



Vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta

Hvernig hún getur gagnast íslenskum
ferðaþjónustufyrirtækjum

Magnea Lára Elínardóttir

Lokaritgerð til BA gráðu í ferðamálafræði

Háskólinn á Hólum

2023

Vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta - Hvernig hún getur gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum

Magnea Lára Elínardóttir

210481-4519

12 ECTS Lokaritgerð sem hluti af
Baccalaureum Artium gráðu í ferðamálafræði

Leiðbeinandi

Kjartan Bollason

Ferðamáladeild

Háskólinn á Hólum

Hólar, apríl 2023

Vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta - Hvernig hún getur gagnast íslenskum
ferðaþjónustufyrirtækjum
Dark Sky Ecotourism - How it could benefit Icelandic tourism companies
12 ECTS lokaritgerð sem hluti af *Baccalaureum Artium* gráðu í ferðamálafræði

Copyright © 2023 Magnea Lára Elínardóttir
Öll réttindi áskilin

Ferðamáladeild
Háskólinn á Hólum
Hólar í Hjaltadal
551 Sauðárkrókur
Ísland
Sími: 455-6300

Skráningarupplýsingar:

Magnea Lára Elínardóttir, 2023, *Vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta - Hvernig hún getur
gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum*, BA ritgerð, Ferðamáladeild, Háskólinn á
Hólum, bls. 47.

Hólar í Hjaltadal, Ísland, apríl 2023

Abstract

A qualitative literature review was conducted where knowledge from various secondary sources was integrated to define the concept of Dark Sky Ecotourism, on which pillars it is based and how it can benefit tourism companies in Iceland. The results of the study showed that Icelandic tourism companies have various opportunities for innovation when it comes to utilising the darkness in an ecological way in rural areas. By doing so, companies can use their infrastructure and the region's natural resources to create travel products in the fall and winter. Such innovation can reduce companies seasonal fluctuations, increase their revenue, and open up opportunities for them to market themselves to a new target group.

Keywords: Innovation, Dark Sky Ecotourism, Ecotourism, Rural and Dark Sky Tourism.

Útdráttur

Gerð var eigindleg fræðileg úttekt þar sem fræðileg þekking úr ýmsum fyrirbyggjandi gögnum var samþætt til að skilgreina hugtakið vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta, á hvaða stöðum hún byggir og hvernig hún geti gagnast ferðaþjónustufyrirtækjum á Íslandi. Niðurstöður rannsóknarinnar sýndu að íslensk ferðaþjónustufyrirtæki hafa ýmis tækifæri til nýsköpunar þegar kemur að því að nýta myrkrið á vistvænan máta í dreifbýli. Þannig geta fyrirtæki nýtt innviði sína og auðlindir svæðisins til að skapa ferðavöru að hausti og vetri. Slík nýsköpun getur dregið úr árstíðabundnum sveiflum fyrirtækis, aukið tekjur þess og opnað fyrir því tækifæri til að markaðssetja sig fyrir nýjum markhóp.

Lykilorð: nýsköpun, vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta, vistvæn ferðaþjónusta, myrkurgæðaferðaþjónusta og dreifbýlisferðaþjónusta.

Þakkarorð

Leiðbeinandi minn, Kjartan Bollason, fær mínar bestu þakkir fyrir jákvæða og uppbyggilega leiðsögn og fyrir öll vistvænu myrkurgæða ævintýrin. Ég heillaðist af sjálfbærni og vistvænni ferðaþjónustu frá því að ég hóf nám á Hólum en það er Kjartani að þakka að ég kynntist gæðunum í myrkrinu. Samstarfsaðilar mínir úr Erasmus+ samstarfsverkefninu um vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu (e. Dark Sky Ecotourism) fá þakkir fyrir gott samstarf og fyrir að veita mér innsýn inn í margar nýjar víddir vistvænna myrkurgæða. Bestu þakkir fá einnig Ingibjörg Sigurðardóttir deildarstjóri Ferðamáladeildar og allir hinir dásamlegu kennararnir á Hólum fyrir allan stuðninginn og allt sem þau hafa kennt mér sem nýttist vel í ritgerðarsmíðinni. Ástkær eiginmaður minn, Snorri Halldórsson, á bestu þakkir skilið fyrir allan stuðninginn í gegnum þetta ævintýri og fyrir hjálpina við myndræna uppsetningu og yfirlestur á ritgerðinni. Börnin okkar tóku virkan þátt í myrkurgæðarannsókn minni með því að hjálpa mér að upplifa á hagnýtan máta það sem ég var að rannsaka á fræðilegan máta. Börnin okkar eiga einnig skilið þakkir fyrir skilningin á fjarveru minni á meðan skrifum stóð. Einnig vil ég þakka systur mínum þremur fyrir að styðja mig með ráðum og dád í gegnum þetta ferli. Evu fyrir pössunina, Maríu fyrir aðstoð við tæknilega örðuleika og Bíbí fyrir að veita mér barnlausan griðastað til að skrifa ritgerðina á og fyrir yfirlestur á ritgerðinni. Vinir mínir úr náminu á Hólum reyndust mér einnig vel í ritgerðasmíðinni enda myndast góð sambönd á milli skólafélaga á Hólum. Kolbrún Malmquist hjálpaði mér, í gegnum fyrirtæki sitt í Hörgársveit, að öðlast dýpri skilning á hvaða upplýsingar væru nauðsynlegar fyrir ferðaþjónustufyrirtæki í dreifbýli til að geta nýtt sér vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu og hvernig fyrirtæki gætu hagnast af henni. Gylfi Kristjánsson var mér ávallt innan handar ef eitthvað var og Sigríður Rósa Bjarnadóttir opnaði heimili sitt fyrir mér í ritgerðarsmíðunum og hafði endalaus þolinmæði í að velta hinum ýmsu smáatriðum fyrir sér með mér er vörðuðu ritgerðarefnið. Er ég þeim afar þakklát fyrir alla hjálpina.

Efnisyfirlit

Abstract	v
Útdráttur	v
Þakkarorð	vii
Efnisyfirlit	xi
Myndayfirlit	xiii
Töfluyfirlit	xiv
1 Inngangur	1
1.1 Rannsóknarspurning	2
1.2 Uppbygging ritgerðar.....	3
2 Staða þekkingar	4
2.1 Nýsköpun	4
2.1.1 Stefnumótun íslenskra stjórnvalda.....	4
2.2 Myrkurgæði	5
2.2.1 Ljósmengun	5
2.2.2 Myrkurgæðasvæði	7
2.2.3 Myrkurgæðaferðaþjónusta	7
2.3 Dreifbýli.....	8
2.3.1 Dreifbýlisferðaþjónusta	8
2.4 Vistvæn ferðaþjónusta	9
2.4.1 Sjálfbær ferðaþjónusta	9
2.4.2 Náttúrutengd ferðaþjónusta	11
2.4.3 Siðferðileg áætlanagerð, þróun og stjórnun.....	11
2.4.4 Sjálfbærnisstefnur	11

2.4.5 Umhverfis- og gæðastjórnunarkerfi	12
2.4.6 Markaðssetning vistvænnar ferðaþjónustu	13
3 Rannsóknaraðferð.....	14
3.1 Gagnaöflun og úrvinnsla	14
3.2 Takmarkanir rannsóknaraðferðar	15
4 Niðurstöður	17
4.1 Á hvaða stöðum byggir vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta?	17
4.2 Hvernig getur vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum?.....	19
4.2.1 Ávinningur af vistvænni myrkurgæðaferðaþjónustu.....	21
5 Umræður	23
5.1 Mögulegur ávinningur fyrir ferðaþjónustufyrirtæki af því að verða vistvæn..	23
5.1.1 Siðferðisleg áætlanagerð, þróun og stjórnun	24
5.2 Hvaða möguleikar felast í myrkrinu?	25
5.2.2 Ýmsir nýsköpunarmöguleikar	26
5.3 Takmarkanir rannsókna.....	27
5.3.1 Heilsutengd ferðaþjónusta	27
5.3.2 Myrkurgæðasvæði	28
6 Lokaorð	29
Heimildaskrá.....	30

Myndayfirlit

Mynd 1 - Samsett gervihnattamynd af Íslandi að næturlagi sem sýnir myrkurgæði og ljósmengun á landinu (Mörður o.fl., 2013).....	6
Mynd 2 - Vistvæn myrkurgæðaþjónusta er sameining á vistvænni ferðaþjónustu og myrkurgæðaferðaþjónustu	17
Mynd 3 - Líkan sem sýnir hinar fjórar stoðir vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu.....	18
Mynd 4 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af því að vinna í nýsköpun.....	19
Mynd 5 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af myrkurgæðaferðaþjónustu.	20
Mynd 6 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af dreifbýlisferðaþjónustu.	20
Mynd 7 - Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af vistvænni ferðaþjónustu.	21

Töfluyfirlit

Tafla 1 – Helsti ávinningur af því fyrir ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu.....	22
--	----

1 Inngangur

Ferðaþjónusta á Íslandi hefur verið í örum vexti undanfarin ár. Söluvara ferðaþjónustunnar er staðbundin upplifun sem á sér stað á áfangastaðnum. Á bak við hvert ferðalag liggja einhverjir persónulegir hvatar ferðamannsins og í náttúrutengdri ferðaþjónustu geta hvatarnir mögulega verið flótti frá manngerðu umhverfi sem og vonin um nýja upplifun og reynslu (Edward H. Huijbens o.fl., 2013). Dreifbýlisferðaþjónusta getur haft margskonar gildi t.d. glætt nýju lífi í samfélagið og aukið aðdráttarafl þess. Dreifbýli búa yfir ýmsum menningar- og náttúruauðlindum sem má nýta í ferðaþjónustu (Figueiredo o.fl., 2016). Árstíðasveiflur eru minni á höfuðborgarsvæðinu og Suðurlandi en á landsbyggðinni. Atvinnugreinin er því arðvænlegri og stöðugri þar og störf í ferðaþjónustu á landsbyggðinni eru enn mjög árstíðabundin (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2017). Nýsköpun og vöruþróun eru einkar mikilvæg fyrir ferðaþjónustuna, þar sem viðskiptavinir geta valið á milli vöru og þjónustu um allan heim (Peters o.fl., 2012). Litið er til nýsköpunar og vöruþróunar sem lykilatriða í farsælli sjálfbærri þróun ferðaþjónustunnar, til að auka dreifingu ferðamanna um landið og skapa fleiri og fjölbreyttari heilsársstörf á landsbyggðinni (Þingskjal nr. 1764/2019–2020). Ferðaþjónustan hefur lengi boðið upp á ferðir tengdar því að njóta næturhiminsins en slík upplifun er mörgum nútímamanninum framandi þar sem æ sjaldgæfara er að fólk geti notið þess að upplifa myrkvaðan næturhimininn í nútíma þéttbýlissamfélagi (Mitchell o.fl., 2019). Undanfarna áratugi hefur verið vaxandi hreyfing innan ferðaþjónustunnar í átt að vistvænni ferðaþjónustu (e. Ecotourism) en við stjórnun á vistvænu ferðaþjónustufyrirtæki er ekki aðeins hugað að efnahagslegum gróða heldur einnig að áhrifum fyrirtækisins á umhverfið og samfélagið á svæðinu (Fennell, 2020). Það verður sífellt mikilvægara fyrir ferðaþjónustufyrirtæki að sýna samfélagslega ábyrgð, bæði til að mæta kröfum ferðamanna sem gera í auknum mæli kröfu um slíkt og til að stuðla að sjálfbærri þróun (Sánchez-Hernández o.fl., 2016). Áherslusvið þessarar ritgerðar er nýsköpun í ferðaþjónustu. Höfundur starfar við Erasmus+ nýsköpunarverkefnið um vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu sem er samstarfsverkefni sem leitt er af Kjartani Bollasyni fyrir Ferðamáladeild Háskólans á Hólum. Samstarfsaðilar eru frá Portúgal, Ítalíu, Írlandi og Danmörku. Meðal verkþátta verkefnisins er að setja upp heimasíðu, handbók og

fræðsluefni um vistvæna myrkurgæðaferðþjónustu og hvernig ferðþjónustufyrirtæki geta nýtt sér hana. Myrkurgæðaferðþjónusta (e. Dark Sky Tourism) og vistvæn ferðþjónusta eru ekki nýjar af nálinni en nýsköpun felst í að kynna fyrir áfangastöðum og ferðþjónustufyrirtækjum í dreifbýli hvernig nýta megi myrkrið á vistvænan máta. Höfundur tók til starfa við verkefnið sem aðstoðarmaður verkefnastjóra í september 2022 og hóf störf sín við að útbúa fræðsluglærur fyrir ferðþjónustufyrirtæki. Við það tilefni vöknudu upp hjá henni spurningar um hvað vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta fæli í sér og af hverju ferðþjónustufyrirtæki ættu að vilja taka hana upp. Þar sem um nýsköpun er að ræða er engin skýr skilgreining sem nær yfir hugtakið og þær stoðir sem vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta byggir á. Hvatinn fyrir þessari ritgerð var því að svara þessum spurningum og byggja með því grundvöll fyrir frekari rannsóknir.

