



Ferðapjónusta á jaðarsvæðum

Búbót fyrir byggð og samfélag Siglufjarðar

Alexandra Þórisdóttir



Líf- og umhverfisvísindadeild
Háskóli Íslands
2011

Ferðapjónusta á jaðarsvæðum

Búbót fyrir byggð og samfélag Siglufjarðar

Alexandra Þórisdóttir

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

Leiðbeinandi
Katrín Anna Lund

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Reykjavík, janúar 2011

Ferðaþjónusta á jaðarsvæðum
Búbót fyrir byggð og samfélag Siglufjarðar
10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í ferðamálafræði

Höfundarréttur © 2011 Alexandra Þórisdóttir
Öll réttindi áskilin

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Sturlugötu 7
107 Reykjavík

Sími: 525 4000

Skráningarupplýsingar:
Alexandra Þórisdóttir, 2011, *Ferðaþjónusta á jaðarsvæðum*, BS ritgerð, Líf- og umhverfisvísindadeild, Háskóli Íslands, 36 bls.

Prentun: Háskólaprent
Reykjavík, janúar 2011

Yfirlýsing höfundar

Hér með lýsi ég því yfir að þessi ritgerð er samin af mér og að hún hefur hvorki að hluta til né í heild verið lögð fram áður til hærri prófgráðu.

Alexandra Þórisdóttir

Ágrip

Ferðaþjónusta á jaðarsvæðum er lykilþáttur í því að skapa sterkan efnahag og atvinnugrundvöll fyrir svæðin. Jaðarsvæði eru skilgreind út frá tveimur þáttum, annars vegar út frá huglægu mati einstaklingsins og hinsvegar út frá landfræðilegri legu þess. Undanfarin ár hafa orðið miklar breytingar á eftirspurn ferðamanna til áfangastaða og er sífelld aukning á eftirspurn eftir óspilltum svæðum, jaðarsvæðum og sveitahéruðum á ferðalögum. Siglufjörður er jaðarsvæði vegna staðsetningar sinnar sem norðlægasti kaupstaðurinn á landinu, veðurfars og samganga. Markmið rannsóknarinnar var að greina gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélag og byggð Siglufjarðar. Viðtöl voru tekin við sex aðila frá Fjallabyggð sem þekktu til staðarháttanna og ferðaþjónustu á Siglufirði.

Niðurstaða rannsóknarinnar gaf til kynna að gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélag og byggð Siglufjarðar er mjög mikið. Ferðaþjónustan eykur sjálfsmynd bæjarbúa og auðgar bæjarlíf samfélagsins yfir sumartímann. Ferðaþjónustan skapar atvinnu, færir samfélaginu hagnað og byggir upp aukið þjónustustig í bænum sem heimamenn geta nýtt sér.

Lykilorð: Jaðarsvæði, samgöngur, aðdráttarafl, árstíðarbundin ferðaþjónusta, samfélagsleg áhrif og viðhorf heimamanna.

Abstract

Tourism in peripheral areas An advantage for the society of Siglufjörður

Tourism in peripheral areas is a key component in creating a strong economy and a foundation for employment for the region. Peripheral regions are defined by two factors; one based on subjective opinion and the other by its geographical location. Recently there has been a change in the tourism demand of destinations and an increasing demand for unspoiled-, peripheral- and rural areas. Siglufjörður is defined as peripheral area due to its location as the northern most town in Iceland, weather and transportation. The main purpose of this research is to analyze the value of tourism for the society of Siglufjörður. Interviews were conducted with six participants who are residents in Fjallabyggð and have knowledge of the community and tourism development in Siglufjörður.

The conclusion of the research indicated that the value of tourism for the society in Siglufjörður is very high. Tourism increases the identity of the inhabitants and enriches the cultural life of the community. Tourism creates employment, brings profit and builds a greater level of service in the town that the locals can utilize.

Key words: peripheral areas, transportation, attractions, seasonal tourism, social impacts and residents attitudes.

Þakkir

Ég vil þakka öllum viðmælendum mínum fyrir hlýlegt viðmót og góðar móttökur. Ég vil sérstaklega þakka fjölskyldu minni fyrir yfirlestur, hvatningu og mikinn stuðning við gerð þessarar rannsóknar. Að lokum vil ég þakka leiðbeinanda mínum, Katrínu Önnu Lund, fyrir góða leiðsögn við gerð þessarar rannsóknar.

Efnisyfirlit

Þakkir	vi
Efnisyfirlit	vii
Myndir	viii
Tölur	ix
1 Inngangur	1
2 Siglufjörður	3
2.1 Ágrip úr sögu Siglufjarðar.....	3
2.2 Byggðapróun og atvinna	4
2.3 Samfélag Siglufjarðar.....	5
2.4 Samgöngur.....	6
2.5 Ferðaþjónusta	7
3 Fræðileg umfjöllun	10
3.1 Jaðarsvæði	10
3.1.1 Einkennandi þættir	10
3.1.2 Samgöngur og aðgengi jaðarsvæða	11
3.1.3 Ferðaþjónusta og aðdráttarafl jaðarsvæða	12
3.1.4 Hamlandi þættir	13
3.2 Viðhorf heimamanna á ferðaþjónustu	14
3.2.1 Kenningar um viðhorf heimamanna	15
3.3 Samfélagsleg áhrif ferðamennsku	16
4 Gögn og aðferðir	18
4.1 Framkvæmd rannsóknar	18
5 Jaðarsvæðið Siglufjörður	20
5.1 Ferðaþjónusta í bænum	20
5.2 Viðhorf á hagsmunaaðilum í ferðaþjónustu	22
5.2.1 Þátttaka sveitarstjórnar Fjallabyggðar.....	23
5.2.2 Samstarf og markaðssetning Siglufjarðar	24
5.3 Gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélagið	26
5.4 Framtíðarhorfur	27
6 Umræður og ályktanir	29
Heimildir	33
Viðauki 1.....	36

Myndir

Mynd 1: Staðsetning Siglufjarðar	3
Mynd 2: Höfnin á síldarárunum á Siglufirði	4
Mynd 3: Breyting á fjölda íbúa á Siglufirði á árunum 2000 til 2010.....	5
Mynd 4: Síldarminjasafn Íslands.....	7
Mynd 5: Gistinýting á Gistihúsi Hvanneyrar árið 2009.....	8
Mynd 6: Viðhorf heimamanna til ferðaþjónustu á svæðinu.....	16

Töflur

Tafla 1: Áhrifavaldar árstíðarbundinnar ferðaþjónustu	13
Tafla 2: Viðmælendur rannsóknar	19

1 Inngangur

Jaðarsvæði má finnast nánast alls staðar um heiminn og hefur mikil aukning verið í eftirspurn eftir ferðalögum á slík svæði. Ferðaþjónusta getur reynst jaðarsvæðum gífurlega mikilvæg í uppbyggingu á sterkum efnahag byggðarlaganna og reynist oft sem bjargráð fyrir dreifbýl svæði sem standa frammi fyrir því að sá atvinnuvegur sem hélt svæðinu gangandi hafi lagst af. Siglufjörður er jaðarsvæði í þeim skilningi að bærinn er sá nyrsti á landinu, er ekki í alfara leið og er staðsettur í langri vegalengd frá næsta þéttbýliskjarna. Áður fyrr byggði samfélagið lífsviðurværi sitt á fiskveiðum en vegna breyttra aðstæðna standa íbúarnir frammi fyrir minnkandi atvinnumöguleikum og þurfa þeir að leita sér nýrra tækifæra í öðrum atvinnuvegum.

Meginmarkmið þessarar rannsóknar er að skoða hvaða gildi ferðaþjónustan hefur fyrir samfélag og byggð Siglufjarðar, með tilliti til þess sem jaðarsvæðis. Einnig var lagt upp með það að skoða hvort að samfélagsleg áhrif ferðamennsku væri að gæta ásamt viðhorfi heimamanna um möguleg áhrif opunar Héðinsfjarðarganga á ferðaþjónustu bæjarins.

Í upphafi ritgerðar verður fjallað um Siglufjörð, byggðaðróun, atvinnu, samfélag og samgöngur á svæðinu. Þar á eftir verður talað um aðdráttarafl bæjarins og þá þjónustu sem er í boði fyrir ferðamenn.

Þar næst er ítarleg fræðileg umfjöllun um jaðarsvæði. Skoðaðir verða einkennandi þættir fyrir svæðin ásamt ferðaþjónustu og mikilvægi aðdráttarafls. Farið verður yfir hvaða þættir hafa hamlandi áhrif fyrir ferðamennsku á slíkum svæðum og er fjallað um árstíðabundna ferðaþjónustu. Rætt verður um samfélagsleg áhrif ferðamennsku og mismunandi viðhorf heimamanna til ferðamanna og ferðaþjónustu.

Að því loknu er fjallað um þá aðferðafræði og gögn sem notuð voru við gerð þessarar rannsóknar. Gerð verður grein fyrir framkvæmd rannsóknarinnar, hvernig gagnasöfnun var háttað, vali á þátttakendum ásamt úrvinnslu á henni.

Í kjölfarið verða niðurstöður rannsóknarinnar settar fram eftir þemum og fjallað verður um skilgreiningu heimamanna á Siglufirði sem jaðarsvæði. Farið verður yfir ferðaþjónustu og aðdráttarafl bæjarins og þar á eftir er viðhorf heimamanna til hagsmunaraðila í ferðaþjónustu skoðað. Þar verður þátttaka sveitarstjórnar Fjallabyggðar

greind ásamt mikilvægi samstarfs og markaðssetningu á Siglufirði. Í lok kaflans verður gerð grein fyrir gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélagið og framtíðarhorfur ferðamennsku í bænum.

Að lokum verða niðurstöður rannsóknarinnar dregnar saman og bornar saman við fræðilega umræðu ásamt ályktunum og umræðu höfundar.

2 Siglufjörður

Siglufjörður er einstakur bær, bæði vegna staðsetningar og sögu hans. Kaupstaðurinn er sá nyrsti á Íslandi og er hann staðsettur á norðanverðum Tröllaskaga (Fjallabyggð, 2010d). Bærinn stendur við samnefndan fjörð, undir gríðarlegum fjallgarði og er aðgengið misgott eftir árstíðum vegna veðurfars og færðar.



Mynd 1: Staðsetning Siglufjarðar
Heimild: Landmælingar Íslands

2.1 Ágrip úr sögu Siglufjarðar

Siglufjörður á sér mjög viðburðarríka sögu að baki. Bærinn er þekktastur fyrir gengi fiskveiða sem hafa risið og hniðið á víxl og virðist hann vera ýmist gleymdur eða víðfrægur á meðal landsmanna (Fjallabyggð, 2010d).

Hið þekktu síldarævintýri á Siglufirði stóð yfir á árunum 1903 til 1965 og varð bærinn einn af aðal kaupstöðum landsins. Á þessum árum komst bærinn á kortið og varð að miðpunkti Íslands þar sem meirihluti efnahags landsins byggðist á síldarvinnslunni. Í kaupstaðnum spruttu hratt upp söltunarstöðvar og síldarbræðslur sem olli gjörbyltingu á

lifnaðarháttum Siglfirðinga. Mikil fólksfjölgun varð í bænum meðan á síldarárunum stóð og lagði fjöldinn allur af landsmönnum leið sína norður á Tröllaskagann í leit að betri kjörum og atvinnu (Þ. Ragnar Jónasson, 1997). Árið 1948 náði íbúafjöldinn í bænum hámarki með 3.104 íbúum (Hagstofa Íslands, 2010b).



Mynd 2: Höfnin á síldarárunum á Siglufirði
Heimild: Birt með leyfi Ljósmyndasafns Siglufjarðar

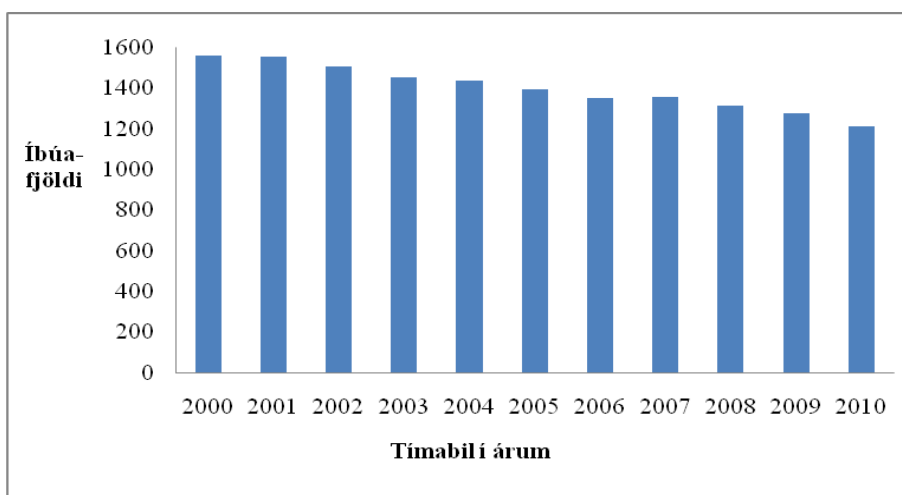
Rétt eftir árið 1960 brást síldveiðin fyrir Norðurlandi og olli miklum sviptingum í lífi Siglfirðinga. Söltunarstöðvar og verksmiðjur urðu verkefnalausar og atvinnuleysi jókst hratt. Síldin var íbúunum allt og reyndist það vera mikið áfall þegar þeir gátu ekki lengur stólað á síldina sem lífsviðurværi sitt. Þetta leiddi til þess að margir íbúanna fluttust á brott í átt að höfuðborgarsvæðinu í leit að atvinnu. Þetta tók sinn toll af bæjarlífnu enda hafði öll afkoma Siglfirðinga verið tengd síldarvinnslunni (Þ. Ragnar Jónasson, 1997). Fólksfækkunin hefur verið gífurleg og stöðug eftir lok síldaráranna og enn þann dag í dag má sjá fækkun í byggðinni.

