

FERÐA
MÁLA
STOFA

ICELANDIC
TOURIST
BOARD



RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA



Viðhorf Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu

Greining könnunar meðal Íslendinga í október 2014

- Unnið fyrir Ferðamálastofu -

Edward H. Huijbens

Eyrún Jenný Bjarnadóttir

© Rannsóknamiðstöð ferðamála 2015

Útgefandi: Rannsóknamiðstöð ferðamála, Borgum v/ Norðurslóð, IS-600 Akureyri
Sími: (+354) 460-8930
Fax: (+354) 460-8919
Rafpóstur: rmf@unak.is
Veffang: www.rmfi.is

Titill: Viðhorf Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu
Greining könnunar meðal Íslendinga í október 2014
- Unnið fyrir Ferðamálastofu -

Höfundar: Edward H. Huijbens og Eyrún J. Bjarnadóttir.

Kápa: Ásprent-Stíll og Rannsóknamiðstöð ferðamála
Prentun: Stell (www.stell.is)

Númer: RMF-S-01-2015
ISBN: 978-9935-437-34-1
ISSN: 1670-8857

Forsíðumynd er af ferðafólki á Jökulsárlóni, seinnipart dags 29. ágúst 2012.
Ljósmynd: Ragnar Th. Sigurðsson fyrir Ferðamálastofu ©

Öll réttindi áskilin. Skýrslu þessa má ekki afrita með neinum hætti, svo sem með ljósmyndun, prentun, hljóðritun eða á annan sambærilegan hátt, að hluta eða í heild, án skriflegs leyfis útgefanda.

Viðhorf Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu
Greining könnunar meðal Íslendinga í október 2014

- Unnið fyrir Ferðamálastofu -

Edward H. Huijbens

Eyrún Jenný Bjarnadóttir

Efnisyfirlit

Töflur og myndir	4
Inngangur	5
Áhrif ferðamennsku á heimafólk og áfangastaði	7
Viðhorf og hegðun	7
Kenningar um áhrif ferðamennsku á heimafólk	8
Áreitiskvarði Doxeys.....	12
Lífsferill áfangastaða	15
Greiningarrammi fyrir félagsleg áhrif ferðamennsku	19
Yfirlit erlendra rannsókna á félagslegum áhrifum ferðamennsku á heimafólk	21
Yfirlit rannsókna á viðhorfum Íslendinga til ferðamennsku 2000-2015	24
Greining niðurstaðna úr könnun meðal Íslendinga	29
Útgangspunktur.....	29
Viðhorf til ferðamanna og ferðapjónustu	31
Áhrif gesta á íslenskt samfélag og umhverfi	34
Sýn á ferðapjónustu og hlutverk hins opinbera	37
Ferðapjónusta og gestir í nærsamfélagi.....	39
Persónuleg tengsl við ferðapjónustu	43
Niðurstöður og samantekt.....	47
Þeir sem hafa áhyggjur.....	48
Staða Íslands á þróunarbraut áfangastaða	50
Lokaorð	55
Heimildir.....	59
Viðauki 1: Sértek félagsleg áhrif ferðamennsku á samfélög – yfirlit úr erlendum rannsóknum	67
Viðauki 2: Samantekt rannsókna á viðhorfum Íslendinga til ferðamennsku unnar á árunum 2000-2015	71

Tölur og myndir

Tafla 1: Áhrif á heimafólk og samfélag vegna ferðamennsku í rannsóknum.	11
Tafla 2: Áreitiskvarði Doxey, stig hans og merking.	13
Tafla 3: Tengsl milli lífsferils áfangastaða og skynjaðs kostnaðar og ávinnings heimafólks.	17
Tafla 4: Gini-stuðlar á svæðum fyrir gistinætur útlendinga á öllum gististöðum 1998-2014.	29
Tafla 5: Svæðaskipting búsetu svarenda könnunar Félagsvísindastofnunar HÍ.	30
Tafla 6: Samsvörun fullyrðinga um áhrif ferðafólks á náttúru og samfélag og áhrif gestakoma á lífsgæði.	42
Tafla 7: Hlutfallsleg fjölgun gesta frá árinu 2008 milli ára.	55
Mynd 1: Lífsferill áfangastaða.	16
Mynd 2: Samþætting áreitiskvarða Doxey við lífsferil áfangastaða og tegundir gesta.	19
Mynd 3: Greiningarrammi fyrir félagsleg áhrif ferðamennsku.	20
Mynd 4: Hlutfall þeirra sem finnst of lítið af gestum að vetri eftir lengd búsetu.	33
Mynd 5: Hlutfall svarenda sem telja að þjónusta við ferðamenn skapi miklar tekjur í sínu sveitarfélagi. Svör þar sem marktækur munur var á skoðunum.	40
Mynd 6: Greining á fylgni milli þess hvort fólk telji að tekjur skapist af þjónustu við ferðafólk og hvort gestir hafi áhrif á lífsgæði (já/nei).	41
Mynd 7: Tekjur af ferðaþjónustu hluta úr ári eða allt árið og viðhorf til fjölda gesta að sumri.	45
Mynd 8: Bakgrunnsbreytur svarenda sem finnst fjöldi ferðamanna heldur eða of mikill að sumri.	49
Mynd 9: Staða Íslands á þróunarbraut áfangastaða.	51
Mynd 10: Erlendir gestir í brottför um Flugstöð Leifs Eiríkssonar.	51
Mynd 11: Þróun farþegafjölda hjá Ícelandair og fjölda í talningu Ferðamálastofu, 2009-2014.	56

Inngangur

Í mörg hundruð ár hefur heimafólk átt það til að nöldra yfir ferðamönnum en að undanfögnu hefur nöldrið orðið jafn hávært og ferðamennirnir sjálfir. Íbúar í Hongkong hafa farið í mótmælagöngur gegn kínverskum ferðamönnum (sem þeir kalla engisprettur), íbúar í Barcelóna hafa einnig mótmælt eftir að nokkrir ítalskir ferðamenn sprönguðu um naktir og í miðbæ Amsterdam skiptist hástéttarfolk daglega á tröllasögum um ferðamennina – þegar það er ekki sjálft upptekið í ferðum til Barcelóna eða Hongkong til að vera ferðamenn þar (Kuper, 2015, þýðing höfunda).

Blaðamaður *Financial Times*, Simon Kuper sem hér er vitnað til, er fæddur í Amsterdam. Borgin er fyrir löngu orðin vel þekktur áfangastaður ferðafólks og er haft á orði að innan síkjanna þriggja sé borgin ekki lengur sú sama og heimafólk þekkir (Nijman, 1999). Kuper bætir við síðar í sömu grein sem endursögð er í danska blaðinu Politiken:

Mannhafið í Rijksmuseum fleytir manni framhjá öllum Rembrandt-verkunum, nánast án þess að maður ná að skoða þau. Kátir skarar manna hópast að húsi Önnu Frank og bíða í röðum eftir að ljósmynda felustaðinn áður en þeir væflast áfram í átt að nærliggjandi kynlífsverslunum (Kuper, 2015, þýðing höfunda).

Amsterdam, innan síkjanna þriggja hið minnsta, hefur orðið hnattvæddri fjöldaferðamennsku að bráð og glatað sögulegri skírskotun sinni og sérstöðu. Hún er orðin þekkt fyrir ímynd þess varnings sem þar er boðinn, varnings sem er markaðssettur og kynntur til að laða gesti til borgarinnar (Dahles, 1998; Nijman, 1999). Afleiðing þessa er firring heimafólks. Það fer að afneita vöruvæddri ímynd og leggja fæð á ferðafólk. Christopher Elliott (2010) fer í blaðagrein í *The Seattle Times* yfir nokkrar birtingarmyndir óvildar gagnvart ferðafólki og endar í nokkuð gamansömum tón á orðunum:

Svo það sé sagt, þá skaut enginn ferðamann meðan ég bjó í Florida Keys. Þannig lagað gerðist aðeins nokkru norðar (þýðing höfunda).

Haustið 2012 lýsti þáverandi þingmaður Þór Saari (2012) sinni upplifun af ferðafólki og ferðaþjónustu á Íslandi. Samantekið segir hann:

Gagnrýni mín snýst ekki um erlenda ferðamenn heldur fjölda þeirra og hvernig íslenskt samfélag er orðið ofurselt þeirri hugsun að allt sé leyfilegt í nafni peninga, jafnvel að svipta íbúana þeirri náttúru og því umhverfi sem þeir hafa fæðst og alist upp í (engin bls.).

Að mati Þórs hafði Ísland allt þegar á árinu 2012 hlotið örlög Amsterdam. Landið hafi þá þegar glatað sögulegri skírskotun sinni og sérstöðu og hafi orðið markaðsöflum ferðaþjónustu að bráð að mati Þórs. Þór Saari var þarna þingmaður og mikilvirkur í

fjölmiðlaumræðu og netheimum og kom álit hans töluverðri umræðu af stað á þeim tíma, umræðu sem hefur vaxið fiskur um hrygg í fjölmiðlum frekar en annað. Markmið þeirrar rannsóknar sem unnin var fyrir Ferðamálastofu og gert verður grein fyrir í þessari skýrslu snýr að viðhorfum Íslendinga almennt til ferðaþjónustu og ferðafólks. Samhliða er spurt á hvaða braut áfangastaðurinn Ísland er þegar kemur að þróun greinarinnar og gestakoma hingað til lands. Rannsóknarspurningin er: Hver eru viðhorf almennings á Íslandi til erlendra ferðamanna? En jafnframt er horft til ferðaþjónustu og þróunar hennar hér á landi.

Fræðilegir útgangspunktur skýrslunnar eru hugtökin þolmörk (e. *carrying capacity*) og lífsferill áfangastaða (e. *tourist area life cycle*, sk. TALC). Skýrslan byggir á ítarlegri samantekt alþjóðlegra og íslenskra heimilda um þessi hugtök og þá sérstaklega félagsleg þolmörk heimafólks gagnvart ferðamennsku. Þessi samantekt er sett í samhengi við niðurstöður könnunar um viðhorf Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu, sem Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands gerði fyrir Ferðamálastofu á haustdögum 2014 og höfundar sömdu. Alls svöruðu 1.167 manns könnuninni allstaðar af landinu á tímabilinu 2. október til 3. nóvember 2014 (svarhlutfall 59%). Gerð er ítarleg grein fyrir svörum við hverri spurningu könnunarinnar í skýrslu Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) sem hægt er að nálgast hjá Ferðamálastofu. Í þessari skýrslu eru niðurstöður hennar settar í víðara samhengi og ályktanir dregnar af þeim til samræmis við ofangreind markmið.

Skýrslan er í þremur hlutum. Fyrst verða kynntar erlendar og íslenskar rannsóknir á þolmörkum heimafólks, þar sem lykilhugtök verða skýrð. Í næsta hluta er farið yfir skilgreinda flokka spurninga í könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014), þar sem áherslan er á að túlka niðurstöður spurninga og greina frekar ef tilefni er til. Þriðji og síðasti hluti er samantekt og niðurstöður þar sem rannsóknarspurningum verður svarað í stuttu og hnitmiðuðu formi. Aftast eru svo nokkur lokaorð um niðurstöður greiningarinnar.

Ferðamálastofa fær þakkir fyrir að að fjármagna þetta rannsóknarverkefni. Fræðafólk við ferðamáladeild Háskólans á Hólum fær einnig sérstakar þakkir fyrir aðstoð við gerð könnunar og mótun markmiða þessarar rannsóknar.

Áhrif ferðamennsku á heimafólk og áfangastaði

Í þessum hluta er farið yfir helstu kenningar ferðamálafræða um áhrif ferðamennsku á heimafólk og áfangastaði. Sérstaklega eru skoðaðar kenningar George Doxeys um áreitiskvarðann, sem fjallar um samskipti heimafólks og gesta, og kenning Richard Butlers um lífsferil áfangastaða. Báðar þessar kenningar eru taldar til grundvallaratriða innan ferðamálafræða og ramma víða inn umfjöllun um áhrif ferðamennsku á heimafólk og áfangastaði. Við gerð þessarar samantektar var rýnt í á annað hundrað erlendar rannsóknar sem taka til viðhorfa heimafólks gagnvart gestum og félagslegra áhrifa ferðamennsku á heimafólk og áfangastaði. Undir lok þessa hluta er að finna yfirlit yfir helstu rannsóknir á félagslegum áhrifum sem hafa verið gerðar erlendis og á Íslandi.

Viðhorf og hegðun

Sérhver straumur ferðafólks, sama hversu mikill eða lítill hann er, mun hafa einhvers konar áhrif á þann stað sem fyrir honum verður. Þegar tiltekið svæði eða staður verður að áfangastað ferðafólks mun það hafa áhrif á líf þess fólks sem þar býr (Kim, Uysal og Sirgy, 2013) og geta þessi áhrif verið bæði jákvæð og neikvæð. Að sama skapi er þróun og árangur ferðapjónustu á hverjum áfangastað undirorpin velvilja og viðhorfum heimafólks. Þannig er samband gesta (þ.e. ferðafólks) og gestgjafa (e. *host*) grundvallaratriði og getur skorið úr um hvort gestir muni eiga góða upplifun á áfangastað gegnum vel útfærða ferðapjónustu og hvernig og að hve miklu leyti samfélag heimafólks á áfangastaðnum verður fyrir áhrifum af slíku sambandi (Sharpley, 2014).

Ótal þættir geta haft áhrif á viðhorf heimafólks gagnvart ferðafólki og ferðapjónustu á hverjum áfangastað. Áhrifin eru gjarnan einstaklingsbundin en flestar skilgreiningar á viðhorfum (e. *attitude*) bera með sér einhvers konar vísun í einhvern áhrifaþátt, eða „viðvarandi tilhneigingu í átt að sérstökum þætti í umhverfi manns“ (McDougal, 1987, bls. 87). Þessi tilhneiging endurspeglar í hugsunum (e. *cognitive component*), tilfinningum (e. *affective component*) og hegðun (e. *behavioural component*) gagnvart þessum tiltekna áhrifaþætti. Hvað hefur áhrif og hvernig, leiðir til skilnings á viðhorfum, sem getur þannig leitt til skilnings á hegðun og veitir okkur möguleika á að spá fyrir um hana (Saveriades, 2000). Hinsvegar er það svo að hugsanir, tilfinningar og hegðun geta verið lengur að koma

fram en t.a.m. tekjur vegna hagrænna áhrifa ferðamennsku og það er erfitt að lýsa þeim og nánast ómögulegt að mæla þær. Auk þess breytast viðhorf með tímanum; eitt viðhorf getur verið ríkjandi í dag og annað á morgun.

Í sinni einföldustu mynd upplýsa félagsleg þolmörk (e. *social carrying capacity*) um hvenær gestakomur eru farnar að hafa neikvæð áhrif á viðhorf heimafólks og hegðun þess gagnvart gestum. Þannig er talað um að viðkomandi staður hafi náð sínum félagslegu þolmörkum, en mikilvægt er að skilja að ekki er um að ræða einhverja fasta tölu eða hlutfall gesta miðað við íbúafjölda. Þolmörk geta einnig þróast í tímans rás og með vexti ferðamennsku (Saveriades, 2000). Viðhorf, stefna og uppbygging ferðaþjónustu skipta miklu (Sharpley, 1994 í Bergþóra Aradóttir o.fl., 2003). Kjarninn í því sem Sharpley dregur fram snýr að því hvernig heimafólk sjálft skynjar og mótar sér viðhorf gagnvart þeim gestakomum sem eru á þeirra heimaslóðir. Þannig markast félagsleg þolmörk heimafólks af þolinmæði heimafólks gagnvart veru og hegðun ferðafólks (O'Reilly, 1986; Saveriades, 2000). Það liggur því beint við að við skilning á þolmörkum heimafólks verði þau áhrif sem uppbygging ferðaþjónustu getur haft á heimafólk skoðuð samhliða viðhorfum fólks til gesta.

Kenningar um áhrif ferðamennsku á heimafólk

Fjöldmargar rannsóknir á félagslegum áhrifum ferðamennsku á heimafólk byggja á kenningunni um félagsleg skipti (e. *social exchange theory*).¹ Einnig eru til þær rannsóknir sem byggja á hugmyndum um vélrænan vöxt (e. *growth machine theory*) og tengsl við samfélag (e. *community attachment*), en þær eru færri og að jafnaði eldri. Kenningin um félagsleg skipti gengur út á að samband fólks hvert við annað byggir á gagnkvæmni og er samböndum þannig viðhaldið með því að einstaklingar bæði gefa hver til annars og þiggja hver frá öðrum (Emerson, 1976). Hvað varðar félagsleg áhrif ferðamennsku hefur þessi kenning verið notuð til þess að útskýra áhrif viðskipta og samskipta við gesti á viðhorf heimafólks gagnvart þeim. Til grundvallar liggur sú hugmynd að heimafólk horfi til ferðamennsku með tilliti til þess kostnaðar og ávinnings sem það væntir vegna samskipta þeirra við gesti (Ap, 1992 í Diedrich og García-Buades, 2009). Godfrey og Clarke (2000) og

¹ Social exchange theory hefur verið þýdd á íslensku s.s. sem félagsskiptakenningin, skiptikenningin og kenningin um félagsleg skipti. Hér er hugtakið þýtt sem kenningin um félagsleg skipti, sem m.a. hefur verið notuð í sálfræði (sjá: Hlín Kristbergisdóttir, Fanney Þórsdóttir, Arney Einarsdóttir, Leifur G. Hafsteinsson og Friðrik H. Jónsson, 2011).

Harrill (2004) halda því fram að viðhorf einstaklinga og hópa gagnvart ferðamennsku ráðist oftast en ekki af því hvort og þá hvers konar tengsl viðkomandi hefur við gesti á viðkomandi áfangastað. Ein algengasta tilgátan sem sett er fram með tilliti til þessa er á þá leið að því meira sem einstaklingur eða samfélag reiðir sig á tekjur af ferðafólki, því jákvæðara er viðhorfið (Harrill, 2004; Andereck o.fl., 2005; Andereck o.fl., 2007; Sharma o.fl., 2008).