1.1 Rannsóknarspurning

Markmið rannsóknarinnar er að samþætta niðurstöður úr fyrirliggjandi gögnum til að leitast við að útskýra á hverju vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta byggir og hvaða tækifæri felast í henni fyrir íslensk ferðþjónustufyrirtæki.

Rannsóknarspurning verkefnisins er: „*Hvernig getur vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta gagnast íslenskum ferðþjónustufyrirtækjum?*“

Til að leitast við að svara þessari spurningu voru:

1. Fyrirliggjandi gögn nýtt til að skilgreina á fræðilegan og myndrænan hátt hugtakið um vistvæna myrkurgæðaferðþjónustu og á hvaða stoðum hún byggir.

Vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta byggir á því að ferðþjónustufyrirtæki nýti myrkrið á vistvænan máta. Meiri líkur eru á að ferðþjónustufyrirtæki hafi aðgang að góðum myrkurgæðum í dreifbýli og ferðavaran felur í sér nýsköpun. Vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta felur því í sér mögulegan ávinning fyrir íslensk ferðþjónustufyrirtæki sem byggja á þessum fjórum stoðum:

- 1) nýsköpun
- 2) myrkurgæðaferðþjónustu
- 3) dreifbýlisferðþjónustu
- 4) vistvænni ferðþjónustu

2. Skilgreiningin á hugtakinu var nýtt til að útbúa flæðirit sem sýnir mögulegan ávinning fyrir hvern af ofantöldum þáttum. Helsti ávinningur fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki af því að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu voru síðan tekin saman í töflu.

1.2 Uppbygging ritgerðar

Farið verður yfir stöðu þekkingar um nýsköpun, myrkurgæðaferðaþjónustu, dreifbýlisferðaþjónustu og vistvæna ferðaþjónustu. Fjallað verður um aðferðafræði rannsóknarinnar, þar sem rannsóknaráætlun, gagnaöflun og úrvinnslu verður lýst á greinargóðan hátt. Í niðurstöðukafla verður leitast við að samþætta fyrirbyggjandi gögn til að skilgreina hugtakið um vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu, á hvaða stöðum það byggir og hvernig það gæti gagnast ferðaþjónustufyrirtækjum á Íslandi að taka upp slíka ferðaþjónustu. Í umræðukafla verður rýnt í niðurstöður, þær túlkaðar og lagt mat á mikilvægi þeirra. Bent verður á takmarkanir verkefnisins og lagðar fram tillögur um frekari rannsóknir og verkefni.

2 Staða þekkingar

Í þessum kafla verður farið yfir stöðu þekkingar til að leitast við að greina á hvaða stöðum nýsköpunin vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta stendur og hvernig það gæti gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum að taka hana upp.

2.1 Nýsköpun

Mikilvægt er fyrir allar atvinnugreinar að hafa stefnu um nýsköpun og nýja þjónustubrúun til að tryggja vöxt og sjálfbæra fjárhagslega innkomu. Mikilvægi þess er þó sérstaklega mikið fyrir markaði sem eru mettaðir og viðskiptavinir geta valið á milli vöru og þjónustu um allan heim, líkt og í ferðaþjónustunni. Schumpeter skipti nýsköpun niður í fimm þætti: útgáfa nýrrar eða endurbættrar vöru, innleiðing nýrra framleiðsluferla, þróun nýrra markaða, þróun nýrra framboðsmarkaða og endurskipulagning eða endurmótun fyrirtækisins. Þessi flokkun útskýrir á skilmerkilegan máta að nýsköpun getur falið í sér allt frá minniháttar breytingum á samsetningu, afhendingu á vöru yfir í innleiðingu nýrra vörulína eða vöruaðgreiningu (Peters o.fl., 2012). Nýsköpun á ferðavöru getur því átt sér ýmsar birtingarmyndir.

Ferðavara er margbrotin samsetning ólíkra þátta sem stuðla að upplifun ferðamannsins (Edward H. Huijbens o.fl., 2013). Samkvæmt Smith er hugtakið um ferðavöru samansett úr fimm þáttum: áþreifanlegu umhverfi (e. physical plant), þjónustu (e. service), gestrisni (e. hospitality), frelsi til að velja (e. freedom of choice) og þátttöku (e. involvement) (Ingibjörg Sigurðardóttir, 2016). Niðurstöður rannsóknar Conway o.fl. sýndu fram á mikilvægi samþættingu staðbundinna og utanaðkomandi auðlinda við hönnun umhverfis ferðaþjónustuvöru (Conway o.fl., 2016).

2.1.1 Stefnumótun íslenskra stjórnvalda

Samkvæmt nýsköpunarstefnu Íslands til ársins 2030 getur nýsköpun talist vera umhverfisvæn í eðli sínu þar sem stór hluti nýsköpunar felst í því að uppfylla þarfir á ódýrari og hagkvæmari hátt en áður. Þórdís Kolbrún Reykfjörð Gylfadóttir taldi sem nýsköpunarráðherra, nýsköpun vera lykilinn að úrlausn stærstu viðfangsefna komandi

áratuga og grundvöll efnahagslegrar velgengni (Stjórnarráð Íslands, e.d.). Í stjórnarsáttmála ríkisstjórnarinnar er lögð rík áhersla á nýsköpun og að byggja traustan grunn fyrir sjálfbæra og farsæla þróun ferðaþjónustunnar til framtíðar. Þar er einnig kveðið á um aukna dreifingu ferðamanna um landið, einkum til þess að skapa fleiri og fjölbreyttari heilsársstörf úti á landsbyggðinni. Nýsköpun og vöruþróun eru talin vera lykilatriði í þeirri vinnu (þingskjal nr. 1764/2019–2020).

2.2 Myrkurgæði

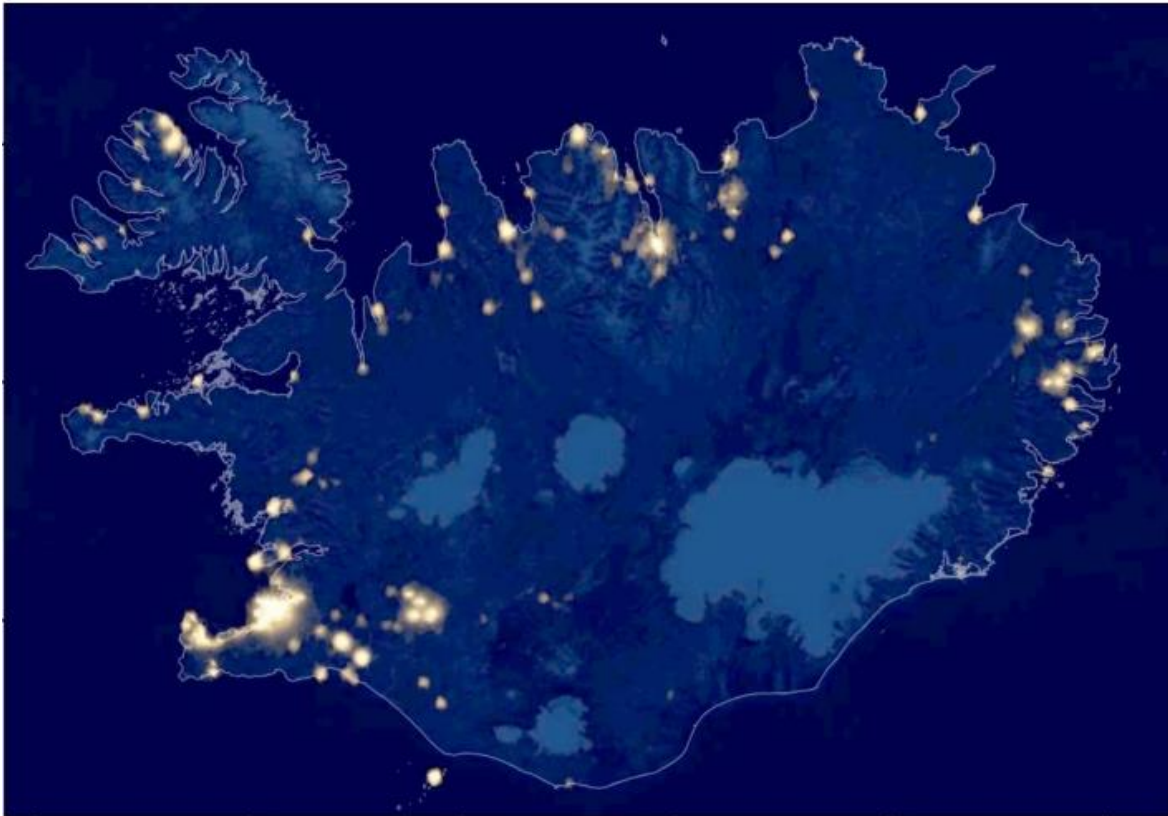
Skin næturinnar er eitt af náttúruundrum veraldarinnar. Við ákveðin veðurskilyrði getur myrkrið sjálft ráðið ríkjum en önnur náttúruþyrirbæri eru tungl, stjörnur, norðurljós og önnur fyrirbrigði geimsins sem aðeins sjást þegar sólin er fjarri (Mörður Árnason o.fl, 2013).

Samkvæmt greinargerð sem unnin var um myrkurgæði á Íslandi fyrir Umhverfis- og auðlindaráðuneytið árið 2013 þá fyrirfinnst ómengið náttúruleg myrkurgæði víða hérlendis, jafnvel við sjávarmál. Góð myrkurgæði voru alla sögu jarðar og lífs, allt fram á 20. öld þegar tækni mannfólksins var komin á það stig að gæði náttúrulegs myrkurs tóku að rýrna (Mörður o.fl, 2013). Rannsókn Mitchell o.fl. (2019) sýndi fram á að fjöldi fólks sem telur myrkurgæði vera mikilvæg hefur fjölgað og telja þau að ástæðan geti meðal annars verið sú að fólk sé að átta sig á því að myrkrið er ekki sjálfsagt heldur sé það auðlind sem þarf að vernda.

2.2.1 Ljósmengun

Ljósmengun er manngerð lýsing sem lýsir upp myrkrið og skerðir með því gagnsemi, virkni, lífríki eða fagurfræðilega stöðu umhverfisins. Ljósmengun er í auknum mæli viðurkennd sem alvarlegt umhverfisvandamál og er oft komin til vegna illa hannaðrar lýsingar. Ljósmengun í borg getur sést í meira en 160 km fjarlægð (Mitchell o.fl., 2019). Talið er að ljósmengun sé svo útbreitt vandamál að yfir 80% jarðarbúa og 99% íbúa Evrópu og Bandaríkjanna búa við ljósmengun. Talið er að um 80% Norður-Ameríkubúa geti ekki séð vetrarbrautina að heiman og að augu næstum 40% Bandaríkjamanna hafi glatað getunni til að laga sig að myrkri. Þeir hafa því ekki lengur getu til að sjá næturhimininn og upplifa því aldrei „nótt“ (Cinzano o.fl., 2001; 2016; Gallaway o.fl. 2010; Mitchell o.fl., 2019). Viola

o.fl. telja að ljósmengun sé mest í miðborgum og sé verri því meiri sem íbúaféttleiki sé. Þau telja að aðeins sé hægt að komast í burtu frá ljósmengun með því að fara á svæði langt frá mannlífi (Czarnecka, 2021). Á mynd 1 má sjá samsetta gervihnattamynd af Íslandi að næturlagi. Á myndinni má augljóslega sjá lýsinguna á þéttbýlissvæðum, þá mest á suðvesturhorninu. Einnig má sjá að myrkurgæði eru betri fyrir utan byggð og þá sérstaklega um miðbik landsins (Mörður o.fl., 2013).