2.2 Byggðapróun og atvinna

Sjávarútvegur og fiskvinnsla hefur verið megin atvinnuvegur Siglfirðinga allt frá átjándu öld en undanfarinn áratug hefur orðið mikil breyting á atvinnuháttum bæjarbúa. Störf tengd fiskveiðum og fiskvinnslu hefur fækkað mikið og slíku atvinnuleysi hefur fylgt mikill fólksflutningur frá bænum (Fjallabyggð, 2010c). Aðrar atvinnugreinar hafa því fengið meira mikilvægi síðustu ár og þar má nefna ýmis þjónustustörf, bátasmíði og fjarvinnslu fyrir stofnanir á höfuðborgarsvæðinu. Skiptingin á atvinnuveginum er þannig að um 29%

starfa eru í þjónustu, um 21% starfa eru í landbúnaði og fiskveiðum, 11% í fiskvinnslu, 12% í fræðslustarfsemi og 13% í heilbrigðis- og félagsþjónustu (Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson, 2008). Ekki hefur verið gerð sérstaklega grein fyrir því hve mikinn hluta ferðaþjónustan hefur í atvinnulífinu í bænum.

Þessar miklu hagræðingar í fiskvinnslu síðastliðna áratugi ásamt einhæfni atvinnulífsins á Siglufirði og skorti á menntunarmöguleikum hafa verið mestu áhrifavaldarnir á brottflutning fjölskyldna frá Siglufirði (Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson, 2008). Á síðustu fimm árum hefur fækkun íbúa verið um 25% og er það mikið frávik fyrir lítið samfélag eins og Siglufjörð. Á þriðju mynd má sjá breytingu á fjölda íbúa á Siglufirði á árunum 2000 til 2010, en í lok árs 2010 var íbúafjöldinn 1.214 manns (Hagstofa Íslands, 2010a).



Mynd 3: Breyting á fjölda íbúa á Siglufirði á árunum 2000 til 2010
Heimild: Hagstofa Íslands (2010b)

2.3 Samfélag Siglufjarðar

Vegna smæðar Siglufjarðar og einangrunar þess frá þéttbýli hefur samfélagið þar verið talið nokkuð einstakt. Samfélagið er mjög samheldið og lokað þar sem íbúarnir eru góðsámir, glaðlyndir og heiðarlegir sín á milli (Þ. Ragnar Jónasson, 1997).

Mannlíf Siglufjarðar er mjög fjölbreytilegt og félags- og menningarstörfin eru lífleg. Félagasamtök stuðla að mörgum samkomum fyrir bæjarbúa allan ársins hring og taka ungir sem aldnir virkan þátt í því. Tónlistarstarf bæjarins er öflugt, þá bæði á vegum kirkjunnar, einstaklinga og kóra, og leikfélagið setur upp sýningar árlega við einróma lof bæjarbúa. Á sumrin er að gæta fjöldann allan af fjölskyldu-, tónlista- og íþróttahátíðum

sem margir samlandar sækja langa leiðir í og þar má helst nefna Síldarævintýrið, Þjóðlagahátíðina og Pæjumótið (Fjallabyggð, 2010d).

Á Siglufirði er gott úrval matsölustaða en þar má finna bakarí, skemmtistað og fjóra veitingastaði. Í bænum eru einnig staðsett mörg gallerí og vinnustofur heimamanna sem gestir og gangandi geta heimsótt. Það er því gott úrval af þjónustu í boði bæði fyrir heimamenn sem og aðkomufólk.

2.4 Samgöngur

Margt í samgöngum til Siglufjarðar hefur verið mjög ábótavant undanfarna áratugi og hefur veður ávallt haft hamlandi áhrif á samgöngur til bæjarins (P. Ragnar Jónasson, 1997). Siglufjörður er í 386 km akstursfjarlægð frá höfuðborgarsvæðinu og er bærinn því ekki í alfara leið (Vegagerðin, 2010). Allt til ársins 2010 var eina leiðin inn í bæinn yfir Siglufjarðarveginn og í gegnum einbreiðu Strákagöngin. Vegurinn er mjög stopull og hefur orðið fyrir miklu jarðsigi sem veldur myndun mishárna brúna á veginum sem eru á sífelldri hreyfingu. Þessi vegur getur reynst nokkuð hættulegur fyrir vegfarendur þar sem hætta er á grjóthruni og hafa fjölda mörg snjóflóð fallið á veginn (Hjalti Jóhannesson, Grétar Þór Eyþórsson og Kjartan Ólafsson, 2001).

Miklar breytingar urðu á samgöngum til Siglufjarðar þann 2. október 2010 en þá voru opnuð ný göng í gegnum Héðinsfjörð, Héðinsfjarðargöng, sem liggja á milli Siglufjarðar og Ólafsfjarðar. Göngin sameinuðu sveitarfélagið Fjallabyggð og styttir leiðir heimamanna til næsta þéttbýliskjarna sem um munar (Fjallabyggð, 2010d). Leiðin milli beggja kjarna Fjallabyggðar styttist því úr 62 km í um 15 km miðað við leið um Lágheiðina og úr 234 km í 15 km miðað við leið um Öxnadalshéiðina. Göngin munu því mögulega hafa gífurleg áhrif á íbúa þar sem að leiðin um Lágheiðin reynist oftast vera lokuð að vetri til (Vegagerðin, á.á.).

Á Siglufirði er staðsettur flugvöllur, en áætlunarflugi þangað hefur verið hætt þar sem að flugvöllurinn þarfnast mikillar lagfæringar. Flugfélagið Ernir flýgur áætlunarflugi á Sauðárkrók og þaðan ekur rúta til Siglufjarðar sem tekur um klukkustund (Hjalti Jóhannesson o.fl., 2001).

2.5 Ferðapjónusta

Siglufjörður hefur upp á margt að bjóða fyrir ferðamenn bæði yfir sumartímann sem og vetrartímann. Margar fjölskylduhátíðir eru haldnar í bænum, þar á meðal Þjóðlagahátíðin og Síldarævintýrið, og eru þær vel sóttar af heimamönnum sem og ferðamönnum. Að sumarlagi eru gönguferðir mjög vinsælar og liggja margar gönguleiðir um fjöll og dali fjarðarins. Á Siglufirði er 9 holu golfvöllur, sundlaug og gott útivistarsvæði (Fjallabyggð, 2010b).

Veturinn á Siglufirði er ekki síðri þegar kemur að vetrarferðamennsku og er fjörðurinn algjör paradís fyrir fólk í leit að útivist. Skíðasvæðið í Skarðsdal er eitt af bestu skíðasvæðum landsins. Þar er mjög snjópungt og býður upp á þann möguleiki að skíða þar langt fram á vor. Þrjár lyftur eru á svæðinu og skíðaskáli með góðri aðstöðu (Fjallabyggð, 2010a).

Tvö afar áhugaverð söfn er að finna í bænum, Þjóðlagasetur sr. Bjarna Þorsteinssonar og Síldarminjasafn Íslands. Það síðarnefnda er stærsta sjóminja- og iðnaðarsafn Íslands sem og í allri Evrópu. Síldarminjasafnið, sem sjá má á fjórðu mynd, hlaut Evrópuverðlaun safna, Micheletti verðlaunin, árið 2004 og hefur fengið mikla alþjóðlega umfjöllun (Síldarminjasafn Íslands, 2010).



Mynd 4: Síldarminjasafn Íslands
Heimild: Þórir Kristinn Þórisson (2009)

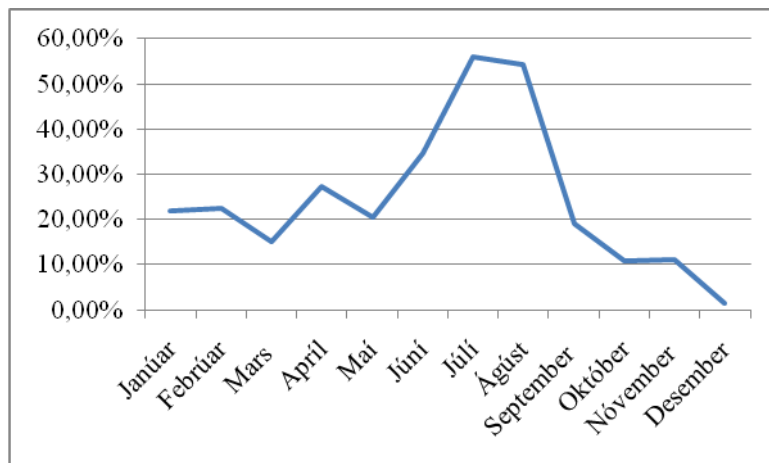
Á Síldarminjasafninu eru haldnar síldarsöltunarsýningar yfir sumartímann þar sem gestum og gangandi er gert kleyft að upplifa menningararfleið bæjarins. Í lok sýningar er slegið upp bryggjuballi og gömlu síldarvalsarnir spilaðir á harmonikku. Þessar sýningar hafa

vakið mikla lukku á meðal ferðamanna og ekki síst á meðal þeirra gesta sem koma með skemmtiferðaskipum til Siglufjarðar (Síldarminjasafn Íslands, 2010). Samkvæmt upplýsingum frá safnverði Síldarminjasafnsins þá heimsóttu 11.300 gestir safnið árið 2009 en í október 2010 höfðu þegar 11.500 gestir heimsótt það.

Samkvæmt forstöðumanni skíðasvæðis Siglufjarðar (2010) hefur aðsókn í skíðasvæðið aukist gífurlega síðustu ár og er góður vísir á aukningu í vetrarferðamennsku í bænum. Veturinn 2007 til 2008 heimsóttu 3.530 manns skíðasvæðið og voru opnunardagarnir um 55 yfir árið. Veturinn þar á eftir, árið 2008, þá komu 11.500 gestir og jókst opnunartíminn í 124 daga. Síðastliðið ár komu 10.600 gestir og var fjöldi opnunardaga alls 97 talsins.

Gistimöguleikar fyrir ferðamenn á Siglufirði eru fremur bágbornir. Það er eitt starfandi gistiheimili, Gistihúsið á Hvanneyri, og leigumiðlunin Valló sem bíður upp á að útleigu íbúða í bænum til skemmri tíma.

Samkvæmt eiganda gistihús Hvanneyrar var fjöldi gistinátta á tímabilinu janúar til september 2010 3.526 talsins. Á sama tímabili árinu áður voru 3.371 gistinætur og er því raunveruleg aukning á milli áranna um 4%. Á gistinýtingu Gistihúsins Hvanneyri má sjá að það ríkir mikil árstíðabundin ferðaþjónusta á Siglufirði. Á fimmtu mynd liggja hápunktur gistinýtingarinnar yfir tímabilið júní til ágúst en einnig má sjá aukningu í mars og apríl.



Mynd 5: Gistinýting á Gistihúsi Hvanneyrar árið 2009
Heimild: Katrín Sif Andersen, tölvupóstur (14.október, 2010)

Á tímabilinu mars og apríl streymir fólk til Siglufjarðar í páskafríinu og nýtur lífsins í skíðabrekkum bæjarins með fjölskyldum sínum. Júlí og ágúst virðast vera hátindar ferðamannatímabilsins á Siglufirði en þá eru margar fjölskylduhátíðar haldnar í bænum.

Á Siglufirði eru hinsvegar mjög góð tjaldsvæði og eru tvö þeirra staðsett í miðbænum, við torgið og smábátabryggjuna, og það þriðja er sunnan við sjóflóðavarnagarðana (Fjallabyggð, 2010c).