Ýmsar tilraunir hafa verið gerðar til þess að flokka þau tengsl sem mögulega myndast í samskiptum gesta og heimafólks. Harrill (2004) flokkar þau í þrennt; félagshagfræðileg tengsl (e. *socioeconomic*), tengsl í rými (e. *spatial factors*) og efnahagsleg tengsl (e. *economic dependency*). Síðastnefndi flokkurinn er oftast skoðaður og varðar beint þann efnahagslega ávinning sem fólk hefur af gestakomum. Félagshagfræðileg tengsl lýsa áhrifum af breytum eins og t.d. tekjum, uppruna gesta og/eða heimafólks (e. *ethnicity*), aldri og kyni gesta og/eða heimafólks. Auk þess hefur lengd búsetu á tilteknum stað í sumum tilfellum þótt skipta máli m.a. með tilliti til þess hversu sterk tengsl viðkomandi hefur við staðinn (Harrill, 2004). Gursoy og Rutherford (2004) sýndu fram á að þeir einstaklingar, sem hafa sterk tengsl við það samfélag sem þeir búa í, séu líklegri til að koma auga á efnahags- og félagslegan ávinning ferðaþjónustu. Iðulega er þó talið að félagshagfræðilegar breytur hafi ekki úrslitaáhrif á viðhorf heimafólks til ferðafólks eða ferðamennsku (Perdue, Long og Allen, 1990; Husbands, 1989; Ryan og Montgomery, 1994; Lankford og Howard, 1994). Tengsl í rými eiga við um tengsl viðhorfa og raunverulegrar fjarlægðar milli heimafólks og ferðafólks þar sem breyturnar stærð, fjarlægð og staðsetning eru teknar til skoðunar. Nokkrar rannsóknir hafa sýnt fram á að þeir sem búa nálægt fjölsóttum áfangastað eða kjarna ferðaþjónustu hafi jákvæðari viðhorf gagnvart þróun ferðaþjónustunnar og gestakoma á því svæði og hafi ánægju af nálægðinni við þann margbreytileika sem ferðamenskunni fylgir (Deery, Jago og Fredline, 2012). Aðrar rannsóknir sýna hið gagnstæða og að því nær fjölsóttum áfangastað eða kjarna ferðaþjónustu sem einstaklingur á heima, því neikvæðari viðhorf hafi viðkomandi gagnvart ferðamenskunni (Pizam, 1978; Korça, 1998; Harrill og Potts, 2003). Á vissum stöðum, þar sem mikinn fjölda ferðafólks er að finna, munu íbúar á þeim svæðum þannig smám saman finna fyrir neikvæðum áhrifum af völdum ferðamennsku (Pizam, 1978). Korça (1998) bendir á að ástæðurnar kunni að finnast í því að þeir sem búa nær slíkum stöðum séu líklegri til að upplifa ýmiss konar óþægindi vegna ferðamenskunnar sem þeir sem fjær búa þurfi ekki að umbera. Má þar nefna t.d. mannþröng í verslunum og

almenningsstöðum, umferðarteppur, rusl og hávaða. Jurowski og Gursoy (2004) rannsökuðu tengsl milli viðhorfa heimafólks og fjarlægðar búsetu við vinsælan áfangastað. Þau komust að því að þeir íbúar, sem sóttu mikið í áfangastaðinn voru neikvæðari gagnvart ávinningi af ferðaþjónustu og voru ólíklegri en aðrir íbúar til að styðja við áframhaldandi uppbyggingu ferðaþjónustu á svæðinu. Staðhæfðu þau að neikvæð viðhorf myndu vera afleiðing ótta við aukinn fjölda ferðafólks og þar af leiðandi yrði þeirra eigin möguleikum til þess að nota svæðið stefnt í voða. Harrill og Potts (2003) benda á að viðhorf heimafólks eru að hluta undir áhrifum frá staðsetningu í rými og að hluta undir áhrifum frá efnahagslegum hagsmunum; þeir sem líði mest fyrir ferðamennsku og hafi engar tekjur af ferðamennsku muni hafa neikvæðari viðhorf gagnvart þróun ferðamennsku en aðrir heimamenn (Harrill og Potts, 2003).

Nokkur dæmi eru um að hlutfall ferðafólks á móti hlutfalli heimamanna hafi verið skoðað út frá tilgátunni um að þegar fjöldi ferðafólks fer langt fram úr fjölda heimafólks muni það reyna á umburðarlyndi þess síðarnefnda gagnvart ferðaþjónustu (Diedrich og García-Buades, 2009; Faulkner og Tideswell, 1997). Óljóst er hvar slík mörk liggja en þörfin fyrir að skilgreina þröskulda er vissulega til staðar. Þegar takmörkunum er náð mun ferðafólk flýja á aðra áfangastaði sem ekki eru troðfullir af ferðafólki og er það upphafið af endinum fyrir áfangastaðinn og um leið tapar hann samkeppnishæfni (Jin og Pearce, 2011).

Ljóst er af ofangreindu að til að skilja félagsleg áhrif ferðamennsku á heimafólk þarf að taka margar breytur til skoðunar. Í töflu 1 eru teknar saman þær breytur sem helst hafa verið teknar fyrir í erlendum rannsóknum til að lýsa stefnum og straumum í áhrifum ferðamennsku á heimafólk. Allar þessar breytur hafa á einn eða annan hátt reynst hafa áhrif á upplifun og viðhorf heimafólks til gestakoma og ferðaþjónustu (Deery, Jago og Fredline, 2012).

Tafla 1: Áhrif á heimafólk og samfélag vegna ferðamennsku í rannsóknum.

Byggt á Deery, Jago og Fredline, 2012, bls. 66-67.

Breytur	Viðfangsefni í rannsóknum
Að vera efnahagslega háður ferðamennsku; að vinna fyrir eða eiga fyrirtæki í ferðapjónustu eða tengdum atvinnugreinum	Margar rannsóknir hafa varpað ljósi á tengsl viðhorfa og þátttöku heimafólks í ferðapjónustu; margt bendir til þess að þeir sem eiga eða vinna hjá fyrirtæki í ferðapjónustu eða tengdum greinum hafi jákvæðari viðhorf gagnvart ferðamennsku og ferðafólki.
Fjarlægð milli búsetusvæðis heimafólks og kjarnasvæða ferðapjónustu	Sumar rannsóknir hafa bent til þess að það heimafólk sem býr nær kjarna ferðamenskunnar er neikvæðara í garð ferðamenskunnar en aðrar rannsóknir hafa leitt hið gagnstæða í ljós.
Samskipti heimafólks við ferðafólk (e. <i>level of contact</i>)	Því nær kjarnasvæði ferðamennsku sem heimamaður býr þeim mun líklegri er hann að komast í færi við ferðapjónustu og ferðafólk. Ekki er þó samasemmerki á milli þar sem heimafólk getur komist í færi við gesti í mörgum mismunandi aðstæðum.
Aðstaða á heimasvæði einnig notuð af ferðafólki	Mismunandi er að hve miklu leyti heimafólk notar sömu aðstöðu og þjónustu og ferðafólk notar sér á viðkomandi svæði eða áfangastað. Í slíkum aðstæðum verða „snertifletir“ heimafólks við ferðapjónustu og ferðafólk fleiri og tækifærum til samskipta milli heimafólks og ferðafólks fjölgar.
Hlutfall ferðafólk/heimafólk	Þegar fjöldi ferðafólks fer langt fram úr fjölda heimafólks getur það reynt verulega á umburðarlyndi þess síðarnefnda.
Tengsl við samfélagið (e. <i>community attachment</i>)	Tengsl heimafólks við sitt heimasamfélag hafa verið skoðuð út frá nokkrum mismunandi þáttum. Þar á meðal fæðingarstað og lengd búsetu á viðkomandi svæði.
Félagsleg, pólitísk og umhverfisleg gildi	Ferðamenska nær til félagslegra, pólitískra og umhverfislegra þátta samfélagsins og það er líklegt að heimafólk með mismunandi félagsleg, pólitísk og umhverfisleg gildi hafi mismunandi viðhorf gagnvart gestum og ferðapjónustu.

Viðhorf heimafólks til gesta og ferðapjónustu er hinsvegar ekki óhagganlegt fyrirbæri eða nokkuð sem ekki verður við ráðið. Margir vinsælir áfangastaðir standa vel að vígi og hefur ferðapjónusta þar þróast í almennri sátt við samfélagið sem fyrir er. Faulkner og Tideswell (1997) bentu á að ferðapjónusta geti verið bæði rótgróinn og mikilvægur þáttur í hagkerfinu og að með tímanum geti heimafólk þróað með sér eins konar þol gagnvart straumi ferðafólks og aðlagast með ýmsum bjargráðum (e. *coping mechanism*) (Harrill, 2004). Eitt slíkt bjargráð, sem skoðað hefur verið af Sinkovics og Penz (2009), er þegar heimafólk reynir að skapa sér ákveðna félagslega fjarlægð (e. *social distance*) frá hópum ferðafólks í því skyni að forðast árekstra. Annað dæmi má finna hjá Faulkner og Tideswell (1997), sem komust að því í rannsókn sinni á heimafólki á mjög fjölmönnum og rótgrónum áfangastað í Ástralíu að heimafólk væri jákvæðara fyrir ferðamenskunni á svæðinu en búast mætti við miðað við þann fjölda sem þangað sækir. Drógu þau þá ályktun að ef heimafólk skynjar þann ávinning sem samfélagið í heild fær vegna ferðamenskunnar muni það frekar umbera þau vandamál sem ferðamennskan ber með sér og vera síður neikvætt í garð hennar. Bjargráðin

endurspeglast í lýsingum fólks af samskiptum sínum við gesti. Ap og Crompton (1993) skilgreindu fjórar leiðir sem heimafólk velur til þess að lýsa áhrifum af völdum ferðapjónustu, þ.e. milliveg (e. *compromising*), sátt (e. *embrace*), umburðarlyndi (e. *tolerance*), aðlögun (e. *adjustment*) og fráhrarf (e. *withdrawal*).

Í sumum rannsóknum um félagsleg áhrif ferðamennsku hefur upphafspunktur verið í einkennum áfangastaðarins, t.d. rannsóknir um áhrif tiltekinnar afþreyingar sem hefur komið til á áfangastað vegna ferðamennsku eða árstíðasveiflur sem einkenna staðinn. Dæmi um rýni á einkennandi afþreyingu er skoðun á félagslegum áhrifum spilavíta á búsvæðum innfæddra í Norður-Ameríku (Carmichael, 2000; Hsu, 2000). Dæmi um rýni á áhrif árstíðasveiflna eru rannsóknir á flæði ferðamanna til og frá áfangastað, stundum líkt við flóð og fjöru sjávarfallanna. Hafa þær leitt í ljós að á háannatíma hafi sumum heimamönnum fundist þeir verða fráhrerfir eigin samfélagi (Tosun, 2001; Williams og Lawson, 2001). Náteugt árstíðasveiflunum er einmitt fjöldi ferðafólks með tilliti til fjölda heimafólks. Þegar hlutfallið skekkist mjög þeim síðarnefndu í óhag um lengri eða skemmri tíma getur það valdið gremju meðal heimafólks, þar sem fjöldi ferðafólks er að nota þá innviði sem til eru í samfélaginu og valda mannþröng (Deery, Jago og Fredline 2012).

Áreitiskvarði Doxeys

Við skoðun á afstöðu heimafólks gagnvart ferðafólki og uppbyggingu ferðapjónustu hafa rannsóknir á félagslegum þolmörkum stuðst við áreitiskvarða Doxeys (e. *Irridex model; index of tourist irritation*) (Doxey, 1975). Gengið er út frá þeirri hugmynd að um leið og áfangastaður ferðafólks þróast verði ákveðnar breytingar á viðhorfi innan samfélags heimafólks á staðnum. Viðhorf heimafólks fara þannig í gegnum nokkur stig á kvarða Doxey um leið og fjöldi gesta og áhrif af uppbyggingu ferðapjónustu verða meira áberandi. Á kvarðanum eru fjögur stig; ánægja, áhugaleysi, gremja og óvild. Í töflu 2 hér að neðan er greint frá hverju stigi fyrir sig og hvað þau fela í sér.

Tafla 2: Áreitiskvarði Doxeys, stig hans og merking.

Stig á áreitiskvarða	Hvað það þýðir
<p>Ánægja (e. <i>euphoria</i>)</p>	<p>Þegar gestir eru fáir og áfangastaður er að uppgötvast ríkir almenn ánægja meðal heimafólks með þá gesti sem koma. Heimafólk er bæði ákaft og viljugt til að deila heimahögunum með gestum sínum. Gestir eru velkomnir og þeim er tekið eins og vinum. Fjöldi gesta er óverulegur.</p> <p>Skipulag ferðapjónustu er í lágmarki. Þrátt fyrir litla eða enga markaðssetningu áfangastaðarins finna gestir einhverjar leiðir að honum. Nýir gestir heyra um verðandi áfangastaði gegnum orðstír þeirra (e. <i>word of mouth</i>) (Harrill, 2004). Þeir sem koma eru oft ævintýragjarnir og viðurkenna þá siði og venjur sem viðgangast í samfélagi gestgjafanna (Holloway, 1998).</p> <p>Nýjum atvinnutækifærum, auknum tekjum og hækkandi eignavirði er gjarnan stillt upp sem ávinningi sem skapast vegna ferðapjónustunnar (Gartner, 1996). Ef efnahagur er tiltölulega rýr í viðkomandi samfélagi eru hinar nýtilkomnu tekjur, sem verða til vegna gestanna, vel séðar og vega þær upp á móti t.d. lágum launum sem fyrir eru á svæðinu (Ryan, 2003).</p> <p>Gartner (1996) heldur því fram að ánægjustigið er líklegra ef efnahagur í samfélagi hefur verið í lægð um tíma og fylgja ferðapjónustu þá tækifæri til vaxtar og þenslu. Dæmi um slíkt gæti verið þegar einhver atvinnuvegur hverfur af svæði sem veldur atvinnuleysi og verður ferðapjónusta eins konar andsvar við þeirri þróun. Stuðningur við ferðapjónustu er byggður á von um batnandi efnahag en um leið er gert lítið úr félagslegum ókostum ferðapjónustunnar (Gartner, 1996).</p>
<p>Áhugaleysi (e. <i>apathy</i>)</p>	<p>Þegar koma ferðafólks verður algengari dvínar ákefðin og þau vinalegheit, sem einkennda ánægjustigið. Vaninn tekur yfir. Doxey (í Ryan, 2003) segir sjálfur að almennt sé það heimafólk, sem er viðriðið ferðapjónustuna á svæðinu, fátt. Ein birtingarmynd er að gestir sem koma nú tala jafnvel ekki tungumál heimamanna og hafa minni áhuga á siðum og venjum samfélagsins. Í rauninni missir flest heimafólk áhugann nema mögulega þeir, sem hafa sérhæft sig í að þjónusta gestina. Samskipti heimafólks og ferðafólks breytast frá því að vera á vinalegu nótunum yfir í að vera á almennum og formlegri nótum, það er verða viðskiptalegs eðlis (Holloway, 1998). Eignavirði og vöxtur fyrirtækja heldur áfram að aukast, að minnsta kosti á ferðamannatímabilinu, en þó ekki á sama hraða og á ánægjustiginu (Gartner, 1996).</p> <p>Þegar vaninn gerir vart við sig fer heimafólk að gera sér grein fyrir vandamálum, sem skapast með vexti ferðapjónustunnar, en það skeytir jafnvel ekki um þau. Einhverjir innan samfélagsins sjá sér leik á borði og finna sér viðskiptagrunnvöll í þessu breytta umhverfi sem fylgir hinum aukna gestafjölda. Á þessu stigi eru fyrstu skrefin í markaðssetningu og skipulagi tekin. Þetta tímabil einkennist oft af því að sölubásar með stuttermabolum og minjagripum dúkka upp. Skipulagsákvæðanir sem eru teknar á þessu stigi snúast aðallega um rafmagns-, vatnsveitu- og samgöngumál á einstaka áfangastaðum (Harrill, 2004).</p>
<p>Gremja (e. <i>annoyance</i>)</p>	<p>Það kemur að því að áfangastaðurinn verður orðinn það mettaður af ferðafólki að heimafólki finnst það í auknum mæli vera ýtt til hliðar á eigin heimasvæði. Þegar það gerist og þegar heimafólk getur ekki lengur nýtt sér þjónustu í héraði á ákveðnum tímum eða allt árið getur það fundið fyrir gremju. Áframhaldandi vöxtur ferðamennsku, svo sem með fjölgun ferðafólks og/eða lengingu ferðamannatímabils, leiðir þannig til þess að almennt þykir ferðafólk frekar til ama en til hagsbóta. Samhliða þessum vexti viðurkennir heimafólk að samfélagið hefur tekið breytingum og viðhafðir siðir og venjur hafa breyst (Holloway, 1998). Áhyggjur heimafólks gagnvart ferðamennsku almennt aukast. Í lýsingum Ryan (2003) á gremjustiginu má greina að í rauninni er ferðafólk orðið fyrir í hinu daglega amstri heimafólks. Hann segir meðal annars (bls. 274): „Heimafólk stendur í biðröðum í</p>