Mynd 1 - Samsett gervihnattamynd af Íslandi að næturlagi sem sýnir myrkurgæði og ljósmengun á landinu (Mörður o.fl., 2013).

Ljósmengun getur haft neikvæð áhrif á fólk því of mikil útsetning á ljósi getur valdið óþægindum, einbeitingarerfiðleikum, þirringi, langvarandi svefnleysi og jafnvel krabbameini (Viola o.fl., 2008; Chepesiuk, 2009; Czarnecka, 2021). Að sama skapi geta myrkurgæði haft jákvæð áhrif á líkamann þar sem þau hafa áhrif á melatónín framleiðslu. Melatónín er einnig þekkt sem myrkuhormónið og samstillir það dagsveiflur ýmissa líkamspáttu og býr líkamann undir svefn (Mörður o.fl., 2013).

2.2.2 Myrkurgæðasvæði

Alþjóðasamtök um vernd næturhiminsins (IDA) vottar alþjóðleg myrkurgæðasvæði (e. The International Dark Sky Places) um allan heim. Myrkurgæðasvæði geta verið samfélög, garðar eða vernduð svæði sem vernda myrka staði með ábyrgri lýsingarstefnu og opinberri fræðslu. IDA býður upp á fimm vottunarflokk, sem flokkað er í eftir því hversu dimm svæðin eru. Þetta eru allt frá afskekktustu og dimmstu stöðunum í heiminum yfir í borgir og bæi sem fylgja reglum IDA um útilýsingu og leitast við að fræða íbúa um mikilvægi myrkurgæða. Í janúar 2023 voru 201 vottuð myrkurgæðasvæði í heiminum (IDA, 2023). Rannsókn Mitchell o.fl. (2019) á myrkurgæðaferðaþjónustu á hagkerfi Colorado hálendisins í Bandaríkjunum sýndi fram á jákvæð efnahagsleg áhrif. Myrkurgæðaferðaþjónusta var einnig talin vera orsök jafnari dreifingu heimsókna í þjóðgarðinn yfir árið, þar sem myrkurgæði eru betri yfir vetrarmánuðina. Staðbundnar ferðaþjónustutengdar auðlindir voru því nýttar á skilvirkari máta allt árið um kring.

Mörður o.fl. (2013) lögðu til að stjórnvöld athuguðu um möguleika á alþjóðlegri vottun fyrir eitt eða fleiri myrkursvæði hér á landi samkvæmt stöðlum IDS, t.d. einstök sveitarfélög, þjóðgarðar eða önnur náttúrusvæði. Bentu þau á að myrkursvæði sem höfðu hlotið vottun IDS hefðu notað það sér til framdráttar, meðal annars til að draga að umhverfissinnaða og myrkursækna ferðamenn. Ekkert svæði á Íslandi hefur þó fengið slíka vottun.

2.2.3 Myrkurgæðaferðaþjónusta

Í nútíma þéttbýlissamfélagi er æ sjaldgæfara að fólk geti notið þess að upplifa myrkvaðan næturhimininn og fyrir marga er slík upplifun því afar framandi (Mitchell o.fl., 2019). Myrkurgæðaferðaþjónusta einkennist af því að gestir ferðast til afskekkttra, óupplýstra svæða á landi eða vatni, til að fylgjast með fyrirbærum á himnum. Dæmi um slík fyrirbæri eru stjörnur, reikistjörnur, tungl, geimpokur, stjörnuþyrpingar og vetrarbrautir. Skoðun getur farið fram með handsjónauka, stjörnusjónauka eða með berum augum. Upplifun gesta af myrkruðum himni getur einnig blandast öðrum viðfangsefnum líkt og stjörnuljósmyndun eða að hlusta á sögumann (Dalglish o.fl., 2022). Myrkurgæði eru eitt af hagsmunamálum ferðaþjónustunnar á Íslandi þar sem ferðamenn jafnt og heimamenn njóta næturhiminsins (Mörður, 2013).

2.3 Dreifbýli

Efnahags- og framfarastofnunin (OECD) flokkar dreifbýli í þrjú flokka til að koma til móts við fjölbreytileika dreifbýlissvæða og auðvelda alþjóðlegan samanburð. Í fyrsta flokknum eru dreifbýlissvæði sem eru hluti af samgöngukerfi þéttbýlla svæða. Í öðrum flokknum dreifbýl svæði sem tengjast þéttbýlinu, íbúar þar vinna ekki í þéttbýlinu en geta nýtt þjónustu þaðan. Í þriðja flokknum eru dreifbýlissvæði langt frá byggðum (OECD, 2013). Samkvæmt 2. grein skipulagslaga (nr. 123/2010) er varðar skilgreiningar þá fellur dreifbýli undir skilgreininguna á landslagi: „Landslag merkir svæði sem hefur ásýnd og einkenni vegna náttúrulegra og/eða manngerðra þátta og samspils þar á milli. Landslag tekur þannig til daglegs umhverfis, umhverfis með verndargildi og umhverfis sem hefur verið raskað“. Hugtakið dreifbýli er því ansi víðfeðmt en orðið sjálft þó afar lýsandi þar sem átt er við dreifða byggð.

2.3.1 Dreifbýlisferðþjónusta

Staðsetning Íslands sem jaðarsvæðis á milli Norður-Ameríku og Evrópu og náttúra landsins eru einar af meginstöðum aðdráttarafls Íslands. Höfuðborgarsvæðið er kjarni landsins og landsbyggðin jaðar þess. Landsbyggðin hefur því aðdráttarafl sem jaðarsvæði á landi sem er á jaðrinum og vegna þess að sérstæða náttúra er auðveldara að nálgast á landsbyggðinni en á höfuðborgarsvæðinu (Edward o.fl., 2013). Dreifbýli búa yfir ýmsum menningar- og náttúruauðlindum sem má nýta í ferðþjónustu (Figueiredo o.fl., 2016). Hægt er að skapa fjölbreyttar upplifanir byggðar á náttúru og menningararfi í dreifbýli sem byggjast á áþreifanlegum og óáþreifanlegum þáttum. Ferðamenn sem sækjast eftir upplifunum í dreifbýli hafa meðal annars þær væntingar að upplifunin sé minnisstæð, byggi á sanngildi og sé í anda sveitalífs (Carvalho o.fl., 2016). Dreifbýlisferðþjónusta getur haft margskonar gildi t.d. glætt nýju lífi í samfélaginu og aukið aðdráttarafl þess. Á Íslandi dreifast auðlindir ferðþjónustunnar víða um landið og litið hefur verið til ferðþjónustunnar síðustu ár sem tækifæris til að efla byggð, þ.e. efla atvinnulíf og skapa tekjur á svæðum. Árstíðasveiflur í komu ferðamanna til landsins hafa minnkað á örfáum árum, sem gerir atvinnugreinina stöðugri og arðvænlegri en áður. Heilsársstörf á höfuðborgarsvæðinu og á Suðurlandi hafa aukist vegna aukinnar vetrarferðþjónustu þar. Vetrarferðþjónusta hefur ekki skilað sér

nema að litlum hluta annars staðar á landsbyggðina og eru störf í ferðaþjónustu á landsbyggðinni því enn mjög árstíðabundin (Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl., 2017).

2.4 Vistvæn ferðaþjónusta

Það hefur verið vaxandi hreyfing innan ferðaþjónustunnar í átt að vistvænni ferðaþjónustu undanfarna þrjú áratugi. Vistvæn ferðaþjónusta veitir heimamönnum hlutdeild í varðveislu á vistfræðilegum þáttum staða (Fennell o.fl, 1990; Muloin, 1998; Carr o.fl, 2003; Weaver, 1999; Mitchell o.fl., 2019). Samkvæmt Fennell (2020) er vistvæn ferðaþjónusta: „*Travel with a primary interest in the natural history of a destination. It is a non-invasive and participatory form of nature-based tourism that is built around learning, sustainability (conservation and local participation/benefits), and ethical planning, development and management.*” Í þýðingu höfundar verður það: „*þegar aðalhvati á bak við ferðalag er náttúrusaga áfangastaðarins. Þetta er náttúrutengd ferðaþjónusta sem veldur ekki skemmdum og byggir á lærdóm, sjálfbærni (varðveislu og þátttöku/ávinning fyrir heimamenn), og siðferðilegri áætlanagerð, þróun og stjórnun.*“

Samkvæmt stefnuramma stjórnvalda, *Framtíðarsýn og leiðarljósi íslenskrar ferðaþjónustu til 2030*, á ferðaþjónusta að stuðla að sjálfbærni og sköpun einstakrar upplifunar fyrir ferðamenn sem byggir á íslenskri náttúru, menningu og afþreyingu. Mikilvægt sé að ferðaþjónusta sé tryggð um allt landið allt árið í kring (Stjórnarráðið, e.d.).

Munum við hér fjalla nánar um nokkra þætti sem ferðaþjónustufyrirtæki verða að uppfylla til að teljast vistvæn og sem gæti falið í sér ávinning fyrir fyrirtækin.

2.4.1 Sjálfbær ferðaþjónusta

Sjálfbær ferðaþjónusta er dótturhugtak sjálfbærrar þróunar eins og Brundtland skilgreindi hana í skýrslu sinni árið 1978 (Blancas o.fl., 2010) og vísar til umhverfis-, efnahags- og samfélagslegra þátta í þróun ferðaþjónustu. Til að tryggja sjálfbærni ferðaþjónustu til lengri tíma þarf að finna jafnvægi milli þessara þriggja þátta. Alþjóða ferðamálastofnunin skilgreinir sjálfbæra ferðaþjónustu sem: „*ferðaþjónusta sem tekur fullt tillit til núverandi og framtíðar efnahagslegra, félagslegra og umhverfisáhrifa þess og tekur tillit til þarfa gesta, atvinnulífsins, umhverfisins og samfélagsins sem eru gestgjafar*“ (UNWTO, e.d.). Það verður

sífelld mikilvægara fyrir ferðapjónustufyrirtæki að sýna samfélagslega ábyrgð, m.a. til að mæta kröfum ferðamanna sem gera í auknum mæli kröfu um slíkt og til að stuðla að sjálfbærri þróun (Sánchez-Hernández o.fl., 2016). Samfélagsleg ábyrgð snýst um að fyrirtæki mega ekki eingöngu sækjast eftir efnahagslegum gróða heldur verða þau að réttlæta tilvist sína sem góð fyrirtæki með því að þjónusta samfélag sitt (Bohdanowicz o.fl., 2008).

Efnahagsleg áhrif

Sjálfbær ferðapjónusta skal tryggja lífvænlega, langtíma efnahagslega starfsemi. Starfsemin skal veita öllum hagsmunaaðilum félagslegan og hagrænan ávinning sem dreifist með sanngjörnum hætti t.d. varðandi stöðug tækifæri til atvinnuþáttöku (UNWTO, e.d.). Ferðapjónustan spýtir fjármagni inn í efnahagslíf á svæðum en það eru tveir þættir sem ráða því hvort fjármagnið verður eftir á svæðinu, þ.e. leki (e. leakage) og margföldunaráhrif (e. multiplier effect). Samkvæmt Getz er leki sá hluti fjármagns sem kemur inn á svæði í gegnum ferðapjónustu sem er greiddur út utan svæðisins, t.d. í skatta, hagnað og laun. Hlutfall leka er minna innan ýmissa gerða náttúru- og menningartengdrar ferðapjónustu (Fennell, 2020). Margföldunaráhrifin vísa til jákvæðra áhrifa eða aukinna tekna sem koma inn í og dreifast í gegnum hagkerfi svæðisins (e. local economy) frá peningum sem ferðamenn eyða á svæðinu (Pascariu o.fl., 2018). Samlegðaráhrif verða þegar að ferðapjónustuaðilar mynda tengslanet sín á milli og hægt er að skapa fjölbreyttari, samræmdari og meira aðlaðandi upplifun fyrir ferðamenn (Figueiredo o.fl., 2016).

