



**„Þú veist okay við erum búin að velja þessa
staði og hvað, hvað nú?“**

Aðkoma heimamanna að áfangastaðaáætlun Norðurlands

Ragnhildur Dagbjört Pétursdóttir



**Líf- og umhverfisvísindadeild
Háskóli Íslands
2019**

**„Þú veist okay við erum búin að velja
þessa staði og hvað, hvað nú?“**

Aðkoma heimamanna að áfangastaðaáætlun Norðurlands

Ragnhildur Dagbjört Pétursdóttir

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, janúar 2019

„Þú veist okay við erum búin að velja þessa staði og hvað, hvað nú?“
Aðkoma heimamanna að áfangastaðaáætlun Norðurlands
10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í ferðamálafræði

Höfundarréttur © 2019 Ragnildur Dagbjört Pétursdóttir
Öll réttindi áskilin

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Sæmundargötu 2
101 Reykjavík

Sími: 525 4000

Skráningarupplýsingar:
Ragnildur Dagbjört Pétursdóttir, 2019, „Þú veist okay við erum búin að velja þessa staði og hvað, hvað nú?“, BS ritgerð, líf- og umhverfisvísindadeild, Háskóli Íslands, 30 bls.

Reykjavík, janúar 2019

Útdráttur

Stefnumótun innan ferðaþjónustunnar hefur orðið algeng meðal stjórnvalda í heiminum á undanföllum árum. Á Íslandi hafa stjórnvöld fetað sig áfram í stefnumótun í ferðaþjónustu síðan árið 1972. Árið 2017 var svo undirritaður samningur milli Ferðamálastofu og markaðsstofa landshlutanna um gerð áfangastaðaáætlana sem eru hluti af stefnumótun ferðaþjónustunnar. Ferðamálastofa gerði það að skilyrði við gerð samningsins að forgangsverkefnalisti yrði búinn til fyrir áætlanirnar. Í ritgerð þessari verður sjónum beint að svæði 3 á Norðurlandi en landshlutanum er skipt í fjögur svæði. Svæði 3 er Mývatn, Húsavík og Þingeyjarsveit. Markmið þessarar ritgerðar er að fá innsýn um hvernig staðið var að gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands og þá einkum vali á forgangsverkum á svæði 3 og þátttöku heimamanna í því ferli. Þá verður leitast við að varpa ljósi á viðhorf heimamanna til áfangastaðaráætlunarinnar og þeirra forgangsverkefna sem urðu fyrir valinu. Til þess að ná framangreindu markmiði var framkvæmd eigindleg rannsókn þar sem tekin voru viðtöl við fimm aðila sem allir tengdust áfangastaðaráætluninni með mismunandi hætti. Rannsóknarspurningarnar voru tvær en sú fyrri var *Hvernig var þátttöku heimamanna háttað við gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands á svæði 3?* og sú síðari var *Hvernig endurspeglast sýn heimamanna á svæði 3 í áfangastaðaáætlun Norðurlands?* Helstu niðurstöður þessarar ritgerðar voru að aðkoma heimamanna var ólík hvað varðar val á þeim verkefnum sem komu til greina sem forgangsverkefni og val á milli þeirra en heimamenn höfðu beina aðkomu að vali á milli síðargreindu verkefnanna. Þá mátti greina almenna ánægju meðal heimamanna um þau forgangsverkefni sem urðu fyrir valinu en tvö af þremur forgangsverkefnum hafa verið baráttumál heimamanna á svæðinu um langt skeið.

Efnisatriði: Ferðaþjónusta, Áfangastaðaáætlanir, Heimamenn, Norðurland, Mývatn, Húsavík, Þingeyjarsveit

Abstract

Strategic planning has been gaining popularity the tourism industry in recent years. Authorities in Iceland have been developing strategic planning in the tourism industry since 1972. In 2017, the Icelandic Tourist Board signed a contract with all the regional marketing offices in Iceland regarding the making of destination management plans that are a part of the strategic planning in the tourism industry. One of the conditions that the Icelandic Tourist Board put in the contract that the plans must include priority projects. In this research the focus will be on area 3 in the North region, but the region divides into four areas in the destination management plan. Area 3 includes Mývatn, Húsavík and Þingeyjarsveit. This research aims to get insight into the making of the destination management plan for the North region, and the focus will be on the selection of the priority projects in area 3 and the involvement of the residents in that process. Then an effort will be made to highlight the views that the public has on the destination management plan and the priority projects that chosen were in the end. To achieve the objectives mentioned above, qualitative research was conducted involving interviews with five entities that were all related to the destination plan in different ways. The research questions are two; the first one is How did the residents in area 3 participate in the making of the destination management plan for the North Region? Also, the second one is How are the residents' visions in area 3 reflected in the destination management plan for the North Region? The main conclusions of this thesis were that the involvement of the residents was different with regards to the selection of suggested priority projects and the selection between the forenamed projects. Then, the general satisfaction amongst residents regards to the selection of priority projects was identified but they have been fighting for two of the three projects for a long time.

Key words: Tourism, Destination Management Plan, Public, North region Iceland, Mývatn, Húsavík, Þingeyjarsveit

Efnisyfirlit

Myndir	vi
Þakkir	vii
1 Inngangur	1
2 Stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða	3
2.1 Stefnumótun innan ferðaþjónustunnar	3
2.1.1 Stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi	5
2.2 Áfangastaðaáætlun	5
2.2.1 Áfangastaðaáætlun Norðurlands	7
2.3 Heimamenn	7
3 Svæði 3	9
3.1 Forgangsverkefni svæðis 3	10
4 Aðferðafræði.....	13
4.1 Rannsóknaraðferð.....	13
4.2 Gagnaöflun	13
4.3 Greining gagna	14
5 Niðurstöður.....	15
5.1 Þátttaka heimamanna.....	15
5.2 Ánægja heimamanna	17
6 Umræður.....	19
7 Lokaorð.....	23
Heimildaskrá.....	25
Viðauki A.....	28

Myndir

Mynd 1 Butler's curve (Butler, 1980a).....	4
Mynd 2 Svæðisskipting Norðurlands (Markaðsstofa, 2018)	9
Mynd 3 Demantshringurinn (Google,á.á.)	10
Mynd 4 Dettifossvegur (Friðrik Þór Halldórsson, 2016)	11
Mynd 5 Hjólað um Mývatn (Ferðamálastofa,2011a).....	11
Mynd 6 Þeistareykir (Regína Hrönn Ragnarsdóttir, á.á.).....	12

Þakkir

Ég vil þakka Elísabetu Sigurðardóttur fyrir að hafa milligöngu um að útvega viðmælendur fyrir rannsókn þessarar ritgerðar. Þá vil ég þakka þeim viðmælendum sem gerðu það að verkum að rannsókn þessarar ritgerðar var framkvæmanleg. Einnig vil ég þakka systur minni Elísabetu Pétursdóttur fyrir yfirlestur ritgerðarinnar.

1 Inngangur

Ef Mývatnssveit væri óbyggð væri eflaust búíð að gera allt svæðið að þjóðgarði með öllum þeim takmörkunum og reglum um umferð og umgengni, sem um slíkan þjóðgarð yrðu settar. En horfast verður í augu við þá staðreynd, að Mývatnssveit er tiltölulega fjölmennt sveitarfélag og sökum hins sérstæða náttúrufars sveitarinnar er ferðamannastraumur skollinn þar á með fullum þunga.

Þessi framsýnu orð voru rituð í frumvarp til laga um verndun Mývatns og Lácár í Suður-Þingeyjarsýslu árið 1975 og má segja að þau hafi staðist tímans tönn og eigi jafn vel við í dag og þá. Eins og vel er þekkt hefur ferðamannastraumurinn um Ísland margfaldast síðan þá og einkum á síðastliðnum árum og er Mývatnssveit einn vinsælasti ferðamannastaður landsins. Þessi aukni ferðamannastraumur til landsins hefur orðið til að ferðaþjónustan hefur fengið meiri hljómgrunn en áður og á sama við um stefnumótun fyrir greinina en stefnumótun hefur verið til staðar fyrir ferðaþjónustuna síðan árið 1972. Stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða er ákveðin gerð stjórnunar sem einblínir á ferðamannastaði. Með henni er litið til fjölbreyttrar samsetningar ferðamannastaðarins og reynt er að byggja upp sjálfbæran ferðamannastað og gera hann samkeppnishæfan. Stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða vinnur að því fá hagsmunaaðila á staðnum til að vinna saman að sameiginlegu markmiði um uppbyggingu og sjálfbærni ferðamannastaðarins. Við slíka stjórnun eru oft gerðar stefnumótandi stjórnunaráætlanir eða áfangastaðaáætlanir eins og þær kallast á Íslandi. Þær áætlanir eru gerðar með það að markmiði að setja fram sameiginlega yfirlýsingu um stefnu ferðamannastaðarins.

Markmið þessarar ritgerðar er að skoða áfangastaðaáætlun Norðurlands og vinnu Markaðsstofu Norðurlands við það verkefni og þá einkum þátttöku heimamanna við gerð hennar. Gerð verður grein fyrir hvernig markaðsstofan stóð að gerð áætlunarinnar og hvernig aðkoma heimamanna var tryggð. Skoðað verður sérstaklega hvernig staðið var að vali forgangsverkefna í áfangastaðaáætluninni á svæði 3 og kannað hvernig aðkoma heimamanna var og viðhorf heimamanna til áætlunarinnar og forgangsverkefnanna. Rannsóknarspurningarnar sem leitast verður við að svara eru:

- Hvernig var þátttöku heimamanna háttað við gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands á svæði 3?
- Hvernig endurspeglast sýn heimamanna á svæði 3 í áfangastaðaáætlun Norðurlands?

Í 2. kafla ritgerðarinnar er að finna fræðilegan kafla þessarar ritgerðar þar sem fjallað er um stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða með vísan til skrifa og kenninga ýmissa fræðimanna. Kaflinn er þrískiptur og fjallar hann í fyrsta lagi um stefnumótun innan ferðaþjónustunnar þar sem meðal annars er farið yfir hvernig huga ber að sjálfbærni ferðamannastaða til að bregðast við hnignun þeirra og tekin dæmi um raunverulega stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi. Í öðru lagi fjallar kaflinn um áfangastaðaáætlanir þar sem meðal annars má finna umfjöllun um þróunarverkefni stjórnvalda sem leiddi af sér áfangastaðaáætlanir í hverjum landshluta fyrir sig. Í þriðja lagi fjallar hann um heimamenn sem hóp hagsmunaaðila og þau áhrif sem breytingar sem fylgja ferðaþjónustu geta haft á

þann hóp. Á eftir fræðilegum kafla þessarar ritgerðar er að finna kafla sem fjallar almennt um svæði 3 í áfangastaðaáætlun Norðurlands, það er Mývatn, Húsavík og Þingeyjarsveit. Þar er fjallað um staðhætti og aðstæður í hverjum íbúakjarna fyrir sig auk þess sem fjallað er um þau forgangsverkefni sem urðu fyrir valinu á svæðinu. Næst verður fjallað um þá aðferðarfræði sem beitt var við rannsókn þessarar ritgerðar í sérstökum kafla og er sá kafla 4. kafla ritgerðarinnar. Þar á eftir verða niðurstöður rannsóknar höfundar kynntar í sérstökum kafla og er sá kafla 5. kafla ritgerðarinnar. Í 6. kafla þessarar ritgerðar eru rannsóknarspurningar þessarar ritgerðar eru ræddar með vísan til fræðilegs og eigindlegs hluta ritgerðarinnar og er þeim svarað. Í 7. kafla eru lokaorð ritgerðarinnar þar sem efni ritgerðarinnar verður dregið saman.

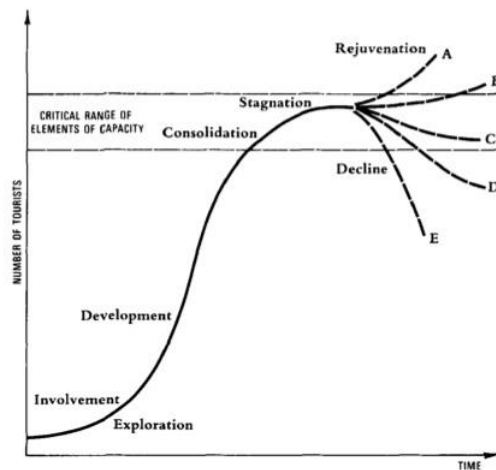
2 Stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða

Í þessum kafla verður fyrst fjallað um stefnumótun innan ferðaþjónustunnar en með því er átt við þá stefnu sem er fyrir hendi um framtíð ferðaþjónustunnar bæði af hálfu einkaaðila og opinberra aðila. Áhersla verður lögð á stefnumótun á ferðamannastöðum. Næst verður fjallað um áfangastaðaáætlanir og sjónum meðal annars beint að áfangastaðaáætlun Norðurlands. Að endingu verður fjallað um heimamenn sem hagsmunaaðila.