	<p><i>verslunum. Margar verslanir skipta um hlutverk og minjagripaverslanir eru til lítilla nota fyrir heimamenn. Vegirnir eru fullir af bílum og það verður sífellt erfiðara fyrir heimafólk að leggja sínum bílum þar sem því hentar. Því finnst jafnvel eins og það búi á bílastæði þar sem hver einasti ferðamaður er einungis á svæðinu í stuttan tíma en heimafólk býr á svæðinu allan ferðamannatímann“.</i></p> <p>Á þessu stigi fara frumkvöðlar í ferðaþjónustu og opinberir markaðsaðilar að þróa fleiri segla eða aukið aðdrátttafl á áfangastaðnum og að efla grunngerð svo unnt verði að taka betur á móti auknum fjölda ferðafólks. Skipulagsaðgerðir snúast um að bæta grunngerð til þess mæta auknum fjölda í stað þess að takmarka fjölgun (Ryan, 2003). Á þessu stigi fer áhugi utanaðkomandi aðila á ferðaþjónustunni að aukast, hótél- og veitingahúsakeðjum fer fjölgandi og fara í samkeppni við þá aðila sem fyrir eru (Harrill, 2004). Fridgen (1991, í Harrill, 2004) bendir á að á þessu stigi fer að bera á því að ákveðnum svæðum er lokað fyrir ferðamönnum.</p>
Óvild (e. <i>antagonism</i>)	<p>Á þessu stigi er áfangastaðurinn orðinn að áfangastað fjöldans (e. <i>mass tourist destination</i>). Heimafólk leynir ekki lengur óvild sinni gagnvart stöðugum straumi ferðafólks sem gerir kröfur og lítur á heimafólk sem leið til að mæta þörfum ferðafólks (Holloway, 1998). Ferðafólk er ekki lengur velkomið og getur hegðun heimafólks gagnvart því einkennst af öllu frá afskiptaleyzi til fjandskapar. Fridgen (1991, í Harrill, 2004) veitti því athygli að á þessu stigi hefur heimafólk staðalímyndir um ferðamenn og ferðamennsku á svæðinu en jafnframt breytist samsetning ferðamannanna, sem sækir svæðið heim.</p> <p>Áfangastaðurinn heillar ekki lengur hið ævintýragjarna ferðafólk sem kom í upphafi heldur er hann drifinn áfram af gróðasjónarmiðum og fjöldaferðamennsku. Borið getur á óvild gagnvart ferðafólki þar sem miklar samfélagsbreytingar hafa orðið vegna ferðamennsku og uppbyggingar ferðaþjónustu, sem oft hefur rutt heimafólki og atvinnustarfsemi þess úr vegi t.d. þegar alþjóðlegar hótélkeðjur og flugfélög taka yfir ferðaþjónustu á svæðinu og byggja upp fjöldaferðamennsku.. Ferðaþjónustunni er kennt um allar þær breytingar sem hafa orðið á svæðinu (Ryan, 2003).</p> <p>Á þessu stigi getur áfangastaður orðið fyrir hnignun eða endurnýjun gegnum endurskipulagningu og markaðssetningu, sbr. líkan Butlers um lífsferil áfangastaða (Garay og Cànoves, 2011; Harrill, 2004; Faulkner og Tideswell, 1997).</p>

Áreitiskvarði Doxeys gefur til kynna að eftir því sem fjöldi ferðafólks eykst því meira þrengir að lífsháttum, siðum og venjum heimafólks og því sem það á venjast. Grunnhugsunin á bak við kvarðann er að viðbrögð heimafólks við þessum aukna fjölda eru breytileg en munu með tímanum færast í átt að auknum og nokkuð fyrirsjáanlegum perringi. Sá tími, sem það tekur að fara í gegnum hvert stig á áreitiskvarða Doxeys, er misjafn. Áhrifaþættir eru fjölmargir, þar með talið hvernig uppbyggingu og stefnumótun ferðaþjónustunnar er háttað, hvernig fjölgun ferðafólks þróast og hve margir staðir eru undir þegar kemur að ágangi gesta (Gartner, 1996).

Holloway (1998) greinir frá því að við skoðun á viðhorfi heimafólks er nauðsynlegt að taka tillit til tegunda ferðamennsku og upprunamarkaða s.s. dvalarlengd ferðafólks í samfélaginu (byggt á hugmyndum um að þeir sem dvelja lengur aðlagist betur og eru taldir leggja meira

inn í hagkerfi viðkomandi samfélags) og þess hve langt er á milli menningarheima heimafólks og ferðafólks. Telur hann þannig að minni andúð skapist gagnvart ferðafólki sem á uppruna að rekja til nærliggjandi samfélaga og viðhafa samskonar venjur og siði og heimafólk.

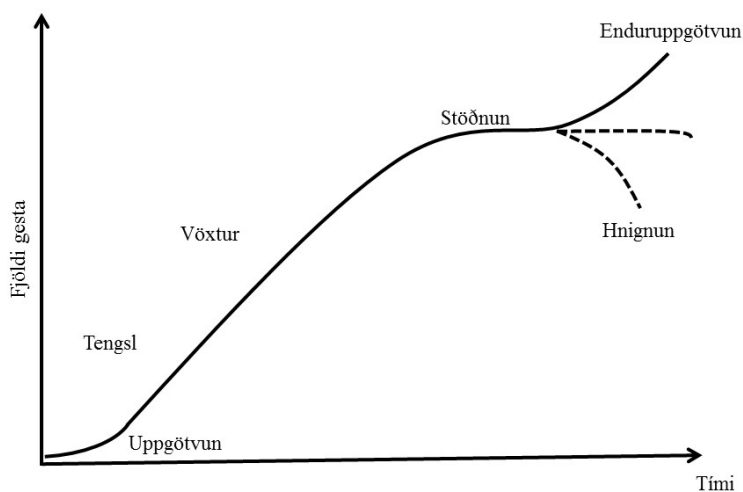
Allt frá því að Doxey setti fyrst fram hugmyndir sínar um áreitiskvarðann hefur hann hlotið þó nokkra gagnrýni. Helstu gagnrýnispunktarnir snúast um að áreitiskvarðinn er töluvert einfölduð mynd af þeim flóknu samskiptum sem kunna að þróast milli heimafólks og ferðafólks. Einföldun kvarðans gerir ráð fyrir því að samfélag á áfangastað sé einsleitt og að afstaða heimafólks gagnvart ferðafólki geti aðeins endað á einn veg (Ap og Crompton, 1993; Brougham og Butler, 1981; Husbands, 1989). Ap og Crompton (1993) bentu á að ekki geta allir í sama samfélaginu haft sömu viðhorf til gesta og ferðapjónustu á sama tíma. Töldu þeir viðhorf geta verið breytileg s.s. eftir aldri heimafólks og búsetulengd en auk þess töldu þeir að árstíðabundnar sveiflur skipti máli við skilgreiningu á viðhorfum heimafólks til gesta og ferðapjónustu. Væri þannig líklegra að heimafólk fyndi fyrir meiri óþægindum vegna gesta á annatíma en utan hans (Ap og Crompton, 1993).

Þrátt fyrir allt er kenning Doxeys talin vera enn í góðu gildi þar sem hún gefur góða hugmynd um það sem getur gerst á áfangastað ferðafólks ef ekkert er að gert (Faulkner og Tideswell, 1997). Þannig tengist hugmyndin í raun hugmyndinni um þróun áfangastaða og hvernig þeir geta tekið stakkaskiptum eftir því sem ferðapjónusta í þeim vex og dafnar með auknum fjölda gesta.

Lífsferill áfangastaða

Lífsferill áfangastaða (e. *Tourist Area Life Cycle*) var settur fram af Richard Butler (1980, sjá einnig 2009) og byggir hann á lýsingu þýska landfræðingsins Walter Christaller (1964) á áfangastað sem öðlast vinsældir fyrir fegurð og byrjar að laða til sín listafólk og menningarelítur hvaðanæva að. Með vaxandi vinsældum lýsir Christaller því hvernig staðurinn verður að ferðavöru og mettast svo af þeim sem vilja líkja eftir lífsstíl þeirra listelsku sem komu staðnum á kortið. Lífsferill áfangastaða hefur löngum verið notaður til þess að lýsa því hvernig ferðapjónusta þróast á tilteknum áfangastað (Hall, 2006; Butler 2009) en ferillinn tengist jafnframt þeim áhrifum sem heimafólk verður fyrir vegna ferðamenskunnar þar.

Butler (1980) lýsir því hvernig ferðamannastaðir ganga í gegnum nokkur stig á lífsferli sínum samhliða vaxandi ferðamennsku á staðnum allt þar til vöxturinn staðnar og að lokum tekur við annað hvort hnignun áfangastaðarins eða hann er enduruppgötvaður. Áfangastaður getur svo enduruppgötvað sig ítrekað sem leiðir stöðugt til vaxtar í nýjum og nýjum greinum ferðaþjónustu, eins og dæmi sýna frá Miðjarðarhafsströnd Spánar (Garay og Cànoves, 2011). Á mynd 1 má sjá að Butler lýsir lífsferlinum á tveimur ásum; annars vegar á lóðréttum ási, sem sýnir fjölda gesta og á láréttum ási, sem sýnir tíma. Tilfærsla á hvorum ás fyrir sig hefur áhrif á heildaryfirbragð áfangastaðarins til hins verra eftir að ákveðnum þröskuldum hefur verið náð. Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013, bls. 88) lýsa því að mikilvægt sé að greina hvar áfangastaður er mögulega staddur á lífsferli sínu og hvaða áhrifaþættir skilyrða þróunina. Butler (1980) lagði sjálfur áherslu á eftirspurnarþáttinn og eðli hans (þ.e. gestina, samsetningu og fjölda) á ólíkum stigum lífsferilsins, en einnig þarf að skoða framboð ferðaþjónustu og eðli hennar, hlutverk dreifingaraðila og samkeppni (Garay og Cànoves, 2011).



Mynd 1: Lífsferill áfangastaða.

Heimild: Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013, bls. 87, gert eftir Butler, 1980.

Áreitiskvarði Doxeys (1975) hefur löngum verið tengdur líkani Butlers um lífsferil áfangastaða til að sýna það samband sem er á milli þróunar áfangastaðarins og áreiti á heimafólk (Faulkner og Tideswell, 1997; Diedrich og García-Buades, 2009; Saveriades, 2000).

Sjálfur benti Butler (1980) á að um leið og ferðamennska þróast og vex megi búast við því að heimafólk sýni jafnframt aukin merki um mótspyrnu og óþol gagnvart ferðafólki. Diedrich og García-Buades (2009) notuðu lífsferilslíkan Butlers til að sýna fram á þetta. Þær skoðuðu fimm ferðamannastrendur í Belís sem hver var á sínum stað á lífsferilskúrfunni. Lýsa þær því með kenningunni um félagsleg skipti að þegar skynjaður ávinningur heimafólks af ferðamennsku er meiri en kostnaður muni það leiða til jákvæðra viðhorfa til þróunar ferðamennsku en þegar skynjaður kostnaður er meiri en ávinningur munu viðhorfin verða neikvæð og þar með eiga sinn þátt (ásamt öðrum) í hnignun áfangastaðarins. Í töflu 3 má sjá hvernig Diedrich og García-Buades (2009) sjá fyrir sér þessi tengsl. Þar að auk er sýnt í töflu 3 hvernig þær tengja þessi stig við aðrar kenningar, einkum þó kenningar Doxeys (1975) um áreitiskvarðann og kenningar Aps og Cromptons (1993) um hinar fjórar leiðir sem heimafólk velur til þess að lýsa áhrifum af völdum ferðaþjónustu og lýst hefur verið hér að ofan.

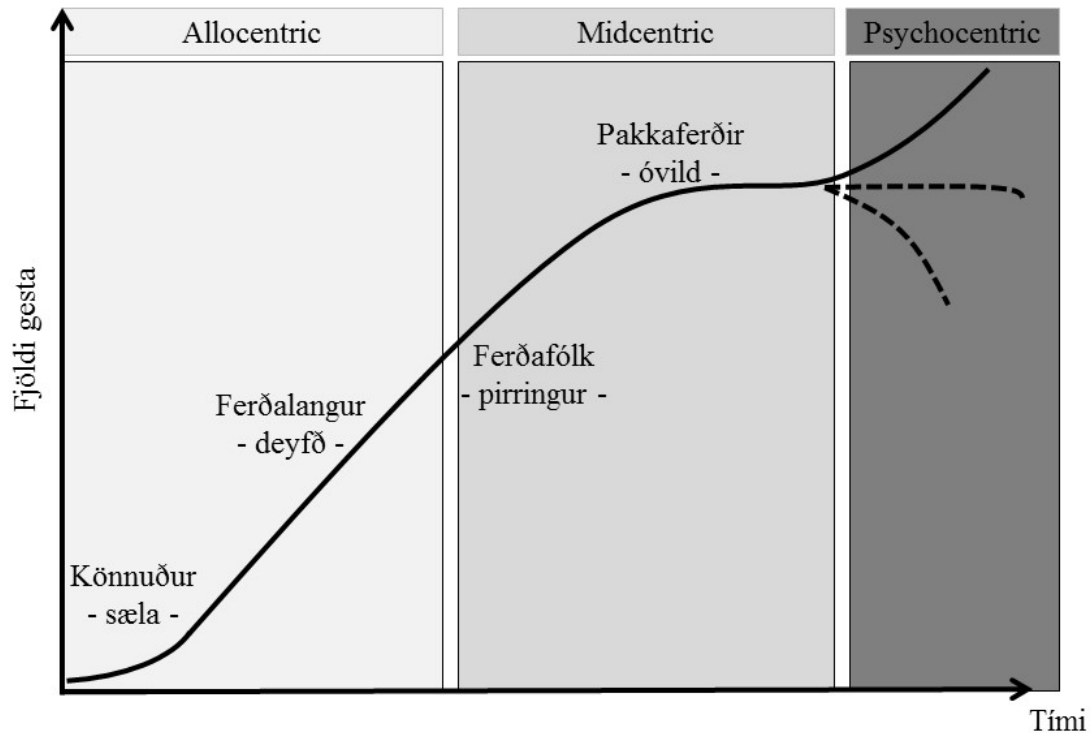
Tafla 3: Tengsl milli lífsferils áfangastaða og skynjaðs kostnaðar og ávinnings heimafólks. Byggt á Diedrich og García-Buades, 2009, bls. 518

Stig á lífsferli Butlers	Tengsl	Tengdar kenningar
Uppgötvun: Hægur vöxtur í ferðamennsku.	Skynjaður ávinningur lítill en eykst hratt. Skynjaður kostnaður eykst hægt.	Skv. kenningunni um félagsleg skipti skynjar heimafólk meiri ávinning en kostnað og fer að taka þátt í ferðamenskunni. (e. <i>involvement</i>)
Tengsl/fyrstu stig vaxtar: Ferðamennska eykst jafnt og þétt.	Skynjaður ávinningur eykst hratt. Skynjaður kostnaður eykst jafnt og þétt. Mikill munur á kostnaði og ávinningi.	Heimafólk skynjar meiri ávinning en kostnað (mikill munur þar á) og fagnar ferðamenskunni sem hjálpar til við að færa samfélagið inn á vaxtarskeiðið. Heimafólk er á ánægjustigi á áreitiskvarða Doxeys og á sáttastigi (e. <i>embracement</i>) (Aps og Cromptons, 1993).
Fyrsta stig vaxtar: Ferðamennska tekur að vaxa hratt.	Skynjaður ávinningur eykst hægt. Skynjaður kostnaður vex hratt.	Samfélagslegt rof (e. <i>social disruption</i>) leiðir til þess að neikvæðir straumar ná hámarki. Ferðaþjónusta vex hratt, og er keyrð áfram af sífellt fleira ferðafólki og drifandi kröftum í samfélaginu á áfangastað. Heimafólk fer að bregðast við á neikvæðan hátt gagnvart þessum breytingum en einhverjir venjast þeim að lokum. Skynjaður ávinningur er enn meiri en kostnaður þannig að samfélagið heldur áfram að þola ferðamenskuna. Heimafólk er á stigi áhugaleysis á áreitiskvarða Doxeys og á stigi umburðarlyndis (e. <i>tolerance</i>) á kvarða Aps og Cromptons (1993).

<p>Miðbik vaxtar: Ferðamennska vex mjög hratt.</p>	<p>Skynjaður ávinningur eykst hægt. Skynjaður kostnaður eykst mjög hratt.</p>	<p>Skv. kenningunni um félagsleg tengsl heldur heimafólk áfram að skynja meiri ávinning en kostnað þrátt fyrir að skilin þar á milli fari þverrandi og þeir halda áfram að þola ferðamenskuna. Heimafólk er á stigi áhugaleysis á áreitiskvarða Doxeys og á stigi umburðarlyndis (e. <i>tolerance</i>) á kvarða Aps og Cromptons (1993).</p>
<p>Lokastig vaxtar: Ferðamennska vex mjög hratt.</p>	<p>Skynjaður ávinningur fer dvínandi. Skynjaður kostnaður vex mjög hratt.</p>	<p>Skilin milli skynjaðs kostnaðar og ávinnings eru nú mjög lítil og neikvæð viðhorf ná fótfestu. Heimafólk er á stigi gremju á áreitiskvarða Doxeys og aðlögunarstigi (e. <i>adjustment</i>) Aps og Cromptons (1993).</p>

Af töflu 3 má sjá að eftir því sem áfangastaður færast í gegnum stig lífsferilskúrfunnar mun heimafólk í sífellt auknum mæli skynja kosti gestakoma en þó upp að vissu marki. Þegar því marki hefur verið náð mun skynjuðum kostum fækka. Skynjaðir kostir eru flestir á fyrstu stigum en síðan kemur að því að þeim fækkar þar til fólk hættir alveg að skynja kostina á lokastigi vaxtar. Þegar heimafólk fer að meta kostnaðinn meiri en ávinninginn er þróunin orðin varhugaverð. Þá munu neikvæð viðhorf fara að festa rætur, sem síðan gerir áfangastaðinn minna aðlaðandi í augum ferðamanna og hafa áhrif á sjálfbærni staðarins (Diedrich og García-Buades, 2009). Með öðrum orðum: félagslegum þolmörkum hefur verið náð.