Rauðka ehf. er nýsköpunarfyrirtæki í ferðaþjónustu á Siglufirði sem hefur unnið að bættri uppbyggingu ferðaþjónustunnar í bænum. Fyrirtækið opnaði veitingastaðinn Hannes Boy við gömlu höfnina síðastliðið vor ásamt upplýsingamiðstöð fyrir ferðamenn og tjaldsvæði. Rauðka ehf. er einn af fáum frumkvöðlum á svæðinu og stefnir fyrirtækið á að opna Norðurþjóðasetur í samstarfi við Þjóðlagasetrið, tónlistarhús og hótél á næstu fjórum árum (SKSigló ehf., 2010). Hótelið mun vera kærkomin viðbót fyrir ferðaþjónustuna á Siglufirði sem mun fjölga gistirýmum á svæðinu töluvert sem og vonandi skapa ný atvinnutækifæri.

Á sumrin er mikið líf á höfninni á Siglufirði. Alþjóðlega skútusiglingakeppnin *Midnight Sun Race* var haldin sumarið 2009 á Siglufirði og sigldu keppendur í kringum Grímsey og til baka. Upphaflega var sú hugmynd að keppnin ætti að vera árlegur viðburður en hún var felld niður árið 2010 vegna ófyrirsjáanlegra ástæðna (Midnight Sun Race, 2010). Skemmtiferðaskip af minni gerðinni eiga það einnig til að stoppa í höfninni á leið sinni til og frá Akureyri og hafa tvö til þrjú skip stoppað þar árlega undanfarin ár.

Það er mikilvægt að nefna að þegar þessi rannsókn er gerð þá hefur sveitarfélagið Fjallabyggð engan umsjónarmann um framgengi ferðaþjónustu eða ferðamálafulltrúa fyrir svæðið. Það virðist vera sem sveitarstjórnin leggi litla sem enga áherslu á ferðaþjónustu og markaðssetningu svæðisins sem getur mögulega haft slæm áhrif í garð ferðaþjónustunnar, sérstaklega þegar horft er til opnun Héðinsfjarðarganganna sem auðveldar leið ferðamanna til Siglufjarðar. Í greinagerð aðalskipulags Siglufjarðar fyrir árin 2003-2023 kom fram „nauðsyn þess að móta stefnu fyrir ferðaþjónustu á Siglufirði“ þar sem að ferðaþjónusta á Siglufirði hefur ekki vaxið eins og ferðaþjónusta á landsvísu. Þar er gert grein fyrir því að þessi vanþróun í fjölgun ferðamanna og aukningu í ferðaþjónustu sé að rekja til ómarkvissra vinnubragða í ferðamálum á Siglufirði (Siglufjörður, 2004).

3 Fræðileg umfjöllun

Þegar mikilvægi og gildi ferðaþjónustu fyrir samfélag og byggð jaðarsvæða eru rannsökuð þá er nauðsynlegt að skilgreina jaðarsvæði og athuga hvaða þættir eru einkennandi fyrir þau. Þar sem áherslan er lögð á Siglufjörð þá þarf að skoða hvort hægt sé að skilgreina bæinn sem jaðarsvæði. Einnig þarf að kanna gildi samgangna og aðgengis fyrir jaðarsvæðið. Fjallað verður um ferðaþjónustu á jaðarsvæðum, gildi hennar og aðdráttarafl svæðanna. Gerð verður grein fyrir mikilvægi jákvæðs viðhorfs heimamanna til ferðaþjónustuaðila og hvaða mögulegu samfélagslegu áhrif ferðamanna geta orðið á samfélagið sem er heimsótt.

3.1 Jaðarsvæði

Nash og Martin (2003, 163) segja að jaðarsvæði (*e. peripheral areas*) sé hægt að skilgreina á tvennan hátt þannig að „jaðarsvæði geta annað hvort verið ákvörðuð af huglægu mati einstaklings á því hvaða staðir séu jaðarsvæði fyrir honum eða út frá landfræðilegum skilningi, þar sem að jaðarsvæði eru skilgreind út frá ákveðinni fjarlægð frá kjarna eða stórum íbúasvæðum“. Robbins (1997 í Wanhill og Buhalis, 1999, 296) skilgreinir jaðarsvæði sem þau svæði sem „erfiðast er að ferðast til eða eru í mikilli fjarlægð frá vinsælustu áfangastöðum ferðamanna á landinu“. Þannig getur staðsetningin oft valdið svæðinu vandræðum en á sama tíma verið aðalaðdráttarafl þess (Nash og Martin, 2003). Prideaux (2002) notar ákveðna þætti til að skilgreina jaðarsvæði eftir því hvar svæðið er stadd á jaðrinum en þeir fela meðal annars í sér fjarlægð frá kjarnanum, aðgengi að jaðrinum og skynjun gesta á svæðinu. Allar þessar skilgreiningar eiga það sameiginlegt að fjarlægðin skiptir miklu máli þegar svæði er skilgreint sem jaðarsvæði, en huglægt mat hvers og eins stjórnar því hvaða álit maður hefur á því.

3.1.1 Einkennandi þættir

Jaðarsvæði einkennast af sambandi sínu við kjarnann (*e. core-periphery relationship*) en í því sambandi verða jaðarsvæðin oft fyrir efnahagslegu tapi í samskiptum sínum við kjarnasvæði (Prideaux, 2002). Í kjarnanum liggur oftast endanlegt ákvörðunarvald í

tengslum við stjórnsmál og löggjöf en á meðan stendur jaðarinn frammi fyrir fólksfækkun og skort á innviðum (Nash og Martin, 2003). Jaðarbyggðir á Íslandi eru einnig flokkaðar út frá slíku sambandi við kjarnann en Hagfræðistofnun Háskóla Íslands flokkar þær sem „byggðir sem eru úr tengslum við annað þéttbýli, einkum þéttbýlisásana tvo á Suðvesturlandi og við Eyjafjörð.“ (Axel Hall, Ásgeir Jónsson og Sveinn Agnarsson, 2002, 16).

Jaðarsvæði einkennast einnig af því að iðngreinar á borð við landbúnað, fiskveiðar og framleiðsluina, sem höfðu verið aðal undirstaða efnahagskerfisins, eru ekki lengur með starfsemi á svæðinu og samfélagið stendur því frammi fyrir miklu atvinnuleysi og einhæfni í atvinnulífinu. Því leitast íbúar jaðarsvæða oft eftir því að nota ferðaþjónustu sem ákveðna björg til að koma efnahagskerfinu á réttan kjöl (Wanhill og Buhalis, 1999). Mikill fólksflutningur ríkir á jaðarsvæðunum þar sem íbúarnir flytjast til kjarnasvæða. Þeir sem flytjast á brott eru í flestum tilvikum ungar fjölskyldur sem leita eftir betri kjörum og aukinni menntun. Þetta hefur gífurleg áhrif á samfélag jaðarsins og getur oft haft í kjölfarið mikla skerðingu í menntunarmálum og innviðum svæðanna (Hall, 2005).

3.1.2 Samgöngur og aðgengi jaðarsvæða

Samkvæmt Nash og Martin (2003) þá tengja ferðamenn jaðarsvæði við staðsetningu þess og hvernig þeir geta komið sér þangað. Margir þættir hafa áhrif á skynjun og upplifun ferðamanna á aðgengi að svæðinu og þar af leiðandi hafa þættirnir áhrif á það hvort að svæðið sé skilgreint af ferðamönnum sem jaðarsvæði. Þessir þættir eru til dæmis samgöngur, vegalengdir, kostnaður við að koma sér á svæðið sem og rútu- og flugáætlanir (Nash og Martin, 2003). Robbins (1997, í Wanhill og Buhalis, 1999) skilgreinir jaðarsvæði í tengslum við ferðaþjónustu þannig að jaðarsvæði er „svæði sem erfitt er að ferðast til eða er í mikilli fjarlægð frá vinsælustu áfangastöðum ferðamanna á landinu“ (bls 296). Þetta getur oft valdið svæðinu vandræðum en hinsvegar er það eitt af aðalaðdráttarafli jaðarsvæða (Nash og Martin, 2003).

Jaðarsvæði þurfa að gera sér grein fyrir mikilvægi þess að auðvelda aðgengi ferðamanna að svæðinu og að tryggja það að ferðamenn geti hæglega ferðast um það. Ef aðgengið er mjög slæmt þá komast ferðamenn ekki á leiðarenda og geta því ekki heimsótt jaðarsvæðið (Nash og Martin, 2003). Það er því mjög jákvætt fyrir ferðaþjónustuna á Siglufirði að Héðinsfjarðargöngin hafa bætt aðgengi ferðamanna að svæðinu og vonandi

leggur fleira fólk leið sína norður á Tröllaskagann því að ferðamenn eru í auknu mæli farnir að leitast eftir óspilltum svæðum og jaðarsvæðum (Nash og Martin, 2003). Bætt aðgengi getur hinsvegar haft neikvæð áhrif á ferðaþjónustu jaðarsvæða. Aðgengi getur valdið því að nýir ferðaþjónustuaðilar koma á markaðinn að utan frá og skapa samkeppni á meðal þeirra fyrirtækja sem eru þegar á markaðinum. Nýju aðilarnir gætu mögulega búið yfir betra tengslaneti við ferðaþjónustuaðila á áhrifameiri ferðamannasvæðunum sem getur aukið samkeppnishæfni þeirra framyfir þau fyrirtæki sem voru þar áður (Hall, 2005).

3.1.3 Ferðaþjónusta og aðdráttarafli jaðarsvæða

Ferðaþjónusta hefur verið einn lykilþáttur í þróun jaðarsvæða sem hafa ekki getað skapað sterkan atvinnugrundvöll og efnahag fyrir samfélagið meðal annars vegna einangrunar, takmarkaðs vinnuafli og hás flutningskostnaðar (Buhalis, 1999).

Undanfarin ár hafa miklar breytingar orðið á eftirspurn ferðamanna til áfangastaða. Ferðamenn eru farnir að leitast meira eftir því að ferðast til óspilltra svæða, jaðarsvæða og sveitahéraða á ferðalögum sínum. Þessar breytingar má mögulega rekja til aukinnar umhverfisvitundar almennings og meiri umfjöllun um náttúruvernd. Íbúar þéttbýla eru farnir að leggja áherslu á að ferðast um sveitahéruð til að öðlast hvíld, komast úr hinu daglega amstri, anda að sér fersku lofti og neyta hreina vatnsins og er þetta sú ímynd sem jaðarsvæði búa yfir. Þessa ímynd má telja sem grundvöll fyrir samkeppnishæfni jaðarsvæða fram yfir önnur svæði. Þær breytingar sem hafa orðið í eftirspurn ferðamanna geta því haft gífurleg áhrif á jaðarsvæðin og skapað aukin tækifæri í ferðaþjónustu fyrir þau (Nash og Martin, 2003; McKercher og Fu, 2006).

Ferðamenn eru í sífellt meira mæli farnir að leitast eftir því að taka þátt í afþreyingu á ferðalögum sínum sem hefur aukið eftirspurnina eftir minni og sveigjanlegri einkareknum fyrirtækjum (Nash og Martin, 2003). Slík fyrirtæki eru því orðin vinsæl og mjög dæmigerð fyrir jaðarsvæði (Wanhill og Buhalis, 1999). Fyrirtækin búa yfirleitt yfir litlu fjármagni sem valda mjög takmörkuðum margföldunaráhrifum fyrir samfélagið sjálft (Buhalis, 1999).

Eins og áður hefur verið greint frá er ferðaþjónusta oft notuð sem ákveðin björg fyrir efnahag jaðarsvæða sem áður byggðu hagkerfi sitt á iðnaðar- og framleiðslugreinum. Ferðaþjónusta getur eflt hagkerfi jaðarsvæða ásamt því að skapa aukna atvinnu, fjölbreytni í efnahagskerfinu og viðhaldið ímynd sveitalífsins (Nash og Martin, 2003). Velgengi í

ferðaþjónustu á jaðarsvæðum er háð tveimur þáttum; aðgengi að svæðinu og góðu aðdráttarafl (Prideaux, 2002). Helsta aðdráttarafl jaðarsvæða birtist í fjarlægð svæðisins frá þéttbýlinu, einangrun þess, náttúru, gömlum byggingum, söfnum, viðburðum, litlum samfélögum og ímynd þess sem óspilltu sveitarhéraði langt frá annríki borganna (Prideaux, 2002; McKercher og Fu, 2006). Aðdráttaraflið geta haft mikil áhrif á ákvörðun ferðamanna til ferðalaga og verða jaðarsvæði að átta sig á því að þau verða að breyta aðdráttaraflinu í vöru sem ferðamenn ferðast til að kaupa og neyta. Velgengni svæða fellst því ekki eingöngu í að búa yfir góðu aðdráttarafl fyrir ferðamenn heldur að geta markaðssett það, notað togkraft á ferðamenn, verið með hagkvæma og upplýsta stjórnun á ferðamálum og gott aðgengi að svæðinu (Prideaux, 2002).

