huga að mörgum þáttum. Í þessari rannsókn er fjallað um þá þætti sem hafa eflt ferðaþjónustuna á Siglufirði og þá horft til viðtala sem tekin voru við gerð rannsókna. Þeir þættir sem fjallað verður um hér að neðan eru lykilorð sem komu upp í viðtölunum en það er ekki þar með sagt að þessir þættir séu þeir einu sem geta haft áhrif á uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði né annars staðar.

Eitt af því sem þarf að hafa í huga er að fullnægjandi samgöngur þurfa að vera til staðar svo að hægt sé að komast hvert á land sem er á hvaða árstíma sem er. Enn þann dag í dag finnast vegarkafar sem ekki eru malbikaðir og ætti það að vera eitt af grunnskilyrðum fyrir fjölfarna vegi á landinu (Lög um samgönguáætlun nr. 33/2008). Með komu Héðinsfjarðarganga varð mikil breyting á atvinnusköpun og ferðaþjónustu á Siglufirði en einnig var mikil fjölgun á ferðamönnum sem sóttu landið árið sem göngin opnuðu. Samgöngum var lengi mjög ábótavant og var Siglufjörður einangraður frá öðrum byggðum þar sem hann er nyrsti kaupstaður á landinu. Margvísleg áhrif eru af bættum samgöngum sem bæta ekki aðeins þjónustustig við heimamenn heldur einnig við ferðamenn sem heimsækja staðinn. Með tilkomu betri samgangna og fleiri gesta hefur opnast fyrir möguleikana á fjölbreyttari þjónustu á svæðinu og býður það upp á nýsköpun á ýmsum sviðum. Eitt af þeim nýsköpunarfyrirtækjum sem opnuðu eftir tilkomu Héðinsfjarðarganga er Sigló Hótel og var skoðað hvernig áhrif tilurð nýs hótels á Siglufirði hafði á önnur ferðaþjónustufyrirtæki á svæðinu. Hótelid er í eigu frumkvöðulsins Róberts Guðfinnssonar og á hann einnig fjögur önnur fyrirtæki í bænum ásamt því að taka þátt í að styrkja og byggja upp ýmis fyrirtæki á svæðinu. Fjallað er um mikilvægi frumkvöðla og nýsköpunar í ferðaþjónustu og það sett í samhengi við tilkomu nýrra fyrirtækja á vegum Róberts á Siglufirði. Frumkvöðlar skapa atvinnutækifæri fyrir samfélög og nýsköpun er nauðsynleg til þess að svara eftirspurn á markaði. Einnig verður fjallað um mismunandi kenningar um félagsauð og tengslanet og

hvernig þau geta skipt sköpum fyrir frumkvöðla og hversu ríkjandi samvinna á milli ferðaþjónustufyrirtækja er á svæðinu. Hér á eftir komum við til með að sýna fram á að allir þessir þættir hafa leikið stórt hlutverk í uppbyggingu á ferðaþjónustunni á Siglufirði og fjallað verður um íbúa- og atvinnuþróun í sögulegu samhengi.

Við teljum mikilvægt að ferðamönnum sé dreift betur um landið en til þess að það sé hægt þurfa bæjarfélög úti á landi að geta tekið á móti ferðamönnum þar sem boðið er upp á grunnþjónustu og afþreyingu. Markmiðið með rannsókn þessari er að komast að því hvernig hægt er að byggja upp ferðaþjónustu í bæjarfélögum úti á landi. Rannsóknarspurning okkar hljóðar því svo; hvaða þættir hafa skipt meginmáli í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði? Tilgangur með þessari rannsókn er að varpa ljósi á þá þætti sem skipt hafa máli fyrir ferðaþjónustu á Siglufirði að sögn viðmælenda okkar og hvernig þessir þættir vinna saman að uppbyggingu á ferðaþjónustunni.

Ritgerð þessi skiptist upp í fimm hluta, fyrsti hlutinn er inngangur þar sem kynntur er tilgangur rannsóknarinnar og hver rannsóknarspurningin er. Í öðrum hluta hennar fjöllum við um fræðilegar kenningar og hugmyndir sem snúa að nýsköpun og frumkvöðlum, samgöngum, íbúa- og atvinnuþróun og svo félagsauð og tengslaneti. Í þriðja hluta hennar fjöllum við um gagnaöflun, aðferðir og þau vandamál sem komu upp við öflun gagnanna. Í fjórða hluta hennar fjöllum við um það sem bar hæst í viðtölum við viðmælendur okkar, sem skiptist í fjögur þemu sem endurspeгла fræðilega umfjöllun okkar. Í fimmta, og síðasta hluta ritgerðarinnar, fjöllum við um helstu niðurstöður þar sem þær eru ræddar ítarlega, rannsóknarspurningu svarað, ásamt vangaveltum um framtíð ferðaþjónustu á Siglufirði.

## 2 Þættir sem efla ferðaþjónustuna á Siglufirði

Við úrvinnslu á viðtölunum komu sterkt fram nokkur lykilorð sem nú verður fjallað um á fræðilegan hátt og síðar tengt við með upplýsingum úr viðtölunum. Þessi lykilorð eru samgöngur, íbúa- og atvinnuþróun, frumkvöðlar, nýsköpun, félagsauður og tengslanet. Kaflinn skiptist upp í fjögur meginþemu.

### 2.1 Samgöngur

Eitt af vandamálum við uppbyggingu áfangastaða eru samgöngur. Gilbert (1939) skoðaði uppbyggingu samgangna og nýrrar tækni og komst að því að þessir þættir væru veigamiklir fyrir aukið aðgengi áfangastaðanna að stærri hóp fólks. Áfangastaður er samansettur af þeim vörum sem viðkoma ferðamönnum og upplifun þeirra. Í auknum mæli er litið þannig á að áfangastaður sé skynjun ferðamannsins eða hvernig hann upplifir áfangastaðinn þrátt fyrir að flestar hefðbundnar skilgreiningar leggi áherslu á landfræðilega þætti staðarins. Áfangastaður er sá staður sem ferðamenn heimsækja og gista á en til þess að það sé mögulegt þá þurfa ferðamennirnir að komast á áfangastaðinn. Samgöngur leika stórt hlutverk í uppbyggingu áfangastaða (Page, 2009). Samgöngumannvirki og aðgengi eru tvö mikilvæg atriði sem Ritchie og Crouch (2003) lögðu áherslu á til að auðvelda þróun áfangastaða. Prideaux (2000a) rannsakaði hlutverk samgangna í mótun áfangastaðapróunar með áherslu á hugtakið áfangastað og notaðist hann við það sem ramma til þess að greina samgöngur og ferðaþjónustu. Hann komst að því að samgöngur væru lykilatriði fyrir uppbyggingu áfangastaða og þess að vöxtur gæti átt sér stað. Kaul (1985) heldur því fram að samgöngur eigi stóran þátt í velgengni sköpunar og þróunar á nýjum áfangastöðum sem og vaxtar annarra áfangastaða. Með því að bæta samgöngur til áfangastaða þá hafa staðir þar sem lítið var um ferðamenn og ferðaþjónustu umturnast og breyst í virka og velmegandi áfangastaði sem laða að fjölda fólks.

Samgöngur geta gegnt þýðingarmiklu hlutverki fyrir samfélög á jaðarsvæðum. Ef skortur er á góðum samgöngum þá er hættu á að samfélög einangrist, að það hægist á íbúaþróun og að ekki sé næg atvinna í boði (Edward H. Huijbens & Þóroddur Bjarnason, 2014). Sett var fram í Stefnumótandi byggðaaætlun fyrir árin 2014–2017 að „sérstök áhersla verði lögð á stuðning við svæði sem búa við langvarandi fólksfækkun, atvinnuleysi og einhæft atvinnulíf“ og „að jafna þyrfti tækifæri allra landsmanna til atvinnu og þjónustu“ (Þingskjal nr. 468/2013). Í tillögu til þingsályktunar um eflingu brothættra byggða og byggðafestu veiðiheimilda er bent á mikilvægi stuðningsúrræða til að skapa aukna byggðafestu í brothættum byggðum þar sem landbúnaður, matvælaíðnaður, ferðaþjónusta eða önnur atvinnustarfsemi hefur skapað, eða er líklegust til að skapa, stöðugleika og vaxtarmöguleika og gerð grein fyrir því hvernig hægt sé að veita slíkan stuðning á sem skilvirkastan hátt. Hlutverk verkefnisins „brothættar byggðir“ er að byggja upp þekkingargrunn sem má nota til að aðstoða byggðir sem glíma við viðvarandi fólksfækkun og lágur tekjur. Lögð er áhersla á að bæta hag íbúa en það er t.d. hægt að gera með bættu námi, fjárfestingum eða styrkjum til innviða eða atvinnutækja, markaðsrannsóknnum, gerð rekstraráætlana og ráðgjöf fyrir ný fyrirtæki, og stuðningi og tekjuaukandi nýbreytni í rekstri sem þegar er stundaður á svæðinu. Mikilvægt er að þekkja þá

möguleika sem svæði bjóða upp á og sem geta nýst við tekjusköpun líkt og ferðamennska, aukin jarðyrkja, skógrækt eða nýsköpun í búnaðarháttum (Þingskjal nr. 271/2016).

Í lögum um samgönguáætlun eru meginmarkmiðin að samræma framkvæmdir og rekstur í samgöngumálum og að taka þurfi tillit til þarfa ferðaþjónustunnar. Við gerð nýrrar samgönguáætlunar er lögð áhersla á að fylgja ákveðnum meginmarkmiðum um að samgöngur séu greiðar, hagkvæmar, öruggar og umhverfislega sjálfbærar og að þær stuðli að jákvæðri byggðaðróun (Lög um samgönguáætlun nr. 33/2008). Í ferðamálaáætlun 2011–2020 kemur fram að mótun skipulagsáætlunar í samgöngumálum skiptir sköpum fyrir ferðaþjónustuna þar sem samgöngur gegna stóru hlutverki fyrir ferðaþjónustuna hér á landi (Þingskjal nr. 758/2010). Að sama skapi er nauðsynlegt að þekkja mikilvægi ferðaþjónustunnar þegar kemur að atvinnusköpun og hversu brýnt er að samgöngum sé viðhaldið og haldið greiðfærum allt árið um kring (Þingskjal nr. 468/2013).

Uppruna hugmynda um Héðinsfjarðargöng má rekja til ráðstefnu Verkfræðingafélags Íslands sem haldin var árið 1981. Á ráðstefnunni var rætt um þá möguleika og áhrif sem gætu fylgt í kjölfar tengingar á milli Dalvíkur, Ólafsfjarðar og Siglufjarðar með jarðgöngum. Meginhlutverk og markmið með gerð ganganna var að auka fjölbreytni starfa og þjónustu á svæðunum, auk þess að bæta lífshætti íbúa þeirra. Framkvæmdir á Héðinsfjarðargöngum, sem nú standa milli Ólafsfjarðar og Siglufjarðar, hófust í september 2006 og lauk þeim í október 2010 þegar göngin voru opnuð. Göngin gera ferðamönnum og íbúum svæðanna kleift að ferðast 17 kílómetra leið milli byggðarkjarnanna allan ársins hring í stað þess að ferðast 62 kílómetra leið á malarvegi um Lágheiðina, þegar greiðfært er, eða 233 kílómetra um Öxnadalshéiðina, þegar ófært er á Lágheiðinni. Vegna nálægðarinnar sem skapaðist vegna ganganna var ákveðið að sameina byggðarkjarnana sama ár og framkvæmdir við göngin hófust og ganga þeir í dag undir nafninu Fjallabyggð (Byggðarþróun, á.á.).