Samfélagsleg áhrif

Samfélagsleg áhrif eru öll þau áhrif sem hafa hugsanlega áhrif á lífsgæði íbúa (Fredline o.fl., 2003). Fyrirtæki í ferðapjónustu þurfa að virða félags- og menningarlegan upprunaleika samfélaga í heimabyggðum. Þeim ber að vernda menningararf, þ.e. byggingararf og samtímamenningu, hefðbundin lífsgildi og stuðla að skilningi og umburðarlyndi á milli ólíkra menningarhópa (UNWTO, e.d.).

Umhverfisleg áhrif

Umhverfisauðlindir sem gegna lykilhlutverki í þróun ferðapjónustu þarf að nýta á sem bestan og hagkvæmasta hátt. Viðhalda ber nauðsynlegum vistfræðilegum ferlum og aðstoða við verndun náttúruarfs og líffræðilegrar fjölbreytni (UNWTO, e.d.).

2.4.2 Náttúrutengd ferðaþjónusta

Á bak við ferðalög liggja einhverjir persónulegir hvatar ferðamannsins, mögulegir hvatar fyrir náttúrutengdri ferðaþjónustu eru t.d. flótti frá manngerðu umhverfi sem og vonin um nýja upplifun og reynslu (Edward o.fl., 2013). Samkvæmt Goodwin (1996) felur náttúrutengd ferðaþjónusta í sér:

all forms of tourism – mass tourism, adventure tourism, low-impact tourism, ecotourism – which use natural resources in a wild or undeveloped form – including species, habitat, landscape, scenery and salt and fresh-water features. Nature tourism is travel for the purpose of enjoying undeveloped natural areas or wildlife.

allar tegundir ferðaþjónustu, fjöldaferðaþjónustu, ævintýraferðaþjónustu, ferðaþjónustu með litlum áhrifum, vistvæna ferðaþjónustu - sem nota náttúruauðlindir í villtu eða óþróuðu formi - þar á meðal tegundir, búsvæði, landslag og salt- og ferskvatnshætti. Náttúrutengd ferðaþjónusta snýst um ferðalög í þeim tilgangi að njóta óþróaðra náttúrulegra svæða eða dýralífs.“ (Þýðing höfundar).

2.4.3 Siðferðileg áætlanagerð, þróun og stjórnun

Siðfræði skiptir miklu máli í allri áætlanagerð, þróun og stjórnun í vistvænni ferðaþjónustu. Mörg fyrirtæki setja upp siðareglur sem starfsemin fylgir. Siðareglur geta verið almenns eðlis, eins og til dæmis að skilja ekki eftir spor í náttúrunni eða leiðbeiningar fyrir starfsmenn/stjórnendur um hvernig koma eigi fram við viðskiptavini og starfsfólk. Stjórnun vistvæns ferðaþjónustufyrirtækis getur verið flókin þar sem stjórnandinn má ekki aðeins huga að efnahagslegum gróða heldur þarf hann jafnframt að huga að áhrifum fyrirtækisins á umhverfið og samfélagið á staðnum (Fennell, 2020).

2.4.4 Sjálfbærnisstefnur

Það skiptir sköpum fyrir stjórnendur vistvænna ferðaþjónustufyrirtækja að hafa góðan skilning á óáþreifanlegum sem og áþreifanlegum eignum fyrirtækis (e. assets) og þörfum (e. needs) viðskiptavina þess. Þarfir viðskiptavina eru stöðugt að breytast og verður stjórnandi því að vera vakandi fyrir því og gera breytingar á starfsháttum fyrirtækisins til að geta fullnægt nýjum þörfum. Stjórnendur þurfa að geta skoðað starfshætti fyrirtækisins, greint hvar fyrirtækið stendur og hvert það á að stefna (Fennell, 2020). Það er mikilvægt að þróaðar séu sjálfbærnisstefnur í ferðaþjónustu til að tryggja að auðlindir uppfylli þarfir ferðamanna

og heimamanna, nú sem og í framtíðinni (Liu, 2003; Blancas o.fl., 2010). Í dag er það almenn trú að flest fyrirtæki geti fylgt sjálfbærnisstefnu eða unnið í átt að sjálfbærri þróun, óháð staðsetningu og stærð fyrirtækisins (Ruhanen et al, 2019).

2.4.5 Umhverfis- og gæðastjórnunarkerfi

Samkvæmt ISO stöðlum er gæðastjórnunarkerfi samsett af samræmdum verkþáttum sem leiða og stjórna fyrirtækjum þegar kemur að gæðum. Rannsókn Watiki sýndi fram á að fyrirtæki bættu gæði vöru sinnar verulega með því að taka upp gæðastjórnunarkerfi og rannsókn hans á hótelum í Keníu bentu til þess að gæðastjórnunarkerfi hafi stuðlað að 74,2% ánægju viðskiptavina (Basera o.fl., 2021). Skrá yfir óáþreifanlegar og áþreifanlegar eignir fyrirtækisins (e. assets inventory) er nýtt til að greina hvaða eignir fyrirtækið á, gæði eignanna og hvað vantar upp á til að fyrirtækið geti starfað á sem bestan máta (Fennell, 2020).

Umhverfisstjórnunarkerfi er notað til að takast á við umhverfisáhrif fyrirtækis með markvissum aðgerðum til að draga úr þeim í samræmi við áætlanir og stefnumótun fyrirtækisins. Umhverfisstjórnunarkerfi er nýtt til að bæta innri stjórnun fyrirtækisins og meginmarkmið kerfisins er að staðfesta formlega umhverfislegar skuldbindingar og setja í framkvæmd vistvænar venjur. Ferðaþjónustufyrirtæki víðs vegar um heiminn hafa í auknum mæli nýtt sér umhverfisstjórnunarkerfi frá árinu 1990 (Cheong o.fl., 2021). Ferðaþjónustufyrirtæki notast í auknum mæli við vottunarferli til að ná fram samfélagslegum og efnahagslegum markmiðum sínum (Conway o.fl., 2016). Niðurstöður rannsóknar Conway o.fl. sýndu fram á að ferðaþjónustufyrirtæki höfðu mismunandi skoðanir á gildi þess að hafa vottun. Meðal þeirra jákvæðu gilda sem nefnd voru eru að það væri góð naflaskoðun fyrir fyrirtækið að ganga í gegnum vottunarferli, hún yki sjálfbærni og væri segull fyrir vistvæna ferðamenn. Neikvæðu hliðarnar sem nefndar voru eru að vottunarferlið væri dýrt og tímafrekt og það stæði ekki undir sér miðað við þann fjölda sem slík markaðssetning dregur að sér. Einn ferðaþjónustuaðili sagðist ekki lengur vera með vottun en nýtti vistvæna stjórnunarhætti við rekstur fyrirtækisins og væri því enn vistvænt ferðaþjónustufyrirtæki (Conway o.fl., 2016).

2.4.6 Markaðssetning vistvænnar ferðapjónustu

Við markaðssetningu á vistvænni ferðapjónustu er mikilvægt að bera kennsl á eiginleika markhópsins, auglýsa á viðeigandi hátt, skapa vandlega auglýsingaboðskapinn og ákveða leiðina til að ná til hugsanlegs markhóps (Fennell, 2020). Samkvæmt markhópagreiningu Íslandsstofu (2016) eru einkenni ferðamanna sem sækja í vistvæna ferðapjónustu meðal annars:

- Ferðast utan sumarmánaða
- Líklegir til að koma aftur
- Tilbúnir að borga meira fyrir gæði, þjónustu og vörur
- Viljugir til að ferðast lengra og heimsækja smærri samfélög
- Virkir ferðalangar
- Umhugað um náttúru og náttúruvernd
- Varkárir að eðlisfari og sækjast í leiðsögn og gæðavottanir
- Deila upplifunum sínum á samfélagsmiðlum

Grænþvottur

Rannsóknir hafa sýnt að viðskiptavinir eru sífellt að verða umhverfismeðvitaðri og þar af leiðandi líklegri til að kjósa græna þjónustu og vörur (Han, 2021). Þar sem það hefur mögulegan ávinning fyrir fyrirtæki að vera merkt umhverfisvænt þá getur verið freistandi fyrir fyrirtæki að grænþvo sig með því að gefa í skyn að umhverfisframmistaða þeirra sé betri en raunveruleg umhverfishegðun þeirra réttlætir. Samkvæmt Delmas og Burbano getur grænþvottur átt sér stað á fyrirtækinu sjálfu, þegar villt er um fyrir neytendum varðandi umhverfisvenjur þess eða á vörustigi, þegar villt er um varðandi umhverfisávinning vöru eða þjónustu (De Jong o.fl., 2018). Niðurstöður rannsóknar De Jong o.fl. (2020) sýndu fram á að það hefur skaðleg áhrif á orðspor fyrirtækja þegar þau verða uppvís af grænþvotti, hvort sem það er með því að ljúga til um umhverfishegðun sína eða með því að segja hálfan sannleikann. Áhugavert var að rannsóknarniðurstöðurnar sýndu einnig að þótt grænþvottur tengist ekki beint gæðum vöru/þjónustu eða fjárhagslegri frammistöðu fyrirtækja þá tengja viðskiptavinir umhverfishegðun eða samskiptaheiðarleika einnig við þá þætti. Grænþvottur hefur því neikvæð áhrif á orðspors fyrirtækisins á víðari grundvelli ef hann kemst upp. Niðurstöðurnar sýndu mikilvægi þess að fyrirtæki sem innleiða umhverfisvæna stefnu og vilja nýta grænt orðspor sitt til markaðssetningar stundi því eingöngu heiðarlega og gagnsæja umhverfisvæna hegðun.

3 Rannsóknaraðferð

Notast var við rannsóknaraðferðina fræðileg úttekt (e. literature review) og farið var yfir fyrirliggjandi gögn (e. secondary sources) til að leitast við að skilja á hvaða stöðum vistvæn myrkurgæðapjónusta byggir og hvernig hún getur gagnast íslenskum ferðapjónustufyrirtækjum.

Fræðileg úttekt gegnir mikilvægu hlutverki sem grundvöllur fyrir allar gerðir rannsókna. Fræðileg úttekt getur svarað rannsóknarspurningum af krafti sem engin ein rannsókn getur þar sem fræðileg úttekt samþættar niðurstöður og sjónarhorn margra reynslugagna (e. empirical findings). Fræðileg úttekt getur verið grunnur þekkingarþróunar, haft áhrif á stefnumótun, sýnt fram á áhrif og skapað nýjar hugmyndir og stefnur á tilteknu sviði. Við fræðilegu úttektina var notast við samþætta endurskoðun (e. integrative review) með það að markmiði að meta, gagnrýna og samþætta fyrirliggjandi gögn um rannsóknarefnið á þann hátt að nýr fræðilegur rammi og sjónarhorn komi fram (Snyder, 2019).

3.1 Gagnaöflun og úrvinnsla

Samþætt endurskoðun krefst oft skapandi gagnasöfnunar og er venjulega ekki kerfisbundin, þar sem tilgangurinn er yfirleitt ekki að ná til allra greina sem birtar hafa verið um efnið heldur frekar að sameina sjónarhorn og innsýn frá ólíkum áttum. Gagnaöflun á sér t.d. stað úr rannsóknargreinum, bókum og öðrum útgefnum texta (Snyder, 2019). Kostir fyrirliggjandi gagna eru að aðgengi að þeim er fljótlegt og auðvelt, þau eru ekki viðbragðsnæm eins og frumgögn, það er möguleiki á endurskoðun gagnanna með tilliti til nýs viðfangsefnis og rannsóknarspurninga og þau eru mörg hver af miklum gæðum og ritrýnd (Jennings, 2010). Greining og mat gagnanna í samþættri endurskoðun er unnin á eigindlegan máta með það að markmiði að flokka gögnin, útbúa fræðilegt líkan eða fræðilegan ramma. Það er enginn ákveðinn staðall um hvernig skuli staðið að úrvinnslu gagna en almennt markmið gagnagreiningar er að skoða helstu hugmyndir og tengsl viðfangsefnis á gagnrýninn hátt (Snyder, 2019). Þar sem þetta er eigindleg rannsókn þá er gagnasöfnunin og úrvinnslan ekki aðskildir þættir rannsóknarinnar. Greiningarferlið hefst um leið og hafist er handa við að safna gögnunum og heldur áfram þangað til mettun er náð.