2.1 Stefnumótun innan ferðaþjónustunnar

Stefnumótun innan ferðaþjónustunnar getur beinst að ferðamannastöðum og kann hún að vera mikilvæg til að viðhalda samkeppnishæfni þeirra, meðal annars þar sem ferðamannastraumur fer vaxandi en slíkt getur haft neikvæðar afleiðingar í för með sér ef ekki er hugsað um sjálfbærni ferðamannastaðarins. Í þessu samhengi er gagnlegt að líta til kenningar Butler (1980b) um ferðamannastaði og líftíma þeirra. Í henni felst að slíkir staðir hafi takmarkaðan líftíma og þurfa á stanslausri þróun að halda svo þeir uppfylli síbreytilegar kröfur og skilyrði neytenda sem hér efir verða nefndir ferðamenn. Til þess að ferðamannastaðir haldi samkeppnishæfni sinni er mikilvægt að viðhalda því aðráttarafli sem staðurinn hefur þar sem ferðamenn eru sífellt í leit að nýjum og spennandi ferðamannastöðum. Ferðamenn setja ýmis skilyrði þegar kemur að ferðamannastöðum og má meðal annars nefna kröfu þeirra um að ágengni ferðamanna sé ekki sýnileg á stöðum þar sem náttúran er helsta aðráttaraflið og að ásýnd heimamanna á ferðaþjónustunni sé góð (Butler, 1980b).

Í tengslum við áður nefnda kenningu útbjó Butler kúrfu (sjá á mynd 1) sem sýnir þróun ferðamannastaða. Kúrfan fer rísandi frá vinstri til hægri. Lengst til vinstri má greina þann tímapunkt þar sem slíkir staðir eru uppgötvaðir og út frá því byggðir upp innviðir auk þess staðurinn er þróaður. Samkvæmt kúrfunni kemur alltaf að þeim tímapunkti í þróun ferðamannastaðarins að þróun hans staðni og er þá mikilvægt að stefnumótun ferðamannastaðarins eigi sér stað með það að markmiði að koma í veg fyrir hnignun hans (Butler, 1980b).



Mynd 1 Butler's curve (Butler, 1980a)

Í samræmi við ofangreint þá er stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða (*e.destination management*) talin sífellt mikilvægari þáttur fyrir ferðaþjónustuna til að tryggja góða upplifun ferðamanna af staðnum. Í stefnumótandi stjórnun felst samstjórnun þeirra afla sem ferðamannastaðir samanstanda af. Öflin eru sex talsins og eru þau aðdráttarafl, aðstaða, aðgengi, mannaúður, ímynd og verð. Með góðri stjórnun má tengja þessi öfl saman og samþætta verkefni hagsmunaaðila á ferðamannastaðnum. Í slíkri stjórnun getur falist markaðssetning, svo auðveldara verði fyrir aðila staðarins að einblína á mikilvæg verkefni sem hjálpa til við heildræna uppbyggingu ferðamannastaðarins (World Tourism Organization, 2007).

Stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða er flókið ferli sem hefur áhrif á marga ólíka hópa innan þess samfélags sem ferðamannastaðurinn er. Við stefnumótun er mikilvægt að sjá heildarmyndina í stað þess að beita þröngsýni, til dæmis með því að einblína á afmörkuð mál eða tiltekna hagsmunaaðila. Sé horft á heildarmyndina aukast líkurnar á að útkoman verði árangursrík, í samræmi við þróun ferðamannastaðarins og njóti samþykkis samfélagsins (Dredge & Jenkins, 2007). Í þessu samhengi ber að nefna að ferðaþjónustan er ekki bundin við tiltekna starfsstétt eða skipulagssvæði heldur tengist hún hinum ýmsu sviðum samfélagsins. Í samræmi við það sem áður segir er mikilvægt við stefnumótandi stjórnun að líta til ýmissa utan að komandi þátta, svo sem stjórnvaldsfyrirmæla á borð við reglugerðir. Þess má geta að sumar ákvarðanir sem tengjast ferðamannastaðnum eru ekki á forræði ferðaþjónustunnar sjálfrar jafnvel þó þær hafi bein áhrif á hana. Við stefnumótandi stjórnun er mikilvægt að skilja samspil ólíkra þátta í ferlinu í stað þess að búa til girðingar sem gætu komið í veg fyrir að stefnumótunin næði fram að ganga. Þröng sýn stjórnenda til ferðamannastaðarins getur orðið til þess að stefnumótun verði ekki árangursrík (Stevenson, Airey, & Miller, 2008).

Við stefnumótandi stjórnun ferðamannastaða er gott að hafa í huga að ekki er til ein rétt leið til slíkrar stefnumótunar. Við stefnumótun geta stjórnendur túlkað þau atriði sem þeir leggja áherslu á með mismunandi hætti og aðlagð þau að þörfum þess ferðamannastaðar sem um ræðir. Dredge og Jenkins (2007) fjölluðu um gerð stefnumótunar út frá fjórum mismunandi sjónarhornum. Fyrsta sjónarhornið er hringrás en samkvæmt því er stefnumótun skipt upp í flokka, aðilum úr nærumhverfi ferðamannastaðarins gefinn kostur á aðkomu að gerð stefnumótunarinnar auk þess sem úrvinnsla mála er samræmd. Annað sjónarhornið er ákvörðun en samkvæmt því er stefnumótunin háð málefnum sem þróast með tímanum, mismunandi hagsmunaaðilum og öflum sem hafa áhrif á pólitíska ákvörðun stjórnvalda. Þriðja sjónarhornið er auðkenning og stjórnun en samkvæmt því eru álitamála

skilgreind og forgangsraðað við stefnumótun. Ýmsir þættir geta haft áhrif á forgangsröðunina, til dæmis atburðir, þrýstingur hagsmunaaðila og gengi markaðsins. Fjórða sjónarhornið er þjóðfélagsleg uppbygging en samkvæmt því er farið eftir samskiptalegri nálgun við stefnumótun sem er háð samskiptum ýmissa hagsmunaaðila (Dredge & Jenkins, 2007). Af framangreindu má leiða að stefnumótun ferðamannastaða er heildstætt ferli sem krefst þekkingar og víðsýni svo vel takist.

2.1.1 Stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi

Á Íslandi hefur ferðaþjónusta vaxið mikið sem atvinnugrein á síðastliðnum árum. Í því samhengi má benda á að frá árinu 2010 hefur fjöldi ferðamanna sem ferðast um landið aukist að jafnaði um 24% á ári hverju. Þetta hefur leitt til þess að ferðaþjónustan er orðin ein helsta atvinnugrein Íslands en árið 2017 voru 42% af heildargjaldeyrstekjum landsins frá ferðaþjónustunni. Þetta gerði hana að stærstu útflutningsgrein landsins það árið (Ferðamálastofa, 2017b). Þessi uppsveifla í ferðaþjónustunni og þau áhrif sem henni hafa fylgt á íslenskt samfélag og náttúru hafa leitt til þess að sjálfbærni og stjórnun ferðamannastaða hefur verið mikið í umræðunni síðastliðin ár.

Hægt er að rekja stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi aftur til ársins 1972 þegar fyrsta skýrslan um stefnumótun í ferðaþjónustu var útbúin en hún var hvorki gefin út né kynnt almenningi. Síðan þá hafa stjórnvöld reynt að feta sig áfram í stefnumótun ferðaþjónustunnar en þó með misgóðum árangri. Árið 2010 urðu eldgos á Íslandi sem höfðu í för með sér miklar truflanir á flugumferð um Evrópu og leiddu þessir atburði til mikillar umfjöllunar um Ísland í fjölmiðlum víða um heim. Stjórnvöld gripu þetta tækifæri til þess að kynna Ísland sem ferðamannastað og lögðu í eina stærstu markaðsherferð sem íslensk stjórnvöld höfðu þá staðið fyrir undir heitinu „Inspired by Iceland“. Í framhaldi af því var settur á fót starfshópur sem hafði það hlutverk að útbúa nýja ferðamálaáætlun sem var gefin út 7. júní 2011 (Gunnar Jóhannesson, 2012).

Árið 2015 var tekið stórt skref í stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi þegar Stjórnstöð ferðamála var sett á fót og byggir hún á samkomulagi milli ríkisstjórnar Íslands, Sambands íslenskra sveitarfélaga og Samtaka ferðaþjónustunnar og mun hún starfa til ársloka 2020. Hún hefur það hlutverk að samhæfa aðgerðir og útfæra leiðir til að byggja upp þann trausta grunn sem ferðaþjónustan þarfnast á Íslandi til að sjálfbær þróun geti átt sér stað. Þessu markmiði verður náð með því að sameina aðgerðir og samvinnu milli stjórnsýslu, sveitarfélaga og stoðkerfis greinarinnar um allt land. Stjórnstöðin gaf út Vegvísi ferðaþjónustunnar þar sem voru sett upp helstu verkefni sem farið verður í á þessu tímabili en fjallað verður nánar um hann í kafla 2.2 (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið & Samtök ferðaþjónustunnar, 2015).

2.2 Áfangastaðaáætlun

Crouch og Ritchie lögðu áherslu á að mikilvægt væri fyrir sérhvern ferðamannastað að tryggja samkeppnishæfni sína og stuðla að sjálfbærri þróun. Töldu þeir það mikilvægt svo það næðist að hafa stjórn á því svæði sem um ræðir. Þeir sögðu að ef ætlunin sé að tryggja samkeppnishæfni ferðamannastaða er mikilvægt að skoða nærumhverfi staðarins og jaðarsvæði hans. Með því að tryggja samkeppnishæfni á jaðarsvæði er átt við að það þurfi að huga að ýmsum utan að komandi þáttum en ekki að binda sig einungis við staðinn sem slíkan. Jaðarsvæði staðarins getur þannig haft áhrif á samkeppnishæfni hans og er því afar brýnt að stjórnendur fylgist vel með því umhverfi og eru tilbúnir að takast á við þær

breytingar sem geta átt sér stað vegna þeirra (Ritchie & Crouch, 2010). Eitt verkfæri til þess að ná þeim markmiðum sem lýst var hér að framan eru áfangastaðaáætlanir.

Áfangastaðaáætlanir eru verkfæri sem notuð eru til þess að koma sameiginlegri yfirlýsingu um þróun ferðamannastaðar á framfæri. Slík áætlun er oftast sett fram fyrir fimm ára tímabil í senn og greinir hún frá því starfi sem þar mun fara fram á tímabilinu, hverjir eru helstu hagsmunaaðilar á svæðinu og hver ábyrgð þeirra er í verkefninu (Visit England, á.á.) Þegar ferðamannastaðir eru skoðaðir má sjá að ferðaþjónusta svæðisins er samsett af mörgum fyrirtækjum sem vinna á afmörkuðu svæði. Þessir aðilar kunna að hafa mismunandi hagsmuni sem stundum skarast. Því er mikilvægt að fyrirtækin á svæðinu vinni saman í stað þess að vinna gegn hagsmunum hvor annarra. Eitt verkfæri til þess er áfangastaðaáætlun en með henni er hægt að byggja upp stefnu sem hjálpar fyrirtækjum að vinna að sameiginlegu markmiði en slíkt ýtir undir sjálfbæra þróun þess ferðamannastaðar sem um ræðir. Slík áætlun auðveldar hagsmunaaðilum að koma auga á styrkleika og möguleika staðarins auk þess sem hún getur bætt viðskiptaumhverfi staðarins og upplifun þeirra ferðamanna sem sækja ferðamannastaðinn heim. Mikilvægt er að hafa í huga að áætlunin á að ná yfir upplifun ferðamannsins og hans sýn á staðnum. Ef aukið verður við þjónustuna við ferðamennina opnast möguleiki á því að fleiri fyrirtæki hafi áhuga á að fjárfesta á svæðinu (Visit England, á.á). Nefna má fjölmörg dæmi um þau markmið sem stefnt er að með áfangastaðaáætlun. Þau geta til dæmis verið að styrkja samstarf milli fyrirtækja og stjórnvalda eða að styrkja tengsl milli áætlunar og framkvæmdar (World Tourism Organization, 2007).