Eftir að Héðinsfjarðargöng voru opnuð varð fjölgun á ferðamönnum á svæðinu og mátti sjá mun á heimsóknum íslenskra ferðamanna til Siglufjarðar milli árána 2010, þegar göngin voru opnuð, og 2011. Í könnun sem framkvæmd var af Markaðs- og miðlunarrannsóknunum ehf. (2012) fyrir Ferðamálastofu þar sem 970 einstaklingar svöruðu könnuninni kom fram að á árinu 2010 heimsóttu einungis 8% af þeim sem svöruðu könnuninni Siglufjörð en árið eftir fjölgaði þeim sem heimsóttu svæðið upp í 17,7%. Einnig fjalla Þóroddur og Edward (2014) um breytingar á sumardagsumferð til og frá Fjallabyggð á árunum 2006, 2009 og 2012 samkvæmt umferðarteljurum Vegagerðarinnar. Þar kemur í ljós að ferðamönnum fjölgaði í Fjallabyggð um helming eftir að Héðinsfjarðargöng voru opnuð og einnig hefur fjöldi ferðamanna á leið frá Akureyri til Fjallabyggðar tvöfaldast á milli árána 2009 og 2012. Að auki hefur ferðamönnum á leið frá höfuðborgarsvæðinu til Fjallabyggðar fjölgað töluvert yfir vetrartímam. Þeirra niðurstöður sýna að með tilkomu Héðinsfjarðarganga hafi Fjallabyggð tengst ferðamannasvæði Eyjafjarðar og þar af leiðandi gert að verkum að Fjallabyggð er orðin áfangastaður ferðamanna af höfuðborgarsvæðinu á leið til Akureyrar.

Í rannsókn sem unnin var af Þóroddi Bjarnasyni er fjallað um þau miklu samfélagslegu áhrif sem Héðinsfjarðargöng hafa haft á Ólafsfjörð og Siglufjörð. Rannsóknin stóð yfir í sjö ár og sýna niðurstöður fram á mikil tengsl milli byggðarkjarnana og sækja íbúar Fjallabyggðar þjónustu í báða kjarnana hvort sem það tengist verslun, þjónustu, viðburðum eða félagsstarfi. Meðal þeirra áhrifa sem greint er frá í rannsókninni kemur fram að aukning umferðar er meiri en spáð var í upphafi, breytt atvinnumynstur hefur myndast, efnahagslíf hefur aukist og er Siglufjörður orðinn hluti af ferðamannasvæði Eyjafjarðar og áfangastaður ferðamanna (Þóroddur Bjarnason, 2015).

## Frumkvöðlar og nýsköpun

Til að sýna fram á hvort nýsköpun gæti átt þátt í uppbyggingu í bæjarfélögum þá þarf að skoða hvað nýsköpun og frumkvöðlar standa fyrir. Nýsköpun og frumkvöðlar geta haldist í hendur og ganga hvort tveggja út á að skapa eitthvað nýtt eða endurbæta það sem þegar er til staðar. Það er eitt að koma með hugmynd að einhverju nýju og síðan er annað að framfylgja þeirri hugmynd og skapa eitthvað nýtt eða endurbætt. Þar liggur munurinn á milli uppfinningamanns og frumkvöðuls (Schumpeter, 1934). Þegar ný vara er sett á markað er hún ef til vill betri útgáfa af vöru sem er þegar til á markaðnum. Skapandi eyðilegging á sér stað þegar eldri vara á markaði er leyst af hólmi af nýrri og betri vöru. Þetta veldur því að neytendur á markaði vilja heldur kaupa nýju vöruna í stað eldri vörunnar þar sem sú nýja mætir þörfum viðskiptavinarins betur en sú eldri (Swedberg 2003). Hall og Williams vilja meina að

*Nýsköpun vísar til þess ferlis þar sem ný hugmynd er framkvæmd til þess að leysa vandamál. Hugmyndir líkt og að endurskipuleggja, skera niður kostnað, setja inn nýtt fjárlagakerfi, bæta samskipti eða ný leið til þess að setja saman vörur er allt hluti af nýsköpun. Nýsköpun er kynslóð, viðurkenning og framkvæmd nýrra hugmynda á ferli, vöru eða þjónustu. Viðurkenning og framkvæmd eru grundvallaratriði í þessari skilgreiningu; Það felur í sér getu til þess að breyta og aðlaga (Hall & Williams, 2008).*

Frumkvöðulsstarfsemi felur í sér nýsköpun á vöru eða ferli sem leiðir til eyðileggingar á annarri vöru eða öðru ferli sem var fyrir á markaði. Frumkvöðull skapar nýjar atvinnugreinar og á sama tíma veldur hann skipulagsbreytingum í hagkerfinu (Schumpeter, 1911). Frumkvöðlar skapa störf fyrir samfélagið, auka staðbundnar tekjur og hagnað og tengja samfélagið við hagkerfi heimsins. Mismunandi er hvað frumkvöðlar vilja fá út úr aðgerðum sínum og hverju þeir vilja áorka. Til eru svokallaðir lífsstílsfrumkvöðlar sem stofna gjarnan lítil fyrirtæki sem hafa ákveðið aðdráttarafl vegna stærðar sinnar og gerðar og eru frumkvöðlarnir drifnir áfram af því að uppfylla ákveðin lífsgæði sem þeir sækjast eftir. Lífsstílsfrumkvöðlar eru oft ómenntaðir, fjölskyldusinnaðir, telja meiri lífsgæði í því að ráða sér sjálfir þar sem þeir geta varið meiri tíma með fjölskyldu sinni og reka fyrirtæki sem tengist þeirra áhugamáli. Lífsstílsfrumkvöðlar fara ekki út í rekstur með það markmið að græða og vaxa heldur er markmiðið frekar að halda sér uppi með tekjum fyrirtækisins og að viðhalda sínum lífsstíl. Það er gjarnan hætta á því að fyrirtæki lífsstílsfrumkvöðla hnigni eftir einhvern tíma þar sem þeir eru ekki tilbúnir að leggja mikla auka vinnu á sig og eru ekki með það í huga að láta fyrirtækið vaxa. Upplifun lífsstílsfrumkvöðuls verður líkt og hann sé aldrei í vinnunni heldur er hann að sinna því sem hann hefur virkilega áhuga á. Aðrir frumkvöðlar sem stofna fyrirtæki eru líklegri til þess að vera með ákveðna menntun sem nýtist frumkvöðulsstarfseminni og njóta mikillar velgengni og gróða þar sem markmiðið er að græða á fyrirtækinu. Mörgum frumkvöðlum hefur mistekist að koma fyrirtæki sínu á framfæri eða þróa það til velgengni en þegar það tekst eru þau atvinnuskapandi, auka tekjur og hagnað samfélagsins í heild sinni (Peters, Frehse & Buhalis, 2009).

Til þess að halda nýsköpunarfyrirtæki gangandi þarf mikla þrautseigju og einnig ákveðið fjármagn. Mörg nýsköpunarfyrirtæki hefja rekstur en eiga ekki endilega mikið fjármagn til að takast á við markaðinn. Oft gengur efnameiri nýsköpunarfyrirtækjum betur að fóta sig og gjarnan er það það sem þarf fyrir minni bæi til þess að koma sér á kortið (Henderson, 2002). Samkvæmt Schumpeter (1991) þurfa frumkvöðlar ekki að eiga allt það fjármagn sem þarf til þess að koma á fót nýju fyrirtæki eða framleiða nýja vöru. Áður fyrr voru frumkvöðlar álitnir auðvaldssinnar þar sem þeir áttu fjármagn til að styðja við sína hugmynd og framfylgja henni í framleiðslu. Seinna meir greindi Schumpeter (1991) frá því að ekki væru allir frumkvöðlar

auðvaldssinnar og þar af leiðandi væru allir auðvaldssinnar ekki frumkvöðlar. Frumkvöðlar sem ekki eiga nægilegt fjármagn til þess að framkvæma hugmynd sína gætu skoðað að fá fjárfesta til þess að fjárfesta í hugmynd sinni eða fyrirtæki.

Nýsköpunarfyrirtæki eru ekki alltaf að finna upp hjólið heldur eru þau oft að endurgera einhverja hugmynd og gera hana betri eða með sínum hætti, sem þjónar samfélaginu eða staðnum sem það er á betur (Schumpeter, 1934). Nýsköpun setur af stað keðjuverkun sem virkjar einstaklinga og ferla. Nýsköpun er ekki einungis einhver ein aðgerð heldur er hún margþætt þar sem umfangið við nýja hugmynd, uppgötvun á nýjum búnaði og þróun á nýjum markaði fléttast saman (Trott, 1998).

## 2.2 Félagsauður og tengslanet

Til eru margar rannsóknir á frumkvöðlum og tengslum þeirra við efnahag fyrirtækja, en áhrif menningarlegra og félagslegra þátta hafa lítið verið rannsökuð þegar kemur að þróun þeirra, félagsauður og tengslanet eru hluti af því.

Thornton (2011) þótti mikilvægt að skoða þessa þætti svo hægt væri að skilja hvort menning og umhverfi fólks gæti haft áhrif á hvort það yrði frumkvöðlar og kysi að opna ný fyrirtæki. Hann komst að því að tenging væri milli menningarlegs umhverfis fólks og að það væri líklegra til að gerast frumkvöðlar ef umhverfi þeirra væri opið fyrir frumkvöðulshætti. Umhverfi og menning hvers og eins hefur áhrif á einstaklinga og mótar þá og hvernig einstaklingar aðlaga sig að umhverfinu til að ná árangri. Þegar fyrirtæki eru stofnuð þá endurspeglar þau menningu samfélagsins sem þau eru í, ef ekki þá er hætta á að fyrirtækjunum vegni ekki vel (Shane, 1993; Shapero & Sokol, 1982). Shane (1993) bendir á að fjármagn sé ekki grunnatriði þegar kemur að því að styrkja lönd eða svæði í nýsköpun og frumkvöðulshætti heldur sé mikilvægt að menningin geri það. Aftur á móti bendir hann á að í löndum eða á svæðum þar sem fjármagn sé til staðar, sé gjarnan meiri krafa um nýsköpun og frumkvöðulshátt þar sem það sparar vinnuafli og viðskiptavinir geri meiri kröfu til nýrrar og öðruvísi vöru.