3.1.4 Hamlandi þættir

Eins og önnur svæði þá standa jaðarsvæði frammi fyrir ýmsum vandamálum þegar kemur að ferðaþjónustu. Helsta vandamálið fellst í árstíðarbundinni ferðaþjónustu sem einkennir jaðarsvæði þar sem að svæðin byggja oft aðdráttarafl sitt á náttúrunni og eru oft í langri fjarlægð frá kjarnanum. Veðurfar, staðsetning og samgöngukerfi hafa áhrif á ferðaþjónustu og geta hamlað aðgengi ferðamanna að svæðinu (McKercher og Fu, 2006). Fleiri þættir hafa áhrif á árstíðabundna ferðaþjónustu sem sjá má töflu eitt. Þar má helst nefna frídaga, félagslegar venjur, viðskiptasiði og áhrif dagatalsins (Baum og Hagen, 1999).

Tafla 1: Áhrifavaldar árstíðarbundinnar ferðaþjónustu

Áhrifavaldar	Dæmi um þætti sem hafa áhrif á ferðaþjónustu
Veðurfar	Sumarfrí, skíðafrí, vinsældir suðrænna hitabeltisstaða yfir vetrartímann, brottfaratímar skemmtiferðaskipa, aðgengi og færð.
Félagslegar venjur og frídagar	Frí yfir jól og áramót, skólafrí, þjóðhátíð, pílgrímsferðalög, ferðalög til að heimsækja ættingja og vini.
Viðskiptasiðir	Ráðstefnur, framboðsferðir og íþróttaviðburðir.
Áhrif dagatalsins	Fjöldi helga í mánuði, dagsetning páska og fjöldi daga í mánuði.
Hömlur á framboði	Framboð af starfsmönnum og önnur notkun á aðbúnaði, til dæmis að breyta skóla í hótél.

Heimild: Baum og Hagen, 1999.

Samkvæmt Baum og Hagen (1999) eru fjórir þættir sem jaðarsvæði geta tileinkað sér til að sporna gegn árstíðarbundinni ferðaþjónustu. Sá fyrsti er að halda viðburði og hátíðir og opna félagslega viðburði sem hafa lengi viðgengist innan samfélagsins fyrir ferðamönnum. Annar þátturinn er að jaðarsvæði verða að gera sér grein fyrir því að markaðssetja fyrir fjölbreyttan hóp. Þeir ferðamenn sem koma á háannatíma eru ekki endilega með sömu lýðfræðilegu breytur og þeir sem koma á lágannatíma. Í þriðja lagi þurfa jaðarsvæði að hafa fjölbreytni í vöruframboði þar sem að mismunandi tegundir ferðamanna krefjast mismunandi vöru, afþreyingu og þjónustu eftir því hvenær svæðið er heimsótt. Í fjórða lagi þarf að skoða endurskipulagningu á uppbyggingu ferðaþjónustunnar og afstöðu svæðisins til umhverfismála. Skipuleggjendur þurfa að átta sig á mikilvægi þess að viðurkenna að árstíðarbundin atvinna hefur neikvæð áhrif á gæði ferðaþjónustunnar á lágannatímum og þurfa þeir að reyna bæta úr því (Baum og Hagen, 1999).

Önnur vandamál sem jaðarsvæði þurfa að takast á við er skortur á uppbyggingu innviða fyrir ferðamenn, takmörkuð tækifæri á markaðnum, lítið um rannsóknir ferðamennsku á svæðinu og skortur á framtíðarmarkmiðum ferðaþjónustuaðila og hins opinbera. Einnig er einkennandi fyrir ferðaþjónustu á jaðarsvæðum skortur á menntuðum einstaklingum í faginu, fáir frumkvöðlar og óframfærni í að nýta tækifærin sem alþjóðavæðingin opnar fyrir svæðið (Wanhill og Buhalis, 1999).

Til að jaðarsvæði geti hagnast á ferðaþjónustu er gífurlega mikilvægt að bæði einkaaðilar og hið opinbera vinni saman til að komast yfir árstíðabundna ferðaþjónustu. Það getur haft mjög neikvæð áhrif ef það er verið að markaðssetja svæði sem áhugaverðan áfangastað yfir vetrartímamann en svo þegar ferðamenn koma þá er allt lokað nema hugsanlega eitt gistiheimili. Hið opinbera ætti til dæmis að halda uppi þjónustu og innviðum svæðisins á lágannatímabili, slíkt væri hægt að gera með stuðningi við markaðssetningu svæðisins, styrkja vinnuaflað eða með stuðningi til að halda ferðaþjónustufyrirtækjum starfandi allan ársins hring (Baum og Hagen, 1999).

3.2 Viðhorf heimamanna á ferðaþjónustu

Viðhorf heimamanna (*e. residents*) á ferðaþjónustu og skynjun þeirra á áhrif ferðamanna hefur mikið verið rannsakað síðastliðin þrjátíu ár. Fræðimenn hafa lagt ríka áherslu á nauðsyn þess að rannsaka stuðning heimamanna og samfélagsins við ferðaþjónustu svæðisins með því að greina viðhorf og skoðun íbúa á þróun ferðaþjónustu á svæðinu.

Þetta reynist mikilvægt að rannsaka áður en lagt er út í frekari þróun ferðapjónustunnar og uppbyggingu innviða fyrir ferðamenn þar sem að heimamenn hafa ávallt lokaorðið um hvort að áhrif ferðapjónustunnar séu viðunandi eða ekki (Anderbeck og Vogt, 2000).

Það er mjög mikilvægt og hagkvæmt fyrir ferðapjónustuaðila að fá jákvætt viðhorf frá heimamönnum. Jákvætt viðhorf heimamanna skilar stuðningi þeirra í því að laða að fleiri ferðamenn á svæðið og að efla ferðapjónustuna. Ef að viðhorf heimamanna er neikvætt þá styðja þeir ekki við ferðapjónustuaðila og geta sýnt ferðamönnum leiðinlega framkomu (Anderbeck og Vogt, 2000). Ef rannsóknir sýna að viðhorf heimamanna er neikvætt í garð ferðapjónustuaðila þá er mikilvægt að milda þau samfélagslegu áhrif sem íbúum líkar illa við og að sýna þeim fram á þá kosti sem ferðapjónustan býr yfir á svæðinu, þannig að ferðapjónustuaðilar fái aftur stuðning heimamanna til að hægt sé að halda áfram jákvæðri þróun í ferðapjónustu (Wang og Pfister, 2008). Í þessari rannsókn verður athugað hvort að samfélagslegum áhrifum af ferðapjónustu og ferðamönnum sé að gæta á Siglufirði og hvaða viðhorf heimamenn bera í garð ferðamennsku á svæðinu.

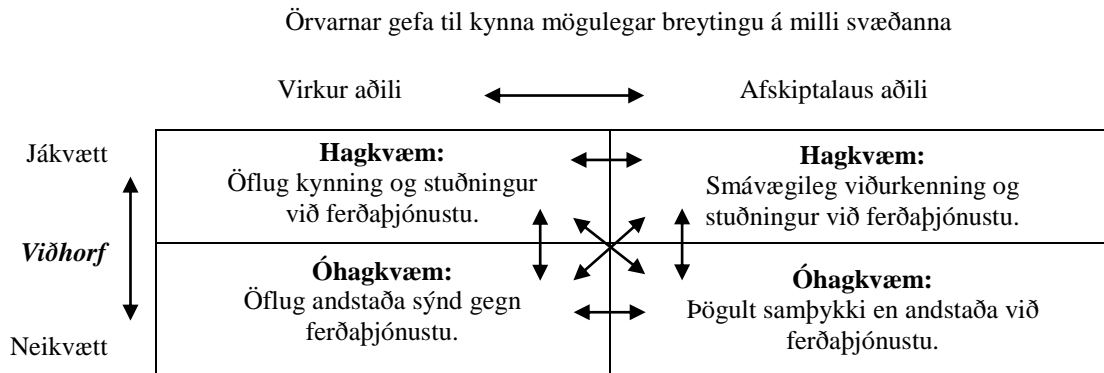
3.2.1 Kenningar um viðhorf heimamanna

Eitt af þekktustu líkönum sem gerð hafa verið um samfélagsleg áhrif og viðhorf heimamanna til ferðamanna var gert af Doxey (1975 í Glasson o.fl., 2000). Hann setti fram líkan sem kallast áreitisskalinn (*e. index of irritation*) sem skýrir út þá þróun sem samfélög verða fyrir við aukin straum ferðamanna til heimasvæðisins. Skalinn segir að áreitið eykst við aukningu ferðamanna til heimasvæðisins og vegna þeirra áhrifa sem ferðamenn geta haft á lífstíl heimamanna.

Doxey skipti áreitinu í fimm stig og flokkaði það eftir því hvaða viðhorf heimamenn bera til ferðamanna. Heimamaðurinn byrjar í fyrsta stiginu sem einkennist af ánægju (*e. euphoria*), þar á eftir kemur áhugaleysi (*e. apathy*), þriðja stigið er gremja (*e. annoyance*), það fjórða einkennist af fjandsemi (*e. antagonism*) og það fimmta er lokastigið (*e. final level*) en þá er svæðið búið að tapa upphaflegu aðdráttaraflinu og breyting verður í tegund ferðamanna sem koma á svæðið (Mathieson og Wall, 1992).

Bjorklund og Philbrick (1972 í Glasson o.fl., 2000) gagnrýndu hugmyndir Doxey og settu fram sitt eigið líkan. Þeir vildu meina að viðhorf heimamanna fari ekki eingöngu beina leið í gegnum stigin fimm, frá ánægju til lokastigs, heldur töldu þeir að viðhorf heimamanna geti breyst eftir því hvort að viðkomandi sé hagsmunaaðili eða ekki. Líkanið

má sjá á sjöttu mynd og sýna örvarnar að viðhorfið getur breyst og færst yfir á öll svæðin (Glasson o.fl., 2000). Allar hliðar líkansins geta átt sér stað í sama samfélaginu og það eru sífelldar tilfærslur þar á milli (Mathieson og Wall, 1992)



samfélagsleg áhrif (Glasson, Godfrey og Goodey, 2000). Samfélagsleg áhrif ferðamennsku eru skilgreind sem „þær breytingar og áhrif sem ferðamennska og ferðaþjónusta hafa á gildismat einstaklinga og alls samfélagsins, hátterni, uppbyggingu, lífshætti og lífsgæði þess“ (Hall og Page, 2002, 158). Þessi samfélagslegu áhrif verða til við bein eða óbein samskipti ferðamanna við heimamenn (Mathieson og Wall, 1992).

Ferðamenn og heimamenn geta átt samskipti á þrennskonar hátt. Í fyrsta lagi þá hittast aðilarnir þar sem ferðamaðurinn er að versla vöru eða þjónustu af heimamanni. Í öðru lagi geta þeir mæst á ákveðnum stað, til dæmis á veitingastað eða á strönd og í þriðja lagi geta þeir mæst þar sem þeir þurfa að skiptast á upplýsingum og hugmyndum. Hinsvegar þá þurfa heimamenn í raun ekkert að mæta ferðamanni til að verða fyrir samfélagslegum áhrifum frá honum heldur þurfa þeir eingöngu að sjá hann og taka eftir hegðun viðkomandi sem getur valdið breytingu á atferli heimamanna (Mathieson og Wall, 1992).

Þau mögulegu samfélagslegu áhrif sem heimamenn geta orðið fyrir geta bæði verið jákvæð sem og neikvæð. Jákvæð áhrif geta til dæmis ýtt undir stolt samfélagsins á sögu og menningu þess þar sem siðir og gamlir hættir eru uppgötvaðir á ný (Fletcher, 2005). Einnig fá heimamenn tækifæri á að kynnast nýrri menningu og geta því öðlast víðsýni og aukið skilning sinn og samkennd með ólíkum menningarhópum (Mathieson og Wall, 1992). Heimamenn hagnast á aukinni uppbyggingu á innviðum ferðaþjónustunnar sem sést til dæmis í bættum samgöngum, hreinna vatni, fjölbreytni á veitingastöðum og bættu úrvali á drykkjum og mat (Fletcher, 2005).

Meira hefur verið fjallað um neikvæð samfélagsleg áhrif ferðaþjónustunnar í rannsóknum fræðimanna. Slík áhrif geta falist í aukinni umferð á svæðinu, aukningu í glæpum, vændi, meiri drykkju og miklu öngþveiti í almenningsþjónustu (Anderbeck og Vogt, 2000). Neikvæð áhrif geta einnig valdið hagsmuna árekstrum á milli heimamanna og ferðamanna ásamt útlendingahatri. Nauðsynlegt er að koma í veg fyrir neikvæð samfélagsleg áhrif á heimamenn og skipuleggjendur ferðaþjónustunnar verða að fylgjast grannt með þróun þeirra (Mathieson og Wall, 1992).

4 Gögn og aðferðir

Í þessari rannsókn var notast við eigindlega aðferðafræði. Slík rannsóknaraðferð nýtist vel þar sem leitast var eftir því að öðlast skilning á aðstæðum og sjónarhorni þátttakenda til ferðabjónustu á Siglufirði og mikilvægi ferðamennsku fyrir samfélagið.