Myndrænt má þætta sama áreitiskvarða Doxey og lífsferil áfangastaða sem Butler dró upp. Mynd 2 sýnir það sem talið er í töflu 3 en setur jafnframt í samhengi við tegundir gesta líkt og Stanley Plog lýsti þeim 1979 og gerir nánar grein fyrir í grein frá 2001 (Plog, 2001). Þeir sem hann kallar „allocentric“ eru þeir sem eru ævintýragjarnir og vilja sækja á framandi slóðir. Þeir sem eru hinsvegar „psychocentric“ kjósa að vera í öruggu og kunnuglegu umhverfi þegar þeir ferðast og vilja jafnvel hafa allt eins og heima hjá sér. Þeir sem eru þar á milli taka einhverja eiginleika úr hvorum flokki. Þessi grófa flokkun á gestum liggur til grundvallar lífsháttagreiningum (e. *psychographic segmentation*) ferðafólks þar sem í flestum þeirra má sjá hópá sem eru mislangt frá hvorum öfgum Plogs ef svo mætti að orði komast.



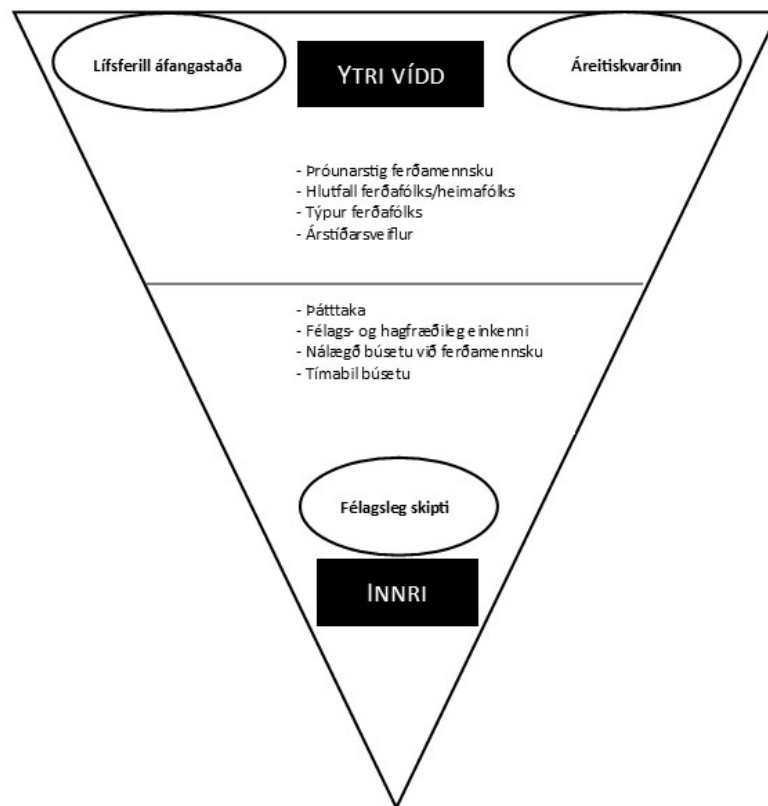
Mynd 2: Samþætting áreitiskvarða Doxey við lífsferil áfangastaða og tegundir gesta.

Greiningarrammi fyrir félagsleg áhrif ferðamennsku

Í ljósi þess hve félagsleg áhrif eru í eðli sínu umfangsmikil getur verið erfitt að hafa eina fræðilega nálgun á efnið þar sem hver þeirra nær aðeins yfir brot af því sem um ræðir. Á þetta hefur margsinnis verið bent m.a. af Deery, Fredline og Jago (2005), Sharpley (2014) og Faulkner og Tideswell (1997). Butler (1980) benti á að erfitt væri að mæla áhrif ferðamennsku á heimafólk og sömuleiðis viðhorf og þol þess gagnvart þróun ferðaþjónustu og fjölgunar ferðafólks. Jafnframt sagði hann að afar erfitt væri að setja mælikvarða á viðhorf; það væri nærri ómögulegt að finna raunverulegar sannanir fyrir þeim vegna þess að fólk hefur hæfileika til að aðlagast, fyrir utan þá staðreynd að viðhorf eru mismunandi milli einstaklinga.

Mögulegt er þó að fá heildstæða mynd af stöðu áfangastaðar með samþættingu ýmissa kenninga líkt og gert er með mynd 2. Aðra slíka samþættingu hafa Faulkner og Tideswell (1997) lagt til sem nota mætti sem greiningarramma á félagslegum áhrifum (sjá mynd 3) og nýttist til að þætta saman þau fræði sem kynnt hafa verið til sögunnar. Þau sáu fyrir sér að

félagsleg áhrif ferðamennsku á heimafólk fælu í sér tvær víddir; innri vídd og ytri vídd. Báðar þessar víddir fela í sér þær kenningar sem þegar hafa verið kynntar til leiks, það er kenninguna um félagsleg skipti, áreitiskvarðann og lífsferil áfangastaða.



Mynd 3: Greiningarramma fyrir félagsleg áhrif ferðamennsku.

Heimild: Faulkner og Tideswell, 1997, bls. 6; þýðing höfunda.

Ytri víddin tekur til einkenna svæðis. Þar er horft til þess hlutverks sem svæðið eða staðurinn hefur sem áfangastaður ferðafólks, þ.m.t. hlutverk náttúru og stöðu þróunar ferðapjónustu á svæðinu (hér með talið hvers konar ferðamennska er stunduð og hvers konar ferðafólk kemur). Innri víddin tekur til einkenna samfélagsins. Þau atriði sem Faulkner og Tideswell (1997) leggja til að séu skoðuð ætti að vera nokkuð auðvelt að finna í fyrirbyggjandi gögnum og rannsóknum fyrir þann áfangastað sem um ræðir.

Samþætting á borð við þá sem Faulkner og Tideswell leggja til ætti að vera nytsamleg til þess að gefa hugmynd um hvernig áfangastaður stendur að vígi þegar kemur að viðhorfum heimafólks. Diedrich og García-Buades (2009) bentu á að lítið hefur verið gert af því að skoða hvernig mætti spá fyrir um neikvæð áhrif eða koma í veg fyrir þau. Þetta sé t.a.m. hægt að gera með líkani Butlers um lífsferil áfangastaða þar sem hægt er sjá hvar tiltekinn

áfangastaður er m.t.t. þróunar og við hverju megi búast á hverju stigi lífsferilsins. Dýpri skilningur á kveikjum neikvæðra viðhorfa heimafólks til ferðamennsku er engu að síður nauðsynlegur svo að hægt sé grípa til aðgerða á viðeigandi hátt áður en þær aðstæður koma upp. Áherslan á rýni þessara kveikja er viðfangsefni næsta hluta.

Yfirlit erlendra rannsókna á félagslegum áhrifum ferðamennsku á heimafólk

Rætur rannsókna á áhrifum ferðamennsku má rekja aftur til loka sjöunda áratugar síðustu aldar þegar ljóst varð að með vaxandi fjölda gesta fylgdu ekki aðeins jákvæð áhrif s.s. hagvöxtur, atvinna og tekjur heldur einnig neikvæðar afleiðingar fyrir umhverfi og samfélag. Áhugi á viðhorfum heimafólks til ferðamennsku og ferðaþjónustu tók að vaxa og var grunnur rannsókna á félagslegum áhrifum lagður með kenningum á borð við áreitiskvarða Doxeys. Síðan þá hefur mikið vatn runnið til sjávar en nú orðið þykir almennt viðurkennt að skilningur á viðhorfum heimafólks til ferðafólks og ferðaþjónustu er grundvallaratriði fyrir velgengni og sjálfbæra þróun áfangstaða (Sharpley, 2014).

Margar rannsóknir hafa verið gerðar á viðhorfum heimafólks en þó í engum takti við gríðarlega öra fjölgun ferðafólks í heiminum (Nunkoo og Gursoy, 2011). Við gerð þessarar skýrslu voru vel á annað hundrað rannsóknir sem hafa verið birtar í erlendum fræðitímaritum í gegnum tíðina rýndar. Margir fræðimenn hafa bent á þennan mikla fjölda og að mati Sharpleys (2014) væri ógjörningur að taka saman allar þær rannsóknir sem hafa verið gerðar. Hann, ásamt öðrum, hafa engu að síður tekið saman mjög greinargóð yfirlit yfir rannsóknir í þeim tilgangi að skilgreina stefnur og strauma. Sharpley (2014: 40-41) hefur t.a.m. tekið saman yfirlit yfir 62 rannsóknir á áhrif ferðamennsku á heimafólk. Þessar rannsóknir birtust á árunum 1980-2012 í þremur virtustu fræðiritum ferðamála; *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research* og *Journal of Travel Research*. Þar kemur í ljós að langflestar rannsóknir hafa verið unnar í Norður-Ameríku. Þar er ferðamennska í dreifbýli eða á útivistarsvæðum iðulega í brennidepli, en nokkrar slíkar eru einnig til frá Ástralíu, Nýja-Sjálandi og Bretlandi. Haley, Snaith og Miller (2005) gerðu einnig þá athugasemd að flestar rannsóknir um áhrif á heimafólk vegna ferðamennsku síðustu 30 árin hafi verið gerðar í Norður-Ameríku og snúist um smá og dreifbýl svæði eða sumardvalarstaði (e. *resort-type communities*). Þó hafa einhverjar rannsóknir verið gerðar í borgum og má þar nefna nokkrar

sem hafa verið gerðar í Bretlandi, flestar á árunum 1991-1998. Fyrir utan rannsókn Haley, Snaith og Miller (2005) í Bath má nefna rannsókn Glassons (1994) í Oxford, rannsókn Madrigals (1995) í York og rannsókn Fordham Research Service (1998) í Cambridge.

Flestar rannsóknir á viðhorfum heimafólks til ferðaþjónustu og gestakoma hafa fram til þessa byggt á meginlegri aðferðafræði. Þannig má sjá af þeim 62 rannsóknum sem oftast er vitnað til af erlendum fræðimönnum og Sharpley (2014) tekur saman eru aðeins tvær eigindlegar. Algengt er að hinar meginlegu rannsóknir séu nokkuð stórar að umfangi, byggðar á spurningalistum sem dreift er til stórra hópa eða fjölda einstaklinga ýmist með stöðluðum viðtölum eða póstkönnunum. Nunkoo, Smith og Ramkissoo (2013) skoðuðu 140 rannsóknir unnar á tímabilinu 1984-2010 og komust að því að langflestar þeirra, eða rúmlega 70%, studdust við meginlegar aðferðir þar sem gögn voru framsett með tölfræðilegum aðferðum, tæp 13% studdust við eigindlegar aðferðir og svipað hlutfall rannsókna studdust við blöndu af hvoru tveggja. Í þeim tilfellum, þar sem blandað var saman meginlegum og eigindlegum aðferðum var algengast að meginleg gagnasöfnun upplýsti hina eigindlegu aðferðafræði.

Í ljósi þess hve meginlegar aðferðir eru áberandi í rannsóknum á viðhorfum er rétt að skoða nánar hvað þær hafa til brunns að bera. Deery, Jago og Fredline (2012) hafa bent á að rannsóknir byggðar á meginlegum aðferðum hafi haft tilhneigingu til að telja upp þau áhrif sem eru til staðar hverju sinni. Mikið af þeim rannsóknum sem hafa verið unnar um félagsleg áhrif á heimafólk hafi átt uppruna í kenningunni um félagsleg skipti en þetta hefur leitt af sér upptalningar í ýmsu formi á þeim áhrifum eða þeim viðhorfum sem heimafólk hefur haldið fram hverju sinni. Í viðauka 1 má sjá yfirlit yfir sértæk félagsleg áhrif ferðamennsku og ferðaþjónustu á samfélög og einstaklinga, sem hafa komið fram í rannsóknum á árunum 2000-2010. Yfirlitið byggist á skoðun Deerys, Jago og Fredline (2012) á ríflega annað hundrað atriðum. Sá listi var einfaldaður með þáttagreiningu þannig að 40 atriði stóðu eftir og koma þau fram í yfirliti í viðauka 1. Að mati Deery, Jago og Fredline (2012) segja slíkar upplýsingar þó einungis hálfra söguna. Upptalning atriða bjóði ekki upp á neinar skýringar eða skilning á *hvers vegna* tiltekna áhrifaþætti af völdum ferðamennsku er að finna meðal heimafólks. Um leið glatast tækifærið til að bregðast við. Þess vegna leggja Deery, Jago og Fredline til að viðhorf verði skoðuð sem mörg lög (e. *layers*) og þurfi að skoða hvert fyrir sig. Sem dæmi

mætti sjá fyrir sér að rannsókn hafi leitt í ljós að sértækir þættir eins og mannþröng og umhverfiskemmdir hafi áhrif á viðhorf heimafólks til ferðamennsku. Nánari skoðun á þessu gæti varpað ljósi á það hvers vegna þessir þættir eru mikilvægari í augum heimafólks en aðrir. Það gæti til dæmis birst í því að heimafólk forðast tiltekin svæði þar sem þessara áhrifa verður vart. Í framhaldinu mætti skoða hvað fólk kemur sér saman um hvað er samþykkt hegðun í slíku samhengi til þess að öðlast skilning á því hvernig ferðafólk og heimafólk bregst hvert við öðru. Næstu skref væru að skoða hin sameiginlegu gildi ferðafólks og þess samfélags sem það sækir heim. Þetta er ekki auðvelt mál vegna þess að samfélög og hópar innan þeirra eru sjaldnast einsleitir en engu að síður gætu slíkar skoðanir, sem yrðu gerðar eftir eigindlegum rannsóknaraðferðum, leitt í ljós viðhorf mismunandi hópa innan sama samfélags s.s. þeirra sem eru fylgjandi ferðamennsku og þeirra sem eru á móti (Deery, Jago og Fredline, 2012).

Á grunni umfjöllunarinnar hér að ofan ætti að vera orðið ljóst að niðurstöður erlendra rannsókna hafa sýnt að félagsleg áhrif ferðamennsku á heimafólk og viðhorf þeirra hafa marga snertifleti og mörg sjónarhorn; þau eru breytileg milli einstaklinga í tíma og rúmi og þar að auki geta einstaklingar og hópar skipt um skoðun. En þegar öllu er á botninn hvolft mætti spyrja sig hvort hægt sé að segja eitthvað um viðhorfin og hvort algilt sé að þau muni alltaf enda á neikvæðum nótum. Við skoðun á fyrri rannsóknum um viðhorf til ferðapjónustu komust Andereck o.fl. (2005) að því að flestar þeirra bentu til þess að heimafólk væri yfirleitt jákvætt í garð ferðamennsku og að neikvæðir þættir væru ekki vandamál með undantekningum um vaxandi umferðarpunga og glæpatíðni. Sharpley (2014) heldur því fram að í rauninni séu fá dæmi þess að heimafólk hafi dregið úr stuðningi við ferðapjónustu á grundvelli neikvæðra viðhorfa til gesta, eða m.ö.o. að neikvæð viðhorf hafi sýnt sig í neikvæðri hegðun gagnvart ferðafólki eða ferðapjónustu. Engu að síður hefur það löngum verið viðurkennt að ferðamennska getur „gegnumsyrt samfélag líkt og enginn önnur atvinnustarfsemi getur gert“ (Harrill, 2004, bls. 252). Þar sem gestir og þjónusta við þá kemur inn á öll svið mannlífisins er það skylda þeirra sem skipuleggja ferðamennsku og uppbyggingu ferðapjónustu að finna bestu leiðirnar til þess tryggja velferð samfélags á áfangastað með því að tryggja að sem minnstur kostnaður falli á samfélagið vegna þróunar greinarinnar. Þeirra er að taka tillit til þarfa heimafólks og leggja við hlustir þegar þær eru tjáðar (e. *resident responsive tourism planning*) (Sharpley, 2014). Sharpley bendir jafnframt á

að því hefur verið lengi haldið fram að taka skuli tillit til viðhorfa og skynjana heimafólks inn í skipulagsvinnu og vinna skipulag í samráði við heimafólk.

Yfirlit rannsókna á viðhorfum Íslendinga til ferðamennsku 2000-2015

Fyrir um það bil fimmtán árum var ráðist í viðamiklar rannsóknir á þolmörkum ferðamennsku á Íslandi í samvinnu Rannsóknamiðstöðvar ferðamála (þá Ferðamálaseturs Íslands), Ferðamálaráðs Íslands, Háskóla Íslands og Háskólans á Akureyri. Rannsóknasvæðin voru fimm; Þjóðgarðurinn í Skaftafelli, friðland á Lónsöræfum, Landmannalaugar, Þjóðgarðurinn í Jökulsárgljúfrum og Mývatnssveit. Rannsóknirnar tóku til staða sem hafa aðdráttarafli í krafti náttúrufergurðar og/eða eru úr alfaraleið. Niðurstöður þessara rannsókna voru birtar í þremur skýrslum á árunum 2000-2003 þar sem greind voru þolmörk í Skaftafelli (Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl., 2001), friðlandi á Lónsöræfum (Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl., 2003) og Landmannalaugum (Bergþóra Aradóttir o.fl., 2003). Þessar þolmarkarannsóknir voru mjög metnaðarfullar og í þeim er að finna einu tilfelli þar sem reynt hefur verið að samþætta rannsóknir á félagslegum þolmörkum, þolmörkum innviða og náttúru. Þær eru jafnframt mjög viðamiklar sem gerir það að verkum að það er erfitt að viðhalda þeim og yfirfæra á aðra áfangastaði (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013). Sú fyrsta, þar sem tekið var á áhrifum ferðamennsku á heimafólk, var rannsóknin í Skaftafelli og var þar lagður grunnur að þeirri aðferðafræði sem notuð var í framhaldinu. Stuðst var við aðferðafræði úr rannsókn Brunt og Courtney (1999 í Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl., 2001) á viðhorfum heimamanna í Dawlish, Suður-Devon á Englandi gagnvart ferðamönnum og ferðaþjónustu. Reynt var að leggja mat á þau félagslegu áhrif sem fjölgun gesta, vöxtur ferðaþjónustu og uppbygging hefur í för með sér á einstaklinga og fjölskyldur. Skoðuð voru viðhorf heimamanna til ferðaþjónustu og hvort munur væri á viðhorfum meðal heimamanna sem starfa við ferðaþjónustu og þeirra sem starfa við annað. Notast var við flokkun Krippendorfs (1987) á heimamönnum. Byggðust rannsóknirnar á hugmyndum um sýniáhrif ferðafólks og menningaraðlögun með því sem það sér í hegðun og háttarni gesta. Þetta var gert með símakönnunum og viðtölum.