Reynolds (1991) setti fram kenningu um að því að því sterkari sem félagsleg tengslanet eru því farsælli eru frumkvöðlarnir þegar kemur að því að setja fram nýja hugmynd, taka ákvarðanir eða stofna fyrirtæki. Það hafa þó ekki allir fræðimenn verið á sama máli og Reynolds. Granovetter (1973) fjallaði um sterk og veik tengslanet. Ekki er til ein algild skilgreining á hugtakinu félagslegt tengslanet en það er gjarnan skilgreint sem tenging milli tveggja einstaklinga. Um er að ræða einhvers konar félagsleg tengsl sem myndast í gegnum félagsleg sambönd og þessi sambönd er hægt að nýta sér til hags (Beck, 1992; Brass, 1992). Granovetter trúði því að veik tengslanet væru í raun mikilvægari og skilvirkari fyrir einstaklinga til að koma sér á framfæri, fá fjölbreytt tækifæri og til að aðlagast nýju samfélagi. Veik tengsl byggjast fyrst og fremst á þeim tengslum sem þú hefur við hópa utan þíns sterka tengslanets og hittir sjaldan. Þeir sem tengjast veikum tengslum geta gjarnan aðstoðað hver annan með því að komast inn í nýja hópa, eða opnað fyrir ný tækifæri sem bjóðast ekki í gegnum sterku tengslin. Með því að hafa veik tengsl þá höfum við aðgang að fólki sem býr yfir ólíkri þekkingu en þeir sem standa manni næst í tengslanetinu. Sterk tengslanet eru byggð upp af þeim sem standa fólki næst og sem það hittir oft t.d. eins og fjölskylda, vinir og vinnufélagar eða fólk sem býr yfir sömu skoðunum og það (Beck, 1992; Brass, 1992; Granovetter, 1973). Bourdieu (1986) vildi meina að þeir sem hefðu stórt tengslanet og mikinn félagsauð í kringum sig byggju yfir ákveðnu valdi og að félagsauður væri í raun knúinn af ágreiningi og valdahlutverkum. Félagsauður er sá auður sem bundinn er í félagslegum tengslum fólks við aðra. Félagsauður er áþreifanleg og raunveruleg auðlind sem aðstoðar bæði



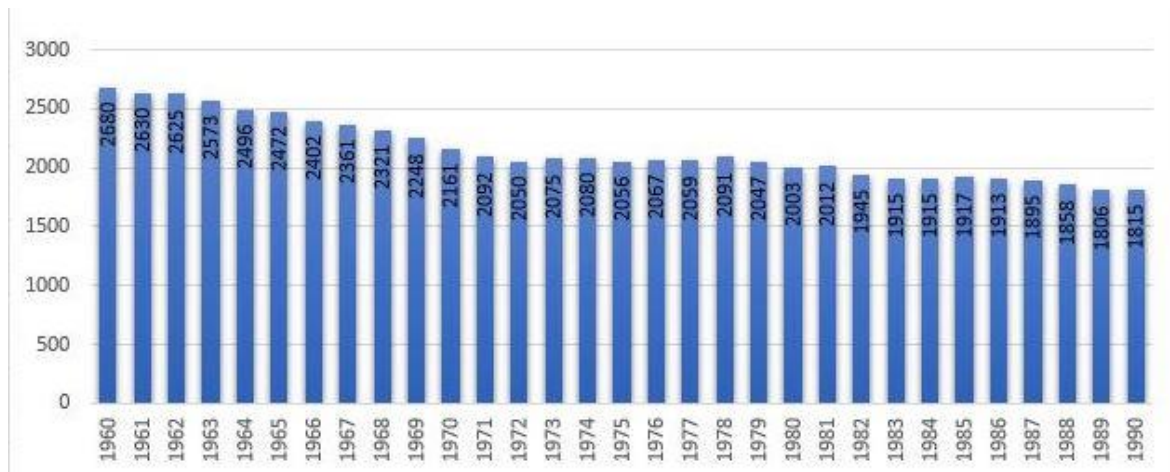
einstaklinga og fyrirtæki við að ná til annarra í gegnum félagslega uppbyggingu og ná markmiðum sínum (Portes, 1999). Félagssauðurinn er búinn til af þeim tengslum sem fólk myndar á milli sín í tengslanetinu og er netið í stöðugri vinnslu og mótun og því þarf að viðhalda (Edward H. Huijbens, 2010). Með valdi er átt við að það sé gjarnan einhver sem verður útundan eða verður fyrir áhrifum af ákvörðunum annarra og ef einhver nýtir sér tengsl sín, veik eða sterk, þá er gjarnan einn sem hefur ávinning af og annar ekki. Coleman (1988), Anderson og Locker (2002) voru sammála um að tengslanetum fylgdi vald og fjölluðu þeir um lárétt og lóðrétt tengslanet. Lárétt tengslanet eru jákvæð og skila af sér framleiðni til samfélagsins í heild sinni. Lóðrétt tengslanet einkennast af ójafnri valdaskiptingu meðal meðlima samfélagsins og geta verið bæði jákvæð og neikvæð. Aðrir fræðimenn á borð við Putman (1993), Seligman (1997) og Granovetter (1973) eru þó ekki á þeirri skoðun og vildu meina að traust milli mismunandi hópa skipti miklu máli þegar kæmi að félagsauði.

## 2.3 Íbúa- og atvinnuþróun í sögulegu samhengi

Síldin er stór partur af sögu og menningu Siglufjarðar. Á árunum um og eftir 1950 var síldin veidd hvað mest út frá Siglufirði og þá var mikið um að vera í bænum. Fólk fluttist alls staðar af að landinu til Siglufjarðar til þess að taka þátt í síldarævintýrinu, eins og það var kallað. Þegar mest var þjuggu um 3.000 manns á Siglufirði og var bærinn orðinn sá fimmti stærsti á Íslandi. Höfnin á Siglufirði var ein af mikilvægustu höfnum landsins þar sem síldarútflutningurinn fór yfir 20% af öllum útflutningi á landinu. Mikið var um fólk á götum bæjarins og þá var mannlífinu oft líkt við það sem finnst í stórborgum. Vegna ofveiði á síldinni hvarf hún árið 1969 frá miðum Íslands en var að mestu leyti horfin á Siglufirði árið á undan. Þegar síldin hvarf þá hvarf fólkið með og mikil hnignun átti sér stað á Siglufirði (Síldarminjasafnið, á.á.).

Hnignun á frumframleiðslu bæjarins til margra ára frá brotthvarfi síldarinnar hafði mikil áhrif á starfsemi í bænum og mikil fólksfækkun átti sér stað. Með tilkomu Héðinsfjarðarganga árið 2010 styrktist ferðaþjónustan á svæðinu þar sem ferðamenn áttu greiðara aðgengi að bænum, ferðamönnum fjölgaði um helming á aðeins þremur árum og almennt varð atvinnulíf betra (Edward H. Huijbens & Þóroddur Bjarnason, 2014). Undirstöðuatvinna Siglufirðinga í gegnum árin hefur verið fiskveiðar og úrvinnsla sjávarfangs en undanfarnin áratug hefur orðið breyting á atvinnuháttum. Störfum tengdum sjávarútvegi hefur fækkað með fylgjandi fólksfækkun. Fjarvinnsla fyrir stofnanir og ýmis þjónustustörf hafa tekið við störfum í sjávarútvegi og eru orðin mikilvæg í atvinnulífi Siglufjarðar. Vél- og bátasmíði hefur einnig verið vaxandi atvinnugrein og hefur skapað störf fyrir heimamenn. Á undanförunum árum hefur þjónusta við ferðamenn aukist og það er mikilvægt fyrir heimamenn að taka vel á móti ferðamönnum. Siglufjörður hefur upp á margt að bjóða hvað varðar náttúrufergurð og þjónustu við ferðamenn og var talið að með komu Héðinsfjarðarganganna að ferðaþjónustan ætti eftir að aukast (Fjallabyggð, á.á.).

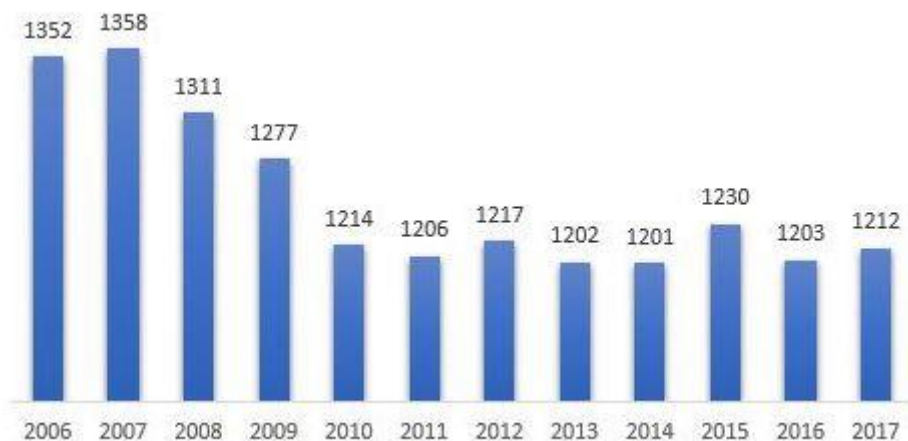
Íbúafjöldi á Siglufirði fór minnkandi árin eftir að síldin hvarf og má nefna að íbúar bæjarins voru 2.680 talsins árið 1960 en um 1990 hafði íbúum fækkað niður í 1.815, eins og sést á mynd 1. (Hagstofa Íslands, 2017a).



Mynd 1. Íbúafjöldi á Siglufirði á árunum 1960-1990 (Hagstofa Íslands, 2017a).

Íbúar Siglufjarðar eru án efa búnir að ganga í gegnum breytta tíma síðan fólk byrjaði að setjast þar að. Það sem hefur átt stóran þátt í að móta menningu bæjarins eru síldarárin og þau ár sem fylgdu á eftir, þegar að síldin hvarf. Jafnvel þótt bærinn hafi ekki staðið eftir tómur við lok síldaráranna þá tók við tímabil þegar fólk sótti ekki jafn mikið í bæinn vegna breytts atvinnumynsturs og lífshátta. Í mörg ár fluttust heimamenn í burtu, ýmist til að sækja sér frekari menntun eða atvinnukosti og varð meðalaldurinn hærri þar sem ungt fólk settist ekki að í bænum í jafn miklum mæli og fyrr (Anita Elefsen, safnstjóri Síldarminjasafnsins, munnleg heimild, 3.apríl 2017).

Samkvæmt Hagstofu (2017b) voru íbúar Siglufjarðar árið 2006 1.352 talsins og fór svo fækkandi allt til ársins 2011 og voru þá alls 1.206 eins og sjá má á mynd 4.



Mynd 2. Mannfjöldi á Siglufirði á árunum 2006-2017 (Hagstofa Íslands, 2017b).

Fjölgun íbúa var lítil árið 2012 og svo fækkaði íbúum aftur á árunum 2013 og 2014. Árið 2015 fjölgaði íbúum um 29 manns frá árinu áður en fækkaði svo aftur árið 2016.

### 3 Gögn og aðferðir

Framkvæmd var eigindleg rannsókn og ástæðan fyrir valinu á rannsóknaraðferðinni er sú að eigindlegar rannsóknir fara fram á vettvangi og er það góð leið til að öðlast skilning á aðstæðum. Við töldum það mikilvægt fyrir rannsókn okkar að fá innsýn í raunverulegar aðstæður frá einstaklingum sem búa á svæðinu svo að hægt yrði að komast að sem ítarlegastri niðurstöðu um þeirra upplifun á rannsóknarefninu. Þegar notað er eigindlegt rannsóknarform eru tekin viðtöl og er mikilvægt að rannsakandinn sé vel vakandi fyrir nýjum þáttum sem geta komið upp í viðtalinu (Punch, 2014). Við vorum með hálfstöðluð viðtöl þar sem við vorum með nokkrar spurningar tilbúnar í viðtalsramma en þó vönduðum við okkur við að hafa þær opnar svo viðtalið virkaði meira eins og samtal frekar en spurningakönnun. Úrtakið var fræðilegt en hver og einn viðmælandi var valinn vegna tengsla hans við ferðaþjónustuna á Siglufirði og vegna þekkingar á svæðinu bæði fyrir og eftir að Róbert Guðfinnsson stofnaði þar ferðaþjónustufyrirtæki og opnun Héðinsfjarðarganganna. Í viðtalsrammanum vorum við með spurningar á borð við hvernig ferðaþjónustan á Siglufirði hefði verið í gegnum árin, hverjar væru helstu áskoranir fyrir ferðaþjónustufyrirtæki á Siglufirði, hvort fyrirtækið hefði verið atvinnuskapandi og ef svo, fyrir hvern, hvernig voru viðtökur heimamanna við ferðaþjónustufyrirtækjunum og hver væri hugmyndin á bak við ferðaþjónustufyrirtækið? Á meðan viðtölin stóðu yfir kom það gjarnan fyrir að samræðurnar leiddust út fyrir viðtalsrammann eða meira var fjallað um aðra þætti. Þessa þætti tókum við svo saman þegar viðtölin voru afrituð og kóðuð og verður fjallað um þá hér á eftir. Lengd viðtalanna var á bilinu 23–55 mínútur, þau voru tekin upp með samþykki allra viðmælenda og eftir það voru þau greind af rannsakendum. Við gættum þess þegar viðtölin fóru fram að við værum sem hlutlausastar og að við værum ekki að stjórna viðtalinu nema aðeins með spurningum úr viðtalsrammanum.