Eigindleg aðferðafræði byggir á fyrirbærafræðilegum þekkingargrunni um að veruleikinn sé félagslega mótaður og rannsakandinn reynir að fá djúpan skilning í þá merkingu sem þátttakendur leggja í líf sitt ásamt upplifun og reynslu þeirra. Rannsakandinn þarf því að skoða hvernig þeir hegða sér, hvað þeir segja og gera ásamt því hvernig þeir gera það (Taylor og Bogdan, 1998).

Eigindlegar rannsóknir byggjast á lýsandi rannsóknargögnum þar sem helsta rannsóknarverkfærið er rannsakandinn sjálfur. Viðfangsefnið er nálgast með aðleiðslu þar sem rannsakandinn byrjar að afla gagna, þar á eftir er unnið úr gögnunum, þau greind og að lokum eru niðurstöður dregnar. Slíkar rannsóknir byggjast á opnum einstaklingsviðtölum, rýnihópaviðtölum, myndbandsupptökum og persónulegum gögnum (Esterberg, 2002).

4.1 Framkvæmd rannsóknar

Vinna við rannsóknina hófst í september 2010 og lauk í janúar 2011. Í upphafi var efni rannsóknarinnar óformlega samþykkt af leiðbeinanda og í kjölfarið var byrjað að safna fræðigreinu og efni sem tengdust rannsókninni. Útbúinn var spurningalisti til stuðnings fyrir viðtölin sem sjá má í viðauka eitt. Áður en lagt var af stað var ákvörðun tekin um hvaða viðmælendur ætti að taka viðtal við og haft samband við þá. Lagt var í rannsóknarferð til Siglufjarðar í nóvember 2010 og voru sex opin einstaklingsviðtöl tekin á tímabilinu 7. til 14. nóvember 2010. Viðtölin voru allt frá 34 til 42 mínútur að lengd og fóru fram bæði í heimahúsi og á vinnustað.

Viðtölin voru tekin við heimamenn í Fjallabyggð, bæði við konur og karla. Boðið var uppá nafnleynd en ekki var talin þörf á því. Þátttakendurnir voru valdir með markvissu úrtaki þar sem viðmælendurnir bjuggu yfir fyrirfram ákveðnum eiginleikum eða viðmiðum sem gátu nýst rannsókninni. Í þessari rannsókn var aðalviðmiðið að viðmælandinn þekkti

vel til Siglufjarðar, hefði búið þar eða hefði sterk tengsl við bæinn og væri með ágæta þekkingu á ferðaþjónustu í bænum. Ákveðið var að taka bæði viðtöl við þá sem ættu beina hagsmuni í ferðaþjónustu að gæta og þá sem hefðu það ekki. Haft var samband við viðmælendur í gegnum tölvupóst um tveimur vikum áður og þegar nær dróg þá var hringt í þá til að geta mælt sér mót. Á töflu tvö má sjá útlitun á viðmælendum rannsóknarinnar, hvaða starfsheiti þeir báru, hvar þeir voru búsettir og afhverju þeir voru valdir sem þátttakendur rannsóknarinnar.

Tafla 2: Viðmælendur rannsóknar

Viðmælendur	Starfsheiti	Búseta	Sérstök ástæða fyrir vali
Katrín Sif Anderssen	Frankvæmdarstjóri á gisti húsinu Hvanneyri	Siglufjörður	Sér um eina starfrækta gistiheimilið
Valur Þór Hilmarsson	Garðyrkju- og umhverfisfulltrúi Fjallabyggðar	Ólafsfjörður	Mikill áhugamaður um ferðaþjónustu og bjó áður á Siglufirði
Inga Eiríksdóttir	Fjármálastjóri og kennari við Menntaskólann á Tröllaskaga	Ólafsfjörður	Fyrirverandi umsjónarmaður markaðs-, kynningar og ferðamála í Fjallabyggð
Örlygur Kristfinnsson	Forstöðumaður og safnstjóri Síldarminjasafns Íslands	Siglufjörður	Þekkir mikið til sögu bæjarins og þróun ferðaþjónustu Siglufjarðar
Egill Rögnvaldsson	Forstöðumaður skíðasvæðisins á Siglufirði	Siglufjörður	Hann rekur einnig leigumiðlunina Valló og er stjórnarformaður Rauðku ehf.
Finnur Yngvi Kristinnsson	Verkefnisstjóri Rauðku ehf.	Siglufjörður	Rauðka ehf. þjónar sem mikill frumkvöðull og aðili í nýsköpun á Siglufirði og því mikilvægt að fá sjónarhorn verkefnisstjóra fyrirtækisins.

Viðtölin voru öll tekin upp á hljóðupptökutæki og afrituð orðrétt að þeim loknum í tölvu. Gögnin voru greind í fyrstu með opinni kóðun á meðan á gagnasöfnuninni stóð og svo með markvissri kóðun í lok gagnaöflunar. Í opinni kóðun les rannsakandinn yfir rannsóknargögnin línu fyrir línu í leit að þemum og kóðunarflokkum. Þessi meginþemu nýtir rannsakandinn sér í markvissri kóðun. Í slíkri kóðun eru gögnin lesin aftur yfir og einblýnt á þau lykilþemu sem fundin voru í opinni kóðun (Esterberg, 2002).

5 Jaðarsvæðið Siglufjörður

Þegar viðmælendur voru spurðir hvort að þeir myndu skilgreina Siglufjörð sem jaðarsvæði þá voru flestir sammála því vegna landfræðilegrar legu, samgangna til bæjarins og vegna veðurfars. Bærinn er sá nyrsti á landinu og er staðsettur í dágóðri fjarlægð frá næsta þéttbýliskjarna, Akureyri. Þetta hefur myndað ákveðið aðdráttarafl fyrir bæinn og samkvæmt nokkrum viðmælendum urðu þeir varir við að ferðamenn koma til Siglufjarðar til að sækjast í það að geta sagst hafa heimsótt nyrsta bæ Íslands.

Þegar kemur að einkennandi þáttum fyrir jaðarsvæði þá voru allir viðmælendur sammála því að veðurfar væri stór áhrifaþáttur á komu ferðamanna til bæjarins og að hin langa vegalengd frá suðurlandi til Siglufjarðar gæti haft hamlandi áhrif á ferðamenn. Siglufjarðarvegurinn er í mikilli niðurníðslu, er malarvegur á sumum köflum og þarfnast töluverðar lagfæringar. Ferðamenn geta oft verið óttaslegnir að keyra þá leið, eða eins og Egill sagði „vegurinn hér er mjög hættulegur og það er mikil óvissa um hvað sé framundan þegar fólk keyrir þennan veg og þá sérstaklega fyrir aðkomufólk“. Á hinn bóginn hafa samgöngur batnað gífurlega með tilkomu Héðinsfjarðarganganna. Þau hafa rofið ákveðna einangrun og opnað fyrir umferð í gegnum bæinn og inn í Héðinsfjörð. Þetta nýja mannvirki virðist ólíklegt til þess að hafa áhrif á þá ímynd Siglufjarðar sem jaðarsvæði, líkt og Finnur Yngvi sagði: „þú þarft að taka krók til þess að komast til bæjarins og alveg sama þó svo að Héðinsfjarðargöngin séu komin þá þarftu að taka krók til að komast á Siglufjörð“. Bærinn viðheldur því enn þeirri ímynd að vera á jaðrinum en batnandi aðgengi gerir ferðamönnum auðveldara að heimsækja bæinn. Sá hringvegur sem hefur nú myndast um Tröllaskagann er talinn eiga eftir að verða mikið aðdráttarafl fyrir ferðamenn og telja viðmælendur að miklar líkur séu á því að fólk sem leggur leið sína hringveginn um Ísland hafi áhuga á því að bæta Tröllaskaganum inn í ferðalagið sitt vegna bættra samganga.

5.1 Ferðapjónusta í bænum

Þegar samfélaginu var lýst af viðmælendum þá töluðu þeir allir um hina gömlu góðu tíð síldaráranna og hve miklar breytingar hafa orðið á samfélaginu á síðastliðnum árum. Það

sem hefur einkennt breytingarnar á samfélaginu er stöðugur brottflutningur íbúa og sá skaði sem hefur orðið á sjálfsmynd bæjarbúa við það. Í dag hefur fiskverkunin nánast lagst af í bænum miðað við hve mikið gildi hún hafði áður fyrir og íbúarnir reyna nú að fóta sig í öðrum starfsgreinum, til dæmis í fjarvinnslustörfum ásamt ört vaxandi ferðaþjónustu í bænum. Ferðaþjónustan komst á kortið á Siglufirði árið 1994 og greindi Örlygur frá því að ferðaþjónusta á Siglufirði hafi í raun orðið til þegar Síldarminjasafn Íslands opnaði sitt fyrsta safnahús og frá þeim tíma fór bærinn að hafa áhuga á að byggja upp ferðaþjónustu í bænum.

Siglufjörður býr yfir margvíslegu aðdráttarafl fyrir ferðamenn og var það gegnumgangandi í viðtölunum að Síldarminjasafn Íslands væri hið stærsta aðdráttarafl bæjarins og laðaði að flesta gesti í bæinn. Þar á eftir var það náttúruperlan Siglufjörður með sína stóru fjallgarða og þær ótalmörgu gönguleiðir í náttúrunni ásamt bæjarhátíðum og viðburðum yfir sumartímamann. Valur og Inga, sem ekki eru búsett á Siglufirði, töluðu um þann bæjarbrag og hið einstaka ljúfa andrúmsloft sem væri í bænum, þá aðallega yfir sumartímamann. Inga lýsti því eins og að sitja við lítið torg í Róm, því þar væri svo rólegt, tónlist spiluð í miðbænum og mikil listamening. Heimamenn telja einnig að starfsemi Rauðku ehf. eiga eftir að laða að marga í bæinn og þá sérstaklega Hannes Boy, veitingastaður fyrirtækisins. Veitingastaðurinn hefur fengið töluverða umfjöllun í fjölmiðlum og sannaðist staðurinn sem aðdráttarafl við opnun Héðinsfjarðarganga því þá streymdi fólk til Siglufjarðar með það að markmiði að skoða svæði Rauðku ehf. og húsnæðiskost þess við smábátahöfnina. Síðast en ekki síst var skíðasvæðið nefnt sem gríðarlegt aðdráttarafl og trekkir það marga að yfir vetrartímamann samvæmt Agli.

Ferðaþjónustan á Siglufirði er mjög árstúðarbundin og er Finnur þeirrar skoðunar að það er líklegast hvergi hægt að finna jafn miklar árstúðarbundnar sveiflur í ferðamennsku eins og eru í bænum. Ferðamannatímabilið hefst í miðjum júní og lýkur í enda ágústmánaðar með smá aukningu yfir páskana. Í september 2010 reyndist vera aukning í heimsóknnum ferðamanna til Siglufjarðar og telur Katrín Sif ástæðuna þar á bakvið vera að „kannski er það vegna þess að göngin áttu að vera opnuð í öllum bæklingum í September og þau voru einnig merkt inn á nýju landakortin. Þar kannski fengum við smjörþefinn af því hvað það verður, það er vonandi“.

Að vetrarlagi þykir heimamönnum Siglufjörður vera sannkallaður draugabær og þeir hafa þá tilfinningu að það vanti allt líf í bæinn. Veitingastaðirnir tveir við höfnina loka þegar hausta tekur ásamt söfnunum í bænum og ferðaþjónustuaðilar takmarka mjög

þjónustuna sem þeir bjóða upp á. Margir starfa einungis í hlutastarfi í ferðaþjónustu á Siglufirði og fáir hafa atvinnu af ferðaþjónustu yfir vetrartímann. Samkvæmt Katrínu þá myndast oft mannekla á Gistihúsinu Hvanneyri yfir sumartímann þar sem að starfsfólk þess er aðeins í hlutastarfi. Þá eru starfsmenn ekki alltaf til taks þegar þörf er á og ferðamenn hafa þurft að leita heim til eigenda gistihússins til að bóka sér herbergi.

Skíðasvæðið á Siglufirði hefur dregið úr árstíðabundnum áhrifum undanfarin tvö ár samkvæmt Agli, forstöðumanni skíðasvæðisins. Mikil aukning hefur verið á gestafjölda og tengist það bættum rekstri á skíðasvæðinu ásamt aukningu í markaðssetningu með aðstoð sveitarfélagsins. Á fyrstu opunarhelgi skíðasvæðisins á Siglufirði haustið 2010 komu fleiri hundruð manns á skíði og kom 80% fjöldans frá höfuðborgarsvæðinu. Aðrir ferðaþjónustuaðilar eru því farnir að sjá möguleikann í því að auka hagnað með því að halda starfsemi sinni opinni lengur að vetrarlagi og bjóða gestum skíðasvæðisins upp á aukið þjónustustig í bænum. Finnur telur fyrirtækið Rauðku fært að geta haldið veitingastaðnum Hannes Boy opnum yfir vetrartímann vegna aukningar á komum ferðamanna til bæjarins. Þeir sjá báðir fram á það að ef mikið er að gera á Akureyri þá munu skíðaiðkendur sjá tækifærið í bættum samgöngum til Siglufjarðar og nýta sér aðstöðuna þar.