Niðurstöður þessara þriggja rannsókna benda til þess að ferðamennska hafi að mestu leyti haft jákvæð áhrif á heimafólk á viðkomandi svæðum og að ferðamennska hafi ekki haft

neikvæð áhrif á viðhorf íbúa. Ferðaþjónustan er talin hafa haft jákvæð áhrif á menningu og samfélag s.s. aukið atvinnu, skapað fleiri atvinnutækifæri, bætt og eflt þjónustu, hvatt til aukinnar náttúruverndar og skerpt á menningareinkennum. Allar rannsóknirnar þrjár áttu það sameiginlegt að efnahagslegur ávinningur var af heimafólki talinn vera helsti kostur uppbyggingar ferðaþjónustu. Einungis fáir þættir voru taldir til neikvæðra áhrifa en þó helst aukið álag á vegakerfi og þjónustu, aukin mengun og rusl. Niðurstöður þessara þriggja rannsókna benda til þess að viðhorf heimafólks til ferðafólks sé jákvætt en þó var athygli vakin á því að heimafólk gerði greinarmun á innlendu og erlendu ferðafólki. Mátti greina að innlent ferðafólk hlaut verri ummæli en það erlenda. Niðurstöðurnar eiga það einnig sammerkt að hluti heimafólks á hverju svæði fyrir sig óskaði eftir því að umfang ferðamenskunnar myndi aukast meira. Í rannsóknunum meðal heimafólks í nágrenni við Lónsöræfi og Landmannalaugar var lagt mat á viðhorf heimamanna út frá áreitiskvarða Doxeys. Í báðum tilfellum var ályktað sem svo að heimamenn væru enn á stigi ánægju (e. *euphoria*) þar sem viðhorf gagnvart ferðamenskunni væri almennt jákvætt.

Til viðbótar við þessar þrjár þolmarkarannsóknir hafa verið skrifaðar ellefu lokaritgerðir á háskólastigi á tímabilinu 2000-2015 um viðhorf heimamanna til ferðaþjónustu, ferðamanna og/eða ferðamenskunnar. Samantekt yfir þessar ritgerðir auk ofangreindra þolmarkarannsókna þar sem sjá má yfirlit yfir viðfangsefni, aðferðir og helstu niðurstöður er að finna í viðauka 2. Elstu ritgerðirnar eru frá árunum 2001 og 2002 en flestar þeirra voru unnar á síðustu fimm árum. Í flestum þessum ritgerðum er einblínt á viðhorf íbúa á tilteknum svæðum. Má þar t.d. nefna ritgerðir Erlu Ránar Eiríksdóttur (2012) um þolmörk íbúa Neskaupstaðar gagnvart rokkhátíðinni Eistnaflugi, Vilborgar Örnur Gissurardóttur (2008) um viðhorf heimamanna á Húsavík til ferðaþjónustu í heimabyggð og Margrétar Hólm Valsdóttur (2011) um viðhorf Mývetninga til ferðaþjónustu í Mývatnssveit. Í tveimur ritgerðum voru rannsóknirnar byggðar á úrtaki úr tilteknum hópum og var gerð tilraun til að yfirfæra niðurstöður á þýðið „allir Íslendingar“; annars vegar í rannsókn meðal nemenda Háskóla Íslands og Háskólans á Akureyri (Margrét Guðjónsdóttir, 2010) og hins vegar meðal starfsmanna í opinberri þjónustu um allt land (Hjördís Elsa Ásgeirsdóttir, 2014). Nær allar þær rannsóknir sem hafa verið unnar í tengslum við lokaverkefni á háskólastigi hafa verið unnar eftir meginlegum aðferðum, þ.e. staðlaðir spurningalistar sendir á hópa með einum eða öðrum hætti eða þeir lagðir fyrir í gegnum síma. Þrjár byggðu eingöngu á viðtölum við heimafólk.

Flestar þessara rannsókna, hvort sem um er að ræða þolmarkarannsóknirnar eða rannsóknir nemenda á háskólastigi, gefa til kynna að viðhorf Íslendinga eða íbúa svæða sé almennt jákvætt og að aðeins í fáum atriðum sé hægt að merkja einhvers konar þirring eða óánægju. Í nær öllum þeim rannsóknum þar sem stuðst var við áreitiskvarða Doxeys við framsetningu niðurstaðna er ályktað að íbúar á viðkomandi svæðum séu staddir á ánægjustiginu. Tvær gáfu til kynna vísbendingar um að íbúar á viðkomandi svæði eru komnir lengra á áreitiskvarðanum (Hörður Elís Finnbogason, 2011 og Jóhanna Ásgeirsdóttir, 2014). Um var að ræða greiningu á viðhorfum heimafólks í Mývatnssveit og í hverfi 101 í Reykjavík. Í fyrra tilfellinu var með viðtalsrannsóknum komist að þeirri niðurstöðu að ekki væri skynsamlegt að taka við fleiri ferðamönnum yfir sumartímann miðað við núverandi ástand og að úrbóta væri þörf hvað varðar skipulagsmál og uppbyggingu innviða. Í síðara tilfellinu var einnig byggt á viðtölum og vísbendingar um þirring gagnvart ferðaþjónustu greindar en ekki gagnvart ferðafólki sjálfu. Hvað varðar aðrar kenningar um viðhorf heimafólks var í tveimur ritgerðum skoðuð kenningin um félagsleg skipti.

Greiningardeild Arion banka (2013) telur að þrátt fyrir fjölgun ferðafólks til landsins séu litlar líkur á því að þolmörkum innviða hér á landi verði náð í bráð. Leggur deildin þetta mat fram í ljósi þess hve „sveigjanlegir og þenjanlegir innviðir ferðaþjónustunnar eru“ (Greiningardeild Arion banka, 2013, bls. 1). Þessu til stuðnings greinir deildin frá því að ferðaþjónustan sé fljót að bregðast við fjölgun ferðafólks með aukinni fjárfestingu í gistirými, samgöngum og afþreyingu. Hinsvegar telur deildin að náttúra og samfélag kunni að vera að nálgast þolmörk, í það minnsta á ákveðnum svæðum. Því til stuðnings er m.a. greint frá því að á vissum stöðum geti mannmergð og áníðsla náttúru dregið úr eiginleikum aðdráttaraflsins og laskað ímynd sem ferðafólk hefur af áfangastöðum á Íslandi, einkum á öræfum. Umhverfisstofnun hefur lagt mat á hvaða svæði þarna gæti verið um að ræða með tiltölulegra einfaldri SVÓT greiningu fyrir árin 2010, 2012 og 2014. Svæðin flokkast á rauðan lista annars vegar en þar eru þau svæði sem Umhverfisstofnun telur að séu undir miklu álagi sem bregðast þurfi við strax og á appelsínugulan lista hins vegar sem eru þau svæði sem stofnunin telur að séu undir tölverðu álagi sem einnig þurfi að fylgjast vel með og bregðast við á ýmsan hátt. Finna má listana á vef Umhverfisstofnunar (2015).

Deila má um það hvort þær rannsóknir, sem gerðar hafa verið fram til þessa á Íslandi um viðhorf heimafólks á tilteknum svæðum eða Íslendinga allra hafi varpað réttu ljósi á stöðu mála hverju sinni. Ekki er heldur hægt að taka þessum niðurstöðum sem heilögum sannleika þar sem viðhorf eru breytileg í tíma og rúmi og milli einstaklinga. Í bók Edwards H. Huijbens og Gunnars Þórs Jóhannessonar (2013) kemur fram að það sem helst hefur skort upp á þær þolmarkarannsóknir (og er þá átt við þær þrjár stóru rannsóknir sem gerðar hafa verið hér á landi) fram til þessa er samráð við heimafólk og mat á viðhorfum þess. Halda þeir því fram að í þeim viðtölum og símakönnunum sem fram til þessa hefur verið beitt í þolmarkarannsóknnum hafi hópar viðmælenda verið of litlir og að þeirri umræðu sem lagt var upp með um sýniáhrif og menningaraðlögun ekki gerð nægilega góð skil í greiningu og niðurstöðum. Til að bæta úr með tilliti til rannsókna á viðhorfi í náinni framtíð leggja þeir eftirfarandi til:

Til að nálgast frekar skilning á viðhorfi heimafólks er nauðsynlegt að gera vandaða þátttökuathugun sem fer fram yfir nokkurn tíma. Þannig væri hægt að gaumgæfa viðhorf, skynjun og upplifun ólíkra hagsmunaaðila á áhrifum ferðafólks hérlendis. Einnig má vel hugsa sér að reyna að komast yfir dagbókarfærslur heimamanna (á pappír og/eða rafrænar) og jafnvel biðja þá þeirra sem halda dagbækur (sem oft eru æði margir) að bæta inn athugasemdum um upplifun þeirra af ferðafólki. Mest hefur verið unnið í kjölfar þolmarkarannsóknanna á hálendi landsins, þar sem ekki er mikið um heimafólk heldur frekar hagsmunaaðila. Það sama gildir um þá og mat á þeirra viðhorfum en auðveldara er að eiga við þá enda þekking viðmælenda á ferðaþjónustu einhver og ljóst hvaða hagsmuni þeir eiga hverju sinni (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013, bls. 157-158).

Æskilegt væri að byggt væri ofan á þá könnun sem nú verður lýst með aðferðum þátttökuathugunar og horft verði í framhaldinu til viðhorfa og skynjana heimafólks inn í skipulagsvinnu og vinna skipulag í samráði við heimafólk.

Greining niðurstaðna úr könnun meðal Íslendinga

Í þessum hluta skýrslunnar verða kynnt til sögunnar gögn úr könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014), sem unnin var fyrir Ferðamálastofu á grunni spurninga sem móttast höfðu með hliðsjón af þeim fræðum sem rakin voru að ofan. Við lestur þess sem á eftir kemur er gagnlegt að hafa niðurstöður könnunar Félagsvísindastofnunar til hliðsjónar, þar sem farið verður lið fyrir lið yfir hverja spurningu. Í niðurstöðum verða síðan dregnar ályktanir af þeim gögnum með hliðsjón af fræðunum og markmiðum skýrslunnar.

Útgangspunktur

Öll könnunarvinna byggir á upplýsingum um svarendur. Í flestum könnunum er svörun greind eftir kyni, aldri, menntun, stöðu á vinnumarkaði og starfsstétt, sem eru algengustu grunnbreyturnar. Búseta er einnig algeng grunnbreyta en í tilfelli könnunar Félagsvísindastofnunar var hún sérstaklega skoðuð, sem og lengd búsetu í sveitarfélagi svarenda.

Ferðapjónusta á Íslandi hefur þróast mishratt eftir svæðum og augljós munur á árstíðarsveiflu í gestakomum ef borin eru saman suðvesturhorn landsins og önnur svæði fjær Flugstöð Leifs Eiríkssonar. Tafla 4 sýnir þennan munur skýrt út frá sk. Gini-stuðli sem reiknaður er fyrir hvert svæði gistinátta eins og Hagstofa Íslands skiptir þeim upp.

Tafla 4: Gini-stuðlar á svæðum fyrir gistinætur útlendinga á öllum gististöðum 1998-2014.

	Höfuðborgarsvæði	Suðurnes	Vesturland	Vestfirðir	Norðurland vestra	Norðurland eystra	Austurland	Suðurland
1998	0,32	0,44	0,66	0,75	0,78	0,75	0,77	0,72
1999	0,29	0,49	0,7	0,74	0,77	0,74	0,76	0,73
2000	0,28	0,46	0,71	0,75	0,77	0,73	0,76	0,72
2001	0,25	0,36	0,68	0,74	0,76	0,71	0,75	0,72
2002	0,27	0,44	0,7	0,73	0,76	0,73	0,73	0,71
2003	0,27	0,42	0,7	0,74	0,74	0,73	0,73	0,68
2004	0,28	0,41	0,69	0,75	0,75	0,73	0,72	0,68
2005	0,29	0,44	0,65	0,74	0,74	0,72	0,73	0,66
2006	0,27	0,43	0,65	0,71	0,73	0,7	0,69	0,67
2007	0,26	0,42	0,66	0,69	0,75	0,7	0,68	0,66
2008	0,24	0,44	0,65	0,7	0,74	0,71	0,7	0,65
2009	0,27	0,43	0,68	0,7	0,71	0,72	0,71	0,65
2010	0,26	0,43	0,69	0,71	0,71	0,7	0,71	0,62
2011	0,26	0,44	0,66	0,71	0,71	0,7	0,68	0,62
2012	0,2	0,39	0,64	0,66	0,71	0,64	0,67	0,59
2013	0,17	0,36	0,55	0,66	0,67	0,61	0,63	0,53
2014	0,14	0,37	0,55	0,70	0,63	0,60	0,64	0,52
Meðaltal	0,25	0,42	0,66	0,72	0,73	0,70	0,71	0,65

Gini-stuðulinn er iðulega notaður til að greina jöfnuð tekna í samfélaginu. Með sama hætti er hægt að skoða dreifingu gistinátta yfir mánuði ársins eftir mismunandi svæðum. Ef allar gistinætur ársins skila sér alveg jafnt í hverjum mánuði inn á svæðið tekur Gini-stuðulinn gildið núll. Hann hækkar eftir því sem gistináttadreifingin er ójafnari. Við gildið 1 hefur einn mánuður allar gistinæturnar.

Glögglega má sjá á töflu 4 að sú jákvæða þróun sem hófst af krafti á á höfuðborgarsvæðinu árið 2012 heldur áfram. Önnur svæði standa hinsvegar í stað í kjölfar jákvæðra breytinga árin 2012 og 2013. Hreyfing í rétta átt á Vestfjörðum virðist ganga til baka. Vandí íslenskrar ferðaþjónustu er því enn um sinn hin mikla árstíðarsveifla gistinátta, sem sérstaklega einkennir svæði utan höfuðborgarsvæðis. Í samhengi könnunar Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) má skoða búsetu svarenda til að átta sig á hvaðan þau viðhorf eru að koma sem birtast í könnuninni. Tafla 5 tekur saman svæðaskiptingu búsetu svarenda speglað við íbúafjölda svæðanna sem um ræðir, en markaðssvæði ferðaþjónustu endurspeglar svæðaskiptingu Hagstofu Íslands er kemur að gistinóttum að öllu leyti utan Norðurlands, þar sem tveir hlutar Hagstofu Íslands verða að einum.

Tafla 5: Svæðaskipting búsetu svarenda könnunar Félagsvísindastofnunar HÍ.

Markaðssvæði ferðaþjónustu	% svarenda	% íbúa	Svæði atvinnu þróunarfélaga	% svarenda	% íbúa	Sóknar- og varnarsvæði Byggða-stofnunar	% svarenda	% íbúa
Vesturland	5%	5%	AFE	21%	21%	Suðvestursv.	78%	80%
Vestfirðir	2%	2%	Atvest	4%	6%	Norðursv.	11%	10%
Norðurland	12%	11%	Atþing	4%	4%	Austursv.	3%	3%
Austurland			SSS			Norðvestur horn	4%	4%
	3%	3%		15%	18%	Norðaustur horn	0%	0%
Suðurnes	6%	6%	SASS	26%	23%	Suðaustur strönd	3%	2%
Suðurland	10%	8%	SSNV	8%	6%			
Höfuðborg	62%	64%	SSV	13%	13%			
			Austurbrú	9%	9%			

Eins og lesa má úr töflu 5 má einu gilda hvaða svæðaviðmið er notað, svörun við könnun eru í takt við hlutdeild svæðanna í íbúafjölda landsins. Ekki er hinsvegar hægt að greina svör við öllum spurningum könnunar uppá hvert þessara svæða og þaðan af síður einstök póstnúmer, þar sem of fá svör við hverjum lið gera greiningu og túlkun ómarktæka. Í könnun

Félagsvísindastofnunar var því óskað eftir að svör væru greind í þrennt eftir því hvort um væri að ræða höfuðborgina, kraga í kringum höfuðborgarsvæði og landsbyggð. Svarendur sem voru með póstnúmer í Reykjavík, á Seltjarnarnesi, í Kópavogi, Garðabæ, Hafnarfirði og Mosfellsbæ flokkuðust sem höfuðborgarbúar. Svarendur sem voru með póstnúmer á Suðurnesjum, á Suðurlandi austur að Selfossi og á Vesturlandi norður að Borgarnesi flokkuðust með búsetu í kraganum í kringum höfuðborgarsvæðið. Aðrir flokkuðust undir landsbyggð (Félagsvísindastofnun HÍ, 2014, bls. 6).

Hvað varðar lengd búsetu í núverandi sveitarfélagi svarenda var spurt hve lengi svarendur höfðu búið í sínu sveitarfélagi; fimm ár eða skemur, 6-10 ár, 11-20 ár, 21-30 ár og lengur en 30 ár. Kom í ljós að nær helmingur (46%) höfðu búið í sveitarfélaginu 11-20 ár og lengur en 30 ár (23% í hvoru tilfalli), en um fimmtungur (21%) skemur en fimm ár.