Eins og var nefnt í kafla 2.1.1 þá gáfu Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar út Vegvísi sem kom út árið 2015. Eitt af þeim verkefnum sem talin voru upp í honum eru stefnumótandi stjórnunaráætlanir, sem í dag eru kallaðar áfangastaðaáætlanir. En þar segir að það hafi verið forgangsmál á árunum 2016-17 að gera vandaðar stefnumótandi stjórnunaráætlanir fyrir ferðaþjónustuna í hverjum landshluta fyrir sig (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið & Samtök ferðaþjónustunnar, 2015). Í mars 2017 var undirritaður samningur milli Ferðamálastofu og markaðsstofa landshlutanna um að ráðast í eitt af stærstu samhæfðu þróunarverkefnum sem ráðist hefur verið í á Íslandi. Í því fólst að farið var í gerð áfangastaðaáætlana í einu heildstæðu ferli. Í því ferli var m.a. litið til skipulags og þróunar á ferðamannastöðum og þeirra þátta sem geta haft áhrif á upplifun ferðamanna á þeim stöðum sem um ræddi (Ferðamálastofa, 2017a). Frá því að markaðsstofurnar fengu verkefnið í sínar hendur hafa þær unnið hart að því að búa til áfangastaðaáætlanir fyrir sinn landshluta (Markaðsstofa Norðurlands, 2018). Markaðstofur landshlutanna, sem eru sjö talsins, og hafa fengið hlutverk DMO fyrirtækja (*e. Destination management/marketing organizations*) sem hafa þann tilgang að hafa yfirsýn með skipulagi og þróun staðarins og einnig að hjálpa við markaðsetningu hans. Ferðaþjónustan er samsett af mörgum mismunandi fyrirtækjum sem þurfa að vinna saman svo árangur náist en hlutverk DMO fyrirtækis í því samhengi er að sameina þessa aðila og vinna að sameiginlegu markmiði þeirra. Algennt er að stjórnvöld komi að stofnun slíkra fyrirtækja í þeim tilgangi að hjálpa til við uppbyggingu og þróun ferðamannastaða þar sem starfsemi þess byggir helst á fjárveitingum frá opinberum aðilum. Það er þó ekki algilt að slík fyrirtæki séu rekin fyrir opinbert fé en til eru einkarekin DMO fyrirtæki (Ritchie & Crouch, 2003). Til þess að slík fyrirtæki nái árangri þurfa þau að vera í góðu samstarfi við hagsmunaaðila staðarins. Hluti af því að fyrirtækinu vegni vel og hagsmunaaðilar séu ánægðir með það lítur að því að það sé í góðum samskiptum við hagsmunaaðila og að viðhorf þess til ferðamannastaðarins sé jákvætt. Hagsmunaaðilar meta gæði ferðamannastaða út frá mörgum eiginleikum líkt og upplifun ferðamanna, staðsetningu, aðgengi og stuðningi heimamanna við greinina. DMO fyrirtæki getur haft lítil eða engin áhrif á suma þessara eiginleika. Slík fyrirtæki geta aftur á móti haft talsverð áhrif á aðra þessara eiginleika og þannig haft áhrif á velgengni

ferðamannastaðarins (Bornhorst, Ritchie, & Sheehan, 2010). DMO fyrirtæki eiga það sammerkt að vinna sem leiðtogar ferðaþjónustunnar í skipulagningu og þróun ferðamannastaða. Þau þurfa að vera til staðar, hjálpa og leiða stefnu staðarins í ferðaþjónustunni (Ritchie & Crouch, 2003). Eitt af mikilvægustu verkefnum DMO fyrirtækja er að útbúa áfangastaðaáætlun. (Ferðamálastofa, á.á.).

2.2.1 Áfangastaðaáætlun Norðurlands

Markaðstofa Norðurlands er meðal þeirra markaðstofa sem hefur fengið ofangreint hlutverk. Hún hefur starfað allt frá árinu 2003 og er helsta hlutverk hennar samræming markaðs- og kynningarmála ferðaþjónustunnar á Norðurlandi. Markaðstofan hefur meðal annars það hlutverk að samræma stefnumótun í ferðaþjónustu fyrir Norðurland í samvinnu við ferðaþjónustufyrirtækin og sveitarfélögin á Norðurlandi (Markaðstofa Norðurlands, á.á.). Í samræmi við hlutverk markaðstofunnar samkvæmt samningi við Ferðamálastofu útbjó hún áfangastaðaáætlun fyrir Norðurland sem gefin var út í júlí 2018. Áætlunin er til þriggja ára og kemur þar fram greining á ferðaþjónustunni á svæðinu. Með áætluninni er lýst yfir vilja um ýmis atriði með það að markmiði að búa íbúum og hagsmunaaðilum besta tækifærið til að laða að ferðamenn og draga úr neikvæðum áhrifum ferðaþjónustunnar. Fram kemur í áætluninni að við gerð hennar hafi verið horft á ferðaþjónustu út frá víðu sjónarhorni og tekið tillit til fjögurra mismunandi þátta og reynt að koma til móts við þarfir þeirra. Þessir þættir eru gestir, íbúar, fyrirtæki og umhverfið (Markaðstofa Norðurland, 2018).

Með áfangastaðaáætlun Norðurlands var stefnt að því grunnmarkmiði að allir hagsmunaaðilar svæðisins horfi heildstætt á Norðurland og hafi sameiginleg markmið sem stefnt er að. Einnig voru til staðar þrjú undirmarkmið en þau voru í fyrsta lagi að stöðumat yrði útbúið fyrir svæðið, í öðru lagi að forgangsröðun verkefna yrði til og í þriðja lagi að skerpt yrði á framtíðarmarkmiðum Norðurlands. Þá má finna hagsmunaaðilagreiningu í áætluninni en helstu hagsmunaaðilar voru taldir vera ferðaþjónustufyrirtæki og sveitarfélögin á Norðurlandi. Samkvæmt áætluninni eru þrjár megináherslur í framtíðarsýn áætlunarinnar. Með því að skipta megináherslunum upp var stefnt að því að greina nánar hvar sóknarfærin liggja (Markaðstofa Norðurland, 2018). Megináherslurnar eru eftirfarandi:

- Náttúra-, ævintýra- og vistvæn ferðaþjónusta
- Vetrarferðamennska
- Saga, menning og listir

Út frá þessari flokkun var við gerð áfangastaðaáætlunarinnar búin til framtíðarsýn Norðurlands sem inniheldur helstu markmið fyrir svæðið. Stefnt var að því að ferðaþjónustan á svæðinu færi vaxandi allt árið um kring og þannig tryggð uppbygging innviða, greiðari samgöngur, fleiri heilsársstörf og meiri framlegð í greininni (Markaðstofa Norðurland, 2018).

2.3 Heimamenn

Yang, Ryan og Zhang (2013) skiptu hagsmunaaðilum ferðaþjónustunnar upp í fjóra meginhópa. Þeir eru stjórnvöld, ferðamenn, fyrirtæki og heimamenn. Allir þessir hópar hafa sína eigin hagsmuni og er oft togstreita á milli þeirra við uppbyggingu á ferðamannastöðum. Í þessum kafla verður fjallað um heimamenn en það er sá hópur fólks sem býr á svæði sem

þróast hefur sem ferðamannastaður. Ástæða þess að hópurinn heimamenn er skoðaður sérstaklega er að það er sá hópur sem oftast er litið fram hjá við uppbyggingu á ferðamannastað. Heimamönnum má skipta í þrjá hópa. Í fyrsta lagi heimamenn sem eru tengdir stjórnvöldum, í öðru lagi heimamenn sem eru tengdir ferðaþjónustunni á svæðinu og í þriðja lagi heimamenn lifa hefðbundnu lífi (Yang, Ryan, & Zhang, 2013).

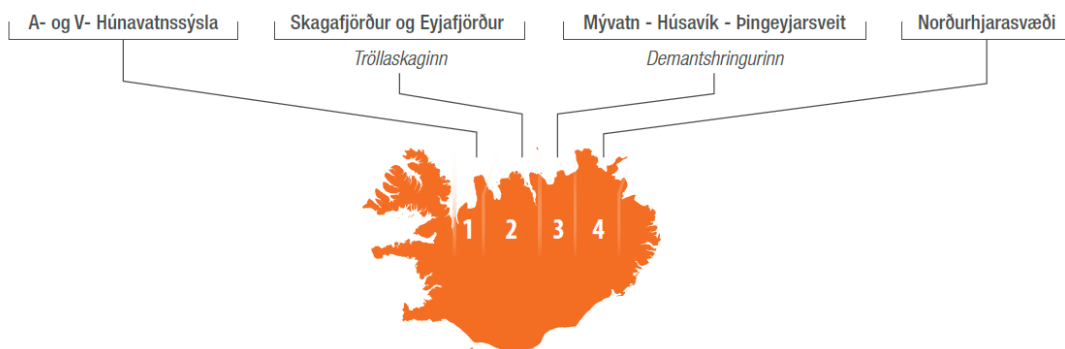
Komu ferðamanna í minni samfélög fylgja oft talsverðar breytingar. Þess eru dæmi að minni samfélög hafi vaxið með uppsveiflu í ferðaþjónustu og orðið vinsælir ferðamannastaðir en í tengslum við ferðaþjónustu verða til ný fyrirtæki, hótélbyggingar rísa og umferð um svæðið eykst (George, Mair, & Reid, 2009). Við uppbyggingu ferðamannastaða þarf að hafa í huga þau áhrif sem uppbyggingin hefur á lífsgæði heimamanna. Það er ekki sjálfgefið að allir íbúar séu hliðhollir þeirri uppbyggingu sem verður vegna breyttra aðstæðna og hafa verið framkvæmdar rannsóknir á áhrifum ferðamanna á lífsgæði þessa hóps. Þeir sem hafa beinan hagnað af ferðamönnum eru almennt jákvæðari gagnvart breytingunum en aðrir. Framangreint leiðir til þess að við uppbyggingu ferðamannastaða þarf að hafa hag allra heimamanna í huga (Andereck & Nyaupane, 2011).

Með innleiðingu ferðaþjónustu í samfélag verða oft miklar breytingar innan þess. Þær breytingar sem eiga sér stað eru í fyrsta lagi hagrænar breytingar, í öðru lagi félagslegar breytingar, í þriðja lagi menningarlegar breytingar og í fjórða og síðasta lagi umhverfisbreytingar. Allar þessar breytingar, að umhverfisbreytingum undanskildum, hafa mestmegnis jákvæð áhrif á nærsamfélagið og hjálpa til við að bæta lífsgæði heimamanna. Umhverfisbreytingar geta aftur á móti verið líklegri til að hafa í för með sér neikvæð áhrif á nærsamfélagið. Náttúran og umhverfið er viðkvæmt og mikilvægt þeim sem búa á svæðinu. Ef ferðaþjónustan hefur neikvæð umhverfisáhrif getur það leitt til neikvæðra áhrifa á lífsgæði heimamanna og þannig haft áhrif á viðhorf þeirra til breytinganna (Kim, Uysal, & Sirgy, 2013). Eins og fyrr hefur verið greint frá þá eru hagsmunir allra heimamanna ekki alltaf þeir sömu og þarf að hafa þá staðreynd í huga þegar farið er í uppbyggingu. Við þróun er oft litið mismunandi á hlutverk almennings á ferðamannastaðnum.

Dredge (2010) setti fram fjögur sjónarhorn um túlkun á hagsmunum almennings (Dredge, 2010). Fyrsta sjónarhornið er sjónarhorn rökhyggju (e. rational perspective). Með því eru hagsmunir heimamanna metnir út frá rannsóknum og mælingum sem framkvæmdar eru af stjórnvöldum á svæðinu sem ákveða eftir því í hvaða uppbyggingu verður farið. Annað sjónarhornið er sjónarhorn nýfrjálshyggjunnar (e. neoliberal perspective). Með því eru hagsmunir heimamanna túlkaðir út frá hagsmunum markaðsins og þar af leiðandi þeirra stórfyrirtækja sem eru leiðandi á markaðnum. Með því er viðurkennt að markaðsöfl og fyrirtæki fái mikið vægi hjá stjórnvöldum og eru völd þessara aðila mikil þegar þróun á sér stað. Með þessu sjónarhorni er skilgreining á hagsmunum heimamanna þrengd og getur heildarmyndin skekkst vegna þess. Þriðja sjónarhornið er sjónarhorn sérstaks áhuga (e. specific interests perspective). Með því eru hagsmunir almennings skoðaðir út frá elítisma. Þá er horft á valdamikinn hóp í samfélaginu sem kemur hagsmunum sínum auðveldlega á framfæri hjá stjórnvöldum. Þetta sjónarhorn bendir til þess að uppbygging og þróun á svæði byggji að miklu leyti á þörfum þessa hóps. Þó hefur verið bent á að stjórnvöld víða um heim eru orðin áhugasamari um hagsmuni þess almennings sem fellur ekki undir umræddan hóp. Fjórða sjónarhornið er sjónarhorn þátttakandans (e. participatory perspective). Það byggir á fjölhyggju. Með því er skoðað hvernig völdin koma frá heimamönnum sjálfum. Með því leyfa stjórnvöld almenningi á svæðinu að taka þátt í skipulagningu þess svæðis sem um ræðir og gefur einstaklingum kost á að koma skoðunum sínum á framfæri og hafa áhrif á málstaðinn (Dredge, 2010).