Gagnaöflun fór fram 3. apríl 2017 á Siglufirði. Undirbúningsvinna var unnin á tímabilinu 10.–31. Mars 2017. Á þeim tíma var unnin rannsóknaráætlun til að auðvelda rannsakendum framkvæmd og úrvinnslu gagnanna og til að fá skýrri sýn á hvernig við vildum skipuleggja okkur varðandi viðtöl og fleira. Við kynntum okkur hvaða ferðaþjónustufyrirtæki væru til staðar á Siglufirði og reyndum að finna fyrirtæki sem höfðu ólíka starfsemi til að fá fjölbreytta nálgun á rannsóknina. Tekin voru fjögur viðtöl við sex einstaklinga sem reka fyrirtæki á Siglufirði. Við tókum viðtal við Egil Rögnvaldsson, forstöðumann skíðasvæðisins, Sigríði Maríu Róbertsdóttur framkvæmdastjóra, Finn Yngva Kristinsson, hóteltjóra á Sigló Hótel, Anitu Elefsen, safnstjóra Síldarminjasafnsins, og eigendur veitingastaðarins Torgsins, þá Daníel Pétur Baldursson og Daníel Pétur Daníelsson.

Við hljóðrituðum viðtölin og færðum þau yfir á tölvu til að afrita þau og kóða. Innihald viðtalanna var síðan notað sem grundvöllur rannsóknarinnar og niðurstöðurnar því að mestu leyti byggðar á þeim.

Vert er að taka fram að rannsakendur tengjast ekki Siglufirði á neinn hátt og hafa engra hagsmuna að gæta hvað varðar niðurstöður verkefnisins.

### Vandamál

Ekki komu upp mörg vandamál meðan á rannsóknarferlinu stóð en í upphafi rannsóknarinnar stóð til að taka viðtöl við meðlimi úr Markaðs- og menningarnefnd og Fræðslu- og frístundanefnd Fjallabyggðar. Við vildum fá þeirra innsýn í málið svo ekki væri aðeins rætt

við stjórnendur og eigendur fyrirtækja, en því miður reyndist bæði erfitt að ná sambandi við þá einstaklinga, og þá sem við náðum sambandi við gátum við á endanum ekki hitt vegna erfiðleika við að finna tíma sem hentaði öllum. Við náðum sambandi við aðalformann Markaðs- og menningarnefndar en við skynjuðum að hann hefði ekki mikinn áhuga á að mæla sér mót við okkur. Honum fannst sem hann hefði ekkert til málanna að leggja varðandi rannsóknarefnið, sem í upphafi rannsóknar var aðallega Sigló Hótel, jafnvel þó að hann sæti í stjórn Markaðs- og menningarnefndar þar sem eitt hlutverkanna er málefni ferðaþjónustu. Við vorum á þeim tímapunkti búna að fullvissa hann um að ekki væri þörf á neinni sérþekkingu til að svara spurningum okkar heldur væri viðtalið frekar hugsað sem leið til að fá ítarlegri niðurstöður í rannsókn okkar frá óháðum aðila og jafnvel fá tölulegar upplýsingar varðandi ferðaþjónustu á Siglufirði. Þetta var í eina skiptið sem við upplifðum að ekki væri áhugi fyrir því að aðstoða okkur við rannsókn okkar.

Reynt var í tvígang að senda tölvupóst á tvo einstaklinga innan Fræðslu- og frístundanefndar en það skilaði engum árangri. Annað sem gerði okkur erfitt fyrir var vegalengdin á milli okkar og viðmælendanna. Upprunalega var hugmyndin að fara til Siglufjarðar og vera yfir helgi en vegna persónulegra aðstæðna þá gekk það ekki upp á endanum. Við ákváðum því að fara í dagsferð með flugi til Akureyrar og fá bílaleigubíl til að keyra til Siglufjarðar. Við mæltum okkur mót við viðmælendur föstudaginn 31. Mars 2017 en þurftum svo að finna nýjan tíma til að fara vegna ófyrirsjáanlegra aðstæðna sem komu upp. Fundinn var annar tími til að hitta viðmælendur og sýndu því allri skilning sem við vorum mjög þakklátar fyrir og gekk gagnaöflun mjög vel þegar upp var staðið. Vegna þröngs tímaramma fundum við ekki tíma til að ræða við heimamenn, en það hefði verið fræðandi að fá þeirra innsýn í ferðamál og hvernig þeir upplifa þróun ferðamennsku í bænum.

## 4 Niðurstöður

Fjallað verður um þá þætti sem stóðu upp úr í viðtölum sem tekin voru á meðan rannsóknin stóð yfir. Viðmælendurnir ræddu allir þessa þætti og hvernig þeir hefðu átt stóran þátt í að byggja upp ferðaþjónustuna á Siglufirði.

### 4.1 Samgöngur og þróun ferðaþjónustu á Siglufirði

Lengi vel var samgöngum á Siglufirði ábótavant. Viðmælendurnir höfðu allir orð á því að við opnun Héðinsfjarðarganga hafi hlutirnir breyst til hins betra, aukin umferð varð í gegnum bæinn sem leiddi af sér meiri viðskipti og aukna atvinnumöguleika.

Egill, forstöðumaður skíðasvæðisins, nefndi að beint flug á Akureyri gæti hjálpað enn betur til við að fá erlenda ferðamenn til þess að heimsækja Siglufjörð þar sem Héðinsfjarðargöngin hafa bætt aðgengi að svæðinu. Anita Elefsen, forstöðumaður Síldarminjasafnsins, nefndi í viðtalinu að rætt hefði verið um að endurbyggja og stækka flugvöllinn á Siglufirði og að Róbert Guðfinnsson, eigandi Sigló Hótel og fleiri fyrirtækja á Siglufirði, sé helsti talsmaður þess. Þessi uppástunga er þó aðeins hugmynd og engar ákvarðanir hafa verið teknar um hvort flugvöllurinn verði endurbyggður.



Mynd 3. Inngangur að Héðinsfjarðargöngum Siglufjarðarmegin (2017).

Viðmælendur okkar voru sammála um að upphaf ferðaþjónustu á Siglufirði megi tengja við stofnun Síldarminjasafnsins. Anita, Finnur og Sigríður tóku öll fram í viðtölunum að fyrir tíma Héðinsfjarðarganga hafi lítil ferðaþjónusta verið á svæðinu og ekkert í líkingu við það sem er til staðar í dag. Anita sagði: „það var náttúrulega þannig áður, þegar þú keyrðir til Siglufjarðar, að það var bara ein leið og sama leiðin til baka, þú keyrðir aldrei bara í gegn, það var aldrei neinn sem bara kíkti við eða átti leið um.“

Síldarminjasafnið á sögu sína að rekja til ársins 1957 sem gerir það að elsta ferðaþjónustufyrirtækinu á svæðinu en engin sýning á minjum var haldin fyrir en árið 1994 og má segja að það hafi markað upphafið að ferðaþjónustu á Siglufirði. Að sögn Anitu hefur gestum á safnið fjölgað mjög í gegnum tíðina en stjórnendur safnsins fundu mest fyrir breytingum eftir opnun Héðinsfjarðarganga.

*Það hefur verið mikill vöxtur og við fundum mestu breytinguna þegar göngin voru opnuð. Árin áður hafa gestir að meðaltali verið 8.000–12.000 á ári en stukku svo upp í 20.000 á einu ári. Og við höfum verið að halda okkur í 17.000–25.000 manns síðan þá. Við erum bara ánægð með það.*

Finnur og Sigríður, stjórnendur Sigló Hótel, töluðu um að Héðinsfjarðargöngin hafi markað ákveðin tímamót fyrir samfélag bæjarins en þau velta einnig fyrir sér hver áhrifin raunverulega séu ef horft sé til komu ferðamanna á svæðið. Þau töluðu um fjölgun

ferðamanna til Íslands og að það hafi verið tímaspursmál hvenær ferðamenn færu að dreifa sér betur um landið í stað þess að safnast eins mikið saman á nokkrum stöðum á Suðurlandi. Finnur nefndi að Íslandsstofa hafi nýlega farið að sýna Siglufirði áhuga og þar á meðal Sigló Hótel og almennt séu minni bæir út á landi farnir að fá verðskuldaða athygli í meira mæli. Áhuginn á Siglufirði og öðrum minni bæjum hefur mikil áhrif á straum ferðamanna á þessa staði.

*Fyrir stofnun veitingastaðarins og kaffihússins og áður en Héðinsfjarðargöngin voru opnuð þá heimsótti mjög fátt ferðafólk Siglufjörð. Siglufjörður var eins konar endastöð og var aldrei í leiðinni hjá ferðafólki, fólk gat ekki staldrað við á Siglufirði á leiðinni eitthvert annað. Á þeim tíma var varla hægt að segja að Siglufjörður væri ferðamannastaður. Það voru einungis veitingastaðir í bænum en engin afþreying fyrir ferðafólk. Burt séð frá göngunum þá hefur ferðaþjónusta á Íslandi einnig aukist til muna svo að það er erfitt fyrir okkur að segja hver áhrif þeirra hefðu orðið á Siglufjörð hefðum við ekki opnað Hannes Boy, Kaffi Rauðku og Sigló Hótel.*

Að sögn Anitu eru mörg fyrirtæki í bænum sem eru að byggja fyrirtækin á sögu bæjarins.

*[...] finnst allir vera að byggja á sama grunninn. Þið sjáið t.d. þegar þið farið á hótelið eða á kaffihúsið, það sem þau hafa byggt upp (Sigló Hótel, Hannes Boy og Kaffi Rauðka) það er svo augljóslega byggt á sögunni. Ferðamaðurinn fær heildarsýn og er ekki að vaða úr einu yfir í annað og ég held að það sé afskaplega gott og ég held að það sé að hjálpa okkur núna í því að markaðssetja okkur sem áfangastað. Þegar fyrirtæki eru að vinna með sögu bæjarins þá sýnir það einnig ákveðna samstöðu og gefur ferðamanninum ákveðna upplifun á bænum í heild sinni.*

Ferðaþjónustan er orðin mun meiri en hún var fyrir opnun Héðinsfjarðarganga og hafa utanaðkomandi aðilar sem og heimamenn opnað ferðaþjónustufyrirtæki á svæðinu. Enn sem komið er þá má heyra á viðmælendum okkar að allir séu að byggja á sama grunninum og beri virðingu fyrir sögu Siglufjarðar og náttúrunni allt um kring.

## 4.2 Nýsköpun, íbúa- og atvinnuþróun

Í þeim viðtölum sem tekin voru mátti heyra um þær breytingar sem hafa átt sér stað á Siglufirði í tengslum við nýsköpun, íbúa- og atvinnuþróun. Að sögn Egils þá

*[...] hefur íbúum fjölgað á Siglufirði síðastliðin þrjú ár, sem hafði fækkað 30 árin undan. Fólkið sér hvað það er orðið auðvelt að fara hérna á milli og það er búið að stækka leikskólann á Siglufirði um 150 fermetra. Þetta segir alla söguna, skólinn er orðinn yfirfullur af ungu fólki. Þannig að margt jákvætt er að gerast og vonandi heldur það áfram.*

Finnur taldi að fólksfjölgun þessi væri bæði að þakka bættum samgöngum og bættri þjónustu á svæðinu. Í dag er öll almenn þjónusta til staðar, t.d. apótek, matvöruverslun, fataverslun og heilsugæsla, sem eykur þjónustustigið við bæði íbúa og ferðamenn sem koma til bæjarins. Einnig hefur ferðaþjónustufyrirtækjum fjölgað með bættum samgöngum. Mikil uppbygging hefur verið á svæðinu og fjölbreytt afþreying fyrir gesti, yfir bæði vetrar- og sumartíma.