Viðhorf til ferðamanna og ferðaþjónustu

Þegar könnuð eru viðhorf til ferðamanna og ferðaþjónustu liggur beint við að spyrja hvað fólki finnst um fjölda ferðamanna á Íslandi á sumrin, það er í júní, júlí og ágúst. Ráðandi viðhorf svarenda er að hann sé hæfilegur (65%), en um fimmtungi (21%) finnst hann heldur of mikill og nærri tíunda hverjum finnst hann alltof mikill (8%). Ekki er hægt að greina marktækan mun eftir búsetu í þeim þremur flokkum sem Félagsvísindastofnun setti upp vegna lítillar svörunar í sumum flokkum. Ef hinsvegar var reynt að greina mun eingöngu milli landsbyggðar og höfuðborgar eftir að svarmöguleikar voru felldir saman var hægt að fá gilt marktektarpróf og reyndist munur á viðhorfi fólks til þess hvort of lítið var af ferðafólki (um 6%) eða of mikið (um 30%) eftir búsetu ekki marktækur við 95% öryggismörk, aðeins við 90% ($\alpha=0,05$, $P=0,086$, $\chi^2=4,907$, $df=2$). Þannig virðist sjónarmið landsmanna gagnvart fjölda gesta að sumri ekki stýrast af búsetu.

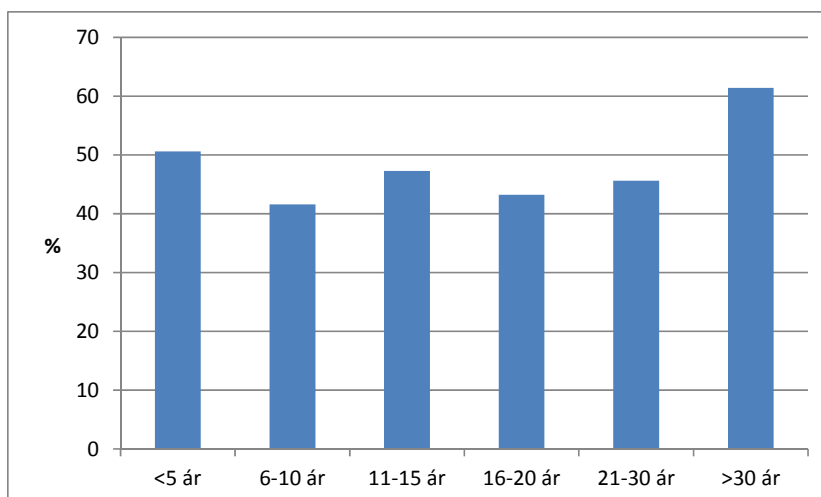
Ef rýnt er í lengd búsetu í sveitarfélagi svarenda er það sama uppi á teningnum. Ekki er hægt að greina marktækan mun eftir lengd búsetu í þeim sex flokkum sem Félagsvísindastofnun setti upp vegna lítillar svörunar í sumum flokkum. Ef hinsvegar var reynt að greina mun milli flokka eftir að svarmöguleikar voru felldir saman var hægt að fá gilt marktektarpróf og reyndist munur á viðhorfi fólks til þess hvort of lítið var af ferðafólki (um 6%) eða of mikið

(um 30%) eftir búsetu ekki marktækur við 95% öryggismörk ($\alpha=0,05$, $P=0,370$, $\chi^2=10.843$, $df=10$). Þannig virðist sjónarmið landsmanna gagnvart fjölda gesta að sumri ekki stýrast heldur af lengd búsetu í sveitarfélagi.

Ef spurning um viðhorf til fjölda ferðamanna á Íslandi að vetri, það er september til loka maí, er skoðuð má sjá að skoðanir verða skiptari og færri fólki finnst fjöldinn hæfilegur miðað við sumarið (48%) og mun fleirum þykir gestir heldur of fáir (40%) eða jafnvel alltof fáir (9%) að vetri samanborið við sumarið, þar sem aðeins 5% þótti fjöldi ferðamanna heldur of lítill og 1% (8 svarendur) alltof lítill.

Ekki er hægt að greina marktækan mun eftir búsetu í þeim þremur flokkum sem Félagsvísindastofnun setti upp vegna lítillar svörunar í sumum flokkum. Ef hinsvegar var reynt að greina mun eingöngu milli landsbyggðar og höfuðborgar eftir að svarmöguleikar voru felldir saman var hægt að fá gilt marktektarpróf og reyndist munur á viðhorfi fólks til þess hvort of lítið var af ferðafólki marktækur eftir búsetu við 95% öryggismörk ($\alpha=0,05$, $P=<0,001$, $\chi^2=40,013$, $df=2$). Þannig virðist sjónarmið landsmanna gagnvart fjölda gesta að vetri stýrast af búsetu og mun algengara að þeir sem búa á landsbyggð telji of fáa gesti vera að vetri (61%) samanborið við höfuðborgarbúa (42%).

Ef er rýnt í lengd búsetu í sveitarfélagi svarenda er það sama uppi á teningnum. Ekki er hægt að greina marktækan mun eftir lengd búsetu í þeim sex flokkum sem Félagsvísindastofnun setti upp vegna lítillar svörunar í sumum flokkum. Ef hinsvegar bara var reynt að greina mun milli flokka eftir að felldir voru saman svarmöguleikar var hægt að fá gilt marktektarpróf. Reyndist vera munur á viðhorfi fólks til þess hvort of lítið var af ferðafólki marktækur við 99% öryggismörk ($\alpha=0,01$, $P=0,001$, $\chi^2=21.403$, $df=5$). Sjónarmið meirihluta var að of lítið væri af ferðafólki að vetri. Mynd 3 sýnir að þeir sem búa skemmst og hvað lengst í sveitarfélaginu hafa sterkustu skoðanir á því hvort of lítið sé af gestum. Aðrir telja fjöldann að vetri hæfilegan.



Mynd 4: Hlutfall þeirra sem finnst of lítið af gestum að vetri eftir lengd búsetu.

Spurt var hvað svarendum finnst um uppbyggingu ferðaþjónustu í landinu miðað við fjölgun ferðamanna. Ráðandi sjónarmið var að svarendum þótti hún heldur of hæg (31%) eða alltof hæg (28%). Í bakgrunnsgreiningu svaranna reyndist mælanlegur marktækur munur í öllum flokkum og lesa má að konur, eldri en 30 ára, búsettar á höfuðborgarsvæðinu og kraga þess töldu helst að uppbygging sé of hæg eða alltof hæg. Einnig eru háskólamenntaðir, stjórnendur og sérfræðingar á þessari skoðun umfram aðra.

Ekki reyndist mögulegt að rýna í marktækt eftir lengd búsetu, en ef sameinaðir voru flokkar svara og metið aðeins eftir því hvort svarendum þótti uppbygging of hæg, hæfileg eða of hröð kom í ljós að ekki reyndist marktækur munur eftir lengd búsetu í sveitarfélagi ($\alpha=0,05$, $P=0,468$, $X^2=14,768$, $df=15$).

Hvað varðar viðhorf til stöðu ferðaþjónustu í landinu var spurt hvernig svarendur meti stöðu ferðaþjónustu í efnahagslífi landsins. Þorri svarenda taldi ferðaþjónustuna nokkuð mikilvæga (68%) eða að hún væri undirstöðuatvinnuvegur (30%). Ekki reyndust gögnin uppfylla forsendur marktæktarprófs í neinu tilfelli þegar skoðað var eftir bakgrunni svarenda. Hinsvegar er áhugavert að rýna í hvort búseta eða lengd hennar hafi mögulega hér einhver áhrif.

Ef reynt var að greina mun eingöngu milli landsbyggðar og höfuðborgar eftir að svarmöguleikar voru felldir saman var hægt að fá gilt marktæktarpróf en ekki reyndist marktækur munur á sjónarmiðum á stöðu greinarinnar í efnahagslífi landsins eftir búsetu við

95% öryggismörk ($\alpha=0,05$, $P=0,077$, $X^2=3,124$, $df=1$). Ef rýnt er í lengd búsetu í sveitarfélagi svarenda er það sama uppi á teningnum ($\alpha=0,05$, $P=0,8$, $X^2=2,341$, $df=5$).

Áhrif gesta á íslenskt samfélag og umhverfi

Næst í könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) koma spurningar sem snéru að því hvernig fólk metur áhrif af ferðamönnum á íslenskt samfélag og umhverfi. Beðið var um álit fólks á 11 fullyrðingum sem fólk gat verið mjög eða frekar sammála eða ósammála eða hvorki sammála né ósammála.

Fyrsta spurning snéri að því hvort gestir kenndu okkur að meta eigið land. Þorri svarenda er þar mjög (21%) eða frekar sammála (46%), en um þriðjungur mjög (7%) eða frekar ósammála (21%). Ekki var um að ræða marktækan mun í tilfelli neinnar bakgrunnsbreytu ef frá er talin menntun. Líklegast var að fólk með framhaldsskólamenntun væri mjög eða frekar sammála (72%), umfram háskólamenntaða (65%) og grunnskólamenntaða (63%).

Næsta spurning snéri að því hvort fólk teldi ferðamenn spilla náttúru landsins. Þar voru skiptar skoðanir meðal svarenda og á meðan um helmingur var mjög (10%) eða frekar (37%) sammála þeirri fullyrðingu, voru fjórir af hverjum tíu henni mjög (9%) eða frekar (33%) ósammála. Marktækur munur á sjónarmiðum var eftir kyni, aldri, starfsstétt og stöðu á vinnumarkaði og sýnu líklegra að konur (49%) yfir sextugu (55%) teldu ferðafólk spilla náttúru landsins. Skrifstofu-, sölu- og þjónustufólk (49%) ásamt iðnaðarmönnum, tæknum og sérmenntuðu fólki (51%) var líklegast til að vera frekar eða mjög sammála einnig. Í öðrum flokkum bakgrunnsbreyta var ekki um marktækan mun að ræða.

Næsta spurning varðaði einnig náttúru landsins en í þetta sinn var spurt hvort fólk teldi að ferðamenn stuðluðu að bættu aðgengi að náttúru landsins. Aftur reyndust skoðanir skiptar meðal svarenda en þó var sýnu meira ráðandi sjónarmið að fólk væri frekar (47%) eða mjög (14%) sammála því að ferðamenn stuðli að bættu aðgengi. Þeir sem voru frekar (24%) eða mjög (6%) ósammála voru innan við þriðjungur. Aðeins reyndist marktækur munur í svörun útfrá tveimur bakgrunnsbreytum; kyni og starfsstétt. Karlar (65%) og iðnaðarmenn, tæknar

og sérmenntað fólk (66%) er líklegustu hóparnir til að telja ferðafólk bæta aðgengi að náttúru.

Nærri fjórðungur svarenda (23%) telja ferðamenn spilla upplifun af náttúru landsins á meðan rúmlega tveir þriðju svarenda (70%) telja svo ekki vera. Marktækur munur reyndist á sjónarmiðum svarenda eftir aldri, búsetu, menntun og starfsstétt. Líklegast er að þeir sem eru eldri en 60 ára (28%) og búa á höfuðborgarsvæðinu (27%) telji svo vera. Þeir sem eru háskólamenntaðir (26%) og stjórnendur og sérfræðingar (26%) eða iðnaðarmenn, tæknar og sérmenntað fólk (25%) eru einnig líklegri til að telja ferðamenn spilla upplifun af náttúru landsins.

Í næstu spurningu er spurt nánar um umhverfi og náttúru og fólk beðið um að horfa sér nær. Spurt er hvort ferðamenn kenna okkur að meta eigið umhverfi. Hér var þorri svarenda á því að svo væri (64%) en rúmur fjórðungur (29%) taldi svo ekki vera. Marktækur munur var á sjónarmiðum eftir aldri, menntun og starfsstétt þar sem hinir elstu (>60 ára, 66%) og yngstu (18-29 ára, 65%) voru eilítið líklegri til að telja svo vera. Fólk með framhaldskólamenntun skar sig úr (70%) í að telja svo vera sem skýrist mögulega af sjónarmiðum yngsta hópsins og skrifstofu-, sölu- og þjónustufólki (68%) ásamt iðnaðarmönnum, tæknum og sérmenntuðu fólki (67%) var einnig frekar líklegri til að vera sammála því að ferðamenn kenni okkur að meta eigið umhverfi.

Nær allir svarendur telja ferðaþjónustu efla hagkerfið (96%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra þar sem svör þeirra sem voru ósammála reyndust svo fá. Ef þeir flokkar eru hinsvegar sameinaðir má sjá að ekki er marktækur munur á sjónarmiðum eftir búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,071$, $X^2=3,259$, $df=1$) né lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,954$, $X^2=1,101$, $df=5$).

Nær allir svarendur eru einnig á einu máli um að ferðamenn bæti við fjölbreytileika mannlífsins (93%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra í öllum tilfellum þar sem svör þeirra sem voru ósammála reyndust svo fá. Staðfest er að ekki er marktækur munur milli kynja hvað þetta sjónarmið varðar en aðrir flokkar uppfylla ekki forsendur marktæktarprófs. Ef flokkar svara eru hinsvegar sameinaðir má sjá að ekki er

marktækur munur á sjónarmiðum eftir búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,652$, $X^2=0,203$, $df=1$) né lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,761$, $X^2=2,604$, $df=5$).

Nær allir svarendur telja að ferðamenn efli þjónustuframboð (90%). Mögulegt reyndist að greina marktækan mun eftir kyni og búsetu og er líklegra að karlar (92%) teldu svo vera og þeir sem bjuggu á landsbyggð eða kraga höfuðborgar (bæði 92%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra í öðrum tilfellum þar sem svör þeirra sem voru ósammála reyndust svo fá. Ef flokkar svara eru hinsvegar sameinaðir má sjá að ekki er marktækur munur á viðhorfum eftir lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,479$, $X^2=4,508$, $df=5$).

Þegar kemur að fullyrðingum um áhrif gesta á íslenskt samfélag og umhverfi telur þorri svarenda að ferðamenn efli verslun í landinu (93%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra þar sem svör þeirra sem voru ósammála reyndust svo fá. Ef þeir flokkar eru hinsvegar sameinaðir má sjá að ekki er marktækur munur á sjónarmiðum eftir búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,49$, $X^2=0,477$, $df=1$) né lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,316$, $X^2=5,901$, $df=5$).

Þegar kemur að spurningu um hvort ferðamenn takmarki aðgengi annarrar að þjónustu má sjá að skoðanir svarenda verða nokkuð skiptar. Þorri svarenda er sem fyrr jákvæður gagnvart ferðafólki og er mjög (20%) eða frekar (52%) ósammála þessari fullyrðingu en um fimmtungur eru frekar (17%) eða mjög (5%) sammála. Aðeins er um marktækan mun að ræða á sjónarmiðum er kemur að menntun og stöðu á vinnumarkaði. Þeir sem eru með grunnskólamenntun (25%) eru líklegastir til að vera sammála þessari fullyrðingu og þeir sem ekki eru í launaðri vinnu (25%), það er starfa sjálfstætt, eru í námi, án vinnu eða utan vinnumarkaðar.

Að sama skapi voru svarendur að upplagi (92%) ekki sammála því að ferðamenn geri mannlífið einsleitara. Ekki reyndist marktækur munur á sjónarmiðum kynjanna hvað þetta varðar, en marktækur mælanlegur munur var á sjónarmiðum eftir menntun þar sem grunn- og framhaldskólamenntaðir (7%) voru líklegri til að vera sammála þessari fullyrðingu. Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra í öðrum flokkum þar sem svör þeirra sem voru sammála reyndust svo fá. Ef þeir flokkar eru hinsvegar sameinaðir má sjá að

ekki er marktækur munur á sjónarmiðum eftir búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,582$, $X^2=0,302$, $df=1$) né lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,431$, $X^2=4,878$, $df=5$).

Sýn á ferðaþjónustu og hlutverk hins opinbera

Fimm spurningar snéru að sýn fólks á ferðaþjónustu og hlutverk hins opinbera. Þar er fyrst að telja hvort svarendur telji að hið opinbera hafi skýra framtíðarsýn fyrir íslenska ferðaþjónustu. Þrír af hverjum fjórum (74%) töldu ekki svo vera og reyndist um marktækan mun að ræða þegar kom að aldri, menntun og stöðu á vinnumarkaði. Fólk á aldrinum 31-44 var marktækt líklegast til að vera þessarar skoðunar (81%) á meðan hinir yngstu (18-29 ára) voru síst líklegir (54%). Eftir því sem svarendur voru langskólagengnari voru þeir líklegri til að vera á þeirri skoðun að hið opinbera hafi ekki skýra framtíðarsýn fyrir ferðaþjónustu. Námsmenn voru síður líklegri en aðrir til að vera á þessari skoðun (55%), sem kallast á við sjónarmið yngri aldurshópsins.

Þegar kom hinsvegar að spurningu um hvort ferðaþjónustufyrirtæki hafi skýra framtíðarsýn fyrir íslenska ferðaþjónustu, þá urðu skoðanir skiptari. Rétt rúmur þriðjungur (34%) taldi svo vera, og þriðjungur á móti (36%) taldi svo ekki vera. Aftur er marktækur munur á sjónarmiðum eftir aldri, menntun og stöðu á vinnumarkaði, en við bætist að marktækur munur er á sjónarmiðum eftir því hvaða starfsstétt svarendur tilheyra. Aftur voru það síst hinir yngstu (18-29 ára) (20%) sem töldu enga framtíðarsýn vera hjá fyrirtækjum í ferðaþjónustu. Þeir sem voru háskólamenntaðir töldu helst (43%) að enga framtíðarsýn væri þar að finna og námsmenn (23%), ásamt skrifstofu-, sölu- og þjónustufólki (31%) og iðnaðarmönnum, tæknum og sérmenntuðu fólki (36%), voru síst líklegir til að telja framtíðarsýn vanta meðal fyrirtækja í greininni.