3 Svæði 3

Norðurland er stærsti landshluti Íslands og þekur hann einn þriðja hluta landsins. Í áfangastaðaáætlun Norðurlands er landshlutanum skipt í fjögur svæði og má sjá þá skiptingu á mynd 2 hér fyrir neðan (Markaðsstofa Norðurlands, 2018).



Mynd 2 Svæðisskipting Norðurlands (Markaðsstofa, 2018)

Í þessari ritgerð er sjónum beint að svæði 3 sem er Mývatn, Húsavík og Þingeyjarsveit. Ástæða þess að það svæði varð fyrir valinu er meðal annars að höfundur þótti svæðið áhugavert út frá því hve fjölsóttur ferðamannastaður það er en Mývatn er einn vinsælasti ferðamannastaður Íslands og má í því samhengi nefna að sumarið 2017 heimsóttu álíka margir ferðamenn Mývatn og Þingvelli eða um 3-4% allra ferðamanna sem ferðuðust um landið (Arion Banki, 2017).

Mývatn er staðsett í Skútustaðahrepp og árið 2018 fór íbúafjöldi sveitarfélagsins í fyrsta sinn yfir 500 manns. Landbúnaður hefur ávallt verið ein af aðalatvinnugreinum svæðisins í kringum Mývatn en á síðustu árum hefur ferðaþjónustan vaxið töluvert og er nú orðin stærsta atvinnugreinin þar. Það er langt um liðið síðan Mývatn varð þekkt náttúrusvæði og má nefna að svæðið hefur verið sérstaklega verndað með lögum frá árinu 1974. Lög frá 1974 voru felld á brott með nýjum lögum um verndun Mývatns og Laxár í Suður-Þingeyjarsýslu, nr. 97/2004, og eru þau lög enn í gildi. Markmið þeirra laga er að „stuðla að náttúruvernd á Mývatns- og Laxárvæðinu í samræmi við meginregluna um sjálfbæra þróun og tryggja að vistfræðilegu þoli svæðisins verði ekki stefnt í hættu af mannavöldum“ (Lög um verndun Mývatns og Laxár í Suður-Þingeyjarsýslu, nr. 97, 2004). Samkvæmt Mývatnsstofu er helsta aðdráttarafl svæðisins náttúran, það er hraunið, norðurljósin, fuglalífið og fossarnir í kringum svæðið (Visit Mývatn, á.á.). Ferðaþjónustan við Mývatn byggir að mestu leyti upp á náttúru svæðisins en útsýnis- og skoðunarferðir eru vinsælar meðal ferðamanna þar (Árni Einarsson, Bergþóra Kristjánsdóttir, Elva Guðmundsdóttir & Þorkell Lindberg, 2011).

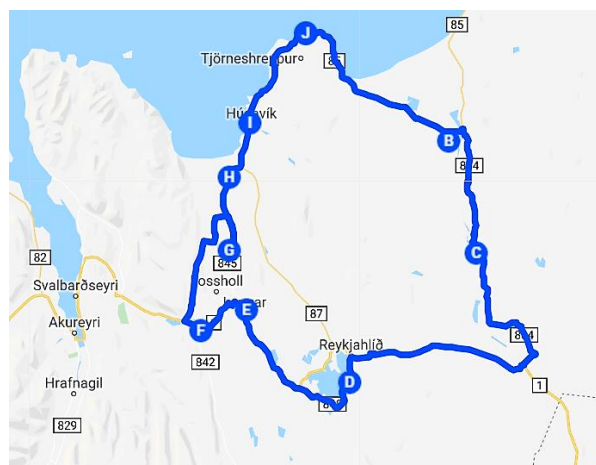
Húsavík er stærsti íbúarkjarninn af þremur íbúakjörnum sveitarfélagsins Norðurþings. Á Húsavík búa 2400 íbúar af 3000 íbúum sveitarfélagsins eða um 76% allra íbúa. Helstu atvinnuvegir sveitarfélagsins eru landbúnaður, sjávarútvegur og ferðaþjónusta. Húsavík er þekkt fyrir hvali en á svæðinu eru fjögur hvalskoðunarfyrirtæki og hvalasafn (Markaðsstofa Norðurlands, 2018). Gestir safnsins voru rúmlega 34.000 manns árið 2017 (Viðskiptablaðið, 2018). Á ári hverju kemur fjöldi ferðamanna til Húsavíkur í þeim tilgangi að fara í

hvalaskoðun og er í dag talað um Húsavík sem höfuðborg hvala í Evrópu (Markaðsstofa Norðurlands, 2018).

Þingeyjarsveit er nokkuð nýlegt sveitarfélag en það var stofnað árið 2002 með sameiningu Þingeyjarsveitar og Aðaldælahrepps. Íbúar sveitarfélagsins eru 962 talsins og eru þar stundaðir fjölbreyttir atvinnuvegir, til dæmis landbúnaður og fiskvinnsla auk þess sem þar eru tveir grunnskólar og Framhaldsskólinn á Laugum. Ferðaþjónusta er vaxandi atvinnugrein á svæðinu en íbúum sem starfa í ferðaþjónustunni fer fjölgandi, til dæmis á gístistöðum og við afþreyingu. Talið er að sveitarfélagið hafi mikla möguleika til að verða virkt í ferðaþjónustu en til þess að svo verði er afar brýnt að það grípi ferðamennina þegar þeir ferðast á milli Húsavíkur, Mývatns og Akureyri (Markaðsstofa Norðurlands, 2018).

3.1 Forgangsverkefni svæðis 3

Í áfangastaðaáætlun Norðurlands má finna forgangsörðun verkefna á svæðinu sem byggir á niðurstöðum íbúakosninga á milli verkefna. Með forgangsörðuninni er stjórnvöldum falið að vinna að tilteknum verkefnum á næstu þremur árum eftir útgáfu áætlunarinnar. Á svæði 3 urðu þrjú forgangsverkefni á fyrir valinu. Öll forgangsverkefni tilheyra svonefndum Demantshring en hann má sjá á mynd 3 hér fyrir neðan. Demantshringurinn er 260 km langur og liggur frá Mývatni að Reykidal og Aðaldal. Þaðan liggur hann til Húsavíkur, að Ásbyrgi og aftur að Mývatni. Á þessari leið má sjá stórbrotna náttúru, til dæmis við Goðafoss, Hljóðakletta og Æðarfossa eru staðsettir eru við hringinn (Visit Húsavík, á.á.). Nú verður fjallað um hvert forgangsverkefni svæðisins fyrir sig.



Mynd 3 Demantshringurinn (Google, á.á.)

Fyrsta forgangsverkefnið á svæðinu er uppbygging á Dettifossvegi. Vegurinn er staðsettur í Demantshringnum frá punkti B að Þjóðvegi 1 (sjá mynd 3). Lögð verður áhersla á uppbyggingu vegarins sem mun tengja saman Demantshringinn. Þegar þessi framkvæmd hefur orðið að veruleika verða möguleikar í ferðaþjónustunni á svæðinu eflir og ný tækifæri verða til. Fyrirséð er að þessi framkvæmd mun hafa áhrif á að fleiri ferðamenn sem heimsækja Dettifoss munu einnig heimsækja Öxarfjörð en í dag heimsækir aðeins lítill hluti ferðamanna á svæðinu þann stað (Markaðsstofa Norðurlands, 2018). Samkvæmt frétt frá árinu 2016 er Dettifossvegur aðeins ökufær fyrir fjórhjóladrifin aksturstaeki og hafa framkvæmdir á veginum verið á áætlun frá árinu 2009. Þar kemur einnig fram að þessi samgöngubót er mikilvæg, bæði sem tenging fyrir ferðaþjónustuna og fyrir baráttu

heimamanna gegn fólksfækkun á svæðinu (Kristján Már Unnarsson, 2016). Sú staðreynd hve torfær Dettifossvegur (sjá mynd 4) er hefur leitt til þess að Demantshringurinn er ekki heildstæður og því gagnast hann ferðapjónustunni ekki eins og hann gæti gert en rútur og bílaleigubílar forðast að keyra um veginn. Verði lokið við framkvæmdirnar við Dettifossveg má segja að hringnum verði lokað og með því ýtt undir sóknarfæri ferðapjónustunnar á svæðinu. Þá ber að geta þess að vegurinn varð fyrir valinu sem forgangsverkefni á svæði 3 og 4 sem sýnir að mati höfundar áherslu íbúa Norðurlands á verkefnið (Markaðstofa Norðurlands, 2018).



Mynd 4 Dettifossvegur (Friðrik Þór Halldórsson, 2016)

Annað forgangsverkefnið á svæðinu er göngu- og hjólreiðastígur við Mývatn. Mývatn er staðsett á Demantshringnum hjá punkt D (sjá mynd 3). Þetta er verkefni felur í sér uppbyggingu á stíg umhverfis Mývatn sem kemur til með að vera um 36 kílómetrar að lengd. Ávinningurinn með þessu verkefni er meðal annars að umferðaröryggi verður aukið og mikil bót verður á heilsuefningu og útivist á svæðinu (Markaðstofa Norðurlands, 2018). Í dag er enginn stígur í kringum vatnið og þurfa því einstaklingar að hjóla og ganga á veginum ef leið þeirra liggur um svæðið (sjá mynd 5). Árið 2011 var gefin út skýrsla um tillögur og hagsmuni að göngu- og hjólreiðastígnum. Þar kom fram að hugsað er um þennan stíg sem samgöngubót fyrir samfélagið á staðnum og aukið öryggi fyrir vaxandi hóp ferðamanna sem velja hjól sem samgöngumáta. Einnig er líklegt að stígurinn styrki ferðapjónustuna þar sem hjólareiðaleiga getur vaxið á svæðinu (Ferðamálastofa, 2011b).



Mynd 5 Hjólað um Mývatn (Ferðamálastofa, 2011a)

Þriðja forgangsverkefnið á svæðinu er uppbygging við Þeistareyki. Þeistareykir eru staðsettir rétt fyrir utan punkt I (sjá mynd 3). Þeistareykir eru háhitasvæði þar sem má finna leirhveri og undurfagurt landslag (sjá mynd 6). Í dag má finna á svæðinu Þeistareykjavirkun sem var tekin í notkun árið 2017. Með henni var búinn til malbikaður vegur upp að svæðinu sem að mati Markaðsstofu Norðurlands býður upp á að svæðið verði gert að ferðamannastað. Ef svo

á að verða er brýnt að byggja upp aðstöðu á svæðinu til að forðast eyðileggingu þess. Þetta svæði er ekki enn orðið vinsælt meðal ferðamanna. Samkvæmt áfangastaðaáætluninni er fyrsta skrefið í vinnu á þessu svæði að fara í hugmynda- og hönnunarvinnu og átta sig á þeim möguleikum sem eru á svæðinu (Markaðstofa Norðurlands, 2018).



Mynd 6 Þeistareykir (Regína Hrönn Ragnarsdóttir, á.á.)

4 Aðferðafræði

Í þessum kafla verður fjallað um þá aðferðafræði sem var notuð var við rannsókn höfundar um þátttöku heimamanna í gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands og hvernig sýn þeirra endurspeglast í henni. Við rannsóknina var notast við *eigindlega rannsóknaraðferð* (*qualitative research*) og verður henni lýst nánar hér að neðan auk þess sem fjallað verður um hvernig gagnaöflun og framkvæmd rannsóknarinnar var háttað. Framangreindu að auki verða viðmælendur kynntir og farið yfir hvernig greining gagnanna fór fram.