Atvinnusköpun hefur átt sér stað með tilkomu ferðapjónustufyrirtækjanna ásamt öðrum fyrirtækjum á svæðinu. Finnur og Sigríður, í samstarfi við föður Sigríðar, Róbert Guðfinnsson, opnuðu veitingastaðina Kaffi Rauðku og Hannes Boy og seinna Sigló Hótel. Róbert fjármagnaði sína nýsköpun einn síns liðs í upphafi. Róbert fjármagnaði og stofnaði fyrirtækin Kaffi Rauðku, Hannes Boy, Bláa húsið, Sigló Hótel og Genis. Einnig fjármagnar Róbert að stórum hluta uppbyggingu golfvallarins og skíðasvæðisins.

Ýmis fyrirtæki í bænum hafa séð tækifæri til þróunar og má þar nefna bakaríð og fiskbúðina. Bakaríð á Siglufirði hefur tekið miklum breytingum þar sem húsnæðið var stækkað og hefur það tekið á sig nýja mynd því starfsemi er ekki aðeins bundin við rekstur bakarísins. Bakaríð býður núna upp á bæði bakkelsi og kaffi á daginn, í húsnæði bakarísins er lítið horn þar sem seld er hönnunarvara og á kvöldin um helgar er boðið upp á bjór og smárétti. Eigendur bakarísins vildu bjóða upp á fjölbreytta þjónustu í húsnæðinu og sáu tækifæri til nýsköpunar við fjölgun ferðamanna í bænum. Fiskbúðin býður upp á fjölbreyttari þjónustu á sumrin þar sem eigandinn ætlar að vera með matarvagn þar sem hann selur gestum og gangandi djúpsteiktan fisk og franskar. Á Siglufirði hafa einnig verið opnuð lítil fyrirtæki á borð við Fríðu Kaffihús og Sigló Ski Lodge en þau eru rekin af fólki sem hefur gert áhugamál sín að atvinnustarfsemi sinni. Fríða er listakona sem sýnir myndlist og selur súkkulaði sem hún gerir sjálf á kaffihúsinu sínu. Hugmyndina að Sigló Ski Lodge má rekja til þriggja einstaklinga sem ákváðu að opna fyrirtæki sem býður upp á fjölbreyttar ferðir um svæðið.

Golfvöllurinn er að fá nýtt útlit og unnið er að því að bæta aðstöðu við hann. Fjöldinn allur af ferðapjónustufyrirtækjum er á staðnum með fjölbreytta og skemmtilega afþreyingu í boði. Við þessar breytingar og stækkanir hafa skapast fleiri störf fyrir heimamenn sem og aðkomufólk. Finnur og Sigríður hafa 30 starfsmenn á launaskrá allt árið um kring, um 50 starfsmenn yfir sumartímann og svo fylgja önnur afleidd störf sem væru annars ekki í boði á þessu svæði.

*Sigló Hótel skapar atvinnu á svæðinu fyrir bæði heimamenn og utanaðkomandi fólk. Þegar verið er að byggja hótél jafn hratt upp eins og við gerðum þá er ekki hægt að vera einungis með heimamenn í vinnu þar sem sum störf þarfnast sérkunnáttu. Við viljum meina að það hafi verið atvinnuskapandi fyrir samfélagið þegar við byggjum og opnum Sigló Hótel.*

Finnur vill meina að með því að opna Kaffi Rauðku, Hannes Boy, Bláa húsið, Genis og Sigló Hótel þá hafi Róbert aukið atvinnumöguleika fólksins á svæðinu.

### **4.3 Samvinna, tengslanet og félagsauður**

Nýlega tóku ferðapjónustufyrirtæki í Fjallabyggð upp á að halda mánaðarlega fundi þar sem fyrirtæki geta kynnt sig og starfsemi sína og leyft öðrum innan sama geira að fylgjast með því sem þau eru að gera og hvað sé í bígerð hjá þeim á næstunni. Öll voru þau sammála um að þetta væri skref í rétta átt og að þetta væri góð leið til að hafa samtál og skipulag sín á milli sem oft og tíðum hefur verið skortur á. Egill nefnir að „við vitum öll vel af hvert öðru og fylgjumst vel með og höfum samband. Það er lykillinn að þessu [góðri samvinnu].“

Eftir opnun Héðinsfjarðarganga hefur myndast möguleiki á stærra tengslaneti milli fyrirtækjanna í Fjallabyggð sem og byggðarlaga í kring og virtist sem góður samstarfsandi hafi ríkt þar á milli. Sem dæmi má nefna að skíðasvæðin á Akureyri, Dalvík, Ólafsfirði, Sauðárkróki og Siglufirði hafa staðið í samstarfi þar sem þau auglýsa og markaðssetja sig saman. Svæðin selja skíðapassa sem endist í fimm daga á öllum fimm svæðum og hjálpar þetta við að auglýsa svæðin og laða að fólk. Þessi samvinna hefði ekki verið jafn auðveld ef ekki hefði verið fyrir göngin. Svæðin hafa einnig unnið að því að styrkja veiku tengslanetin



og fá fleiri utanaðkomandi ferðapjónustuaðila frá höfuðborgarsvæðinu og að utan til að koma í kynnisferðir hjá skíðasvæðunum. Í ferðunum er farið með ferðapjónustuaðilana um öll svæðin ásamt því að kynna fyrir þeim fjölbreytta afþreyingu sem er í boði á svæðunum, eins og t.d. að borða og gista á Sigló Hótel eða kíkja í bjórsmökkun í bjórbruggverksmiðju Seguls á Siglufirði.

Fyrirtæki á svæðinu sem búa ekki yfir miklu fjármagni hafa einnig gripið til þess ráðs að auglýsa sig saman og kaupa þá gjarnan stóra opnu í blöðum og auglýsa sig sem eina heild og í leiðinni Siglufjörð sem áhugaverðan áfangastað. Fyrirtækin á svæðinu hafa einnig verið ófeimin við að bregðast við eftirspurn og vinna saman. Sigló Hótel og Síldarminjasafnið hafa t.d. unnið saman þegar hótelið fær efnaða gesti sem vilja fá einstaka upplifun og í eitt sinn var sett upp bráðabirgðaeildhús á bryggju safnsins og matreiddur kvöldverður fyrir tvo.

Eins hefur hótelið tekið upp á því að selja miða á skíðasvæðið inni á hótelinu og sagði Egill: „... ég sá strax mun í fyrri [...] þetta var ein og hálf milljón sem ég var að selja í lyftumidum bara inni á hóteli sem ég hafði ekki séð annars, þetta var algjör aukning.“

En fyrirtækin hafa verið dugleg að aðstoða hvert annað ef eitthvað kemur upp á líkt og þegar eldur kom upp í bruggverksmiðju Seguls. Daginn eftir brunann átti að vera bjórkynning fyrir hóp af fólki og þar sem aðstæður buðu ekki upp á að halda kynninguna í Segli þá bauð Anita á Síldarminjasafninu fram einn af sýningarsölunum á safninu og var kynningin haldin þar, sem jók við upplifun hópsins sem sótti kynninguna. Anita segir: „[...] mér finnst almennt vera góð samvinna milli fólks, annars gengur þetta ekkert, það gerir hlutina svo einfalda.“

Eigendur Torgsins nefna líka að „það er mjög gott samstarf á milli veitingastaðanna og allra ferðapjónustufyrirtækjanna í bænum. Fyrirtækin eru dugleg að benda á hvert annað ef fólk er að leita eftir einhverju öðru eða ef allt er uppbókað.“

Mismunandi getur verið eftir árstíðum hver opnunartími er í ferðapjónustufyrirækjum en á Síldarminjasafninu starfa aðeins tveir starfsmenn yfir vetrartímann og er aðeins opið eftir samkomulagi.

*[...] það er afar mikilvægt að á meðan ferðapjónustan er að þróast og vaxa að fólk sjái hvað er í boði, að það sjái ekki alltaf „já, hér er safn en það er reyndar lokað“. Þá held ég að fólk velji sér frekar annan áfangastað ef það fær ekki að njóta þess sem er á staðnum. [...] maður þarf svolítið að vera tilbúinn til að fórna sér í einhvern ákveðinn tíma á meðan þetta er að vaxa.*

Ef hópur fólks er kominn til að fara á þyrsluskiði eða í fjallið og ef ekki er veður til þess að fara þá hringja stjórnendur fyrirtækjanna gjarnan í Anitu á Síldarminjasafninu og spyrja hvort hægt sé að taka á móti hópnum. Anita telur mikilvægt að reyna að koma til móts við fólk með því að opna safnið eftir samkomulagi.

## 4.4 Þróun og framtíðarsýn

Allt frá opnun Héðinsfjarðarganganna hefur mikil þróun átt sér stað. Fleiri fyrirtæki eru starfandi á svæðinu en áður en göngin voru opnuð og viðmælendur okkar sögðu heimamenn vera afar stolta af heimabyggð sinni. Ferðapjónustan hefur aukist til muna og mun meiri áhugi er fyrir því að bæta þjónustuna. Fyrir tíma Héðinsfjarðarganganna þá var engin ferðapjónusta í bænum þrátt fyrir að sterkur vísir að ferðapjónustu hafi verið til staðar. Í dag hefur mikil aukning orðið á bæði sumar- og vetrarferðamennsku en einnig er vert að nefna að mun meiri afþreying og betri aðstaða er til staðar fyrir ferðamenn sem heimsækja bæinn en áður var. Flest þjónusta sem ferðamaðurinn ætti að þurfa er til staðar og ef hana skortir þá er stutt að fara til Akureyrar.

*Með því að hafa allt sem ferðamaðurinn þarf er náð ákveðnu forskoti á aðra bæi á landinu. Það að bæjarfélagið er í stakk búíð til þess að taka á móti ferðamönnum hjálpar nýjum ferðaþjónustufyrirtækum að blómstra og að ná til ferðamanna. Mörg ný fyrirtæki hafa spröttið upp á síðasta eina til tveimur árum, sem tengjast með einum eða öðrum hætti ferðaþjónustunni og einnig eru allavega þrjú ferðaþjónustufyrirtæki sem á að fara opna á næstu misserum.*

Út frá öllum viðtölunum var hægt að sjá að fyrirtækin vilja ekki fjöldaferðamennsku á svæðinu. Þau vilja að bæði ferðamenn og heimamenn geti notið náttúrunnar og alls þess sem hún hefur upp á að bjóða. Kyrrðin yfir firðinum heillar marga og vilja flest ferðaþjónustufyrirtæki halda henni.



*Mynd 4. Hafnarsvæðið á Siglufirði (2017).*

Síldarminjasafnið var samt sem áður hlynnt því að fá skemmtiferðaskipin í höfnina á Siglufirði því að farþegar um borð mundu flestir skoða Síldarminjasafnið. Koma skipanna kemur Síldarminjasafninu vel en ekki eru allir sammála um að skipin eigi að halda áfram að koma við í Siglufjarðarhöfn. Eigendur Torgsins vildu meina að framtíð ferðaþjónustunnar á Siglufirði og annars staðar á landinu væri í höndum stjórnvalda og þeirri ferðamálastefnu sem þau setja. „Til þess að forðast fjöldaferðamennsku þá þarf að dreifa ferðamönnum betur um landið og tryggja að samgöngur, aðgengi og þjónusta sé til staðar fyrir ferðamennina. Samgöngum er oft ábótavant og sama má segja um þjónustuna.“ Siglufjörður er vel á veg kominn á stuttum tíma miðað við önnur sambærileg bæjarfélög. Við spurðum viðmælendur

um upplifun og viðhorf heimamanna til ferðamannastraumsins. Daníel sagði okkur að hann hefði heyrt af óánægju íbúa á Húsavík vegna fjölgunar ferðamanna í bænum og að Húsvíkingar væru margir hverjir búnir að fá nóg af ferðamannastraumnum sem fer um bæinn yfir sumartímann. Einnig sagðist Daníel ekki vita til þess að heimamenn á Siglufirði væru orðnir þreyttir á ferðamönnum í bænum.