5.2 Viðhorf á hagsmunaaðilum í ferðaþjónustu

Viðmælendum þótti þjónustuframboð fyrir ferðamenn vera með ágætis móti í bænum en alltaf væri hægt að gera betur. Mörgum þykir þjónustustigið hafa batnað gífurlega með tilkomu nýrra veitingastaða við höfnina en þörf er á bættri gístaðstöðu líkt og Örlygur kom inn á „en aftur gístaðstaðan og það, þar erum við mjög svona vanþróuð og erum mjög aftarlega í því“. Það virðist einnig vera skortur á fagfólki og aðilum sem menntaðir eru í ferðaþjónustu á Siglufirði. Flestir viðmælendanna töluðu um að það væri mjög einkennandi fyrir aðila sem starfa í ferðaþjónustu í bænum að þeir séu ekki með rétta menntun eða þjálfun til að taka á móti ferðamönnum og þar af leiðandi er ekki tekið á móti ferðamönnum af fagmennsku. Valur telur að aukin þörf er á þjálfun fyrir allt starfsfólk innan ferðaþjónustunnar allt frá rekstraraðilum fyrirtækjanna, þeim sem sjá um markaðsmál og á meðal þjónustufólksins. Þrátt fyrir að Valur sé ekki hagsmunaraðili í ferðaþjónustu á Siglufirði þá gerði hann sér grein fyrir því og lagði ríka áherslu á að ferðaþjónustuaðilar á Siglufirði verða að átta sig á mikilvægi þess að kunna að

markaðssetja starfsemi sína og að taka á móti ferðamönnum af mikilli gestrisni því að það getur oft reynst besta kynningin fyrir svæðið.

5.2.1 Þátttaka sveitarstjórnar Fjallabyggðar

Skiptar skoðanir voru um þátttöku sveitarfélagsins í ferðaþjónustu á Siglufirði. Þeir viðmælendur sem töldu sig vera ánægða með þátttöku sveitarfélagsins í ferðamálum voru yfirleitt að fjalla um þá þátttöku sem átti sér stað fyrir sveitarstjórnarskiptin sem urðu 2010. Á þeim tíma var lagt fram fjármagn í markaðssetningu á svæðinu fyrir ferðamenn og ýmsir styrkir veittir ferðaþjónustunni. Hinsvegar var það gegnum gangandi í öllum viðtölunum að auka ætti áherslu sveitarstjórnarinnar í umsjón ferðamála fyrir svæðið. Sveitarfélagið ætti að stuðla að eða ýta undir samstarf á meðal ferðaþjónustuaðila ásamt þátttöku í kynningu á Fjallabyggð. Allir viðmælendurnir voru samröma því að fyrrum fulltrúi ferðamála Fjallabyggðar, Inga Eiríksdóttir, hafi sinnt starfi sínu vel og staðið vel að markaðssetningu fyrir svæðin. Egill greindi frá því að eins og nú væri komið fyrir þá væri enginn aðili hjá sveitarfélaginu Fjallabyggð sem hefði umsjón yfir ferðamál fyrir byggðirnar né væri það á stefnuskrá þeirrar bæjarstjórnar sem nú er við völd. Hann var mjög ósáttur að enginn sæi um þessi mál hjá sveitarfélaginu þá sérstaklega í ljósi þess að það hefur verið mjög hröð uppbygging í ferðaþjónustu á svæðinu. Egill sagði:

Ég held að við höfum ekki haft efni á því að láta Ingu fara. Það er búið að byggja hér upp ferðaþjónustu í bænum og Inga var vel komin inn í það mál, enda mjög fær stúlka, og núna er búið að fórnna því og nú þurfum við að byrja upp á nýtt. Við erum alls ekki að gera nóg, við verðum bara að vakna hér til lífsins sem eru að stjórna hér för.

Katrín Sif var einnig mjög ósátt með það að fyrrum fulltrúi ferðamála hefði látið af störfum og að enginn annar fenginn til að taka við hlutverki hans. Hún telur að sveitarstjórnin sýni mikið aðgerðarleysi þegar kemur að ferðamálum. Þetta aðgerðarleysi lýsir sér meðal annars í því að áður en Héðinsfjarðargöng opnuðu þá ætlaði sveitarfélagið Fjallabyggð í markaðsherferð til að kynna bæinn og vekja ákveðna umræðu um bæinn og göngin en það var aldrei gert og er þátttaka sveitarstjórnarinnar í ferðamálum nú óákveðin og nær engin. Finnur var einnig ósáttur og sagði „Ég held að sveitarstjórnin þurfi að gera sér grein fyrir

ferðapjónustunni og mikilvægi samstarfs á milli bæjarfélaga sem þeir eru ekki að gera nú. Ferðapjónustan er farin að hafa alveg ótrúlega mikið að segja fyrir Siglufjörð“. Greina mátti augljósan þirring í ferðapjónustuaðilum yfir aðgerðarleysi sveitarstjórnarinnar og leggja viðmælendur vonir um að aðilar þar inni fari að átta sig á því að ferðapjónustan hafi tölvurvert gildi fyrir Siglufjörð, hún sé atvinnuskapandi og auki fjölbreytnina í bænum. Hugmyndir komu fram á meðal viðmælenda að hægt væri að fá ferðamálafulltrúa sem hugaði að fleiri svæðum en eingöngu Fjallabyggð þannig að hægt væri að stuðla að samstarfi á milli bæjarfélaga, til að mynda á meðal Dalvík, Fjallabyggðar og jafnvel Skagafjarðar þar sem að svæðin gætu verið með einn og sama ferðamálafulltrúann.

5.2.2 Samstarf og markaðssetning Siglufjarðar

Skiptar skoðanir voru á meðal viðmælenda um hvernig samstarfi innanbæjar væri háttað og hvernig því væri framgengt. Það virðist vera að það hafi lítið reynt á samstarf ferðapjónustuaðila í bænum þar til nú, vegna bættra samganga í bæinn, og eru þeir að átta sig á mikilvægi þess smátt og smátt. Undanfarin ár hefur nánast ekkert verið gert til að stuðla að samstarfi í ferðapjónustu í bænum og sama gildir um samstarf Siglufirðinga við önnur bæjarfélög. Árið 2010 varð þó breyting á því þegar frumkvöðlarnir í Rauðku ehf. hófu rekstur sinn á Siglufirði og Ferðafélagið Tröllli á Tröllaskaga myndaðist og byrjaði að stuðla að samstarfi ferðapjónustuaðila í Ólafsfirði og Dalvík. Þá fóru ferðapjónustuaðilar á Siglufirði að vakna til lífsins og áttuðu sig á því að það gæti reynst þeim mikilvægt að vinna saman. Á Síldarævintýrinu sumarið 2010 varð fyrsta eiginlega samstarf í ferðapjónustu á Siglufirði til en þá komu saman allir þjónustuaðilarnir og skipulögðu bæjarhátíðina í sameiningu og voru margir mjög ánægðir með það enda hefðu þessir aðilar ekki unnið áður saman og gekk það vel. Þegar viðmælendur ræddu um vanhæfni ferðapjónustuaðila á Siglufirði til að vinna saman þá var það oftast í tengslum við þann atburði sem varð þegar og eftir að Héðinsfjarðargöngin opnuðu. Fyrstu vikurnar eftir opnun gangnanna var straumur ferðamanna til bæjarins gífurlega mikill og voru margir heimamenn ekki undirbúnir því að taka á móti ferðamönnum á þessum árstíma. Ferðamenn komu að bænum nánast lokuðum þar sem að hvorki söfnin, bakaríð né þeir nýju veitingastaðir við höfnina, sem höfðu fengið mikla umfjöllun á landsvísu, höfðu opið. Valur greindi frá því að ferðapjónustuaðilar hefðu ekki staðið sig nægilega vel og gætu þessir atburðir haft slæm áhrif á ímynd bæjarins. Hann sagði „Fyrstu tvær vikurnar eftir

opnun gangnanna kom fólk í umvörpum til Siglufjarðar og það var allt lokað... fólk stóð bara fyrir utan Hannes Boy með hamborgara frá sjoppunni að kíkja inn um gluggana“. Það má áætla að vegna skorts á fagfólki og menntunar þjónustuaðila á Siglufirði að heimamenn hafi ekki gert sér grein fyrir því hvað gæti fylgt bættu aðgengi að Siglufirði sem hefur auðveldað öllum frá austanverðum Tröllaskaganum, þá sérstaklega að vetrarlagi, að koma til Siglufjarðar. Þetta mátti greina á orðum Vals „þetta var mjög mikið kjaftshögg fyrir þau þessa fyrstu daga eftir opnun gangnanna og fyrstu vikurnar. Ég held að þau hafi aldrei búist við þessu“.

Ferðaþjónusta á Siglufirði hefur verið afar lítið markaðssett undanfarinn áratug en sú sveitarstjórn sem stjórnaði för á árunum 2006 til 2010 lagði þó meiri áherslu á kynningu bæjarins en áður hafði verið gert. Það má segja að þá hafi í raun verið lagt að einhverju leiti áhersla á markaðssetningu á ferðaþjónustu í bænum og var svæðið kynnt í heild og aukin áhersla lögð á skíðasvæðið. Þá unnu sveitarfélagið og skíðasvæðið saman að því að markaðssetja bæinn fyrir vetrarferðamennsku og notuðu slagorðið „Siglufirsku Alþarnir“. Lítið hefur borið á því að ferðaþjónustuaðilarnir sjálfir hafi verið að markaðssetja sig á eigin vegum eða taka sig saman og kynna svæðið í heild með samstarfi sínu á milli í kynningarmálum. Helstu ástæðurnar sem voru nefndar eru skortur á fjármagni, að of mikill kostnaður fælist í því að markaðssetja sig sjálfur og samkvæmt fyrrum fulltrúa ferðamála í Fjallabyggð þá væri aðdráttarafli Siglufjarðar ekki nógu mikið til að geta auglýst á landsvísu, hvað þá erlendis. Inga sagði;

Í rauninni er ekki hægt að segja að það sé hægt að markaðssetja Siglufjörð eða Fjallabyggð það er þá frekar að markaðssetja Tröllaskaga fyrir Íslendinga en þú ferð ekkert til útlanda og ferð og markaðssetur Tröllaskaga, þú byrjar á að markaðssetja Ísland. Ég get lofað þér því að ef þú ert útlendingur þá ertu ekki að koma til Íslands bara til að koma á Síldarminjasafnið á Siglufirði ... eins og ef ég hugsa þetta út frá mér þá er ég ekki að koma til Frakklands bara til að skoða Eiffel turnin

Valur lagði ríka áherslu á að ferðaþjónustuaðilar á Siglufirði yrðu að gera sér grein fyrir mikilvægi þess að kunna markaðssetja sig. Flestir viðmælendur nefndu að markaðssetning í ferðaþjónustu á Siglufirði yrði að vera gerð í samvinnu milli allra fyrirtækjanna þar sem að Siglufjörður væri kynntur í heild sinni og hvað væri í boði fyrir ferðamenn þegar þeir

kæmu á svæðið. Viðmælendur komu með margar hugmyndir um hvernig mætti markaðssetja Siglufjörð og voru þar nefndar óhefðbundnar aðferðir í kynningarmálum, svo sem að búa til gott orðspor um bæinn og fá heimamenn til að fá vini og ættingja í heimsókn og sýna þeim hvað bærinn hefur upp á að bjóða. Sumir stungu upp á því að hægt væri að markaðssetja Siglufjörð með öðrum byggðarkjörnum á Tröllaskaganum og bjóða upp á ferðir um „Tröllaskagahringinn“, söguhring um Tröllaskaga með viðkomu í helstu söfnum byggðarlaganna. Mikil áhugi virðist vera á meðal heimamanna um að stuðla betur að kynningu svæðisins fyrir landsmönnum og að sýna hvað bærinn hefur upp á að bjóða, þá sérstaklega í ljósi bættra samganga og spá um aukningu í straumi ferðamanna til bæjarins. Á viðmælendum mátti samt greina að það vantar nauðsynlega einhvern aðila sem geti tekið af skarið sem fyrst og geti leitt samstarf í kynningarmálum fyrir bæinn.

5.3 Gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélagið

Þegar viðmælendur voru spurðir um hvort að ferðaþjónustan hefði mikið gildi fyrir Siglufjörð þá voru allir sammála því.