4.1 Rannsóknaraðferð

Við framkvæmd þessarar rannsóknar notaðist rannsakandi við *eigindlega rannsóknaraðferð*. Eigindleg aðferðafræði rannsakar félagslegt umhverfi og hugarheim einstaklinga. Slíkar rannsóknir fara fram í nærumhverfi samfélagsins og skoða tengsl á milli fólks (Bryman, 2016). Rannsakendur eigindlegra rannsókna leitast við að skilja hvernig viðmælendur þeirra skilgreina upplifun sína, hvernig þeir byggja upp hugarheim sinn og hvaða þýðingu þeir setja í upplifun sína. Leitast er eftir að rannsaka hluti í sínu náttúrulega umhverfi með það að markmiði að skilja hluti út frá þeirri þýðingu sem fólk gefur því. Lykilatriðið er að skilja sjónarhorn viðmælandans en ekki sjónarhorn rannsakandans. Eitt aðalverkfæri eigindlegs rannsakanda er „hið mannlega verkfæri“ eða með því er átt við að rannsakandi noti mannlegu hlið sína við rannsóknir sínar. Það hefur sína kosti þar sem rannsakandinn getur verið móttækilegur og aðlagast breytingum við gerð rannsóknarinnar. Gallinn við þessa aðferð er að rannsóknin getur endurspeglað þær hugmyndir sem rannsakandinn hafði fyrir fram á efninu og geta niðurstöður rannsóknarinnar endurspeglad þær hugmyndir (Merriam & Tisdell, 2015).

4.2 Gagnaöflun

Gagnaöflun fyrir rannsóknina fór fram í október 2018. Viðmælendur voru valdir með markvissu úrtaki (*e.purposive sampling*) þar sem þeir áttu að uppfylla fyrir fram ákveðin skilyrði sem talin voru samrýmast efni rannsóknarinnar. Ástæða þess að viðmælendurnir voru fengnir í viðtal og þau skilyrði sem þeir urðu að uppfylla voru mismunandi eftir því á hvaða grundvelli þeir voru fengnir til viðtals. Fyrsti viðmælandinn var fenginn til viðtals vegna stöðu sinnar sem verkefnastjóri áfangastaðaáætlana hjá Ferðamálastofu en hún er ekki búsett á Mývatni. Næstu tveir viðmælendur komu til viðtals vegna þess að þeir eru heimamenn og urðu þeir að uppfylla þau fyrir fram ákveðnu skilyrði að hafa fasta búsetu á Mývatni og hafa sótt einhvern fund Markaðsstofu Norðurlands um Áfangastaðaáætlun Norðurlands. Seinna skilyrðið var ákveðið með það í huga að heimamennirnir hefðu áhuga á gerð áfangastaðaáætlunarinnar og hefðu tekið upplýsta ákvörðun um val á forgangsverkefnum. Höfundur taldi að með þessu skilyrði mætti forðast að viðtöl við heimamenn yrðu innihaldslítill vegna áhugaleysis viðmælenda. Fjórði viðmælandinn er í

sveitarstjórn á Mývatni og var fenginn til viðtals vegna stöðu sinnar þar. Fimmti og síðasti viðmælandinn var fenginn til viðtals vegna þess að hann er verkefnastjóri áfangastaðaáætlunar Norðurlands. Vert er að nefna að fyrir fram stóð til að gera einnig það að skilyrði til heimamanna (viðmælendur tvö og þrjú) að þeir væru óháðir ferðapjónustu á svæðinu. Það kom hins vegar í ljós við leit að viðmælendum að ekki reyndist unnt að fá heimamenn sem uppfylltu öll þrjú skilyrðin til viðtals og var því ákveðið að falla frá þessu skilyrði svo rannsóknin yrði framkvæmanleg.

Viðtölin voru öll hálfstöðluð viðtöl (*e. semi-structured*). Hálfstöðluðum viðtölum má lýsa á þann hátt að rannsakandinn býr til spurningaramma sem hjálpar til við að byggja upp viðtalið en viðmælandinn hefur frjálssar hendur við að svara spurningunum og aðrar spurningar sem brenna á rannsakandanum geta verið spurðar í viðtalinu jafnvel þó þær séu ekki fyrir fram ákveðnar (Bryman, 2016). Rannsakandi hafði samband við tengilið á Mývatni, sem er búsettur þar og þekkir vel til ferðapjónustunnar og stjórnvalda á svæðinu. Hann hjálpaði til við að finna viðmælendur. Alls voru tekin fimm viðtöl. Öll viðtölin voru tekin á Mývatni á tímabilinu 8.-12. október 2018 að tveimur viðtölum undanskildum. Annað þeirra var tekið á Akureyri á sama tímabili og hitt í Reykjavík 28. september 2018.

Höfundur hafði samband við viðmældur sína símleiðis og/eða í gegnum tölvupóst. Viðmælendurnir fengu að ráða hvar viðtalið færi fram þar sem rannsakandi vildi að viðmælendum sínum liði vel á meðan viðtalinu stæði. Þrjú viðtöl fóru fram á vinnustað viðmælanda, eitt fór fram á heimili viðmælanda og eitt viðtalið fór fram í opnu rými á Fosshótel Mývatn. Nöfnum tveggja viðmælanda (heimamenn) hefur verið breytt í ritgerð þessari til þess að halda trúnaði við viðmælendur. Viðmælendur rannsóknarinnar voru:

- Guðný Hrafnkelsdóttir, verkefnastjóri áfangastaðaáætlana hjá Ferðamálastofu Íslands
- Raket Sigurðardóttir, heimamaður og starfsmaður í ferðapjónustu
- Aron Sigmundsson, heimamaður og starfsmaður í ferðapjónustu
- Friðrik Kristján Jakobsson, sveitarstjórnarmaður í Skútustaðahrepp
- Björn Hildir Reynisson, verkefnastjóri áfangastaðaáætla og rannsókna hjá Markaðsstofu Norðurlands

4.3 Greining gagna

Líkt og kom fram hér fyrir ofan var gögnum rannsóknarinnar aflað á stuttum tímabili og fór greining þeirra því fram eftir á. Sem fyrr segir var þeirra aflað með viðtölum og í lok hvers viðtals skráði rannsakandi hjá sér það sem honum þótti athyglisvert í hverju viðtali og nýtti það í þeim viðtölunum sem tekin voru þar á eftir. Öll viðtölin voru tekin upp á síma og voru síðar afrituð í skjal með mikilli nákvæmni. Að því loknu las rannsakandi yfir textann til þess að fá heildarmynd á viðtölin og voru gögnin kóðuð í kjölfarið. Fyrsti hluti kóðunarinnar var opin kóðun (*e. open coding*) en í því felst að innihald textans er greint og skipt upp í þeim tilgangi finna þemu og flokka hann. Seinni hluti kóðunarinnar var öxul kóðun (*e. axial coding*) en í því felst að þemu og flokkar, sem fengust með opinni kóðun, eru skoðuð og myndaðar tengingar út frá þeim (Bryman, 2016). Eftir að rannsakandi hafði framkvæmt allt framangreint var unnt að greina niðurstöðu rannsóknarinnar og notast við hana í ritgerð þessari.

5 Niðurstöður

Í þessum kafla verður greint frá þeim niðurstöðum sem fegust með greiningu á eigindlegri rannsókn verkefnisins.

5.1 Þátttaka heimamanna

Markaðsstofa Norðurlands fékk það verkefni árið 2017 að útbúa áfangastaðaáætlun Norðurlands. Markaðsstofan fékk beinagrind frá Ferðamálastofu um uppbyggingu áætlunarinnar og var sett það skilyrði að þeir þyrftu að útbúa lista sem innihélt forgangsverkefni fyrir Norðurland og var áskilið að listinn kæmi frá heimamönnum. Markaðsstofan hóf undirbúningsvinnu og lagði grunnin að henni. Þessu lýsti Björn með eftirfarandi orðum:

Í grunninn byggir þetta á því að mynda sér skoðun á stöðu ferðapjónustunnar, hvaða áhrif hún hefur á ferðamennina og ferðapjónustuaðilana, fyrst og fremst ferðapjónustuaðilana. Síðan hvaða áhrif það hefur á íbúa eða samfélögin sem eru þar, hvaða áhrif það hefur á umhverfið og svo ferðamanninn sjálfan. Þetta eru fjórir litlir þættir sem maður þarf að skoða og mynda sér skoðun á hvernig staða mála er.

Með þessa fjóra þætti, sem Björn ræðir um, til hliðsjónar var ákveðið að tveir lykilhagsmunaaðilar verkefnisins væru annars vegar ferðapjónustufyrirtæki á svæðinu og hins vegar sveitarfélögin. Við skilgreiningu á þessum hagsmunaaðilum leit Markaðsstofa Norðurlands á sveitarfélögin sem talsmenn heimamanna. Væntingar voru um að heimamenn mundu hafa samband við sveitarfélögin ef óánægju gætti meðal þeirra í garð ferðapjónustunnar. Þetta sagði Björn með eftirfarandi hætti „Og þegar við erum að tala um sveitarfélögin þá erum við í rauninni að tala um íbúa. Því við lítum svo á að íbúarnir, að sveitarfélagið sé talsmaður íbúanna“.

Þegar skilgreiningu hagsmunaaðila var lokið hafði markaðsstofan samband við sveitarstjórnir, ferðamannafélög og ferðamannafulltrúa hvers sveitarfélags fyrir sig og kynnti verkefnið. Óskuðu þeir jafnframt eftir samstarfi við sveitarstjórnir um gerð topp fimm lista sem átti að innihalda tillögur um forgangsverkefni fyrir sveitarfélögin. Ástæða þess að þetta fyrirkomulag varð fyrir valinu er að hvorki gafst tími né peningar til þess að ræða við íbúa hvers sveitarfélags fyrir sig. Sveitarfélögin tóku mismikinn þátt í ferlinu og sum þeirra skiluðu aldrei frá sér lista til markaðsstofunnar.

Sveitarstjórn Skútustaðahrepps var ein af þeim sveitarstjórnnum sem varð við beiðni markaðsstofunnar um samstarf. Sveitarstjórnin tók þetta mál fyrir á sveitarstjórnarfundum árið 2017. Í viðtali rifjaði Friðrik þetta upp með eftirfarandi hætti: „Við gerðum topp fimm lista og tókum þetta inn sem erindi til sveitarstjórnar sem mér skilst að aðrir hafi ekki gert eða ég hef ekki séð bókun um það neins staðar annars staðar“.

Sveitarstjórnarmenn Skútustaðahrepps funduðu um málið og komu með sínar hugmyndir um hvaða mál væru brýn innan sveitarfélagsins. Síðar var falið sveitarstjóra að koma þessum hugmyndum á framfæri við markaðsstofuna og greina nánar frá þeim. Óhætt

er að segja að Skútustaðahreppur sé frábrugðinn öðrum sveitarfélögum á svæðinu þegar kemur að áhuga á þessu málefni þar sem sveitarstjórnin hefur einnig verið að vinna að stefnumótandi áætlun fyrir hreppinn sem gefin verður út í apríl 2019. Á síðustu fjórum árum hafa þeir verið í samstarfi við Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga sem hefur það hlutverk að kynna möguleika í atvinnulífinu á svæðinu og Þekkingarnet Þingeyinga sem er stofnun sem annast símenntun, háskólaþjónustu og rannsóknir. Við þessa vinnu hefur verið rætt við heimamenn og landeigendur í þeim tilgangi að fá betri þekkingu á hvaða atriði skipta þá máli. Nefna má að haldnir voru þrjú íbúafundir þar sem áfangastaðaáætlunin var rædd. Þegar Friðrik var spurður um mikilvægi þeirra gagna við myndun topp fimm listans sagði hann: „...þar náttúrulega höfum við vísbendingar frá íbúum þó að við höfum ekki haldið sérstakan fund um þetta“.

Þegar markaðsstofan hafði fengið listana í sínar hendur var ákveðið að halda svæðisfundi á öllum þeim fjórum svæðum sem Norðurlandi er skipt upp í samkvæmt áfangastaðaáætluninni. Öllum heimamönnum og ferðaþjónustuaðilum á svæðinu var boðið til fundanna þar sem markaðsstofan vildi fá álit heimamanna um hvaða verkefni yrðu fyrir valinu sem forgangsverkefni áætlunarinnar. Fundurinn var auglýstur í bæjarblöðum og auglýsingar sendar á tölvupóst aðila innan ferðaþjónustunnar.