Úrvinnsluferlið hefst um leið en lýkur ekki fyrr en eftir gagnasöfnunina. Meðfram gagnasöfnuninni myndar rannsakandi oft kenningar/hugmyndir sem síðan aðlagast nýjum upplýsingum (Jones, 2010) Gagnaöflun átti sér stað frá því að höfundur hóf vinnu við Erasmus+ samstarfsverkefnið í september 2022 og þar til í apríl 2023. Rannsóknargögnin eru að mestu leyti ritrýndar greinar og bækur en þó eru einnig upplýsingar frá alþjóðlegum og íslenskum opinberum stofnunum og formlegar rannsóknir og skýrslur sem tengja viðfangsefnið við íslenskan veruleika. Höfundur hóf að safna gögnum um myrkurgæðaferðþjónustu og vistvæna ferðþjónustu en úrvinnsla gagnanna og starf höfundar við Erasmus+ verkefnið beindi höfundi reglulega í nýjar áttir við gagnaöflun. Úrvinnsla gagnanna sýndi að stoðir vistvænar ferðþjónustu voru ekki eingöngu vistvæn ferðþjónusta og myrkurgæðaferðþjónusta eins og fyrst var talið. Myrkurgæðaferðþjónusta á sér stað í góðum myrkurgæðum, fjarri ljósmengun þéttbýlis, og því dreifbýli ákjósanlegri vettvangur fyrir hana. Dreifbýlisferðþjónusta bættist því við sem þáttur sem gæti skilað ávinningi fyrir fyrirtæki. Nýsköpun væri fólgin í því að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðþjónustu. Sömuleiðis ef fyrirtæki sem er vistvænt myndi bæta við sig vöru tengdri myrkurgæðaferðþjónustu eða ef fyrirtæki í myrkurgæðaferðþjónustu innleiðir vistvæna hætti. Var því nýsköpun bætt við sem fjórða þættinum. Úrvinnsla og gagnasöfnun áttu sér stað þangað til metnun var náð. Samkvæmt rannsóknaráætlun var ætlunin að skilgreina hugtakið og setja niðurstöður upp í flæðirit. Skilgreiningin á hugtakinu var ekki nægilega skýr ein og sér og var því einnig sett upp á myndrænan hátt. Þegar stoðir vistvænnar myrkurgæðaferðþjónustu voru orðnar fjórar í stað tveggja og ávinningurinn margskonar fyrir ferðþjónustufyrirtæki þá varð flæðiritið torlesið og flækjustigið hátt. Til að auðvelda lestur og túlkun voru því rannsóknarniðurstöður settar upp í fjögur flæðirit, eitt fyrir ávinning af hverjum þætti. Helsti ávinningur fyrir íslensk ferðþjónustufyrirtæki af því að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðþjónustu voru síðan dregin saman í töflu.

3.2 Takmarkanir rannsóknaraðferðar

MacInnis telur að rannsóknaraðferðin samþætt endurskoðun krefjist þess að rannsakendur búi yfir háþróaðri færni, svo sem yfirburða huglægri hugsun (Snyder, 2019). Má því segja að rannsóknin verði aldrei betri en rannsakandinn, sem getur haft mikil áhrif á rannsóknarniðurstöðurnar. Höfundur tók saman stöðu þekkingar eftir þemum og leitaðist við

taka saman stöðu þekkingar á gagnrýnin máta en mat höfundar hafði þó alltaf áhrif á hvaða rannsóknargögn urðu fyrir valinu og hver ekki.

Meðal galla fyrirbyggjandi gagna má nefna að þau geta verið hlutdræg, í þeim geta leynst villur, þau gagnast takmarkað þar sem þau eru ekki um nákvæmlega sama viðfangsefni og breytilegt eðli gagna getur gert samanburð erfiðan (Jennings, 2010). Þar sem um nýsköpun er að ræða gat rannsakandi ekki nálgast fyrirbyggjandi gögn sem fjölluðu nákvæmlega um hvaða ávinning ferðþjónustufyrirtæki hafa af því að nýta myrkrið á vistvænan máta. Rannsakandi þurfti því að samþætta margar ólíkar heimildir sem voru ekki um nákvæmlega sama viðfangsefni og gögnuðust að takmörkuðu leiti.

4 Niðurstöður

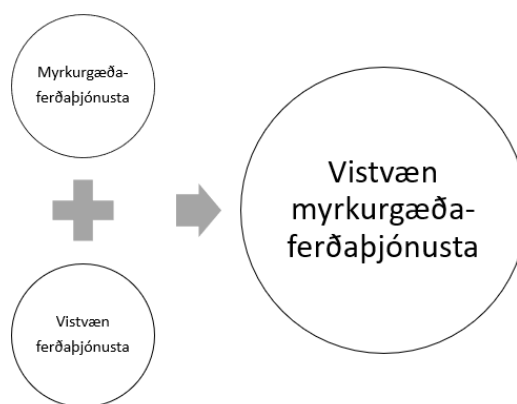
Í þessum kafla verður fræðileg þekking samþætt til að leitast við að svara því á hvaða stöðum vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta byggir og hvaða ávinning fyrirtæki geta haft af því að taka hana upp.

4.1 Á hvaða stöðum byggir vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta?

Í grunninn snýst vistvæn

myrkurgæðaferðþjónusta um að ferðþjónusta nýtir myrkan himininn á vistvænan máta og er því sameining á myrkurgæðaferðþjónustu og vistvænni ferðþjónustu (sjá mynd 2).

Höfundur byggði á skilgreiningum Fennell (2020) á vistvænni ferðþjónustu og Dalglish o.fl. (2022) á myrkurgæðaferðþjónustu til að útbúa kenningu um fræðilega skilgreiningu á hugtakinu vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta:



Mynd 2 - Vistvæn myrkurgæðaþjónusta er sameining á vistvænni ferðþjónustu og myrkurgæðaferðþjónustu

Hvatinn á bak við vistvæna myrkurgæðaferðþjónustu er að ferðast til svæða með góðum myrkurgæðum til að fylgjast með fyrirbærum á himninum, til að mynda norðurljósum, geimþokum eða stjörnum. Hvatinn getur einnig verið að upplifa myrkvaðan himinn á annan máta, t.d. með stjörnuljósmyndun eða í gegnum sögur. Ferðavaran er hönnuð með siðferðilegri áætlanagerð, þróun og stjórnun, felur í sér lærdóm og hefur sjálfbærni að leiðarljósi.

Samkvæmt greinargerð Umhverfis- og auðlindaráðuneytisins um myrkurgæði á Íslandi frá árinu 2013 hefur myrkurgæðum í byggð og kringum byggðir á Íslandi hrakað verulega síðustu áratugi. Ómenguð náttúruleg myrkurgæði fyrirfinnast víða hérlendis og á samsettri gervihnattamynd af Íslandi má sjá hvar var að finna ljósmengun og myrkurgæði á Íslandi (Mörður o.fl., 2013). Viola o.fl. telja að ljósmengun sé mest í miðborgum, hún versni í

hlutfalli við íbúabéttleika og að aðeins sé hægt að komast í burtu frá ljósmengun með því að fara á svæði langt frá mannlífi (Czarnecka, 2021). Af þessu má draga þá ályktun að meiri líkur séu á að ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi hafi aðgang að góðum myrkurgæðum í dreifbýli, hvort sem þau séu stödd í dreifbýli eða fari með ferðamenn frá þéttbýlinu í leit að myrkurgæðum. Nýsköpun felur í sér allt frá minniháttar breytingum á samsetningu og/eða afhendingu vöru yfir í að bæta við nýjum vörulínum eða vöruaðgreiningu (Peters o.fl., 2012). Nýsköpun á ferðavöru getur átt sér ýmsar birtingarmyndir og ýmsan ávinning fyrir fyrirtæki. Nýsköpun er fjórða stoðin því nýsköpun væri fólgin í ferðavöru sem ferðaþjónustufyrirtæki myndu hanna í kringum vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu. Á mynd 3 má sjá líkan sem sýnir þær fjórar stoðir sem vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta byggir á. Hverjum þætti fylgja mismunandi möguleikar fyrir ferðaþjónustufyrirtæki til ávinnings af því að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu.

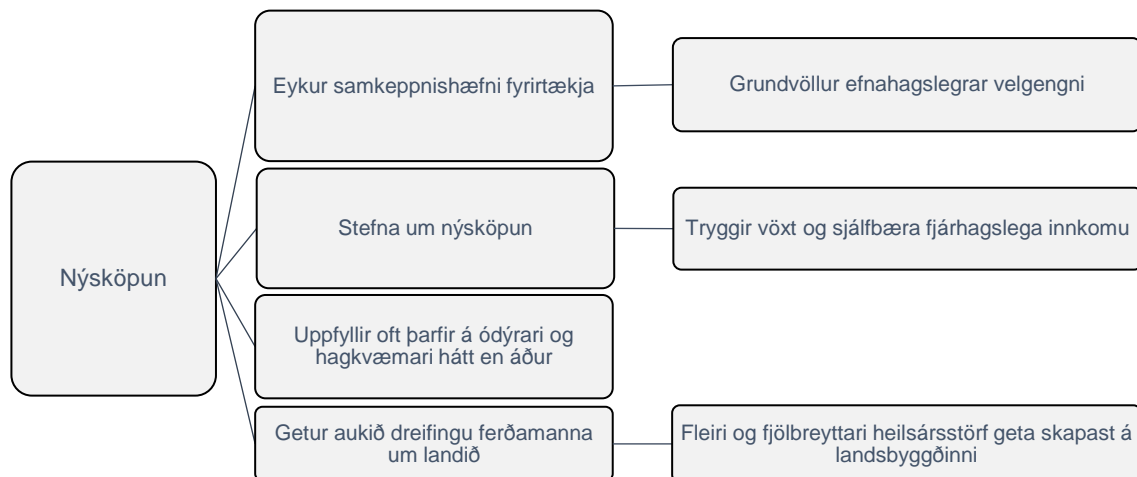
Stoðir vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu



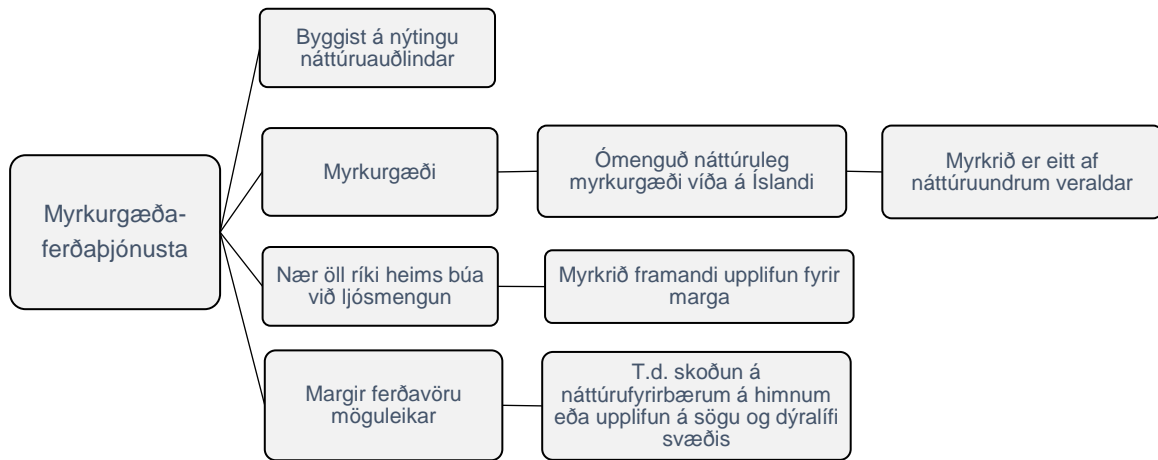
Mynd 3 - Líkan sem sýnir hinar fjórar stoðir vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu

4.2 Hvernig getur vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum?

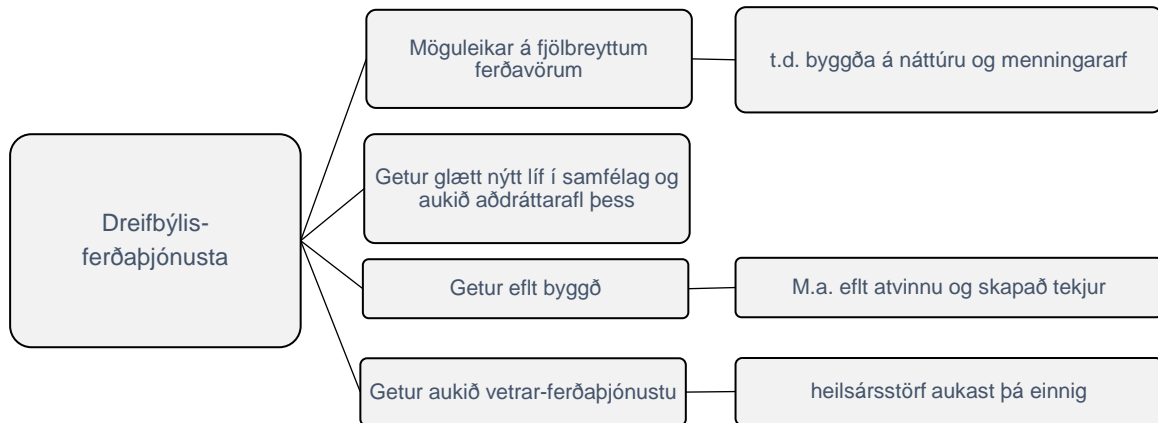
Í þessum kafla verður mögulegum ávinning af því fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu dreginn saman úr fyrirbyggjandi gögnum. Farið verður yfir mögulegan ávinning af hverjum þætti fyrir sig, þ.e. vistvænni ferðaþjónustu, myrkurgæðaferðaþjónustu, nýsköpun og dreifbýlisferðaþjónustu, og niðurstöður settar fram í flæðiritum (sjá mynd 4-7). Mögulegur heildarávinningur af slíkri ferðavöru verður síðan settur upp í töflu í lokin.



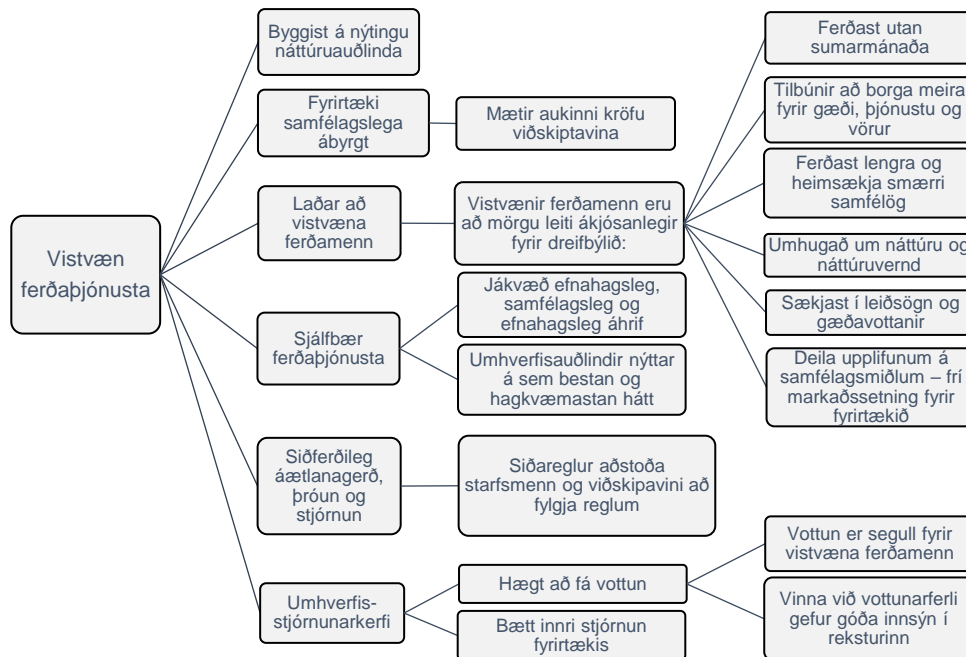
Mynd 4 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af því að vinna í nýsköpun.



Mynd 5 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af myrkurgæðaferðaþjónustu.



Mynd 6 – Helsti ávinningur sem ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af dreifbýlisferðaþjónustu.



Mynd 7 - Helsti ávinningur sem ferðapjónustufyrirtæki á Íslandi geta haft af vistvænni ferðapjónustu.

4.2.1 Ávinningur af vistvænni myrkurgæðaferðapjónustu

Helsti ávinningur af því fyrir ferðapjónustufyrirtæki á Íslandi að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðapjónustu eru samþættir í töflu 1 úr flæðiritum fyrir ávinning úr því fyrir ferðapjónustufyrirtæki að taka upp nýsköpun, myrkurgæða- dreifbýlis- og vistvæna ferðapjónustu.

Tafla 1 – Helsti ávinningur af því fyrir ferðaðþjónustufyrirtæki á Íslandi að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaðþjónustu

Ávinningur af vistvænni myrkurgæðaferðaðþjónustu	
Vistvæn ferðaðþjónusta	Myrkurgæðaferðaðþjónusta
Nýtir náttúruauðlindir á sem bestan og hagkvæmasta hátt	Myrkrið er eitt af náttúruundrum veraldar
Mætir aukinni kröfu viðskiptavina um samfélagslega ábyrgð	
Stuðlar að sjálfbærri þróun	Nær öll ríki heims búa við ljósmengun og myrkrið því upplifun fyrir marga
Umhverfis- og gæðastjórnunarkerfi getur bætt innri stjórn fyrirtækis	
Opnar á möguleika á vottun	Það eru víða ómenguð náttúruleg myrkurgæði á Íslandi
Vottunarferli gefur góða innsýn í reksturinn	
Vottun er segull fyrir vistvæna ferðamenn	Margir nýsköpunarmöguleikar á ferðavöru t.d. skoðun á náttúruferðum á himninum eða upplifun á sögu og dýralífi svæðis
Kostir vistvænna ferðamanna eru margir: Ferðast utan sumartíma, eyða meiru og dvelja lengur	
Nýsköpun	Dreifbýlisferðaðþjónusta
Eykur samkeppnishæfni fyrirtækja	Getur eflt atvinnu og skapað tekjur
Grundvöllur efnahagslegrar velgengni	
Stefna um nýsköpun tryggir vöxt og sjálfbæra fjárhagslega innkomu	Getur glætt nýju lífi í samfélag og aukið aðdráttarafli svæðis
Uppfyllir oft þarfir á ódýrari og hagkvæmari hátt en áður	Fjölbreyttir ferðavörumöguleikar t.d. byggðir á náttúru og menningararfi
Getur aukið dreifingu ferðamanna um landið	
Fleiri og fjölbreyttari heilsársstörf geta skapað á landsbyggðinni	Getur aukið vetrarferðaðþjónustu og þar af leiðandi heilsársstörf

Hugtakaskýringin, flæðiritin og taflan um mögulegan ávinning sýna að hugtakið um vistvæna myrkurgæðaferðaðþjónustu er mjög víðtækt og margskonar tækifæri fólgin í því fyrir ferðaðþjónustufyrirtæki að taka hana upp.

5 Umræður

Í þessum kafla verður rýnt í niðurstöður, þær túlkaðar, tillögur gerðar og mat lagt á mikilvægi þeirra. Bent verður á takmarkanir verkefnisins og lagðar fram tillögur um frekari rannsóknir og verkefni.

5.1 Mögulegur ávinningur fyrir ferðaþjónustufyrirtæki af því að verða vistvæn

Rannsóknarniðurstöður sýndu að það getur gagnast ferðaþjónustufyrirtækjum á Íslandi á ýmsan máta að vera vistvæn. Til þess að teljast vistvænt þarf fyrirtækið samkvæmt skilgreiningu Fennell (2020) að vera náttúrutengd ferðaþjónusta sem byggir á sjálfbærni, lærdómi og siðferðislegri áætlanagerð, þróun og stjórnun. Sánchez-Hernández o.fl. (2016) bentu á sívaxandi mikilvægi þess að ferðaþjónustufyrirtæki sýndu samfélagslega ábyrgð til að mæta kröfum ferðamanna og stuðla að sjálfbærri þróun. Samkvæmt stefnuramma stjórnvalda til 2030 á ferðaþjónustan að stuðla að sjálfbærni og sköpun einstakrar upplifunar fyrir ferðamenn sem byggir á íslenskri náttúru, menningu og afþreyingu (Stjórnarráðið, e.d.). Það hefur þó fleiri kosti að taka þetta skref því samkvæmt Páli Harðarsyni, fyrrverandi forstjóra Nasdaq Iceland, geta samfélagsleg ábyrgð, mælingar og samfélagsskýrslur skipt sköpum fyrir aðgengi fyrirtækja að fjármagni þar sem fyrirtæki sem iðka samfélagsábyrgð og sjálfbærni eru talin vera betri fjárfestingarkostur til lengri tíma (Festa, e.d.). Reglugerðir eru að breytast hratt nú til dags og mikilvægi sjálfbærrar þróunar er sífellt að fá meira vægi. Aðalheiður Snæbjarnardóttir, sjálfbærnisstjóri Landsbankans, telur að strangari reglur séu á leiðinni varðandi miðlun og endurskoðun sjálfbærniupplýsinga fyrirtækja. Hún telur að það verði ekki langt að bíða þar til sjálfbærniupplýsingar fyrirtækja verði jafn mikilvægar og fjárhagslegar upplýsingar og að slíkar kröfur myndu færa sig fljótt niður virðiskeðjuna til smærri fyrirtækja (Aðalheiður Snæbjarnardóttir, 2023). Það er því kannski orðin spurning um hvenær frekar en hvort ferðaþjónustufyrirtæki ættu að huga að því að verða vistvæn?

5.1.1 Siðferðisleg áætlanagerð, þróun og stjórnun

Fennell benti á að við stjórnun vistvæns ferðapjónustufyrirtækis mætti ekki aðeins huga að efnahagslegum gróða heldur þyrfti jafnframt að huga að áhrifum fyrirtækisins á umhverfið og samfélagið á staðnum (Fennell, 2020). Liu taldi að mikilvægt væri að þróaðar væru sjálfbærnisstefnur í ferðapjónustu til að tryggja mögulega langtímanýtingu auðlinda (Blancas o.fl., 2010). Ruhanen benti á að í dag væri almennt talið að flest fyrirtæki, óháð stærð og staðsetningu gætu fylgt sjálfbærnisstefnu eða unnið í átt að sjálfbærri þróun (Ruhanen, 2019). Má því telja að flest ferðapjónustufyrirtæki á Íslandi ættu að geta fylgt sjálfbærnisstefnu og að slíkt væri þeim í hag til að tryggja langtímanýtingu auðlindanna sem þau byggja sína þjónustu á.

Fyrirtæki geta nýtt gæðastjórnunarkerfi til að auka gæði vöru sinnar og ánægju viðskiptavina sinna (Basera o.fl., 2021) og umhverfisstjórnunarkerfi til að bæta innri stjórnun fyrirtækisins og takast á við umhverfisáhrif fyrirtækisins (Cheong o.fl., 2021). Hægt er að nýta kerfin til að fara í gegnum vottunarferli og eru ferðapjónustufyrirtæki í auknum mæli að því. Ferðapjónustufyrirtæki höfðu þó mismunandi skoðanir á gildi vottunar fyrir fyrirtækið samkvæmt rannsókn Conway o.fl. og var það hvað vottunarferlið væri dýrt og tímafrekt nefnt sem neikvæðar hliðar þess (Conway o.fl., 2016). Athygli vekur að þegar skoðuð eru vottuð ferðapjónustufyrirtæki hjá Vakanum eru nær eingöngu stærri fyrirtæki með vottun þar. Áhugavert væri að rannsaka frekar hvort ástæðan fyrir því að fá lítil ferðapjónustufyrirtæki á Íslandi séu með vottun sé sú að ferlið sé dýrt og tímafrekt. Slík rannsókn hefði gildi fyrir íslensk stjórnvöld því með slíkri vitneskju gætu þau komið til móts við fyrirtækin á einhvern máta og þannig aukið sjálfbæra þróun. Slíkt væri einnig í anda stefnuramma þeirra, *Framtíðarsýn og leiðarljós íslenskrar ferðapjónustu til 2030*.