Mikilvægt er að taka vel á móti ferðamönnum og að sögn Egils er það lykillinn að farsæld í ferðaþjónustu. Svæðið þarf að vera í stakk búið til þess að taka á móti ferðamönnum með afþreyingu, gistingu og veitingastöðum og þarf því að huga vel að því að halda þessum stöðum við og bjóða upp á fjölbreytta þjónustu við ferðamenn. Stjórnendur skíðasvæðisins höfðu sett sér ákveðið markmið varðandi fjölda ferðamanna á svæðið til næstu ára og vilja fjölga þeim hægt og rólega. „Við erum með það markmið til 2020–25 að það verði svona 30.000 gestir hérna yfir veturinn á skíðasvæðinu, eins og ég sagði eru núna að meðaltali 11–12 þúsund gestir.“ Markmið Síldarminjasafnsins er að miðla sögunni og því sem hún varðveitir. Verkefnalisti starfsmanna á safninu er langur og ekki hefur verið hægt að sinna öllum verkefnum. Hlutverk safnsins er fyrst og fremst að varðveita og miðla en einnig að taka þátt í ferðaþjónustunni. Anita sá fyrir sér að geta ráðið fleira starfsfólk til þess að sinna hinum ýmsu störfum við Síldarminjasafnið í nánustu framtíð. Í framtíðinni vill Anita upplifa að hægt sé að styðja við þau fyrirtæki og stofnanir sem eru nú þegar til staðar svo þau geti vaxið, í stað þess að það séu mörg lítil fyrirtæki sem séu að berjast við að halda sér gangandi. Aftur á móti fögnuðu Finnur og Sigríður allri ferðaþjónustu á svæðinu og vonuðu að þeirri þjónustu vaxi fiskur um hrygg og að hún verði fjölbreytt.



## 5 Lokaorð og umræða

Rannsókn þessi fór af stað með það markmið að komast að því hvernig væri hægt að byggja upp ferðaþjónustu í sveitarfélögum úti á landi og hljóðar rannsóknarspurningin svo: „Hvaða þættir hafa skipt meginmáli í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði?“ svo; hvaða þættir hafa skipt meginmáli í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði? Bættar samgöngur, nýsköpun- og frumkvöðulsstarfsemi, samvinna, tengslanet og félagsauður eru meðal annars þeir þættir sem hafa skipt máli í uppbyggingu á ferðaþjónustu á Siglufirði. Samhliða þessum þáttum hefur orðið þróun á atvinnulífinu og hnignun á íbúðarþróun. Tilgangurinn með þessari rannsókn var að varpa ljósi á þá þætti sem skipt hafa máli fyrir ferðaþjónustu á Siglufirði og hvernig þessir þættir vinna saman að uppbyggingunni út frá upplifun viðmælenda.

### 5.1 Samgöngur og þróun ferðaþjónustunnar á Siglufirði

Greinilegt er að samspil bættara samgangna og ferðaþjónustu er mikilvægt. Fyrir byggð eins og Siglufjörð skiptir miklu máli að hafa samgönguáætlun sem styður við þarfir heimamanna, það er nauðsynlegt að hafa greiðar, hagkvæmar, öruggar og umhverfislega sjálfbærar samgöngur á svæðinu og að þær stuðli að jákvæðri byggðarþróun (Lög um samgönguáætlun nr. 33/2008). Siglufjörður liggur í firði og þess vegna er mikilvægt að aðgengi að bænum sé möguleg úr tveimur áttum. Þetta aukna aðgengi að bænum hefur breytt miklu hvað varðar uppbyggingu á svæðinu. Bættar samgöngur og betra aðgengi að Siglufirði varð til þess að bærinn varð eftirsóttari áfangastaður (Page, 2009). Kaul (1985) fjallaði um samgöngur sem stóran þátt í þróun áfangastaða, en það má vel sjá á Siglufirði. Líkt og fram kom í rannsóknnum á umferð um Héðinsfjarðargöng þá hefur orðið mikil fjölgun á bæði íslenskum og erlendum ferðamönnum sem fara um svæðið (Edward H. Huijbens & Þóroddur Bjarnason, 2014, Markaðs- og miðlarannsóknir ehf., 2012). Ferðaþjónustuaðilar sem við ræddum við studdu einnig við þær fullyrðingar að gestum sem sóttu til þeirra hefði fjölgað en þó væri enn munur á aðsókn eftir árstíðum. Viðmælendur okkar lýstu allir yfir ánægju sinni vegna breyttra aðstæðna í bænum eftir komu ganganna og voru jákvæðir fyrir framtíðinni. Samgöngur hafa skipt Siglufjörð miklu máli og hjálpað til við uppbyggingu á svæðinu hvað varðar atvinnuþróun og þar má nefna ferðaþjónustuna.

Áhugavert væri að vita hvernig ferðaþjónustan á Siglufirði stæði í dag, eða jafnvel eftir fimm til tíu ár, ef ekki væri fyrir göngin. Það er óhætt að gera ráð fyrir því að ekki væri jafn auðvelt að efla til samstarfs milli skíðasvæðanna í byggðarlögunum í grenndinni við Siglufjörð líkt og gert er í dag. Einnig væri möguleiki að Sigló Hótel hefði ekki verið byggt upp í þeirri stærð sem það er í í dag eða hvort það hefði verið byggt yfirhöfuð. Það er jafnvel hægt að ímynda sér að fleiri af hugmyndum Róberts Guðfinnssonar frumkvöðuls hefðu ekki orðið að veruleika ef ekki væri fyrir Héðinsfjarðargöng, til dæmis uppbyggingin við golfvöllinn og skíðasvæðið.

## 5.2 Nýsköpun, íbúa- og atvinnuþróun

Það er ljóst að menningin á Siglufirði er opin fyrir frumkvöðulshátt og nýsköpun þar sem ný fyrirtæki hafa verið opnuð á síðastliðnum árum og önnur fengið ný hlutverk. Við teljum að eftir að Héðinsfjarðargöng voru opnuð hafi þurft einhvern til að hvetja íbúa og fyrirtækjaeigendur á svæðinu af stað í nýsköpun. Róbert Guðfinnsson kann að hafa átt stóran þátt í þeirri þróun þar sem hann stofnaði fimm ný fyrirtæki á svæðinu (Schumpeter, 1934). Róbert er frumkvöðull og er greinilegt að rekstur fyrirtækja hans er vel úthugaður og þau stofnuð til að vaxa og skila hagnaði. Fyrirtæki hans hafa einnig aukið atvinnumöguleika á svæðinu, hvort tveggja bein og afleidd, og er það sama að gerast í öðrum fyrirtækjum á svæðinu en það er þó enn mestmegnis tengt háannatíma (Schumpeter, 1911). Það er mikilvægt fyrir minni bæjarfélög að vera opin fyrir starfsemi frumkvöðla og nýsköpun (Schumpeter, 1911) til þess að viðhalda atvinnulífinu og bregðast við eftirspurn. Afleidd störf geta verið af ýmsum toga og fer það eftir því hvað við á á hverju svæði fyrir sig. Viðmælendur okkar nefndu að þeir væru jákvæðir gagnvart utanaðkomandi einstaklingum sem myndu vilja opna eigið fyrirtæki á svæðinu, en samt sem áður fengum við þá tilfinningu að það yrði ekki einfalt hlutskipti í bæ líkum Siglufirði.

Flest fyrirtækin á Siglufirði eru hugsuð með það að markmiði að skila hagnaði en þó virðast nokkur þeirra hafa verið stofnuð af lífsstílsfrumkvöðlum sem líta á reksturinn sem áhugamál og þá er hagnaður og vöxtur fyrirtækisins ekki ávallt í fyrirrúmi heldur frelsið sem fylgir því að vinna við áhugamál sitt. Sem dæmi um fyrirtæki sem rekin eru af lífsstílsfrumkvöðlum má nefna kaffihúsið Fríðu og Sigló Ski Lodge (Peters, Frehse & Buhalis, 2009). Frumkvöðlar ættu að eiga gott tækifæri til að hrinda sinni hugmynd í framkvæmd ef fjölgun ferðamanna heldur áfram eins og viðmælendur okkar spá fyrir um. Líkt og Schumpeter (1991) benti á þá krefst nýsköpun gjarnan mikils fjármagns en það er þó ekki nauðsyn fyrir frumkvöðla að eiga það sjálfir þar sem þeir getað útvegað sér styrki eða lán. Henderson (2002) benti þó á að efnameiri nýsköpunarfyrirtækjum gengi gjarnan betur að fóta sig á markaðnum og að fjármagn væri það sem þyrfti til að vekja athygli á minni bæjum. Við teljum að Róbert sé búinn að leggja ferðaþjónustunni góðan grunn með þeim fyrirtækjum sem hann hefur opnað í bænum og að þau hafi vakið athygli utan bæjarins. Við erum sammála kenningum Schumpeter og Henderson, vissulega þurfa frumkvöðlar ekki að eiga fjármagn sjálfir en það er þó örugglega auðveldara að stofna fyrirtæki þegar fjármagn er ekki vandamál. Róbert er einn af þeim sem hafði fjármagn til að stofna fyrirtæki og það hefur án efa komið sér vel þar sem hann gat stofnað fleiri fyrirtæki og með mjög stuttu millibili. Það kemur sér líklegast vel fyrir rekstur hótelsins að Róbert reki einnig veitinga- og kaffihús á svæðinu ásamt því að styrkja uppbyggingu afþreyingarfyrirtækja líkt og golf- og skíðasvæðisins. Með þeim hætti sá hann til þess að gestir hótelsins áttu kost á fjölbreyttri afþreyingu og matsölustöðum í nágrenni við hótelið. Sú hætta er þó fyrir hendi þar sem góður grunnur hefur verið lagður fyrir ferðaþjónustufyrirtæki, að aðrir sjái tækifæri í að stofna svipaðan rekstur á svæðinu sem væri jafnvel betri eða nýrri að einhverju leyti. Ef nýtt fyrirtæki fengi meiri viðskipti sem annars hefðu farið til fyrirtækja Róberts þá væri um skapandi eyðileggingu að ræða (Swedberg 2003).

Varðandi íbúaþróun þá þótti okkur áhugavert að sjá breytingar á íbúafjölda á Siglufirði milli ára og virtist það vera eitthvað sem var viðmælendum okkar hugleikið í viðtölunum. Það sem kom helst á óvart varðandi íbúaþróun á svæðinu var að hún stemmdi ekki við það sem viðmælendur okkar töluðu um. Í þremur af fjórum viðtölum var nefnt að fólk hefði flutt aftur heim á Siglufjörð síðastliðin ár. Þegar fjöldi íbúa var skoðaður á Siglufirði í gegnum Hagstofu Íslands (2017b) þá var ekki að sjá þá miklu fólksfjölgun sem viðmælendur nefndu. Vert er þó að taka fram að hugmynd okkar um hvað sé mikil fólksfjölgun kann að vera túlkuð á annan

hátt en viðmælendur okkar sem búa í samfélaginu gera. Þrátt fyrir að skilningur fólks á fólksfjölgun geti verið mismunandi þá vorum við sammála því að níu íbúar ætti flestum að finnast lítil fjölgun. Egill sagði okkur frá því að stækka hefði þurft leikskólann á Siglufirði vegna fólksfjölgunar sem stemmir ekki ef stuðst er við tölulegar upplýsingar af Hagstofu. Vegna ósamræmis í ummælum Egils og tölulegra upplýsinga þá vöknudu upp spurningar um hvers vegna skynjun Egils og jafnvel fleiri heimamanna sé svona sterk varðandi fjölgun bæjarbúa, ef ekki er hægt að sjá hana í heimildum hjá Hagstofu (2017b). Við veltum því fyrir okkur hvort fjölgun ferðamanna til Siglufjarðar geti haft þessi áhrif á heimamenn?