Rakel er heimamaður í Skútustaðahrepp og vinnur í ferðaþjónustu á svæðinu. Hún sótti fundinn á Húsavík sem var haldinn í nóvember 2017. Hún frétti af fundinum í gegnum tölvupóstinn sinn í vinnunni. Þegar hún var spurð hvernig henni hafi þótt auglýsingum um fundinn háttað þá sagði hún: „...mér fannst það algjörlega skorta ef þetta var auglýst eða talað um þetta eða eitthvað. En já ég klikkaði kannski á því að lesa Mýfluguna akkúrat þarna, þetta fór algjörlega fram hjá mér“.

Fundurinn var haldinn á Húsavík og komu þó nokkrir heimamenn frá Skútustaðahreppi til þess að kynna sér málefnið. Þegar á fundinn hófst kom í ljós að flest allir þeir sem mættu höfðu hagsmuni að gæta í ferðaþjónustunni á einn eða annan hátt. Aron var spurður út í hvort honum hafi þótt vanta rödd óháðra íbúa sveitarfélagsins og svaraði hann eftirfarandi: „...mín reynsla af svona pólitík er að þeir sem vilja taka þátt við að taka ákvarðanir taka ákvarðanir... Það nenna ekki endilega allir að skipta sér af“. Þegar rætt var nánar um fundinn við Aron sagði hann að fundurinn hafi verið um miðjan dag og greindi hann svo frá:

Það gleymist oft í stjórnsýslunni að við sjálfstarfandi atvinnurekendur og bændur og starfsmenn að... þér þarf að vera full alvara að taka þátt í svona verkefni ef þú þarft að taka þér heilan eða hálfan dag í frí úr vinnu.

Á fundinum eins og áður hefur verið nefnt var kosið milli forgangsverkefna sem öll voru kynnt á fundinum og urðu þrjú atkvæðamestu verkefni fyrir valinu. Fundarmenn gátu tekið til máls og varið þau verkefni sem þeim fannst mikilvægust. Eftir það var kosið um verkefni og fór kosning fram á lýðræðislegan hátt eða með leynilegri kosningu. Þau verkefni sem urðu fyrir valinu voru síðar sett fram í áfangastaðaáætlun Norðurlands sem forgangsverkefni þar sem útskýring um uppbyggingu fylgdi hverju þeirra. Þess ber þó að geta að önnur mál sem kosning fór fram um en hlutu ekki kosningu eru einnig útlistuð í áfangastaðaáætlun Norðurlands.

Björn lýsti ánægju sinni yfir útkomu áfangastaðaáætlunarinnar og þegar hann var spurður um hvort hann myndi nota sömu aðferð við að ákveða forgangsverkefni áætlunarinnar ef hún væri gerð aftur svaraði hann: „...þetta er allavega mín reynsla og ég held að ég myndi ekki breyta þessu... Þetta fólk sem er í bransanum það er líka íbúar og jafnvel þó þau séu að vinna í geiranum beint eða óbeint“.

Vert er að nefna að Björn nefndi að forgangsverkefnin væru aðeins lítil hluti af áætluninni en meginhluti hennar felst í því að skoða innviði, greiningu á svæðinu og markaðssetningu.

5.2 Ánægja heimamanna

Hluti þátttakenda rannsóknarinnar voru heimamenn og þegar sá hluti var spurður út í ánægju þeirra með áfangastaðaáætlun Norðurlands var samhljómur meðal beggja viðmælenda um ánægju með útkomuna. Þrátt fyrir það tók annar þeirra fram að honum þættu samgöngumál ekki eiga heima í áætluninni. Báðir töldu þeir tímabært að farið væri í aðgerðir sem hefðu áhrif á svæðið og lýstu ánægju sinni með þær. Þá voru báðir viðmælendurnir jákvæðir í garð forgangsverkefnanna þar sem þeir töldu þau öll þrjú geta leitt til þess að svæðið dafni betur en nú er.

Fyrsta verkefni áætlunarinnar er Dettifossvegur. Samkvæmt viðmælendum hefur verkefnið verið baráttumál á svæðinu í mörg ár enda er um mikilvæga samgönguleið í samfélaginu að ræða en má nefna að tengingin er mikilvæg til dæmis við Kelduhverfi og Húsavík. Þess ber að geta að þetta er ekki einungis mikil samgöngubót fyrir heimamenn en ef Dettifossvegur verður kláraður mun Demantsshringurinn verða fær fyrir ferðamenn. Um þetta sagði Raket: „...þá getur fólk í alvöru farið að keyra þennan demantsshring... og gera það bara en ekki keyra á Dettifoss, svo aftur að Mývatni og svo á Húsavík og svo að Ásbyrgi og svo aftur heim“.

Annað verkefni áætlunarinnar er uppbygging á göngu- og hjólastíg í kringum Mývatn. Þetta verkefni hefur einnig verið baráttumál Mývetninga í langan tíma eða í um 30 ár. Mývetningar eru hæstánægðir með þetta val á verkefni í áætlunina en óhætt er að segja að þetta sé eitt brýnasta mál heimamanna á Mývatni í dag. Aðspurðir telja heimamenn að stígurinn muni ekki einungis bæta Mývatn sem ferðamannastað heldur mun hann einnig hafa áhrif á lífsgæði íbúa svæðisins. Raket lýsti þeim veruleika sem blasir við gangandi og hjólandi vegfarendum á svæðinu í dag:

...ég var að ræða þetta við nokkra sem ég þekki og við vorum að tala um það að barnið þitt getur hjólað úr Reykjahlíð yfir í Voga, þetta eru bara 2 km en það þarf hins vegar að hjóla í Kömbunum, sem er bara sikk sakk og enginn stígur, þetta er alveg drullu hættulegt, sérstaklega á veturna þar sem er oft svo mikil hálka.

Vegurinn í kringum Mývatn er bæði mjór og hlikkjóttur og því er erfitt að ferðast þar um gangandi eða hjólandi. Þjóðvegur 1 liggur fram hjá Mývatni vestanmegin við vatnið. Eðli málsins samkvæmt er því mikill umferðarþungi á svæðinu. Heimamenn hafa miklar áhyggjur af stöðu mála og óttast að alvarlegt slys verði á veginum ef ekki er farið í uppbyggingu líkt og Aron sagði:

En það myndast bara hættuástand á þessari leið alla daga, á sumrin þá ... koma skip til Akureyrar, sem gerir kannski svona 80 rútur sama daginn sem mætast á þessum örmjóa vegi og á sama tíma eru 5-600 manns að labba þessa leið svo það verður bylting.

Þriðja verkefni áætlunarinnar er uppbygging við Þeistareyki. Það verkefni er frábrugðið hinum tveimur verkefnum að því leyti að það er eina verkefnið sem snýst ekki um uppbyggingu á samgöngum á svæðinu. Þeistareykir er svæði sem er staðsett á milli Húsavíkur og Mývatns og er talið vera náttúruperla af viðmælendum. Fram kom í

viðtölunum að fyrir hendi er þögult samkomulag á milli ferðaþjónustuaðila á svæðinu að nýta ekki svæðið sem ferðamannastað vegna viðkvæmrar náttúru svæðisins. Svæðið hefur ekki verið byggt upp á neinn hátt og telja heimamenn að svæðið sé hættulegt fyrir gangandi vegfarendur þar sem þetta er háhitasvæði með mörgum leirhverum. Árið 2017 opnaði gufuvirkjun á svæðinu og er því í dag malbikaður vegur sem liggur upp að því. Ef nýta á svæðið sem ferðamannastað er mikilvægt að byggja það upp en þess ber að geta að heimamenn óttast að ferðamenn uppgötvu svæðið áður en uppbygging hefst. Slíkt gæti raskað sjálfbærni staðarins. Aron sýndi svæðinu mikinn áhuga:

...jarðfræðin þarna er algjörlega klikkuð og nálægðin svo einföld og þægilegt aðgengi. Á sama tíma er svæðið gríðalega viðkvæmt, ...það er núna eða aldrei að skipuleggja svæðið og ganga frá því. Því um leið og orðið spyrst út og við lendum þarna með þúsund manns á dag. Þá verður það fyrst og fremst hættulegt, fólk mun slasa sig og í öðru lagi þá verður það ónýtt.

Heimamenn voru spurðir um upplýsingaflæði við gerð áætlunarinnar. Það kom skýrt fram í svörum þeirra að þeir vissu ekki hvert framhaldið yrði og hvaða áhrif þessi skýrsla myndi hafa á uppbyggingu. Þá tóku þeir fram að þeir myndu gjarnan vilja vita hver næstu skref yrðu líkt og Rakel sagði: „Þú veist okay við erum búin að velja þessa staði og hvað, hvað nú?“

Þegar Björn var spurður um framtíð forgangsverkefnanna þá sagði hann að þeir vissu í raun ekki hvernig listinn um verkefni yrði nýttur. Hann sagði þó að það sé eitt af hans verkefnum sem verkefnastjóri væri að vera „lobbíisti“ sem berst fyrir verkefnunum sem sett voru á forgangslista í áfangastaðaáætlun Norðurlands. Þá greindi hann frá að það hefði verið komið á fót sjóð þar sem markaðsstofurnar geta sótt um styrk í við uppbyggingu á verkefnum sínum. Þar sendi Markaðsstofa Norðurlands inn fjögur verkefni sem komu sterk út úr áætluninni og fengu þau öll fjármagn úr sjóðnum.

Þegar Guðný var spurð út í framtíð áfangastaðaáætlana svaraði hún að stjórnarráðið væri að bíða eftir útkomunum. Hún sagði „...af því þar færðu grasrótina upp á hverju svæði og þær munu líta á þær áætlanir í sinni vinnu“. Hún nefndi einnig verkefni umhverfis- og auðlindaráðuneytis um landsáætlun en markmið þess verkefnis er meðal annars að ýta undir sjálfbæra þróun, náttúruvernd og vernd menningarsögulegra minja. Þar að auki er ætlunin að byggja upp innviði á stöðum sem eru undir miklu álagi vegna ferðamennsku og útivistar (Stjórnarráðið á.á.). Hún segir að sú áætlun svipi til áfangastaðaáætlana og mun verða tekið tillit til þeirra við gerð hennar.

Ef horfið er aftur að viðtölum við heimamenn þá eru þeir þó almennt jákvæðir í garð framtíðar áætlunarinnar þó þeir telji að upplýsingaflæðið hafi verið lítið eftir útgáfu hennar. Jafnframt telja þeir líklegt að gerð áætlunarinnar verði endurtekin. Þau sögðu bæði að ef ný áætlun yrði gerð þá myndu heimamenn vera viljugri en áður til þess að taka þátt. Aron lýsti því vel með eftirfarandi hætti:

Það kemur náttúrulega ný áætlun eftir þrjú ár skiluru... ég get lofað þér því að þegar nýja áætlunin kemur, þegar er verið að fara í nýja DMP áætlun þá verður, þá fara allir í attack mode, þá verður slagurinn sko, að vera með.

Þegar þetta er skrifað er áfangastaðaáætlunin nýlega komin út og ekki ljóst hvort forgangsverkefnunum verði fylgt eftir en ljóst er að áhugi stjórnvalda, ferðaþjónustuaðila og heimamanna er til staðar.

6 Umræður

Stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi á sér langa sögu en hægt er að rekja hana aftur til ársins 1972 þegar fyrsta skýrslan um stefnumótun í ferðaþjónustu var útbúin en hún var hvorki gefin út né kynnt almenningi. Það er hins vegar óhætt að segja að með auknum ferðamannastraumi til landsins á undanförunum árum hafi augu stjórnvalda opnast og meiri þungi lagður í stefnumótun í ferðaþjónustu en áður. Árið 2011 fóru stjórnvöld í stefnumótun fyrir ferðaþjónustuna að alvöru (Gunnar Jóhannesson, 2012). Árið 2015 var svo sett á fót Stjórnstöð ferðamála sem hafði meðal annars það hlutverk að kynna verkefni um stefnumótandi stjórnunaráætlanir sem nú bera heitið áfangastaðaáætlanir (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar, 2015). Ef ætlunin er að viðhalda því aðráttarafli sem Ísland hefur sem ferðamannastaður þá er þessi nálgun stjórnvalda í samræmi við kenningar Butler (1980b) sem fjallar um þróun ferðamannastaða. Þá er einnig það umfangsmikla verkefni sem Ferðamálastofa kom á fót og felur í sér útgáfu áfangastaðaáætlana fyrir hvern landshluta í samræmi við sömu kenningu og sýnir að stjórnvöld eru meðvituð um mikilvægi stefnumótunar innan ferðaþjónustunnar svo að ferðamannastaðir þróist.