Einn stjórnandi ferðapjónustufyrirtækis innan rannsóknar Conway benti á að fyrirtækið sitt nýtti vistvæna stjórnunarhætti og væri því vistvænt þó það hefði ekki vottun (Conway o.fl., 2016). Fyrirtæki geta vissulega verið vistvæn án þess að hafa vottun. Gott er þó fyrir fyrirtæki að hafa rannsóknarniðurstöður De Jong o.fl. (2020) í huga um að eingöngu heiðarleg og gagnsæ umhverfissvæn hegðun borgar sig fyrir fyrirtæki sem innleiða umhverfissvæna stefnu og vilja nýta grænt orðspor sitt til markaðssetningar (De Jong o.fl., 2020). Til að forðast grænþvott væri mjög vænlegt fyrir fyrirtæki að gera úttekt á því fyrir hvað það stendur, hver stefna þess er og hvers konar ferðavöru það vill bjóða upp á áður en

það byrjar að markaðssetja fyrirtækið. Ef ekki er fengin óháður þriðji aðili til að gera úttekt og votta fyrirtækið gæti verið gagnlegt fyrir fyrirtækið að vera með sýnilega stefnuskrá og aðgerðaáætlun á heimasíðu sinni til að gera ferlið gegnsætt.

Meðal þeirra jákvæðu gilda vottunarferilsins sem nefnd voru í rannsókn Conway voru að það væri góð naflaskoðun fyrir fyrirtækið að ganga í gegnum vottunarferli, það yki sjálfbærni og væri segull fyrir vistvæna ferðamenn (Conway o.fl., 2016). Markhópagreining Íslandsstofu sýndi fram á að vistvænir ferðamenn eru m.a. tilbúnir til að ferðast utan sumarmánaðanna, ferðast lengra, dvelja lengur og eyða meiru. Mætti því ætla með því að herja á slíkan markað væri hægt draga úr árstíðarsveiflum og gera með því dreifbýlisferðaþjónustu á Íslandi þrautseigari og sjálfbærari.

5.2 Hvaða möguleikar felast í myrkrinu?

Líkt og bent var á í Myrkurgæðaskýrslu Umhverfis- og Auðlindaráðuneytisins þá er myrkrið eitt af náttúruundrum veraldar sem og önnur náttúrufyrirbæri sem sjást í myrkrinu líkt og stjörnur og norðurljós. Ísland býr yfir þeirri auðlind að ómenguð myrkurgæði finnast víða hérlendis. Ljósmengun á Íslandi er mest á þéttbýlissvæðum, betri fyrir utan byggð og myrkurgæði góð um miðbik landsins (Mörður o.fl., 2013). Á það ekki við um allan heim og er ljósMengun í auknum mæli viðurkennd sem alvarlegt umhverfisvandamál. Talið er að ljósMengun sé svo útbreitt vandamál að yfir 80% jarðarbúa og 99% íbúa Evrópu og Bandaríkjanna búi við ljósMengun. Myrkvaður næturhimininn er því afar framandi upplifun fyrir marga í nútíma þéttbýlissamfélagi. Fleira fólk virðist einnig vera að átta sig á mikilvægi myrkursins og því að það sé auðlind sem þarf að vernda (Mitchell o.fl., 2019).

Hugtakaskýring Dalgleish o.fl. (2022) sýndi skýrt að möguleikarnir eru margir til að nýta myrkurgæði í ferðaþjónustu. Slík ferðaþjónusta felur þó alltaf í sér góð myrkurgæði og því þörf á að fara út fyrir þéttbýlið. Figueiredo (o.fl, 2016) töldu dreifbýlið búa yfir ýmsum menningar – og náttúrurauðlindum sem mætti nýta í ferðaþjónustu og Carvalho o.fl. (2016) bentu á að hægt væri að skapa fjölbreyttar upplifanir tengdar þeim. Dreifbýlisferðaþjónusta á Íslandi er talin geta gæti glætt nýju lífi í samfélag, aukið aðdráttarafl þess, eflt atvinnu og skapað tekjur. Dreifbýlisferðaþjónusta hefur einnig burði til að auka vetrarferðaþjónustu og því heilsársstörf (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2017). Ýmiskonar ferðaþjónustufyrirtæki bjóða

upp á myrkurgæðaferðþjónustu hérlendis hvort sem þau eru staðsett í dreifbýli eða gera sér ferð þangað til að elta myrkurgæðin. Fyrirtæki bjóða t.d. upp á norðurljósaskoðun hvort sem er á landi, sjó eða jafnvel innandyra eins og Hótel Rangá. Hótel Rangá er staðsett á neðanverðum Rangárvöllum í miðri sveit og því engin ljósmengun í nágrenninu sem truflar útsýnið. Lögð er áhersla á að fólk geti notið myrkurgæðanna og býður hótelið upp á ýmiskonar þjónustu tengda henni. Þau bjóða til dæmis upp á norðurljósavakt þar sem fólk er vakið með upphringingu þegar norðurljósin birtast. Slökkt er á útiljósum hótelsins til að tryggja sem best myrkurgæði og með því útsýni yfir norðurljósin. Hægt er að njóta myrkurgæðanna úr heitum potti eða úr stjörnuskoðunarhúsi þeirra sem er með opnanlegu þaki og tveimur tölvustýrðum hágæða stjörnusjónaukum (Hótel Rangá, e.d.). Hótel Rangá er gott dæmi um ferðþjónustufyrirtæki sem nýtir náttúruauðlindina myrkrið á fjölbreyttan máta. Myrkurgæði á svæðinu eru góð en stóri lærdómurinn sem draga má af þessu dæmi er að hugað er að myrkurgæðum þegar kemur að lýsingu við fyrirtækið. Þótt að myrkurgæðaferðþjónusta sé víða stunduð á Íslandi þá telur höfundur að myrkurgæði séu vannýtt auðlind á Íslandi og ýmsir möguleikar til nýsköpunar.

5.2.2 Ýmsir nýsköpunarmöguleikar

Peters o.fl. töldu að mikilvægt sé fyrir allar atvinnugreinar að hafa stefnu um nýsköpun og nýja þjónustupróun til að tryggja vöxt og sjálfbæra fjárhagslega innkomu og sérstaklega fyrir markaði líkt og í ferðþjónustunni. Flokkun Schumpeter á nýsköpun útskýrir á skilmerkilegan máta að nýsköpun felur í sér allt frá minniháttar breytingum á samsetningu og/eða afhendingu vöru yfir í að bæta við nýjum vörulínum eða vöruaðgreiningu (Peters o.fl., 2012). Ferðavara er margbrotin samsetning ólíkra þátta sem stuðla að upplifun ferðamannsins (Edward H. Huijbens o.fl., 2013). Samkvæmt skilgreiningu Goodwin (1996) þá felur náttúrutengd ferðþjónusta í sér allar tegundir ferðþjónustu sem nota náttúruauðlindir í villtu eða óþróðu formi. Vistvæn myrkurgæðaferðþjónusta nýtir alltaf að minnsta kosti eina náttúruauðlind, myrkan himininn. Fer það þó eftir ferðavörunni hvort næturhimninum sé blandað við aðra náttúruauðlind á sjó eða landi eða sé notið innandyra, líkt og í stjörnuskoðunarhúsi Hótel Rangár. Samkvæmt nýsköpunarstefnu Íslands til ársins 2030 felst stór hluti nýsköpunar í því að uppfylla þarfir á ódýrari og hagkvæmari hátt en áður (Stjórnarráð Íslands, e.d.). Stjórnendur ferðþjónustufyrirtækis geta bætt innri stjórnun fyrirtækis með því að taka upp umhverfis- og gæðastjórnunarkerfi. Þegar stjórnendur hafa

góðan skilning á óáþreifanlegum sem og áþreifanlegum eigum fyrirtækis og þörfum viðskiptavina þess þá verður auðveldara að mæta þeim þörfum (Fennell, 2020). Þannig að fyrirtæki sem hefur aðgang að góðum myrkurgæðum og býr yfir ákveðnum innviðum og mannauð getur nýtt þær óáþreifanlegu og áþreifanlegu eignir fyrirtækisins til að mæta þörfum viðskiptavinarins. Sem dæmi má nefna hvalaskoðunarfyrirtækið Norðursiglingu á Húsavík sem vinnur í sjálfbærri þróun. Norðursigling nýtir þær auðlindir sem það býr yfir, mannauð og rafræna skútu, til að nálgast náttúruauðlindina myrkrið. Með því að sigla frá þéttbýlinu mætir fyrirtækið óskum viðskiptavina um að upplifa myrkvaðan næturhiminn sem dansar af norðurljósum (Norðursigling, e.d.). Slík nýsköpun getur því skilað jafnari dreifingu ferðamanna yfir árið og um landið. Þannig skapað fleiri heilsársstörf úti á landsbyggðinni og er það í góðu samræmi við stefnumótun stjórnvalda á Íslandi um sjálfbæra ferðaþjónustu, nýsköpun og vöruþróun.

5.3 Takmarkanir rannsóknar

Rannsóknin var smá í sniðum og þar sem um nýsköpun er að ræða þá var verið að leggja grunn fyrir frekari rannsóknum með því að taka saman stöðu þekkingar um hugtakið og helsta ávinning fyrir íslensk ferðaþjónustufyrirtæki að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu. Myrkurgæði hafa lítið verið rannsökuð á Íslandi og myrkurgæða skýrsla Umhverfis- og auðlindaráðuneytisins frá 2013 var nýjasta heimildin sem höfundur gat nálgast. Væri mjög gagnlegt og áhugavert ef nýjar rannsóknir yrðu gerðar sem og myrkurgæðamælingar sem myndu kortleggja myrkurgæði á Íslandi.

Eingöngu var tekinn saman ávinningur af þeim fjórum stöðum sem kenning höfundar telur að vistvæn myrkurgæðaferðaþjónusta byggji á. Var því ekki horft til ýmissa þátta vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu sem gæti skapað tækifæri fyrir sum ferðaþjónustufyrirtæki og áhugavert væri að rannsaka nánar.

5.3.1 Heilsutengd ferðaþjónusta

Líkt og Czarnecka o.fl. (2021) bentu á getur ljósmengun haft neikvæð áhrif á heilsu fólks, t.d. valdið óþægindum, einbeitingarerfiðleikum, pírringi, langvarandi svefnleysi og jafnvel krabbameini. Mördur o.fl. bentu á mikilvægi myrkurs fyrir framleiðslu melatóníns sem býr

líkamann undir svefn (Mörður o.fl., 2013). Er því hægt að beintengja heilsufarsávinning við myrkrið og gæti því verið áhugavert að rannsaka frekar hvort heilsutengd ferðaþjónusta á Íslandi sé að nýta sér möguleikana í myrkrinu. Samkvæmt Zhong (2021) þá leitast fólk almennt eftir að fá sérstakar meðferðir til að auka líkamlega eða andlega vellíðan sína í heilsutengdri ferðaþjónustu. Mætti leiða líkur að því að það séu tækifæri fólgin í því fyrir fyrirtæki sem bjóða upp á heilsutengda ferðaþjónustuvöru að tengja hana við vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu. Ferðavara sem felur í sér ýmsa viðburði, sem bæta heilsu og vellíðan fólks, gæti t.d. falið í sér gönguferð í myrkrinu áður en lagst er til hvílu.

5.3.2 Myrkurgæðasvæði

Það mætti telja að töluverð tækifæri væru fólgin í því að setja upp myrkurgæðasvæði á Íslandi með vottun IDA. Líkt og áður kom fram þá geta myrkurgæðasvæðin verið samfélög, garðar eða vernduð svæði sem vernda myrka staði með ábyrgri lýsingarstefnu og opinberri fræðslu (IDA, 2023).