Spurt var hvort ríkið ætti að efla landkynningu til að laða fleiri gesti til landsins. Þar voru sjónarmið skipt. Á meðan um helmingur var því mjög (17%) eða frekar (32%) sammála, voru sýnu færri því frekar (29%) eða mjög (14%) ósammála. Unnt var að mæla marktækan mun í svörum þegar kom að kyni, aldri, menntun og stöðu á vinnumarkaði. Þannig voru karlar (51%) sýnu líklegri en konur (47%) til að vera þessu sammála. Hinir yngstu (18-29 ára) voru áberandi meira sammála (63%) samanborið við hina elstu (>60 ára, 38%). Líkur á því að

svarendur séu sammála því að ríkið ætti að efla landkynningu minnkuðu eftir því sem svarendur voru langskólagengnari en þeir sem eru í námi voru líklegastir til að vera sammála (55%).

Ferðapjónusta er atvinnugrein, sem leggur til hagkerfisins gegnum þá þjónustu sem veitt er gestum. Þannig er mikilvægt að vita hvort svarendur töldu ferðapjónustu skapa fjölbreytt eða einhæf störf að jafnaði. Þrír af hverjum fjórum töldu störf í ferðapjónustu frekar (54%) eða mjög (22%) fjölbreytt. Hægt var að greina marktækan mun eftir aldri og stöðu á vinnumarkaði, þar sem þeir yngstu (18-29 ára) reyndust líklegastir (85%) til að telja störfin fjölbreytt og þeir sem voru í námi (87%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra í tilfellum lengdar búsetu í sveitarfélagi og eftir starfsstétt. Ef flokkar svara eru hinsvegar sameinaðir má sjá að ekki er marktækur munur á viðhorfum eftir lengd búsetu ($\alpha=0,05$, $P=0,137$, $X^2=14,877$, $df=10$) né eftir starfsstétt ($\alpha=0,05$, $P=0,704$, $X^2=3,798$, $df=6$).

Tengt spurningu um fjölbreytileika starfa í ferðapjónustu er hvort svarendur telji störfin vera vel eða illa launuð. Nærri helmingur taldi störfin frekar (39%) eða mjög illa (10%) launuð. Þriðjungur var á báðum áttum (32%) en um fimmtungur taldi störfin frekar (18%) eða mjög vel (1%) launuð. Reyndist mælanlegur marktækur munur í tveimur flokkum. Þannig voru grunnskólagengnir helst á þeirri skoðun að störf í ferðapjónustu væru vel launuð (27%) og þeir sem voru í námi (31%). Ekki reyndist unnt að greina mun á svörum og marktækt þeirra í tilfellum aldurs, lengdar búsetu í sveitarfélagi og eftir starfsstétt. Ef flokkar svara eru hinsvegar sameinaðir má sjá að marktækur munur á viðhorfum eftir aldri ($\alpha=0,05$, $P=<0,001$, $X^2=75,6$, $df=9$). Þeir sem eru yngstir (18-29 ára) eru eini hópurinn þar sem fleiri (36,5%) telja störfin vel launuð og eru þar af leiðandi líklegastir til að telja svo vera. Þegar kom að lengd búsetu var marktækur munur á svörum ($\alpha=0,05$, $P=0,009$, $X^2=30,915$, $df=15$). Þeir sem höfðu búið skemmst (<5 ár, 22,8%) eða í 16-20 ár (25,7%) eða 21-30 ár (22,7%) voru líklegastir til að telja launin vel borguð. Þegar kemur að starfsstétt reyndist ekki vera marktækur munur fyrir hendi ($\alpha=0,05$, $P=0,149$, $X^2=13,318$, $df=9$).

Ferðapjónusta og gestir í nærsamfélagi

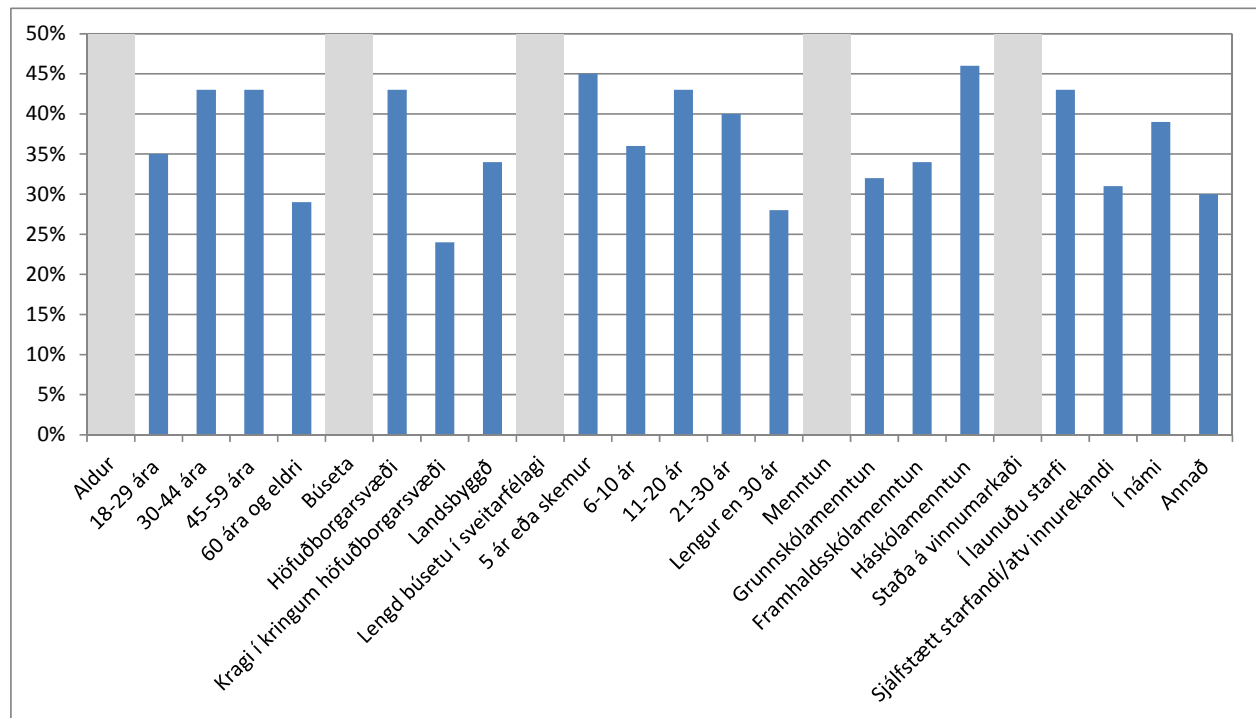
Mikilvægt er að átta sig á hlutverki ferðapjónustu og viðhorfi til gesta þegar kemur að nærsamfélagi fólks. Sjö spurningar snéru að þessu þar sem fyrst var skoðað hvort svarendur teldu sitt sveitarfélag vera áfangastað ferðafólks. Rúmlega þrír af hverjum fjórum svarenda telja svo vera (78%) og reyndist marktækur munur á þessari skoðun eftir búsetu og stöðu á vinnumarkaði. Þannig voru þeir sem bjuggu á landsbyggð nokkru líklegri til að telja sitt sveitarfélag áfangastað ferðafólks (89%) samanborið við höfuðborgarbúa (75%) eða kraga þess (73%). Þeir sem voru í launaðri vinnu (80%) eða störfuðu ekki sjálfstætt eða voru í námi (81%) voru einnig líklegri til að telja sitt sveitarfélag áfangastað ferðafólks.

Til að fá nánari sýn á þessa skoðun svarenda var spurt að hve miklu leyti þeir teldu sveitarfélagið sitt vera áfangastað ferðafólks. Einnig var möguleiki að endurtaka þá skoðun að telja sveitarfélagið ekki áfangastað ferðafólks, sem um fjórðungur valdi (24%). Nærri tveir af þremur (62%) töldu sitt sveitarfélag vera að miklu leyti áfangastað ferðafólks, en aðeins 14% taldi hann vera það að litlu leyti. Marktækur munur reyndist á svörum eftir aldri, búsetu, stöðu á vinnumarkaði og starfsstétt. Þannig voru hinir yngstu (18-29 ára) og elstu (>60 ára) síst líklegir til að telja sveitarfélagið að miklu leyti áfangastað ferðafólks. Landsbyggðarfólk var líklegast (81%) til gera það, sem og þeir sem voru í launuðu starfi (66%) skrifstofu-, sölu- eða þjónustufólk (68%).

Þegar nánar er að gáð hvernig áfangastaður sveitarfélagið er með tilliti til þeirra gesta sem það sækja heim má sjá að um sex af hverjum 10 (61%) svarendum telja erlenda gesti í meirihluta, meðan aðrir töluðu um að innlendir gestir væru í meirihluta. Mælanlegur marktækur munur reyndist á þessari skoðun eftir aldri og búsetu. Þannig var líklegra eftir því sem svarendur urðu eldri að þeir teldu erlenda gesti í meirihluta og landsbyggðar fólk var líklegra (72%) til að telja erlenda gesti til meirihluta gesta í sveitarfélaginu á móti 52% höfuðborgarbúa.

Svarendur voru einnig á því að þjónusta við gesti skapi nokkrar (40%) eða miklar (38%) tekjur í eigin sveitarfélagi. Fimmtungur (20%) taldi að um litlar tekjur væri að ræða og nærri enginn (3%) að engar tekjur hlytust af þjónustu við gesti. Marktækur munur er á því hverjir telja að miklar tekjur skapist af þjónustu við gesti eftir aldri, búsetu, lengd búsetu í sveitarfélagi,

menntun og stöðu á vinnumarkaði. Höfuðborgarbúar sem búið höfðu skemmst (<5 ár) í sveitarfélaginu voru líklegastir til að telja miklar tekjur skapast af þjónustu við gesti, 43% og 45%, sem og þeir sem voru háskólamenntaðir (46%). Að öðru leyti eru sjónarmið nokkuð dreifð en mynd 5 sýnir með hvaða hætti.

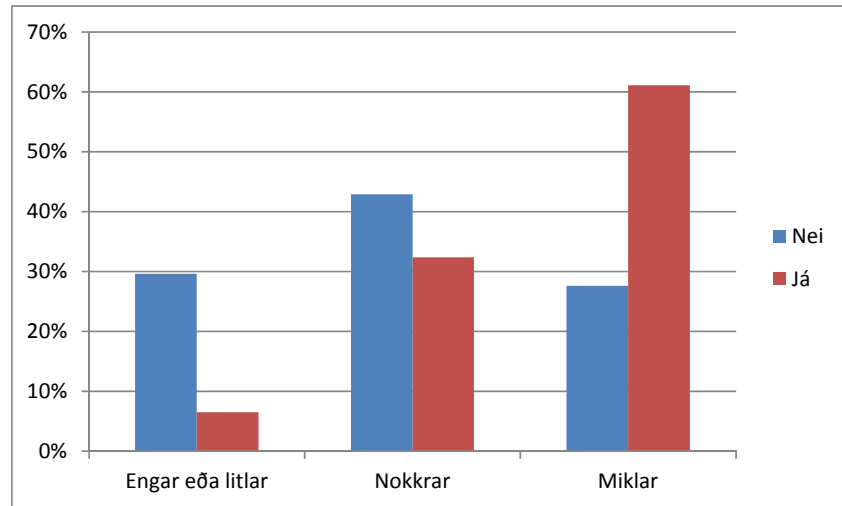


Mynd 5: Hlutfall svarenda sem telja að þjónusta við ferðamenn skapi miklar tekjur í sínu sveitarfélagi. Svör þar sem marktækur munur var á skoðunum.

Sjá má á mynd 5 að fólk á miðjum aldri telur miklar tekjur falla til af þjónustu við ferðafólk, sem og þeir sem eru í launuðum störfum eða í námi.

Tekjur af ferðafólki eru ein áhrif á lífsgæði fólks í þeirra sveitarfélagi en einnig var spurt almennt hvort svarendur teldu ferðafólk í sínu sveitarfélagi hafa áhrif á lífsgæði sín? Nærri þrjú af hverjum fjórum (72%) töldu svo ekki vera en aðrir (28%) sögðu svo vera. Ef nánar er rýnt í þá sem töldu ferðafólk hafa áhrif á lífsgæði sín reyndist mælanlegur marktækur munur í öllum flokkum nema starfsstétt. Svarendur á aldrinum 30-44 ára (35%), búsettir á landsbyggð (35%), skemur en fimm ár (33%), háskólamenntaðir (34%) og sjálfstætt starfandi (38%) voru líklegastir til að telja ferðafólk hafa áhrif á lífsgæði sín. Áhugavert er í þessu samhengi að rýna hvort skoðanir á áhrif á lífsgæði fylgja skoðunum á þær tekjur sem falla til vegna þjónustu við gesti. Marktæk fylgni ($r=0,337$ @ $\alpha=0,01$) reyndist milli þess hvort fólk

teldi nokkrar eða miklar tekjur falla til og þess hvort gestir hefðu áhrif á lífsgæði. Mynd 6 sýnir samhengið í svörum þessara tveggja spurninga sem er marktækur ($\alpha=0,05$, $P<0,001$, $\chi^2=122,031$, $df=2$).



Mynd 6: Greining á fylgni milli þess hvort fólk telji að tekjur skapist af þjónustu við ferðafólk og hvort gestir hafi áhrif á lífsgæði (já/nei).

Hægt er að rýna frekar í svör fólks um áhrif gestakoma á lífsgæði með því að kanna samræmi við fullyrðingarnar 11 um áhrif ferðamanna á náttúru og samfélag sem farið var yfir að ofan. Tafla 6 sýnir að marktækur munur er á afstöðu til allra fullyrðinga ($\alpha=0,05$), en aðeins er tekin samanlögð hlutdeild þeirra svarenda sem voru fullyrðingum mjög eða frekar sammála. Þessi svör voru borin saman við hvort svarendur teldu ferðafólk hafa áhrif á sín lífsgæði. Fylgni (r) svara við öllum fullyrðingum og afstöðu til áhrifa á lífsgæði reyndist auk þess marktæk.

Tafla 6: Samsvörun fullyrðinga um áhrif ferðafólks á náttúru og samfélag og áhrif gestakoma á lífsgæði.

Mjög og frekar sammála	Telur þú að ferðafólk í þínu sveitarfélagi hafi áhrif á lífsgæði þín		α	P	χ ²	df	r	α
	Já%	Nei%						
Ferðamenn kenna okkur að meta eigið land	75,4	63,6	0,05	0,001	18,442	4	-0,121	0,01
Ferðamenn spilla náttúru landsins	42,2	48,7	0,05	0,007	14,204	4	0,091	0,01
Ferðamenn stuðla að bættu aðgengi að náttúru landsins	67,8	57,7	0,05	0,017	12,089	4	-0,085	0,01
Ferðamenn spilla upplifun af náttúru Íslands	18,4	25,3	0,05	<0,0001	22,133	4	0,088	0,01
Ferðamenn kenna okkur að meta eigið umhverfi	73,5	60,5	0,05	0,001	19,576	4	-0,128	0,01
Ferðamenn efla hagkerfið	97,1	95,1	0,05	<0,0001	34,067	4	-0,152	0,01
Ferðamenn bæta við fjölbreytileika mannlífsins	97,7	91,7	0,05	<0,0001	40,834	4	-0,163	0,01
Ferðamenn efla þjónustuframboð	93,8	88,3	0,05	<0,0001	51,117	4	-0,184	0,01
Ferðamenn efla verslun í landinu	93,8	91,1	0,05	<0,0001	20,193	4	-0,111	0,01
Ferðamenn takmarka aðgengi annarra að þjónustu	18,5	24,2	0,05	0,016	12,153	4	0,067	0,05
Ferðamenn gera mannlífið einsleitara	6	5,2	0,05	<0,0001	20,315	4	0,073	0,05

Sjá má á töflu 6 að þeir sem telja áhrif vera af gestakomum á lífsgæði sín hafa marktækt jákvæðari afstöðu gagnvart ferðafólki. Líklegra er að þeir sem segi já við spurningu um áhrif á lífsgæði séu frekar eða mjög sammála þeim fullyrðingum sem talist geta jákvæðar um gestakomur og eru ólíklegri til að vera sammála hinum neikvæðari fullyrðingum, ef frá er talin sú síðasta um að ferðamenn geri mannlífið einsleitara.

Mynd 6 og tafla 6 eru í fullu samræmi við svör næstu spurningar um það hvort fólk teldi lífsgæði batna eða versna í sveitarfélaginu við komu gesta. Níu af hverjum 10 (91%) töldu

lífsgæði batna. Af hinum sem töldu þau versna má sjá að marktækur munur er á sjónarmiðum eftir kyni og búsetu. Konur (14%) á höfuðborgarsvæði (13%) eru líklegastar til að telja lífsgæði versna.

Til samræmis við það að svarendur telja lífsgæði sín batna við komur ferðafólks í sitt sveitarfélag má sjá að nær öllum líkar frekar (45%) eða mjög vel (51%) að hafa samskipti við ferðamenn sem koma í sitt sveitarfélag. Aðeins þrír svarendur segja að þeim líki það frekar eða mjög illa og því ekki hægt að greina marktækt svara í öllum flokkum með alla svarmöguleika. Ekki er þörf á að rýna stig jákvæðni gagnvart samskiptum við gesti eftir bakgrunnsbreytum hér.

Tengt spurningum um upplifun svarenda af ferðafólki í sínu sveitarfélagi er spurning sem tíunduð er í töflu 39 í könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014, bls. 39) og snýr að því hvort ferðaðjónusta hefur aukið eða dregið úr menningarframboði í sveitarfélagi svarenda. Nærri þrír af hverjum fjórum telja ferðaðjónustu hafa aukið menningarframboðið. Flestir telja að menningarframboð hafi aukist nokkuð (55%), en nærri fimmtungur mikið (17%). Rétt rúmur fjórðungur telur ferðaðjónustu engin áhrif hafa haft en 10 svarendur sögðu áhrifin neikvæð. Gögnin uppfylltu ekki forsendur marktæktarprófs með öllum svarmöguleikum en eftir að þeir voru felldir saman reyndist ekki marktækur munur í neinum flokki bakgrunnsbreyta á skoðunum.