Með þessari ritgerð er ætlunin að svara tveimur rannsóknarspurningum. Fyrri rannsóknarspurningin sem er *Hvernig var þátttöku heimamanna háttað við gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands á svæði 3?* Nú verður leitast við að tengja þessa rannsóknarspurningu við fræðilega umfjöllun ritgerðarinnar og það sem fram kom í viðtölum rannsakanda við viðmælendur. Forsaga þess að áfangastaðaáætlun Norðurlands var unnin er samningur Ferðamálastofu við markaðsstofur landshlutanna þar sem markaðsstofunum var falin gerð slíkra áætlana hver í sínum landshluta. Með þessu var markaðsstofunum falið hlutverk DMO fyrirtækja en samkvæmt Ritchie og Crouch (2003) hafa slík fyrirtæki þann tilgang að hafa yfirsýn með skipulagi og þróun ferðamannastaða og hjálpa til við markaðssetningu þeirra. Markaðsstofu Norðurlands var falið verkefnið fyrir þann landshluta. Sú nálgun Ferðamálastofu að fela markaðsstofum landshlutanna gerð áfangastaðaáætlana er í samræmi við fyrsta sjónarhorn Dredge og Jenkins (2007) sem nefnist hringrás en samkvæmt því er stefnumótun skipt upp í flokka og aðilum úr nærumhverfinu gefinn kostur á aðkomu við gerð stefnumótunarinnar. Markaðsstofa Norðurlands er hluti af nærsamfélaginu á Norðurlandi og vinnur náið með stjórnvöldum og aðilum á svæðinu.

Markaðsstofa Norðurlands var gert að fylgja því skilyrði sem Ferðamálastofa setti um að útbúa forgangsverkefnalista sem hluta af áfangastaðaáætluninni með aðkomu heimamanna. Yang, Ryan og Zhang (2013) bentu á að hagsmunahópar ferðamannastaða eru ólíkir og er einn af þeim heimamenn. Þeir sögðu jafnframt að heimamenn geti haft mismunandi hagsmuni eftir tengingu þeirra við stjórnvöld og ferðaþjónustuna á svæðinu. Höfundur þessarar ritgerðar var kunnugt um þetta skilyrði áður en viðtöl við viðmælendur fóru fram og var sérstaklega spurt út í framkvæmd þessa skilyrðis í viðtali við verkefnastjóra áfangastaðaáætlunar Norðurlands. Í svörum hans kom fram að markaðsstofan hafi litið svo á að sveitarfélögin væru talsmenn heimamanna og hafi þeir því fengið lista yfir fimm brýnustu verkefni á svæðinu frá sveitarfélögunum sjálfum en síðar kusu íbúar sjálfir á milli þeirra. Út frá áður nefndum fræðikenningum Yang, Ryan og Zhang um ólíka hagsmunahópa ferðamannastaða er áhugavert að markaðsstofan hafi lagt hagsmuni sveitarfélagsins og íbúa að jöfnu þar sem samkvæmt þeim kenningum er um tvo ólíka

hagsmunahópa að ræða, það er annars vegar stjórnvöld og hins vegar íbúa. Í þessu samhengi má velta fyrir sér hvort hagsmunir sveitarfélagsins séu raunverulega þeir sömu og hagsmunir allra heimamanna. Þá er einnig áhugavert að velta fyrir sér hvort að sveitarfélagið láti hagsmuni allra heimamanna vega jafn þungt eða hvort tiltekinn hópur heimamanna eigi frekar upp á borð hjá stjórnvöldum en annar en samkvæmt þriðja sjónarhorni Dredge (2010) eru til staðar valdamiklir hópar í samfélögum sem koma hagsmunum sínum auðveldlega á framfæri hjá stjórnvöldum. Það má þó segja að þessu nálgun að fela sveitarfélaginu að koma fram fyrir hönd íbúa sé í samræmi við fyrsta sjónarhorn sömu kenningar sem er sjónarhorn rökhyggju. Samkvæmt því meta stjórnvöld á svæðinu hagsmuni heimamanna út frá rannsóknnum og mælingum og ákveða eftir því í hvaða uppbyggingu verður farið.

Við val á forgangsverkefnum var þó annar háttur hafður á. Þá var haldinn fundur fyrir heimamenn þar sem öllum var velkomið að mæta og hafa áhrif á hver af þessum verkefnum yrðu forgangsverkefni áfangastaðaáætlunarinnar. Á fundinum var lýðræðisleg kosning um þau verkefni og urðu þrjú atkvæðamestu verkefni forgangsverkefni. Með þessu var valdið um val forgangsverkefnanna falið heimamönnum með beinum hætti. Sú nálgun er í samræmi við fjórða sjónarhorn Dredge (2010) um sjónarhorn þátttakandans. Samkvæmt því gefa stjórnvöld almenningi kost á að taka þátt í skipulagningu svæðisins og að koma skoðunum sínum á framfæri. Það er þó áhugavert að í viðtölum við heimamenn kom fram að fundurinn hafi ekki verið vel auglýstur og að stór hópur heimamanna á ekki heimangengt í hálfan eða heilan dag til að sinna erindum á borð við þennan fund og nefndi viðmælandinn bændur sem dæmi. Í viðtölunum kom einnig fram að flest allir fundargestirnir störfuðu við ferðapjónustu og má því leiða líkur að því að sá hópur sem stóð að baki vali á forgangsverkefnum hafi verið einsleitur og hafi því ekki endurspeglad þann breiða hóp sem heimamenn svæðisins eru. Hvað þessi sjónarmið varðar þá þarf þó að hafa í huga að markaðsstofan gat ekki þvingað fólk til að mæta til fundarins og er líklega eðlilegt að þeir sem hafa meiri hagsmuna að gæta eða því mun meiri áhuga á málefnum mæti frekar til fundar en þeir sem hafi minni hagsmuna að gæta eða minni áhuga. Þá sagði verkefnastjóri Markaðsstofu Norðurlands í viðtali við höfund ritgerðarinnar að ekki megi gleyma því að ferðapjónustuaðilar eru heimamenn líkt og aðrir.

Af framangreindu má leiða að þátttöku heimamanna við val á verkefnum í áfangastaðaáætlunina má skipta í tvennt. Annars vegar hvernig staðið var að vali um þau verkefni sem komu til greina sem forgangsverkefni og hins vegar hvernig staðið var að vali um forgangsverkefni. Hvað fyrra valið varðar var þátttaka heimamanna óbein í þeim skilningi að aðkomu þeirra var aldrei óskað með beinum hætti. Fram kom í viðtölum að sveitarstjórn Skútustaðahrepps hafi tekið beiðni markaðsstofunnar um tillögur að forgangsverkefnum til meðferðar á sveitarstjórnarfundum og síðar falið sveitarstjóra að koma þeim hugmyndum á framfæri við markaðsstofuna. Í sveitarstjórn sitja lýðræðislega kjörnir fulltrúar og má segja að aðkoma heimamanna á þessu stigi hafi verið með þeim hætti að þeir sem tóku ákvörðun um tillögurnar eru kjörnir af heimamönnum sjálfum. Hvað síðari valið varðar þá höfðu heimamenn beina aðkomu að því vali. Sem fyrr segir þá var haldinn fundur þar sem heimamönnum gafst kostur á að vekja sérstaka athygli á þeim verkefnum sem þeim voru hugleikin og fór fram kosning á milli verkefna þar kosið var um þrjú forgangsverkefni. Ljóst er að með þessum hætti var aðkoma heimamanna um þátttöku í gerð áfangastaðaáætlunarinnar tryggð.

Í viðtölum við heimamenn kom fram að tvö af þremur forgangsverkefnum sem urðu fyrir valinu á umræddum fundum hafa um langt skeið verið baráttumál heimamanna. Tengist sú fullyrðing annarri rannsóknarspurningu þessarar ritgerðar sem er *Hvernig endurspeglast sýn heimamanna á svæði 3 í áfangastaðaáætlun Norðurlands?* Nú verður leitast við að tengja þá rannsóknarspurningu við fræðilega umfjöllun ritgerðarinnar og það sem fram kom

Í viðtölum rannsakanda við viðmælendur. Eins og Andereck og Nyaupane (2011) fjölluðu um þarf við uppbyggingu ferðamannastaða að hafa í huga þau áhrif sem uppbyggingin hefur á lífsgæði heimamanna. Samkvæmt Yang, Ryan og Zhang (2013) þarf að líta til hagnuna allra heimamanna en heimamönnum má skipta í þrjá hópa eftir því hvort þeir hafi tengingu við stjórnvöld og ferðaþjónustuna á svæðinu. Samkvæmt George, Mair og Reid (2009) fylgja oft talsverðar breytingar fyrir samfélög á svæðum þegar svæði er byggt upp sem ferðamannastaður. Við slíka uppbyggingu þarf að hafa í huga hvers konar breytingar fylgja uppbyggingunni. Hér að ofan hefur verið gerð grein fyrir hvernig val á forgangsverkefnum í áfangastaðaáætlun Norðurlands fór fram og hvernig sá hópur sem sótti fundinn var samsettur. Í viðtölum við heimamenn kom fram að þeir væru almennt jákvæðir í garð þeirra verkefna sem valin voru sem forgangsverkefni og töldu þau þjóna hag heimamanna. Þar kom skýrt fram að þeir töldu verkefnin vera til þess fallin að auka lífsgæði heimamanna, meðal annars öryggi þeirra og heilsu. Þetta viðhorf heimamanna er í samræmi við áður nefnd fræði um mikilvægi þess að uppbygging hafi jákvæð áhrif á lífsgæði heimamanna. Nú verður vikið að hvernig hvert og eitt forgangsverkefni sem valið var samrýmist kenningum Kim, Uysal og Sirgy (2013) um breytingar sem fylgja innleiðingu ferðaþjónustu í samfélög.

Fyrsta verkefnið er uppbygging Dettifossvegar sem mun auka lífsgæði fólks á svæðinu en samkvæmt kenningunni er um að ræða hagrænar- og félagslegar breytingar sem fylgja uppbyggingunni. Þær eru hagrænar í þeim skilningi að uppbygging leiðarinnar getur leitt ferðamenn að minni samfélögum sem eru staðsett á þessari leið líkt og í Öxarfirði og því getur það haft jákvæð áhrif á efnahag samfélagsins þar. Þær eru félagslegar breytingar í þeim skilningi að akstursleið á milli staða verður styttri og greiðfærari og auðveldara fyrir íbúa að ferðast á milli með tilheyrandi þægindaauka fyrir heimamenn. Annað verkefnið er göngu- og hjólastígur í kringum Mývatn. Um er að ræða félagslegar breytingar sem leiðir af því þar sem fólki verður gert kleift að ganga og hjóla í kringum vatnið án þess að stofna lífi sínu í hættu auk þess sem þetta getur leitt til betri heilsu íbúa þar sem möguleikar þeirra til útivistar á svæðinu verða auknir. Þriðja verkefnið felur í sér uppbyggingu á Þeistareykjum og hefur í för með sér umhverfis- og hagrænar breytingar samkvæmt áður nefndri kenningu. Í dag er þetta svæði lítið sem ekkert nýtt af ferðaþjónustuaðilum þar sem innviðir eru ekki til staðar þar í dag. Í viðtali við heimamann kom fram að náttúran á svæðinu væri algjörlega klikkuð og það væri annað hvort nú eða aldrei að huga að framkvæmdum á svæðinu þar sem það er aðeins tímaspursmál hvenær ferðamenn uppgötvi staðinn þar sem aðgengi að svæðinu batnaði til muna með tilkomu vegar að gufuvirkjuninni.

Athyglisvert er að fram kom í viðtölum við heimamenn að tvö af þremur forgangsverkefnum sem urðu fyrir valinu hafa verið baráttumál heimamanna um langa hríð, jafnvel um áratuga skeið. Þetta er annars vegar verkefnið um uppbyggingu Dettifossvegar og hins vegar verkefnið um gerð göngu- og hjólastígs í kringum Mývatn. Það er því ljóst að þau verkefni sem valin voru eru heimamönnum hugleikin.

Af framangreindu má leiða að heimamenn sjálfir stóðu að baki vali á forgangsverkefnum í áfangastaðaáætlun Norðurlands. Þrátt fyrir að einsleitur hópur hafi sótt þann fund þar kosning milli forgangsverkefna fór fram eru vísbendingar um að sýn heimamanna endurspeglar vel í áfangastaðaáætluninni en til að mynda urðu forgangsverkefni fyrir valinu sem hafa verið baráttumál heimamanna um langt skeið. Þá eru forgangsverkefnin til þess fallin að bæta lífsgæði heimamanna. Þá mátti greina almenna ánægju um áfangastaðaáætlunina og valið meðal þeirra heimamanna sem tekin voru viðtöl við. Niðurstaða höfundar er því að sýn heimamanna endurspeglar vel í áfangastaðaáætlun Norðurlands.