Sveitarfélag sem myndi huga að myrkurgæðum sínum við ljósvistarskipulag sitt gæti í samstarfi við ferðaþjónustuaðila á svæðinu og aðra hagsmunaaðila unnið í að sækja um vottun hjá IDA og í framhaldinu markaðssett sig sem vistvænt myrkursvæði. Slík markaðssetning gæti gagnast sveitarfélaginu við að draga úr leka og aukið margföldunaráhrif á svæðinu. Það myndi gagnast ferðaþjónustufyrirtækjunum að taka þátt í slíku verkefni þar sem það gæti aukið aðgengi þeirra að fjármagni og samkvæmt kenningum Figueiredo (2016) aukið samlegðaráhrif. Höfundur telur að margskonar ávinningur myndi hljóta af slíku samstarfsverkefni og að slík svæði gætu haft jákvæð efnahagsleg, umhverfisleg og samfélagsleg áhrif og gagnast ferðaþjónustufyrirtækjum, heimamönnum sem og ferðamönnum.

6 Lokaorð

Fólk hefur dáðst að myrkruðum himninum frá örófi alda og vistvæn ferðaþjónusta hefur verið að aukast síðustu áratuginna. Nýsköpun er þó fólgin í því að ferðaþjónustufyrirtæki setji þessar tvær tegundir ferðaþjónustu saman í eina ferðavöru. Í þessari ritgerð var leitast við að skilgreina hugtakið um vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu, á hvaða stöðum slík ferðaþjónusta byggir og hvernig það gæti gagnast íslenskum ferðaþjónustufyrirtækjum að taka upp slíka ferðaþjónustu. Með það að markmiði var gerð eigindleg fræðileg úttekt á fyrirbyggjandi gögnum úr ýmsum áttum, þó sérstaklega ritrýndum greinum og bókum, erlendum opinberum gögnum og innlendum til að tengja við íslenskan veruleika. Niðurstöður voru samþættar og settar upp í hugtakaskýringu í máli og myndum. Þar sem betri myrkurgæði eru fjarri byggð og þeirri ljósmengun sem fylgir henni þá felur ferðavaran einnig í sér dreifbýlisferðaþjónustu. Stoðir vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu reyndust því fjórar og mögulegur ávinningur skiptist því á milli nýsköpunar, vistvænnar ferðaþjónustu, dreifbýlisferðaþjónustu og myrkurgæðaferðaþjónustu. Helsti ávinningur fyrir ferðaþjónustufyrirtæki á Íslandi við að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu var dreginn saman í flæðiritum, eitt fyrir hverja stoð sem ferðaþjónustan byggir á. Helsti ávinningur var að lokum tekinn saman í töflu sem sýndi fram á margskonar ávinning fyrir ferðaþjónustufyrirtæki af að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu. Rýni í niðurstöðurnar dró meðal annars fram að ávinningur væri falinn í því að skapa ferðavöru að hausti og vetri og draga með því úr árstíðabundnum sveiflum í rekstrinum. Jákvæð efnahagsleg áhrif geta fylgt því að taka upp vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu og það felast ýmis tækifæri í því fyrir ferðaþjónustufyrirtæki að geta markaðssett sig sem græn. Áhugavert væri í framhaldinu að rannsaka frekar mögulegar tengingar vistvænnar myrkurgæðaferðaþjónustu við önnur svið ferðaþjónustunnar, svo sem heilsutengda ferðaþjónustu og möguleikann á að koma á fót myrkurgæðasvæði á Íslandi.

Heimildaskrá

- Aðalheiður Snæbjarnardóttir. (2023). *Kröfur til upplýsinga um sjálfbærni aukast hratt*.
<https://www.landsbankinn.is/umraedan/samfelagid/krofur-til-upplysinga-um-sjalfbaerni-aukast-hratt>
- Anna Dóra Sæþórsdóttir og Þorkell Stefánsson. (2017). Ferðapjónusta og virkjanir til bjargar byggðum? *Tímarit um viðskipti og efnahagsmál*, 14(1).
<https://doi.org/10.24122/tve.a.2017.14.1.5>
- Basera, V. and Mwenje, J. (2021). Factors Affecting the Adoption of Quality Management Systems in Zimbabwean Hotels. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 10. 776-795. doi:10.46222/ajhtl.19970820-132
- Blancas, F.J., González, M., Lazano-Oyola, M. og Pérez, F. (2010). The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations. *Ecological Indicators*, 10(2), 484-492. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2009.08.001>
- Bohdanowicz, P. og Zientara, P. (2008). Corporate social responsibility in hospitality: issues and implications. a case study of Scandic. *Scandinavian Journal of Hospitality Tourism*, 8(4), bls. 271- 293. <https://doi.org/10.1080/15022250802504814>
- Czarnecka, K, Błażejczyk, K. og Morita, T. (2021). Characteristics of light pollution – A case study of Warsaw (Poland) and Fukuoka (Japan). *Environmental Pollution* 291, 118113. <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2021.118113>
- Carvalho, M., Lima, J., Kastenholz, E. og Sousa, A.J. (2016). Co-creative rural tourism experiences: connecting tourists, community and local resources. Í Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C. og Figueiredo, E. (ritstjórar), *Meeting challenges for rural tourism through Co-creation of sustainable tourist experiences* (bls. 79 – 101). Cambridge Scholars Publishing.
- Cheong, F., og Lee, Y.-H. (2021). Developing an Environmental Management System for Evaluating Green Casino Hotels. *Sustainability*, 13(14), 7825.
<https://doi.org/10.3390/su13147825>
- Conway, T. og Cawley, M. (2016). Endogenous and exogenous resources use in ecotourism promotion: Evidence from Ireland. Í Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C. og

- Figueiredo, E. (ritstjórar), *Meeting challenges for rural tourism through Co-creation of sustainable tourist experiences* (bls. 309-326). Cambridge Scholars Publishing.
- Dalgleish, H. og Bjelajac, D. (2022). Dark sky tourism. *In Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar Publishing, 1. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.dark.sky.tourism>
- De Jong, M. D. T., Harkink, K. M., og Barth, S. (2018). Making Green Stuff? Effects of Corporate Greenwashing on Consumers. *Journal of Business and Technical Communication*, 32(1), 77–112. doi:10.1177/1050651917729863
- De Jong, M. D. T., Huluba, G. og Beldad, A. D. (2020). Different Shades of Greenwashing: Consumers' Reactions to Environmental Lies, Half-Lies, and Organizations Taking Credit for Following Legal Obligations. *Journal of Business and Technical Communication*, 34(1), 38–76. <https://doi.org/10.1177/1050651919874105>
- Edward H. Huijbens og Gunnar Þ. Jóhannesson. (2013). *Ferðamál á Íslandi. Heildstætt grundvallarit um ferðamál*. Mál og menning.
- Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism* (5. útgáfa). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429346293>
- Festa. (e.d.). *Betri fjárfestingarkostur*. <https://samfelagsabyrgd.is/samfelagsabyrgd/>
- Figueiredo, E., Eusébio, C. og Breda, Z. (2016). The role of local actors and rural resources in the co-creation of tourism experiences. Í Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C. og Figueiredo, E. (ritstjórar), *Meeting challenges for rural tourism through Co-creation of sustainable tourist experiences* (bls. 155-176). Cambridge Scholars Publishing.
- Goodwin, H. (1996). *In pursuit of ecotourism*. *Biodiversity and Conservation*, 5, 277–292. <https://doi.org/10.1007/BF00051774>
- Han, H. (2021) Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: a review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042, doi: 10.1080/09669582.2021.1903019
- Hótel Rangá. (e.d.). *Á Hótel Rangá er lögð áhersla á að gestir geti notið norðurljósanna*. <https://hotelranga.is/nordurljos/?lang=is>
- IDA. (2023). *International Dark Sky Places*. <https://www.darksky.org/our-work/conservation/idsp/>

- Ingibjörg Sigurðardóttir (2016). Lífstíll verður ferðavara: þróun fyrirtækja í hestamennsku á Íslandi. *Tímarit um viðskipti og efnahagsmál* 13(2). DOI: 10.24122/tve.a.2016.13.2.1
- Íslandsstofa. (2016). Markhópar fyrir íslenska ferðaþjónustu. <https://businessiceland.is/media/1/markhopar-171008-mq.pdf>
- Jennings, G. (2010). *Tourism Research* (2. útgáfa). John Wiley & sons.
- Kruja, D. og Gjyzezi, A. (2011). The Special Interest Tourism Development and the Small Regions. *Turizam* 15(2), 77-89. doi:10.5937/Turizam1102077K
- Mitchell, D., og Gallaway, T. (2019). Dark sky tourism: economic impacts on the Colorado Plateau Economy, USA. *Tourism Review of AIEST - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 74(4), 930-942. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2018-0146>
- Mörður Árnason, Snævarr Guðmundsson, Andrés Ingi Jónsson, Hermann Sveinbjörnsson, Inga Sigrún Atladóttir, Íris Bjargmundsdóttir. (2013). *Myrkurgæði á Íslandi. Umhverfis- og auðlindaráðuneytið.* <https://nattsa.is/wp-content/uploads/2014/09/Myrkur-3-10.pdf>.
- Norðursigling. (e.d.). *Umhverfisvæn ævintýri með Norðursiglingu.* <https://www.northsailing.is/is/um-nordursiglingu/>
- OECD. (2013). Rural-Urban Partnerships: An Integrated Approach to Economic Development. *OECD Rural policy reviews.* <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204812-en>
- Pascariu, G. C. og Ibănescu, B. (2018). Determinants and implications of the tourism multiplier effect in EU economies. Toward a core-periphery pattern? *Amfiteatru Economic*, 20(12), 982-997. doi:10.24818/EA/2018/S12/982
- Peters, M. og Pikkemaat, B. (2012). *Innovation in Hospitality and Tourism.* DOI: 10.4324/9780203051689

- Ruhanen, L., Char-lee Moyle, og Moyle, B. (2019). New directions in sustainable tourism research. *Tourism Review of AIEST - International Association of Scientific Experts in Tourism*, 74(2), 245-256. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-12-2017-0196>
- Sánchez-Hernández, M, I., Gallardo-Vázquez, D. og Galán-Ladero, M, M. (2016). How social responsibility certification can help rural tourism. Í Kastenholtz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C. og Figueiredo, E. (ritstjórar), *Meeting challenges for rural tourism through Co-creation of sustainable tourist experiences* (bls. 391-409). Cambridge Scholars Publishing.
- Skipulagslög nr. 123/2010
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(C), 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Stjórnarráð Íslands. (e.d.). Nýsköpunarlandið Ísland. <https://www.stjornarradid.is/library/01--Frettatengt---myndir-og-skrar/ANR/Nyskopun/NSL%c3%8d1.pdf>
- Stjórnarráðið. (e.d.). *Leiðandi í sjálfbærri þróun – Íslensk ferðaþjónusta til 2030*. <https://www.stjornarradid.is/library/01--Frettatengt---myndir-og-skrar/ANR/FerdaThjonusta/Lei%c3%b0arlj%c3%b3s%20%c3%adslenskrar%20fer%c3%b0a%c3%bej%c3%b3nustu%202030%20Final%20Samr%c3%a1%c3%b0sg%c3%a1tt1.pdf>
- UNWTO. (e.d.). *Sustainable Development*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Wen, J. og Wu, M. (2020) How special is special interest tourism – and how special are special interest tourists? *A perspective article in a Chinese context, Current Issues in Tourism*, 23(16), 1968-1972. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1750575>
- Zhong L, Deng, B., Morrison, A. M, Coca-Stefaniak, J. A og Yang, L. (2021). Medical, Health and Wellness Tourism Research-A Review of the Literature (1970-2020) and Research Agenda. *Int J Environ Res Public Health*, 18(20). doi: 10.3390/ijerph182010875.
- Þingskjal nr. 1764/2019–2020. Svar ferðamála-, iðnaðar- og nýsköpunarráðherra við fyrirspurn frá Maríu Hjálmarsdóttur um nýsköpun í ferðaþjónustu á landsbyggðinni.