Finnur gerði grein fyrir því að ferðaþjónustan skapar miklar tekjur fyrir bæinn og aukin störf, þá sérstaklega yfir sumartímann. Á sumrin verður gífurleg aukning í störfum í ferðaþjónustu og eru þetta störf fyrir heimamenn og börn þeirra sem hafa mögulega þurft að leita annað í nám og flytjast þá aftur til heim fjölskyldna sinna yfir sumartímann. Hagnaðurinn sem myndast af ferðamennsku er mjög mikill fyrir lítið svæði eins og Siglufjörð og greindi Inga frá því að á Síldarævintýrinu árið 2009 lagið sveitarfélagið út rúmar þrjár milljónir en bærinn fékk til baka tæpar sextíu milljónir í hagnað. Flestir viðmælendur fjölluðu um það að ferðamennska hefur einnig mjög mikil áhrif á bæjarlíf og samfélag heimamanna og hefur það jafnvel meira gildi en tekjurnar.

Gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélagið birtist í þeirri umræðu viðmælenda að eftir að síldin fór þá hafi það fólk sem sat eftir í bænum þurft að búa við erfiðar aðstæður og það hafði mikil áhrif á bæjarbraginn. Síldarmannvirkin stóðu í niðurníslu og bærinn var álitinn einn sá ljótasti bær á sem til væri á Íslandi í mörg ár. Nú er öldin önnur því að ferðaþjónustan hefur breytt ásýnd bæjarins og viðhorfi heimamanna. Örlygur er þeirrar skoðunar að ferðaþjónustan og þá sérstaklega Síldarminjasafnið hafi átt stóran þátt í því að endurheimta þá fyrri sjálfsvirðingu og reisu bæjarbúa sem hafði drabbast niður undanfarin ár. Frá því að Siglufirðingar fóru að veita ferðaþjónustu þá fór það að hafa áhrif á

sjálfsmynd bæjarbúa. Heimamenn urðu ákaflega stoltir og margir urðu mun jákvæðari að eðlisfari. Hann sagði að „þetta [ferðaþjónustan] hafði þá einhverja þýðingu fyrir heimamenn ... fólk varð hissa, ánægt og stolt“. Síldarminjasafnið hefur einnig fengið margar alþjóðlegar viðurkenningar og hefur það mögulega eflt hina sterku vitund heimamanna um að þeir eigi langa og sterka sögu og séu í raun afkomendur síldarbæjarins. Samkvæmt Finn hefur safnakostur bæði Síldarminjasafnsins, Þjóðlagasetursins og Rauðku ehf. einnig lífgað upp á útlit bæjarins og haft þau áhrif í kjölfarið að bæjarbúar eru farnir að taka meira til í görðunum sínum og gera upp sín eigin hús að utan sem og að innan. Ferðaþjónustan hefur því mikil áhrif á sjálfsmynd bæjarbúa og hefur hún endurvakið það menningarlega gildi sem bærinn bjó áður yfir í hjörtum heimamanna.

Ferðaþjónustan er því farin að hafa verulegt gildi fyrir Siglufjörð. Í bænum er mikill fjöldi veitingastaða sem hugsanlega væru ekki til ef það væri ekki fyrir ferðamenn. Þegar veitingastaðurinn Hannes Boy og Rauðku ehf. svæðið var í uppbyggingu vorið 2010 þá fylgdust heimamenn spenntir með framkvæmdunum og tóku oft með vinafólk og gesti með sér á svæðið til að sýna þeim hvað væri að gerast á Siglufirði. Veitingastaðurinn var ætlaður til þess að auka þjónustustigið fyrir ferðamenn í bænum en þegar veitingastaðurinn opnaði þá voru það heimamenn sem komu aftur og aftur. Heimamönnum þótti þá veitingastaðurinn kærkomin viðbót við þá flóru veitingastaða sem fyrir voru í bænum. Þjónustuframboðið hefur því aukist mikið eftir að bærinn fór að bjóða ferðamönnum upp á þjónustu og hafa heimamenn hagnast mikið á því. Heimamenn hagnast einnig á auknu umstangi í kringum bæjarhátíðirnar yfir sumartímann. Þeir taka mikinn þátt og á Þjóðlagahátíðinni er boðið upp á margvísleg námskeið fyrir gesti hátíðarinnar sem stendur heimamönnum einnig til boða, til dæmis söngur, tónlist, ljóðagerð, trésmíði og fleira. Heimamenn taka nánast allir þátt og fá þeir tækifæri að læra nýja hluti. Á Síldarævintýrinu er stærsti hlutinn af skemmtiatriðunum heimatilbúinn og starfa íbúar oftast sem sjálfboðaliðar á hátíðinni og taka þeir sjálfir þátt ásamt fjölskyldum sínum.

5.4 Framtíðarhorfur

Framtíðin í ferðaþjónustu á Siglufirði er talin vera mjög björt og eru heimamenn sannfærðir um að það verði gríðarleg aukning á komu ferðamanna til Siglufjarðar vegna bættra samganga. Eins og Finnur sagði þá hefur hornsteinn bæjarins alltaf verið sjávarútvegur en núna er komið vægi þar á móti sem er ferðaþjónustan. Mikil gróska

virðist vera í ferðþjónustu í bænum og er nýtt hótél á planinu hjá Rauðku ehf. Það mun breyta heilmiklu fyrir framboð gistingu og gæðum í bænum en hótelið kemur til með að bjóða upp á gistingu fyrir allt að 120 manns. Skíðasvæðið hefur í auknu mæli verið að trekkja að ferðamenn víðsvegar af landinu og eru lagðar miklar væntingar til þess að það muni leiðrétta þann halla sem verður af árstíðabundinni ferðþjónustu á svæðinu. Margir viðmælendanna voru staðráðnir í því að sá nýi hringur sem myndast um Tröllaskagann muni reynast gífurlegt aðdráttarafl og að nú þurfi heimamenn í byggðunum að markaðssetja skagann í sameiningu til að fá ferðamenn til að beygja af hringvegi eitt í kringum landið. Ferðþjónustuaðilar á Siglufirði virðast hafa áttað sig á af mistökum sínum eftir opnun Héðinsfjarðarganga, eins og Egill sagði að „við verðum að passa okkur núna, við erum með svo mikið í höndunum og við megum ekki klúðra því“. Hann vonast því til að ferðþjónustuaðilar muni sjá hagnað sinn í því að hafa þjónustuna til staðar fyrir ferðamenn allan ársins hring en að það sé ekki allt lokað þegar ferðamenn heimsækja bæinn.

6 Umræður og ályktanir

Niðurstöður rannsóknarinnar sýna að Siglufjörður á nánast við í öllum þeim skilgreiningum sem fjallað var um í fræðilegri umræðu. Nash og Martin (2003) skilgreindu jaðarsvæði út frá huglægu mati hvers einstaklings og frá landfræðilegum skilningi. Allir viðmælendur voru sammála því að bærinn væri jaðarsvæði vegna staðsetningu hans því bærinn er í dágóðri fjarlægð frá höfuðborginni sem og næsta stóra byggðarkjarna. Þegar kom að huglægu mati þá virðist vera að þar sem að bærinn er einn af norðlægustu stöðum landsins, og veðurfar og færð hefur oft hamlandi áhrif á samgöngur, þá getur skynjun og ímynd margra á Siglufirði verið sú að bærinn sé jaðarsvæði.

Eitt af helstu einkennum jaðarsvæða samkvæmt Wanhill og Buhalis (1999) var að efnahagur svæðanna hefur orðið fyrir miklum breytingum í kjölfar þess að iðngreinar, á borð við landbúnað og fiskveiðar, hafa farið dalandi á svæðunum og því hefur verið leitað til ferðaþjónustu sem ákveðið bjargráð fyrir efnahaginn. Ferðaþjónusta getur því haft gífurleg áhrif á jaðarsvæðið og jafnvel valdið byltingu fyrir það. Hún getur skapað störf, stuðlað að uppbyggingu á innviðum svæða, aukið fjölbreytni í atvinnulífi og fengið brottflutta íbúa til að flytja aftur á svæðið. Samfélag Siglufjarðar virðist vera að ná að rétta við kjöl sinn eftir slæmt árferði í fiskveiðum undanfarna áratugi og hefur samfélagið þar leitað eftir tækifærum í öðrum atvinnuvegum eins og í störfum við fjarvinnslu stofnanna frá þéttbýlinu. Ferðaþjónusta á Siglufirði hefur fengið aukið vægi á síðastliðnum tveimur til þremur árum. Mörg störf sköpuðust í bænum þegar nýsköpunarfyrirtækið Rauðka ehf. hóf starfsemi sína vorið 2010 og hefur fyrirtækið stuðlað að breyttu viðhorfi heimamanna. Starfsmenn fyrirtækisins leggja meiri áherslu en áður hefur þekkt á samstarf innan Siglufjarðar ásamt því að allir heimamenn fái að fylgjast með framförum í ferðaþjónustu bæjarins.

Prideaux (2002) setti fram þá kenningu að velgengni í ferðaþjónustu á jaðarsvæðum sé háð tveimur þáttum; aðgengi að svæðinu og góðu aðdráttaraflí. Sú velgengni byggist einnig á því að svæðið geti markaðssett sig sem aðdráttarafl ásamt því að vera með hagkvæma og upplýsta stjórnun ferðamála. Héðinsfjarðargöngin bættu aðgengið til Siglufjarðar sem um munar þegar þau opnuðu haustið 2010 og leggja heimamenn miklar vonir í að þau muni auka komu ferðamanna til svæðisins. Þá er spurning hvort að svæðið

sé í stakk búíð til að taka á móti slíkum ferðamönnum og hvort að ferðaþjónustuaðilar þurfi að markaðssetja Siglufjörð betur fyrir ferðamenn. Skiptar skoðanir voru á því hvort að markaðssetning hefði gengið vel fyrir bæinn. Egill taldi bæinn vera ágætlega markaðssettann þar sem að sveitarfélagið hefði tekið mikinn þátt í að kynna skíðasvæðið. Hinsvegar var Valur ekki á sama máli og taldi að bærinn þyrfti að gera miklu betur í kynningarmálum og væri ekki í stakk búinn til að taka á móti ferðamönnum. Það sýndi sig eftir opnun Héðinsfjarðargangnanna þegar ferðamenn streymdu í bæinn, vegna bætt aðgengis, í von um að sjá eitthvað sem þeir höfðu ekki áður séð, en frammi fyrir þeim stóð lokaður bær. Það er vonandi að Siglufirðingar átti sig á þeim mistökum og geri sér grein fyrir því að ferðaþjónusta hefur miklu hlutverki að gegna fyrir samfélagið. Í niðurstöðunum kom það fram að fjörðurinn býr yfir mörgu sem laðar að ferðamenn og að það sé mikilvægt fyrir heimamenn að átta sig á því hvað þeir hafa í höndunum til að geta markaðssett svæðið sem aðdráttarafl. Samkvæmt niðurstöðum rannsóknar þá hefur lítið verið lagt upp úr því að markaðssetja Siglufjörð og getur það mögulega verið vegna þess að ekki hefur verið nægilegt fjármagn til staðar sem lagt hefur verið í kynningarmál. Hugsanlega hefur skoðun fyrrum fulltrúi ferðamála, Ingu Eiríksdóttur, á markaðssetningu Siglufjarðar sem aðdráttarafls einnig haft áhrif á ferðaþjónustuaðila á svæðinu. Inga sagði að í raun væri ekki hægt að markaðssetja Siglufjörð fyrir erlenda ferðamenn því að svæðið væri það lítið og það hefði ekki úrslita áhrif á ákvörðun ferðamannsins að heimsækja Ísland eða að innlendir ferðamaður leggði í ferðalag um Ísland einungis til að heimsækja bæinn. Það er vonandi að ferðaþjónustuaðilar í bænum átti sig á því að Siglufjörður býr yfir mjög sterku aðdráttarafls eins og Síldarminjasafni Íslands, sem hefur unnið mörg alþjóðleg verðlaun. Það er nauðsynlegt að þeir geri sér grein fyrir mikilvægi þess að kynna svæðið og markaðssetja sig vel til að laða að gesti þar sem að ferðaþjónustan hefur mikið gildi fyrir bæinn. Slík markaðssetning getur bæði verið óformleg og formleg og unnin í samstarfi á milli ferðaþjónustuaðila eða á meðal nærliggjandi bæjarfélaga eins og svo margir viðmælendur töluðu um.