7 Lokaorð

Með þessari ritgerð hefur verið fjallað um aðdraganda áfangastaðaáætlunar Norðurlands, hvernig hún var unnin og innihald hennar. Sjónum hefur sérstaklega verið beint að svæði 3 og þeim forgangsverkefnum sem urðu fyrir valinu á svæðinu. Með ritgerðinni hefur verið sköpuð þekking um hvernig er æskilegt er að standa að stefnumótun í ferðaþjónustu og þá sérstaklega með áherslu á hagsmunahópinn heimamenn. Þá hefur verið rýnt í þá framkvæmd sem markaðsstofa Norðurlands viðhafði og hún mátuð saman við skrif fræðimanna. Varðandi niðurstöður ritgerðarinnar ber þó að nefna að höfundu voru takmörk sett hvað varðar ýmis atriði vegna tímaramma rannsóknarinnar, svo sem fjölda viðmælenda. Hvað sem þeim takmörkunum líður þá gefa niðurstöður rannsóknarinnar skýrar vísbendingar um hvernig framkvæmdin helst í hendur við fræðin og verður áhugavert að fylgjast með eftir þrjú ár hvort forgangsverkefnunum verði lokið, hvort áframhaldandi vinna muni eiga sér stað og hvort gerð áfangastaðaáætlana verði endurtekin. Það er þó ljóst að áhugi stjórnvalda og heimamanna er til staðar. Af rannsókninni má draga þá ályktun að sú aðferðarfræði sem markaðsstofa Norðurlands notaði til að ná fram aðkomu heimamanna að áfangastaðaáætluninni hafi reynst vel og leitt til þess að rödd heimamanna hafi skilað sér við val á forgangsverkefnum.

Niðurstöður þessarar ritgerðar voru annars vegar þær að nálgun markaðsstofu við val á forgangsverkefnum var tvískipt en lýðræðislega kjörnir fulltrúar í sveitarstjórn völdu þau verkefni sem komu til greina sem forgangsverkefni en heimamenn höfðu beina aðkomu að því að velja á milli þeirra með kosningu á fundi í nóvember 2017. Hins vegar voru niðurstöður þessarar ritgerðar að sýn heimamanna hafi vel endurspeglast í áfangastaðaáætlun Norðurlands en almennrar ánægju gætir um áætlunina og val á verkefnum er í samræmi við áherslur íbúa til margra ára.

Ekki eru til margar rannsóknir um áfangastaðaáætlanir landshlutanna. Slíkt er líklega eðlilegt þar sem fyrsta áætlunin var gefin út sumarið 2018 en aðeins hafa fjórar af sjö áætlunum sem til stóð að vinna samkvæmt samningi verið birtar á vefsíðu Ferðamálastofu. Áhugavert væri að rannsaka áfangastaðaáætlanirnar nánar en möguleikarnir á rannsóknarefnum eru margir. Í því samhengi væri áhugavert að rannsaka aðkomu og vinnu sveitarfélaga við gerð tillagna að forgangsverkefnum í áfangastaðaáætlanir þar sem höfundu þessarar ritgerðar þótti áhugavert hvernig Skútustaðahreppur stóð að sínum málum.

Höfundur telur að gerð áfangastaðaáætlana á Íslandi sé mikilvægt skref í stefnumótun í ferðaþjónustu sem má ekki vanmeta ef ætlunin er að laða ferðamenn til landsins um ókomna tíð. Ef ætlunin er að vera sjálfbær ferðamannastaður í langan tíma þá er mikilvægt að stjórnvöld vandi til verka og taki stefnumótun og áfangastaðaáætlanagerð alvarlega og vinni að þeim í samstarfi við hagsmunaaðila.

Heimildaskrá

- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel research*, 50(3), 248-260.
- Arion Banki. (2017). Norður, suður, austur og vestur, hvert fara ferðamennirnir? Sótt 16. nóvember 2018, af <https://www.arionbanki.is/markadir/greiningardeild/greiningardeild-allar-frettir/2017/07/14/Nordur-sudur-austur-vestur-hvert-fara-ferdamennirnir/>
- Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar. (2015). Sótt 21. nóvember 2018, af <https://www.stjornstodin.is/>
- Árni Einarsson., Bergþóra Kristjánsdóttir., Elva Guðmundsdóttir., & Þorkell Lindberg Þórarinnsson. (2011). Mývatn og Laxá Verndaráætlun 2011-2016, 60. Umhverfisstofun: Reykjavík.
- Bornhorst, T., Ritchie, J. B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism management*, 31(5), 572-589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*: Oxford university press: Oxford.
- Butler, R. W. (1980a). *Hypothetical evolution of tourist area*. [stafræn mynd]. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, R. W. (1980b). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Dredge, D. (2010). Place change and tourism development conflict: Evaluating public interest. *Tourism management*, 31(1), 104-112. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.004>
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2007). *Tourism Planning and Policy*. Milton Qld: John Wiley & Sons
- Ferðamálastofa. (2017a). Eitt stærsta verkefni ferðaþjónustunnar er hafið: umfangsmikil áætlunargerð um land allt. Sótt 20. nóvember 2018, af <https://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/eitt-staersta-verkefni-ferdathjonustunnar-er-hafid-umfangsmikil-aaetlunargerð-um-land-allt>
- Ferðamálastofa. (2017b). Ferðaþjónustan á Íslandi í tölum, Júní 2017. Reykjavík, Ferðamálastofa. Sótt 20. nóvember 2018 af <https://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/ferdthjonusta-i-tolum>

- Ferðamálastofa. (2011a). *Hjólað á vegöxl þjóðveggar*. [stafræn mynd]. Sótt 4. janúar 2019 af <https://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/hjolastigur-myvatn-skyrsla.pdf>
- Ferðamálastofa. (2011b). Hjólástígur í kringum Mývatn: Tillaga og hagsmunir. Sótt 22. desember, af <https://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/hjolastigur-myvatn-skyrsla.pdf>
- Ferðamálastofa. (á.á.). Markaðsstofur landshlutanna. Sótt 21. nóvember 2018, af <https://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/innlent-samstarf/markadsstofur>
- Friðrik Þór Halldórsson. (2016). *Dettifossvegur er mjór, niðurgrafinn moldarslóði á yfir 20 kílómetra kafla á leiðinni milli Ásbyrgis, Hljóðakletta og Dettifoss*. [stafræn mynd]. Sótt 4. janúar 2018, af <http://www.visir.is/g/2016160709749>
- George, E. W., Mair, H., & Reid, D. G. (2009). [stafræn mynd]. *Rural tourism development: Localism and cultural change*. United Kingdom: Channel View Publications
- Google. (á.á.). *Demantshringurinn*. Sótt 4. janúar 2018, af <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=17bj-wJhVqdx44LKIM46ZwY23-u5DbJIW&ll=66.90763065931925%2C-14.722503764483008&z=7>
- Gunnar Þór Jóhannesson. (2012). Tími til að tengja? Af stefnumótun í ferðaþjónustu á Íslandi. *Stjórnsmál & Stjórnsýsla*, 1(8), 173-193. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism management*, 36, 527-540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Kristján Már Unnarsson. (2016). Svona er slóðinn sem heitir Dettifossvegur. *Vísir*. Sótt af <http://www.visir.is/g/2016160709749>
- Lög um verndun Mývatns og Laxár í Suður-Þingeyjarsýslu nr. 97/2004.
- Markaðstofa Norðurlands. (2018). Áfangastaðaáætlun Norðurlands, okkar áfangastaður. Reykjavík: Ferðamálastofa Íslands. Sótt þann 20. nóvember 2018, af https://www.northiceland.is/static/files/DMP/dmp_skyrsla_2018_web_4utgafa.pdf
- Markaðsstofa Norðurlands (á.á.). *Um MN*. Sótt 21. nóvember 2018, af <https://www.northiceland.is/is/markadsstofan/um-mn>
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation* Milton Qdl: John Wiley & Sons.

- Regína Hrönn Ragnarsdóttir. (á.á.). [Ótitluð ljósmynd]. [stafræn mynd]. Sótt 04. janúar 2019, af <https://guidetoiceland.is/connect-with-locals/regina/the-colourful-theistareykir-geothermal-area-in-north-iceland-1>
- Ritchie, J., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1049-1066. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003>
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*: Wallingford: CABI.
- Stevenson, N., Airey, D., & Miller, G. (2008). Tourism policy making:: The policymakers' perspectives. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 732-750. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.05.002>
- Stjórnarráðið (á.á.). Landsáætlun um innviði. Sótt 05. janúar 2018, af <https://www.stjornarradid.is/verkefni/umhverfi-og-naturuvernd/naturuvernd/ferdamenn-og-nattura/landsaaetlun-um-innvidi-/>
- Viðskiptablaðið. (2018). Hvalasafnið á Húsavík í blóma. Sótt 5. janúar 2019 af <http://www.vb.is/frettir/hvalasafnid-husavik-i-bloma/146667/>
- Visit England. (á.á.). Principles for Developing Destination Management Plans. Sótt 17. nóvember sótt af https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vbcorporate/documentslibrary/documents/england-documents/dm_plans_guiding_principles.pdf.
- Visit Húsavík. (á.á.). Demantshringurinn. Sótt 17. nóvember 2018, af <http://www.visithusavik.is/husavik/demantshringurinn/>
- Visit Mývatn (á.á.). Volcanic Lava Fields. Sótt 16. nóvember 2018, af <https://www.visitmyvatn.is/en/see-and-do/the-wonders-of-myvatn/volcanic-lava-fields>
- World Tourism Organization (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L. (2013). Social conflict in communities impacted by tourism. *Tourism management*, 35, 82-93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.002>

Viðauki A

Viðtalsrammi 1

- Afhverju ákváðu þið að fara í ferli til að búa til áfangastaðaáætlun?
- Hvaða áherslur leggið þið mest á? (Markaðssetningu / stjórnun)
- Notuðu þið einhvern annan ferðamannastað eða land sem fyrirmynd?
- Hvert er ykkar hlutverk í þessu ferli?
- Hjálpuðu þið við að mynda DMO fyrirtækin?
- Ef svo er, eru aðilar frá hverjum ferðamannastað starfandi innan fyrirtækisins?
- Hvernig var ákveðið forgangsverkefni fyrir áætlunina
- Héldu þið kynningarfundina fyrir svæðin?

Viðtalsrammi 2

- Hvað finnst þér um áfangastaðaáætlun Norðurlands?
- Fórst þú á bæjarfundinn um áfangsstaðaáætlun Norðurlands?
- Hversu marga fundi heyðir þú af varðandi áfangastaðaáætlunina hér á Mývatni?
- Fannst þér mikil samskipti á milli markaðsstofu og heimamanna?
- Hefði þér langað til að samskiptin væru meiri?
- Hvert er þitt álit á forgangsverkefninu? Var þetta baráttumál heimamanna á Mývatni eða aðeins ferðaþjónustunnar?
- Helduru að þetta verkefni eigi eftir að skipta almenning máli á Mývatni? Helduru að heimamenn eigi eftir að nota stíginn mikið?
- Voru önnur mál sem þú vildir að myndu lenda á forgangslistanum
- Hvernig var verkefnið sjálft kynnt fyrir ykkur?
- Hvernig fannst þér þessi áætlun þegar á heildina er litið

Viðtalsrammi 3

- Getur þú kynnt þig of störf þín?
- Hvenær heyrðiru fyrst af verkefninu?
- Hvernig voru samskipti ferðamálastofu og sveitarstjórnarinnar við gerð verkefnisins?
- Finnst þér verkefnið hafa verið nógu vel kynnt fyrir ykkur í sveitarstjórn?
- Voru settir á fundir þar sem verkefnið var kynnt fyrir íbúum svæðisins?
- Hvernig ákváð sveitarstjórnin hvaða verkefni þeir sendu á markaðsstofu þegar það var beðið um að senda top 5 listann til dæmis?
- Hvernig lýst þér á þetta verkefni?

Viðtalsrammi 4

- Hvert var hlutverk þitt í gerð áfangastaðaáætlunar Norðurlands?
- Hvert var hlutverk markaðsstofu í verkefninu?

- Geturu lýst verkferlinu fyrir mér?
- Hvernig gátu heimamenn haft áhrif á skýrsluna?
- Finnst þér að heimamenn hafi verið nógu mikið inn í málum um skýrsluna?