Áður fyrr var Siglufjörður fimmti stærsti bærinn á landinu og má líklegast tengja íbúafjöldann við síldarárin þegar ungt fólk sótti í bæinn til að vinna í fiskvinnslunni. Eftir árið 1969 dró þó úr aðsókn fólks í bæinn þar sem skortur var á síld eftir ofveiði og hafði það mikil áhrif á samfélagið (Síldarminjasafnið, á.á.). Atvinna hefur breyst mikið síðan þá og hefur fjarvinnsla, þjónustustörf ásamt vél- og bátasmíði verið helsta atvinnan, en í dag hefur ferðaþjónustan einnig aukist á svæðinu (Fjallabyggð, á.á.). Siglufjörður var mikið út úr alfaraleið þar til Héðinsfjarðargöng voru opnuð og hefur það þjappað heimamönnum saman og stuðlað að samvinnu fyrirtækja á svæðinu. Það gæti reynst erfitt fyrir utanaðkomandi að skilja menningu og samheldni heimamanna og einnig erfitt fyrir fyrirtæki utanaðkomandi aðila að vaxa ef sá tæki ekki þátt í menningu bæjarins (Shane, 1993; Shapero and Sokol, 1982). Í viðtölum okkar nefndu viðmælendurnir að stefnt væri að því að stuðla að hægari ferðamennsku á svæðinu og að þeir vildu ekki fjöldaferðamennsku. Samt sem áður hefur mikil uppbygging verið á svæðinu á stuttum tíma.

### 5.3 Samvinna, tengslanet og félagsauður

Það eru sterk tengslanet (Beck, 1992, Brass, 1992) á Siglufirði þar sem allflestir þekkjast og vilja vinna saman að uppbyggingu bæjarins. Fyrirtæki í bænum eru í góðu samstarfi þar sem mörg þeirra vinna saman að sameiginlegri markaðssetningu þar sem Siglufjörður er einnig kynntur og þau styðja vel hvert við annað. Samstarf fyrirtækjanna má tengja við félagsauð þar sem verið er að nýta félagsleg tengsl fólks og þau hjálpa fyrirtækjum að ná til annarra fyrirtækja eða einstaklinga í gegnum félagslega uppbyggingu og ná þannig markmiðum sínum (Portes, 1999).

Bourdieu (1986) fjallaði um vald sem fólk byggir yfir þegar það hefði stórt tengslanet í kringum sig. Erfitt er að greina hvað er stórt tengslanet og hvað ekki þegar kemur að Siglufirði en við teljum að tengslanetið milli fyrirtækja þar sé ansi sterkt en vissulega eru einhver veik tengsl líka. Ef hugsað er til Róberts Guðfinnssonar þá getur maður ímyndað sér að hann hafi stórt tengslanet og því mikinn félagsauð bæði innan og utan Siglufjarðar. Við teljum að þar sem hann sé frá Siglufirði og hafi fjármagn til að stofna og reka fyrirtæki þá hafi það hjálpað við upphaf rekstursins (Schumpeter, 1991) og eftir því sem hann stofnaði fleiri fyrirtæki því meiri varð félagsauðurinn. Við teljum að hann hafi ákveðið vald þegar kemur að því að taka ákvarðanir um allt sem viðkemur fyrirtækjum hans, fyrirtækjum sem hann styrkir fjárhagslega og hvernig hann kjósi að hjálpa fólki sem sækir í hann í gegnum veik tengsl (Beck, 1992; Brass, 1992; Granovetter, 1973).

Þegar kemur að láréttum og lóðréttum tengslanetum þá er um hvort tveggja að ræða á Siglufirði. Vissulega er mikið um lárétt tengslanet milli fyrirtækjanna, en þau eru jákvæð og skila af sér framleiðni til samfélagsins í heild sinni. Einnig er um lóðrétt tengslanet að ræða varðandi tengslin milli fyrirtækja Róberts og annarra fyrirtækja starfandi í bænum. Lóðrétt tengslanet einkennast af ójafnri valdaskiptingu sem er meðal Róberts og annarra meðlima samfélagsins, en það getur hvort tveggja verið jákvætt og neikvætt. Það er líklegast neikvætt

ef einn aðili stjórnar svona stórum hluta af fyrirtækjum í bænum því þá liggur ákvörðunarvaldið mestmegnis hjá einum aðila og getur það haft mikil áhrif á samfélagið og önnur fyrirtæki ef hann ákveður að loka einhverjum fyrirtækjum eða hættir að veita öðrum fjárhagslegan stuðning. Líklegt er að traust heimamanna til Róberts sé mikið þar sem hann er uppallinn Siglufirðingur og vill heimabæ sínum vel. Samt sem áður er ómögulegt að segja til um hvað framtíðin ber í skauti sér og hvað myndi gerast ef Róbert seldi fyrirtæki sín til utanaðkomandi aðila. Það getur þó verið jákvætt að því leytinu til að þegar kemur að því að taka ákvarðanir þá er það auðveldara ferli en þegar margir þurfa að taka einróma ákvarðanir saman. Það sem getur komið sér vel fyrir ferðaþjónustuna á Siglufirði í þessu tilfelli er að jafnvel þótt einn aðili hafi svona mikið vald í bænum þá virðist hann vilja hafa íbúa bæjarins með sér í liði og leyfa þeim að taka þátt í og fylgjast með því sem hann hefur í bígerð (Anderson & Locker, 2002; Coleman, 1988). Það hefur Róbert gert með reglulegum fundum og líkt og Finnur og Sigríður bentu, þá er alla jafna góð mæting á fundina og íbúar gjarnan duglegir að taka þátt í umræðum.

Ferðaþjónustufyrirtækin á svæðinu hafa einnig haldið svipaða fundi mánaðarlega til þess að ræða stöðu mála og tryggja að þau séu samstíga í þróun á svæðinu. Fundir sem þessir eru góðir fyrir aðila innan ferðaþjónustunnar til að auka við félagsauð sinn og stækka tengslanetið við fólk í sama atvinnugeira. Á fundunum getur fólk einnig komið með tillögu að úrbótum og þróun mála í bænum hvað varðar ferðaþjónustu. Engin ferðamálastefna er til staðar á Siglufirði og eru þessir fundir því merki um að fyrirtækin í bænum séu að taka málin í sínar eigin hendur og vinna að sameiginlegu markmiði. Hvað varðar félagsauð og tengslanet í öðrum fyrirtækjum þá er greinilegt að mikil samvinna er þar á milli og eru tengslin bæði veik og sterk. Eftir komu ganganna þá hefur opnast fyrir frekari tengsl milli Siglufjarðar og bæjanna í kring. Líkt og Egill benti á þá hefur skíðasvæðið hafið samstarf með fjórum öðrum skíðasvæðum og hefði það samstarf líklega ekki gengið jafn auðveldlega ef ekki væri fyrir göngin. Hann nefndi einnig að Sigló Hótel hefði aðstoðað hann við að selja aðgangsmiða í fjallið þegar skíðasvæðið var opið og að salan hefði aukist til muna. Í viðtalinu sem tekið var við Anitu á Síldarminjasafninu greindi hún frá samstarfi milli þeirra og Sigló Hótel, skíðasvæðisins og bjórverksmiðjunnar. Í flestum tilvikum varð til samstarf milli þessara fyrirtækja vegna þess að þau höfðu öll hag af því að hjálpa hvert öðru. Því virðist sem samvinnan milli fyrirtækjanna í bænum sé mjög góð og að flestir séu tilbúnir að aðstoða og mæla með hvert öðru. Athyglisvert var að sjá að lítil samkeppni er á milli fyrirtækjanna. Að sögn viðmælenda er mikilvægt að vinna saman, eins og er, til þess að byggja bæinn upp og styrkja.

## 5.4 Þróun og framtíðarsýn

Allir viðmælendur okkar litu björtum augum á framtíðina og áframhaldandi samstarf. Eins og komið hefur fram þá hefur uppbygging á svæðinu verið mikil og ekki einungis í ferðaþjónustu. Það virðist sem flest fyrirtækin séu sammála um að þau vilji fara varlega í að byggja upp ferðaþjónustuna á svæðinu. Okkur sem rannsakendum þótti það áhugavert og veltum því fyrir okkur hvort það væri vegna þess að þróunin hefði ávallt gengið svo hægt; að það væri ef til vill eitthvað sem væri í menningunni á svæðinu. Þróunin á þeim fyrirtækjum sem Róbert Guðfinnsson stofnaði hefur hins vegar átt sér stað á afar skömmum tíma svo það fellur ekki að þeirri hugmyndafræði að byggja ferðaþjónustuna upp hægt og rólega. Allir viðmælendurnir vilja laða að fleiri ferðamenn, miðað við framtíðarspá þeirra á fjölgunin eftir að verða mikil og ef úr rætist er ekki hægt að sjá að um hæga ferðaþjónustu verði um að ræða



líkt og viðmælendur okkar sáu fyrir sér. Finnur og Sigríður töluðu um að byrjað yrði að bóka í golfferðir á þessu ári, 2017, fyrir sumarið 2018. Þar með er ekki einungis spáð fjölgun yfir vetrartímamann heldur einnig yfir sumartímamann. Rætt hefur verið um opnun flugvallar á Siglufirði en það myndi breyta miklu fyrir aðgengi og hugsanlega aðsókn ferðamanna að svæðinu. Það virðist vera sem stór hluti af þróun og framtíðaruppbyggingu á Siglufirði velti á Róberti og hugmyndum hans þar sem hann er einn af þeim sem hafa átt stóran þátt í leggja grunninn að ferðaþjónustunni á Siglufirði eins og hún er í dag. Ef Róbert heldur áfram að framkvæma hugmyndir sínar þá trúum við að framtíðin sé björt fyrir Siglufjörð.

Þegar mikill vöxtur er á svæðum líkt og er raunin á Siglufirði er hætta á að heimamenn vinni gegn þróuninni með viðhorfi sínu. Heimamenn þurfa að vera upplýstir um þróun ferðaþjónustunnar og í stakk búnir til að taka á móti fleiri ferðamönnum á svæðinu. Viðmælendurnir töluðu um að heimamenn væru almennt ánægðir með þróun uppbyggingarinnar á svæðinu því hún sneri ekki eingöngu að ferðamönnum. Kaffihús, veitingastaðir og verslanir hafa sprottið upp, sem eykur þjónustugildi gagnvart heimamönnum. Ef til vill gæti mikil fjölgun ferðamanna á stuttum tíma á stað eins og Siglufirði orðið heimamönnum ofviða því ekki er langt síðan Siglufjörður var einangraður vegna slæmra samgangna. Það kann einnig að vera ástæða þess að viðmælendur okkar vildu að þróun í ferðamennsku á svæðinu yrði hæg, til þess að forðast að ýta heimamönnum að þolmörkum.