Niðurstöður sýna að á Siglufirði ríkir mikil árstíðabundin ferðaþjónusta. Baum og Hagen (1999) fjölluðu um mikilvægi þess að viðurkenna að árstíðarbundin atvinna hefur neikvæð áhrif á gæði ferðaþjónustunnar á lágannartíma. Þetta er eitthvað sem ferðaþjónustuaðilar á Siglufirði hafa rekið sig á og margir þjónustuaðilar hafa lokað yfir nánast allan vetrartímamann síðustu ár. Eitthvað virðist viðhorf heimamanna vera að breytast og það á að lengja opnunartíma Hannes Boy veitingastaðarins vegna aukningu í komu

ferðamanna yfir vetrartímann. Skíðasvæðið hefur stuðlað að gífurlegri aukningu á gestafjölda í bænum og virðast aðrir þjónustuaðilar sjá hagnað sinn í því að halda þjónustu sinni opinni lengur yfir lágannatímann. Mikilvægt er fyrir ferðaþjónustuaðila, sveitarstjórn og íbúa jaðarsvæða, sem og annarra svæða, að hleypa ferðamennsku inn í sitt daglega líf en ekki að horfa á hana sem tímabundna atvinnu eða eingöngu með gróðasjónarmið. Það þarf að bjóða að minnsta kosti upp á grunnþjónustu fyrir ferðamenn á svæðinu allan ársins hring en ekki bara þegar heimamönnum hentar. Viðhorf viðmælenda var afar tengt því að ferðaþjónusta væri eingöngu atvinna sem stæði í boði yfir sumartímann eða sem hlutastarf eða áhugamál. Ef skoðaðar eru gestatölur ferðamanna þá komu 10.600 gestir á skíðasvæðið veturinn 2009 og er það nánast sami fjöldi og heimsótti Síldarminjasafnið yfir allt árið 2009. Það er því ljóst að á veturna er skíðasvæði Siglufjarðar gífurlega vel sótt af ferðamönnum og eru möguleikar á enn meiri aukningu í kjölfar opunar gangnanna. Baum og Hagen (1999) greindu frá því að það sé mjög mikilvægt fyrir jaðarssvæði að bæði einkaaðilar og hið opinbera vinni saman til að komast hjá árstíðabundinni ferðaþjónustu. Slík samvinna er eitthvað sem allir viðmælendur sáu sem mikilvægan þátt til að stuðla að hagkvæmri þróun Siglufjarðar sem ferðamannastaðs, en þótti þeim hið opinbera taka lítinn sem engan þátt í ferðamálum fyrir svæðið.

Í fræðilegri umræðu var fjallað um tvær mismunandi kenningar um viðhorf heimamanna til ferðamanna og ferðamennsku. Doxey (1975 í Glasson o.fl., 2000) setti fram þá kenningu að viðhorf heimamanna gagnvart ferðamennsku færi í gegnum fimm stig eftir því sem ferðamönnum fjölgar á svæði þeirra. Samkvæmt áreitisskala Doxey má segja að samfélag Siglufjarðar sé á stigi ánægju (*e. euphoria*) þar sem heimamenn eru jákvæðir og bjóða ferðamenn velkomna. Á stigi ánægju er einnig einkennandi lítil stjórnun og skipulagning á ferðamennsku. Bjorklund og Philbrick (1972 í Glasson o.fl., 2000) gagnrýndu Doxey og sögðu að viðhorf heimamanna væri ekki svona einfalt, að viðhorfið færi eingöngu beina leið í gegnum þessi fimm stig. Þeir settu fram þá kenningu að viðhorf heimamanna gæti breyst eftir því hvort að viðkomandi sé hagsmunaraðili eða ekki. Þeir viðmælendur sem áttu hagsmuna að gæta voru með mjög jákvætt viðhorf gagnvart ferðamennsku á Siglufirði og vildu sjá aukna kynningu og markaðssetningu hjá ferðaþjónustuaðilum og betra samstarf. Sá sem var ekki hagsmunaraðili og starfaði ekki í beinum tengslum við ferðaþjónustu var fremur neikvæður í garð ferðaþjónustuaðila í bænum vegna skorts á fagfólki en studdi samt við aukna uppbyggingu og nýsköpun í ferðaþjónustu.

Fletcher (2005) fjallaði um samfélagsleg áhrif ferðamennsku og taldi hann upp þau jákvæðu áhrif sem innihéldu aukið stolt samfélagsins á sögu og menningu þess ásamt aukinni uppbyggingu á innviðum ferðaþjónustunnar. Í niðurstöðum rannsóknarinnar kom fram að ferðamennska hefur mjög jákvæð áhrif á samfélagið og bæjarbraginn. Hún hefur endurvakið þá reisu að vera Siglfirðingur þar sem að sjálfsmýnd bæjarbúa brotnaði niður eftir að síldarveiðin lagðist af. Ferðaþjónustan hefur ýtt undir stolt bæjarbúa á sögu þeirra ásamt því að Síldarminjasafnið hefur endurvakið menningararfleiðina og minnir bæjarbúa á uppruna sinn. Viðmælendur voru einnig sammála því að ferðaþjónustan lífgi upp á bæinn og það myndist ákveðin stemning og jákvætt andrúmsloft í kringum ferðamennina.

Niðurstöður rannsóknarinnar sýna því að gildi ferðaþjónustunnar fyrir samfélag og byggð Siglufjarðar er mjög mikið. Eitt mikilvægasta hlutverk hennar er að ferðamennska á Siglufirði stuðlar að bættri sjálfsmýnd heimamanna. Einnig er ferðaþjónustan atvinnuskapandi, hún færir inn tekjur fyrir samfélagið, heimamenn hagnast af bættri þjónustu vegna nýrra veitingahúsa og mikið líf færir í bæinn. Mikilvægt er nú fyrir Siglufjörð að skapa grundvöll fyrir samstarfi á milli ferðaþjónustuaðila og við sveitarfélagið. Sveitarfélagið þarf að íhuga vel hvort að það þurfi ekki að ráða inn aðila sem sér um kynningarmál og ferðamál í bænum. Einnig þarf að leggja meira í markaðssetningu og kynningu á aðdráttarafli Siglufjarðar fyrir landsmenn og erlenda ferðamenn svo að heimamenn geta verið vissir um að ferðamennska muni aukast í bænum.

Heimildir

Anderbeck, K.L. og Vogt, C.A. (2000). The Relationship between resident's attitudes toward tourism and tourism development options [rafræn útgáfa]. *Journal of Travel Research* 39(1), 27-36.

Axel Hall, Ásgeir Jónsson og Sveinn Agnarsson (2002). *Byggð og búseta: þéttbýlismyndun á Íslandi*. Gutenberg: Reykjavík

Baum, T. og Hagen, L. (1999). Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations [rafræn útgáfa]. *International Journal of Tourism Research* 1(5), 299-312.

Buhalis, D. (1999). Tourism on the Greek Islands: issues of peripherality, competitiveness and development [rafræn útgáfa]. *International Journal of Tourism Research* 1(5), 341-358.

Esterberg, K. (2002). *Qualitative methods in social research*. Boston: McGraw-Hill.

Fjallabyggð (2010a). *Afþreying*. Skoðað 11. október 2010 á http://www.fjallabyggd.is/is/page/afthreying_1

Fjallabyggð (2010b). *Ferðapjónusta*. Skoðað 11. október 2010 á <http://www.fjallabyggd.is/is/page/ferdathjonusta>

Fjallabyggð (2010c). *Tjaldstæði*. Skoðað 11. október 2010 á <http://www.fjallabyggd.is/is/page/tjaldstaedi>

Fjallabyggð (2010d). *Um Siglufjörð*. Skoðað 8. október 2010 á http://www.fjallabyggd.is/page/um_siglufjord

Fletcher, J. (2005) (3. útgáfa). The socio-cultural impact of tourism. Í Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. og Wanhill, S. (ritstj.), *Tourism Principles and Practice* (bls. 224-257). Essex: Pearson Education Limited.

Glasson, J., Godfrey, K. og Goodey, B. (2000). *Towards visitor impact management: visitor impacts, carrying capacity and management responses in europe's historic towns and cities*. Hants: Ashgate Publishing limited

Hagstofa Íslands (2010a). *Mannfjöldi eftir byggðakjörnum, kyni og aldri 1. janúar 1998-2010*. Skoðað 8. október 2010 á <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Byggdakjarnar,-postnumer,-hverfi>

Hagstofa Íslands (2010b). *Mannfjöldi í einstökum byggðarkjörnum og strjálbýli eftir landsvæðum ár hvert 1889-1990*. Skoðað 6. október 2010 <http://hagstofa.is/Hagtolur/Mannfjoldi/Byggdakjarnar,-postnumer,-hverfi>

- Hall, C. Michael (2005). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. Edinburgh: Pearson Education Limited
- Hall, C.M. og Page, S. (2.útgáfa) (2002). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. Oxon: Routledge.
- Hjalti Jóhannesson, Grétar Þór Eypórsson og Kjartan Ólafsson (2001). *Jarðgöng og vegagerð á norðanverðum tröllaskaga: mat á samfélagsáhrifum*. Akureyri: Rannsókn- og þróunarmiðstöð Háskólans á Akureyri.
- Mathieson, A. og Wall, G. (1992). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Essex: Longman Group Limited.
- McKercher, B. og Fu, C. (2005). Living on the edge [rafræn útgáfa]. *Annals of Tourism Research* 33(2), 508-524.
- Midnight Sun Race (2010). *Midnight sun race: in the wake of vikings*. Skoðað 11. október 2010 á <http://www.icesun.is/>
- Nash, R. og Martin, A. (2003). Tourism in peripheral areas: the challenges for northeast scotland [rafræn útgáfa]. *International Journal of Tourism Research* 5(3), 161-181.
- Prideaux, B. (2002). Building visitor attractions in peripheral areas: can uniqueness overcome isolation to produce viability? [rafræn útgáfa]. *International Journal of Tourism Research* 4(5), 379-389.
- Siglufjörður (2004). *Aðalskipulag Siglufjarðar 2003-2023: greinagerð*. Skoðað 8. Október á http://www.fjallabyggd.is/skrar/.pdf/greinarger__23.09_2004.pdf
- Sigríður K. Þorgrímsdóttir og Halldór V. Kristjánsson (2008). *Byggðarlög með viðvarandi fólksfækkun: Fjallabyggð*. Sauðárkrókur: Byggðastofnun.
- Síldarminjasafn Íslands (2010). *Síldarminjasafn Íslands*. Skoðað 10. Október 2010 á <http://sild.is/is>
- SKSigló ehf. (2010). *Um Rauðku ehf*. Skoðað 8. október 2010 á http://www.sksiglo.is/is/page/upplýsingar_um_fyrirtaekid_-_framtidarplon/
- Taylor, S. J og Bogdan, R. (1998). *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource* (3.útgáfa). Canada: John Wiley og Sons.
- Vegagerðin (2010). *Tafla yfir ýmsar leiðir*. Skoðað 8. október 2010 á <http://www.vegagerdin.is/vegakerfid/vegallengdir/tafla-yfir-ymsar-leidir/>
- Vegagerðin (á.á.). *Hédinsfjarðargöng*. Skoðað 8. október 2010 á <http://www.vegagerdin.is/storframkvaemdir/hedinsfjardargong/>

Wang, Y. og Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community [rafræn útgáfa]. *Journal of Travel Research* 47(1), 84-93.

Wanhill, S. og Buhalis, D. (1999). Introduction: challenges for tourism in peripheral areas [rafræn útgáfa]. *International Journal of Tourism Research* 1(5), 295-297.

Þ. Ragnar Jónasson (1997). *Siglfirskir söguþættir*. Reykjavík: Vaka-Helgafell.

Viðauki 1

Viðtalsrammi ritgerðar

1. Hve lengi hefur þú búið á Siglufirði (í Fjallabyggð) og kemur fjölskylda þín héðan?
2. Við hvað starfar þú hér og hvaða menntun býrðu yfir?
3. Getur þú lýst fyrir mér samfélaginu á Siglufirði?
4. Það hefur verið töluverð fólksfækkun undanfarin ár í bænum, hvað er það sem heldur þér og þínum í bæjarfélaginu?
5. Hvað finnst þér vera helsta aðráttarafl Siglufjarðar fyrir ferðamenn? Hvernig þá?
6. Hvað finnst þér einkenna ferðamenn á svæðinu?
7. Hafa heimamenn einhver samskipti við ferðamenn?
8. Ertu vör/var við árstíðabundnar sveiflur í ferðaþjónustunni? Hvernig birtast þær?
9. Telur þú Siglufjörð vera jaðarsvæði? Í hvaða skilningi?
10. Heldur þú að ímynd bæjarins sem jaðarsvæði geta verið aðráttarafl fyrir ferðamenn? Hvernig þá?
11. Finnst þér ferðaþjónustan gegna einhverju mikilvægi fyrir bæinn? Hvernig þá?
12. Finnur þú fyrir einhverjum áhrifum af ferðamönnum og ferðaþjónustu á samfélagið sjálft?
13. Hvernig finnst þér aðstaðan og aðgengið fyrir ferðamenn vera í bænum?
14. Hvaða áhrif telur þú að Héðinsfjarðargöngin hafi á ferðaþjónustu fyrir svæðið?
15. Telur þú að Héðinsfjarðargöngin hafi einhver áhrif á ímynd svæðisins sem „að vera á jaðrinum“? Hvernig þá?
16. Hvað finnst þér um þátt sveitarfélagsins í ferðaþjónustu á svæðinu?
17. Hvernig telur þú að auka mætti komu ferðamanna til svæðisins?