Polmörk Siglufjarðar væri einnig áhugavert að skoða. Ef fleiri ferðamenn heimsækja Siglufjörð og fleiri ferðaþjónustufyrirtæki taka til starfa á svæðinu þarf að gæta að viðhaldi á þeim fyrirtækjum og á umhverfinu allt í kringum sjálfan bæinn. Ef ekki væri vel hugsað um innviði bæjarins gæti hnignun átt sér stað eða endurnýjun á svæðinu hafist að nýju. Mikilvægt er að þekkja ummerki um slíkar breytingar á innviðum til þess að bregðast við á skjótan og réttan hátt (Butler, 2006). Eins og kom fram hér að framan þá er engin ferðamálastefna til staðar á Siglufirði. Við spurðumst fyrir um stefnuna og fengum þau svör að hún væri í mótun og það ætti eftir að samþykkja hana. Ferðamálastefna er mjög mikilvæg í öllum bæjarfélögum og þá einna helst í bæjarfélögum þar sem mikil uppbygging á sér stað í ferðaþjónustu. Ferðaþjónustufyrirtæki þurfa að hafa ákveðinn leiðarvísi og þekkja mörk og markmið slíkrar þjónustu í bæjarfélaginu.

Anita nefndi að það væri betra, eins og er, að styðja við þau fyrirtæki sem væru til staðar til þess að byggja upp góða stoð fyrir framtíðina og þá fjölgun á ferðamönnum sem spáð er að verði. Hún talaði einnig um að fjárhagur Síldarminjasafnsins væri ekki góður og það kæmi niður á starfsmannahaldi og almennri starfsemi þess. Styrkur til safnsins gæti gert því kleift að sinna fleiri verkefnum og Anita gæti ráðið fleiri starfsmenn. Finnur og Sigríður tala hins vegar um að þau taki öllum ferðaþjónustufyrirtækjum fagnandi og vilja hafa sem fjölbreyttasta afþreyingu fyrir ferðamenn sem heimsækja bæinn. Sigló Hótel er fjárhagslega sjálfstætt, það hefur ágætan grunn til þess að byggja á og ekki sakar að eigandi þess starfræki fleiri fyrirtæki á svæðinu sem styðja við hvert annað. Róbert tekur þátt í uppbyggingu á afþreyingu til þess að styrkja stöðu hótelsins sem og annarra fyrirtækja í hans eigu. Augljóst er að þessir viðmælendur eru ekki sammála um hvernig þau sjá þróun á ferðaþjónustunni í komandi framtíð en fróðlegt verður að sjá hvaða stefnu ferðaþjónustan á Siglufirði tekur þegar ferðamálastefna verður samþykkt og ef rættist úr uppbyggingu flugvallarins á Siglufirði.

Forvitnilegt hefði verið að vita hvað heimamönnum myndist um þróun á þeim verkefnum sem Róbert stendur fyrir og almennt um þróun ferðaþjónustunnar á svæðinu. Það hefði verið gott fyrir rannsókn okkar að taka viðtöl við heimamenn og fá álit þeirra á fjölgun ferðamanna og uppbyggingu á svæðinu. Með því að fá álit heimamanna sem eiga ekki endilega fyrirtæki á svæðinu hefðum við getað fengið skýrari mynd á stöðunni og andanum í samfélaginu og annað sjónarhorn á viðhorf heimamanna.

Ástæðan fyrir því að bættar samgöngur hafa skipt svona miklu máli fyrir Siglufjörð er einfaldlega sú að þær opnuðu fyrir umferð í gegnum bæinn, sem bauð íbúum upp á tækifæri til að virkja ferðaþjónustu á svæðinu. Einnig hafa samgöngur gefið íbúum færi á að stækka og styrkja tengslanet sitt og félagsauð. Með greiðu aðgengi til og frá bænum þá hefur umhverfið orðið betra fyrir frumkvöðla og þeir sem hafa stofnað fyrirtæki í bænum hafa tekið þátt í uppbyggingu ferðaþjónustunnar. Róbert sá tækifæri í þróun á ferðaþjónustunni eftir opnun Héðinsfjarðarganga sem höfðu annars ekki verið áður. Jafnvel þó að íbúaþróun hafi ekki orðið eins og viðmælendur okkar gáfu í skyn þá er auðvelt að ímynda sér að íbúaþróun gæti orðið á Siglufirði á næstu árum þar sem atvinnuþróunin er mikil.

Þeir þættir sem hafa komið hér í ljós gætu að einhverjum líkindum aðstoðað við uppbyggingu á ferðaþjónustu í öðrum bæjarfélögum á landsbyggðinni. Bæjarfélög eru mismunandi en þau eiga það þó mörg sameiginlegt að þörf er á frekari atvinnusköpun og er ferðaþjónustan eitthvað sem gæti reynst atvinnuskapandi í þeim tilfellum. Með rannsókn þessari vonumst við til að upplýsa önnur bæjarfélög um hvaða atriði gæti verið vert að skoða og styrkja ef verið er að huga að uppbyggingu á ferðaþjónustu.

# Heimildir

Anderson, C. L. & Locker, L. (2002). Microcredit, social capital, and common pool resources. *Elsevier Science Ltd*, 30(1), bls. 95–105. Sótt af <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X01000961>

Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.

Brass, D.J. (1992). Power in organizations: A social network perspective. *Research in Political Sociology* 4(1), bls. 295–323. Sótt af [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Den%26as\\_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation\\_for\\_view=bEbjE2sAAAAJ:u5HHmVD\\_uO8C&hl=en&oi=p](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Den%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=bEbjE2sAAAAJ:u5HHmVD_uO8C&hl=en&oi=p)

Butler, R.W. (2006). *The tourism area life circle vol. 1*. Great Britan: Cromwell press.

Byggðarþróun. (á.á.). *Um Héðinsfjarðargöngin*. Sótt af <http://byggdathroun.is/hedinsfjardargong/um-hedinsfjardargongin/>

Coleman, J.S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94(1), bls. 95–120. Sótt af: <http://faculty.washington.edu/matsueda/courses/587/readings/Coleman%201988.pdf>

Edward H. Huijbens. (2010). Viðhald samfélags? Hlutverk frístundahúsaeynda í samfélögum á jaðarsvæðum. Í Þórodds Bjarnasonar & Kolbeins H. Stefánssonar (ritstj.), *Fjallabyggð fyrir Héðinsfjarðargöng Samgöngur, samfélag og byggðaðróun* ( bls. 93–105). Akureyri: Rannsóknasjóður Vegagerðarinnar

Edward H. Huijbens & Þóroddur Bjarnason. (2014). *Stefna íslenskra stjórnvalda og vöxtur ferðaþjónustu á jaðarsvæðum: áhrif Héðinsfjarðarganga í Fjallabyggð*. *Stjórnmal og stjórnsýsla* 10(2), bls. 565–584. Sótt af <http://skemman.is/stream/get/1946/23393/53202/1/a.2014.10.2.18.pdf>

Ferðamálastofa. (2017a, 27. maí). *Heildarfjöldi erlendra ferðamanna 1949–2016*. Sótt af <https://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/heildarfjoldi-erlendra-ferdamanna-1949-2015>

Ferðamálastofa. (2017b, 27. maí). *Áætlaður fjöldi ferðamanna á einstökum svæðum og stöðum*. Sótt af <https://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/aaetladur-fjoldi-a-svaedum-og-stodum>

Gilbert, E.W. (1939). The growth of inland and seaside health resorts in England. *Scottish Geographical Magazine*, 55(1), bls. 16–35.

Hagstofa Íslands. (2017a, 24. maí). *Mannfjöldi í einstökum byggðakjörnum og strjábýli eftir landsvæðum ár hvert 1889–1990*. Sótt af [http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Ibuar/Ibuar\\_\\_mannfjoldi\\_\\_2\\_byggdir\\_\\_Byggdakjarnareldra/MAN00104.px/table/tableViewLayout1/?rxid=27738f52-7d7e-4d32-ae57-ef0b9b0c2942](http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Ibuar/Ibuar__mannfjoldi__2_byggdir__Byggdakjarnareldra/MAN00104.px/table/tableViewLayout1/?rxid=27738f52-7d7e-4d32-ae57-ef0b9b0c2942)

Hagstofa Íslands. (2017b, 24. maí). *Mannfjöldi eftir póstnúmerum, kyni og aldri 1998–2017*. Sótt af [http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Ibuar/Ibuar\\_\\_mannfjoldi\\_\\_2\\_byggdir\\_\\_Byggdakjarnarhverfi/MAN03200.px/table/tableViewLayout1/?rxid=e632f2ef-d7f2-49e6-9827-2884e552161a](http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Ibuar/Ibuar__mannfjoldi__2_byggdir__Byggdakjarnarhverfi/MAN03200.px/table/tableViewLayout1/?rxid=e632f2ef-d7f2-49e6-9827-2884e552161a)

Henderson, Jason. (2002). *Building the rural economy with high-growth entrepreneurs*. (*Economic Review* nr. 3). Sótt af <http://search.proquest.com/docview/218434080/fulltext/1D7E3F55C3794805PQ/1?accountid=27513>

Lög um samgönguáætlun nr. 33/2008.

Markaðs- og miðlunarrannsóknir ehf. (2012). *Ferðalög Íslendinga (ferðalög Íslendinga 2011 og ferðaáform þeirra 2012)*. Reykjavík: Ferðamálastofa.

Page, S.J. (2009). (3. útgáfa). *Transport and tourism: Global perspectives*. Harlow, England: Pearson Education Limited.

Peters, M., Frehse, J. & Buhalis, D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2), bls. 393–405.

Portes, A. (1999). Conclusion: Towards a new world – The origins and effects of transnational activities. *Ethnic and Racial Studies*, 22(2), bls. 463–477. DOI: 10.1080/014198799329567

Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourist Management*, 21(1), bls. 53–64.

Punch, K. F. (2014). *Social Research: Quantitative & Qualitative approaches*. London: Sage.

Reynolds, P. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), bls. 47–70. Sótt af <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=604f80a7-6cc8-4984-8901-30d9b0a73573%40sessionmgr4008&vid=1&hid=4207>

Ritchie, J.B.R & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination*. Wallingford: CABI

Schumpeter, J.A. (1911). *The Theory of Economic Development*. New York: Oxford University Press.

Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. (1991). *The Creative Response in Economic History*. In R. V. Clemence (Ed.), *Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism (2 ed.)*. New Brunswick & London: Transaction Publishers.

Schumpeter, J.A. (2003). *Capitalism, Socialism & Democracy*. Taylor & Francis: e-Library.

Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, 8(1), bls. 59–73. DOI: [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90011-S](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90011-S)

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Í Kent, C., Sexton, L. & Vesper K (ritstj.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (bls. 72–90). New Jersey: Prentice Hall.

Síldarminjasafnið. (á.á.). *Síldarsagan*. Sótt 22. maí 2017 af <http://www.sild.is/sildarsagan/sildarsagan/>

Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D. & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), bls. 105–118. DOI: 10.1177/0266242610391930

Trausti Hafliðason. (2015, 1. apríl). *Ferðaþjónustan er að stinga sjávarútveginn af. Viðskiptablaðið*. Sótt af <http://www.vb.is/frettir/ferdathjonustan-stingur-sjavarutveginn-af/115711/?q=sp%C3%A1r>

Trott, P. (1998). *Innovation Management & New Product Development*. London: Financial Times Management.

Þingskjal nr. 271/2016. Tillaga til þingsályktunar um eflingu brothættra byggða og byggðafestu veiðiheimilda.

Þingskjal nr. 468/2013. Tillaga til þingsályktunar um stefnumótandi byggðaáætlun fyrir árin 2014–2017.

Þingskjal nr. 758/2010. Þingsályktun um ferðamálaáætlun 2011–2020.

Þóroddur Bjarnason. (2015). Samgöngur og byggðapróun: Samfélagsleg áhrif Héðinsfjarðarganga. *Íslenska þjóðfélagið*, 6(1), bls. 5–36. Sótt af <http://www.thjodfelagid.is/index.php/Th/article/view/77/63>

# Viðauki