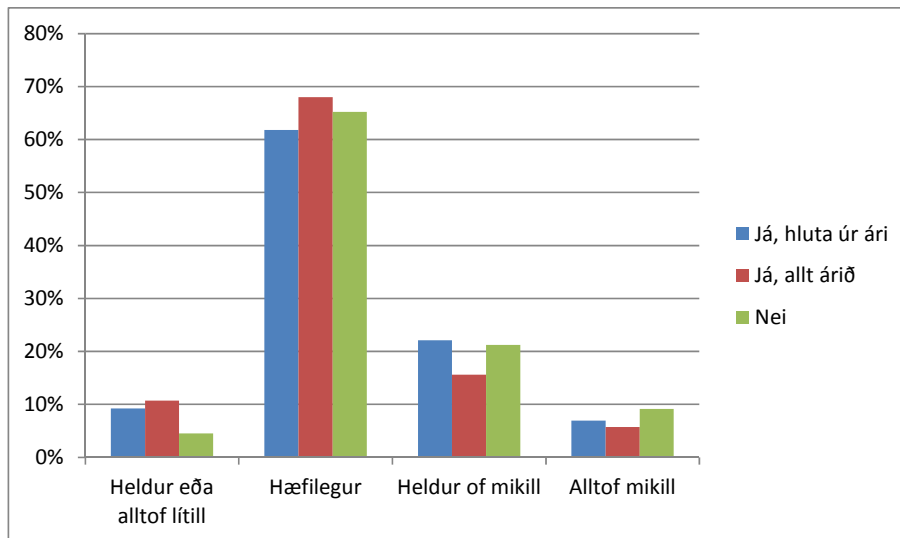
Persónuleg tengsl við ferðaðjónustu

Síðasti flokkur spurninga í könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) snéri að persónulegum högum fólks og tengslum við ferðaðjónustu. Beinast liggur við í því samhengi að spyrja svarendur hvort þeir starfi í ferðaðjónustu og reyndust 12% svarenda gera það. Marktækur munur var á því hvort fólk starfaði í ferðaðjónustu eftir búsetu, menntun, stöðu á vinnumarkaði og starfsstétt. Þannig voru þeir sem bjuggu í kraga höfuðborgar líklegastir (20%) til að starfa í ferðaðjónustu. Þeir sem voru með framhaldsskólamenntun (16%), sjálfstætt starfandi (22%) og tilheyrðu starfsstétt bænda, fiskimanna, véla- og verkafólks (25%) voru líklegastir til að telja sig starfa innan ferðaðjónustu.

Samhliða var spurt hvort svarendur eða einhver á þeirra heimili hefði tekjur af ferðapjónustu, hluta úr ári eða allt árið. Til samræmis við fjölda starfandi miðað við svar við þeirri spurningu reyndust 11% hafa tekjur allt árið af ferðapjónustu og 11% hluta úr ári. Marktækur munur var á svörum eftir aldri, búsetu og stöðu á vinnumarkaði. Hinir yngstu (18-29 ára) og fólk að miðjum aldri (45-59 ára) sögðust hafa tekjur hluta úr ári eða allt árið (28% í hvoru tilfalli). Þeir sem bjuggu á kraganum kringum höfuðborgarsvæðið voru líklegri til að hafa tekjur af greininni hluta úr ári eða allt árið (35%) og þeir sem eru sjálfstætt starfandi (36%). Þegar nánar er að gáð hvaða hluta úr ári þeir fengju sínar tekjur sem höfðu tekjur hluta ársins af ferðapjónustu, þá kom skýrt fram að það var að sumri (92%) og enginn marktækur munur á svörum eftir bakgrunnsbreytum.

Þessu tengt er spurt hvort svarendur gætu hugsað sér að starfa í ferðapjónustu og kemur þá í ljós að nærri tveir af hverjum þremur (65%) gætu hugsað sér það og marktækur munur er eftir aldri, lengd búsetu í sveitarfélagi og stöðu á vinnumarkaði. Þannig er líklegast að þeir yngstu (18-29 ára, 76%) geti hugsað sér að starfa í greininni, og þeir sem hafa búið skemur en 20 ár í sínu sveitarfélagi (65-67%). Námsmenn voru sýnu líklegastir (78%) til að vilja starfa í greininni.

Áhugavert er að sjá hvort einhver fylgni sé milli þess að einhver hafi tekjur hluta úr ári eða allt árið af ferðapjónustu og viðhorfum gagnvart ferðafólki. Mynd 7 sýnir mat svarenda á fjölda gesta á Íslandi að sumri og hvort einhver hafi tekjur af greininni. Marktækt samhengi reyndist þarna á milli ($\alpha=0,05$, $P=0,019$, $\chi^2=18,251$, $df=8$) en fylgnin er afar veik ($r= 0,056$) og ekki marktæk.



Mynd 7: Tekjur af ferðaþjónustu hluta úr ári eða allt árið og viðhorf til fjölda gesta að sumri.

Má ráða af mynd 7 að þeir sem engar tekjur hafa af greininni eru heldur líklegri til að meta fjölda gesta of mikinn, en þeir sem tekjur hafa hneigjast frekar að því að fjöldi gesta sé frekar of lítil.

Niðurstöður og samantekt

Það sem blasir við af yfirferð könnunar Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) er að viðhorf Íslendinga til erlendra gesta og ferðaþjónustu almennt er jákvætt. Svarendur telja greinina og gestakomur efla íslenskt samfélag og bæta lífsgæði sín. Gestir efla hagkerfi landsins, sveitarfélag svarenda, þjónustuframboð, verslun og bæta fjölbreytileika mannlífsins að mati svarenda. Svarendur, helst þeir sem voru á landsbyggð, töldu landið og sitt sveitarfélag vera áfangastað gesta að miklu leyti og helst erlendra. Andereck o.fl. (2005) benda á að flestar rannsóknir á félagslegum áhrifum ferðamennsku á heimafólk bentu til þess að heimafólk væri yfirleitt jákvætt í garð ferðamennsku og fá dæmi um annað (Sharpley, 2014). Ekki er annað að sjá en að könnun Félagsvísindastofnunar staðfesti það.

Fólk um allt land, óháð hve lengi það hefur búið í sínu sveitarfélagi, telur gestafjölda hæfilegan yfir sumarmánuðina en þó er nærri þriðjungur sem telur hann of mikinn. Afar fáir eru þó þeirra skoðunar varðandi gestafjölda að vetri, þar telur fólk úti á landi sem búið hefur í sinni heimabyggð hvað lengst að gestir séu frekar of fáir. Þannig virðast þeir sem hafa sterk tengsl við það samfélag sem þeir búa í ekki vera líklegri til að koma auga á efnahags- og félagslegan ávinning ferðaþjónustu líkt og Gursoy og Rutherford (2004) vildu meina. Að mati svarenda er ferðaþjónusta að bregðast of hægt við fjölgun gesta með uppbyggingu og tengist það einnig skoðun svarenda að hið opinbera skortir framtíðarsýn fyrir greinina. Fólk á miðjum aldri og eldra auk þeirra með meiri menntun voru frekar á þeirri skoðun. Það að þjónusta við ferðafólk byggist ekki nægilega hratt upp kallast þó ekki á við sjónarmið svarenda gagnvart því hvort ferðafólk takmarki aðgengi annarra að þjónustu. Því eru flestir ósammála.

Helsti áhrifaþáttur á viðhorf til gesta eru tengsl fólks við ferðafólk. Ein algengasta tilgátan sem sett er fram með tilliti til þessa er að því meira sem einstaklingur eða samfélag reiðir sig á tekjur af ferðafólki, því jákvæðara er viðhorfið (Harrill, 2004; Andereck o.fl., 2005; Andereck o.fl., 2007; Sharma o.fl., 2008). Mynd 7 staðfestir þetta að einhverju marki. Ef rýnt er nánar í gögnin og aðhvarfsgreiningu (e. *multinomial logistic regression*) beitt á fullyrðingarnar 11 um náttúru og umhverfi gagnvart því hvort svarandi eða einhver á heimilinu hafi tekjur af ferðaþjónustu sést að engin marktæk fylgni er milli tekna og hvort

ferðafólk kenni okkur að meta eigið land eða umhverfi, spilli náttúru eða upplifun á henni eða bæti aðgengi. Ef samskonar aðhvarfsgreining er gerð á fullyrðingum um áhrif á samfélag, það er hvort gestir efla hagkerfið, verslun og þjónustuframboð, hvort þeir geri mannlífið fjölbreyttara eða einsleitara eða hvort þeir takmarki aðgengi að þjónustu, kemur hvergi fram marktæk fylgni við tekjur einstaklinga eða heimilis af greininni. Þetta má mögulega skýra með því hve fáir af svarendum hafa í raun tekjur af greininni og þannig eru aðrir þættir sem stýra viðhorfum gagnvart gestum og greininni eins og vikið verður að í næsta hluta.

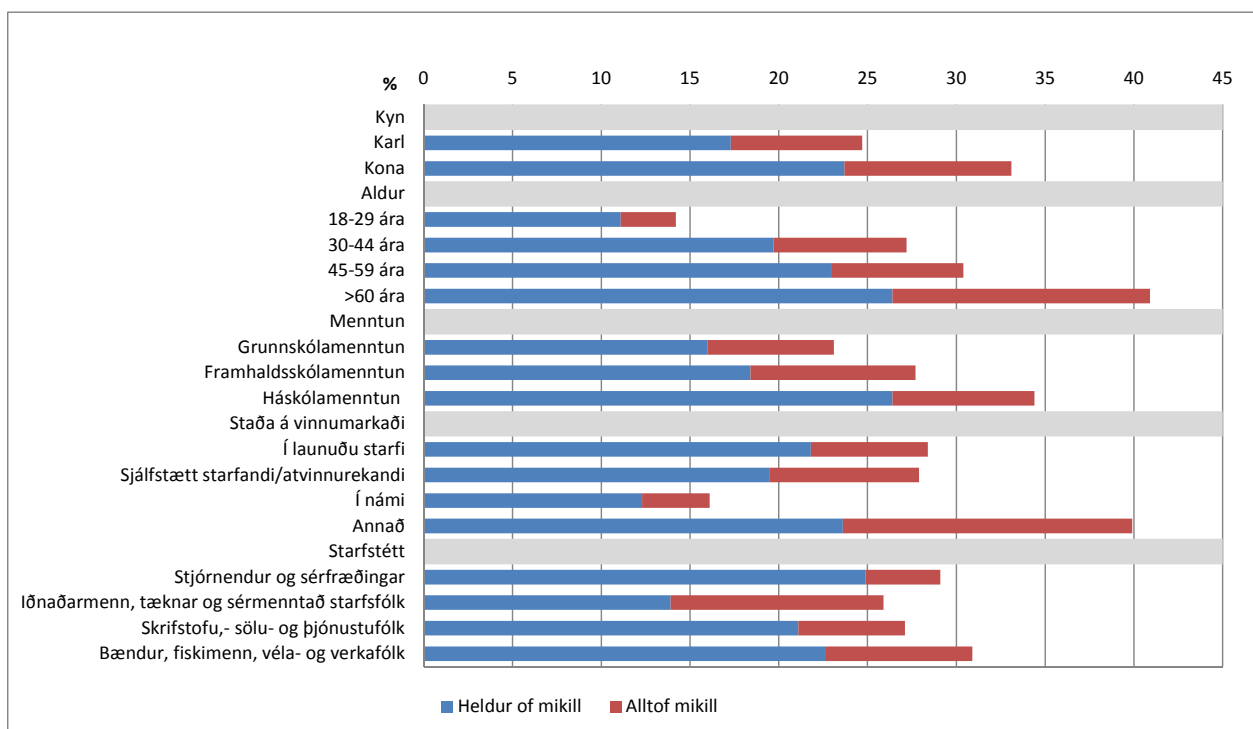
Skiptar skoðanir eru um hvort ferðafólk spilli náttúru landsins en svarendur voru frekar á því að gestir kenndu okkur að meta eigið land og bættu aðgengi að náttúru landsins. Konur yfir sextugu voru frekar á því að náttúru væri spillt en iðn- og sérmenntaðir karlar horfðu á bætt aðgengi. Fáir voru á því að gestir spilltu upplifun af náttúru landsins en þeir sem svo töldu vera voru þó hinir eldri og búsettir á höfuðborgarsvæðinu. Fram hefur komið í rannsóknum Huijbens (2012) að þeir sem eldri eru og hafa flust utan af landi til höfuðborgarsvæðisins eru frekar á því að það sem úti á landi sé skuli vera sem minnst breytt og rímar það ágætlega við að eldri höfuðborgarbúar séu líklegastir til að telja gesti spilla upplifun af náttúru. Svarendur eru þó frekar á því að efla beri landkynningu, sérstaklega yngri karlar og þeir sem meiri menntun höfðu.

Þegar kemur að störfum í greininni voru það hinir yngri og ómenntuðu sem töldu frekar störfin fjölbreytt og vel launuð og voru líklegastir til að starfa í greininni, þá helst á sumrin. Flestir eru reyndar þeirra skoðunar að störf í ferðaþjónustu séu fjölbreytt en margir telja greinina borga lág laun. Svarendur sjá tækifæri í ferðaþjónustu og geta hugsað sér að starfa í greininni en aftur eru það frekar hinir yngstu. Þessi jákvæðni byggir vafalítið að einhverju marki á því að nær allir svarendur bera góða sögu af samskiptum sínum við gesti.

Þeir sem hafa áhyggjur

Mikilvægt er að halda til haga að um fimmtungi (21%) finnst fjöldi ferðamanna heldur of mikill og nærri tíunda hverjum finnst hann alltof mikill (8%) að sumarlagi. Þannig má segja í takti við Ap og Crompton (1993), Tosun (2001) og Williams og Lawson (2001) að á

háannatíma finnst sumum Íslendingum þeir verða fráhverfir eigin samfélagi og á háönn verður því vart við gremju (sjá töflu 2). Ef rýnt er nánar í þennan hóp má ráða af umfjöllun að ofan að ekki var marktækur munur á sjónarmiðum eftir búsetu eða lengd búsetu í sveitarfélagi. Ef rýnt er í aðrar breytur eftir að slegið hefur verið saman svörum gagnvart því hvort fjöldinn sé heldur eða alltof lítil þá má sjá að marktækur munur er eftir kyni ($\alpha=0,05$, $P=0,002$, $X^2=14,494$, $df=3$), aldri ($\alpha=0,05$, $P=<0,001$, $X^2=53,434$, $df=9$), menntun ($\alpha=0,05$, $P=0,008$, $X^2=17,520$, $df=6$), stöðu á vinnumarkaði ($\alpha=0,05$, $P=<0,001$, $X^2=41,914$, $df=9$) og starfsstétt ($\alpha=0,05$, $P=0,045$, $X^2=17,280$, $df=9$). Ef þannig er reynt að draga upp mynd af þeim sem helst hafa áhyggjur af fjölda ferðamanna á sumrin verður til mynd 8



Mynd 8: Bakgrunnsbreytur svarenda sem finnst fjöldi ferðamanna heldur eða of mikill að sumri.

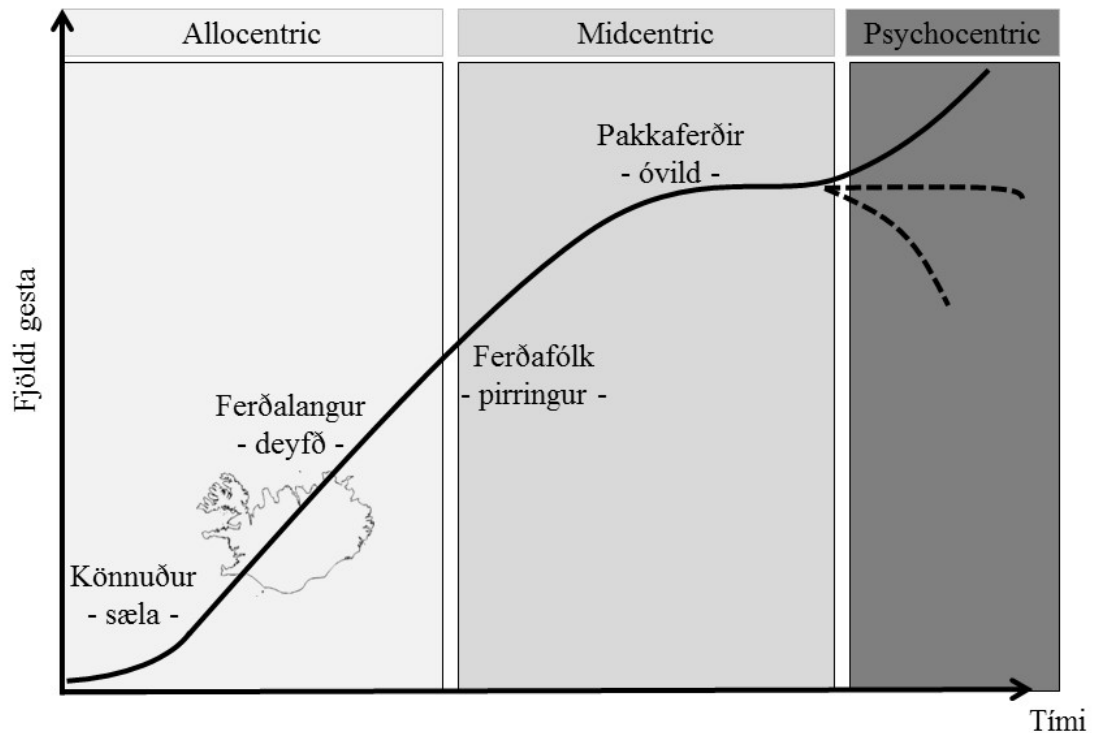
Það sem blasir við á mynd 8 er að það eru frekar konur og þeir sem eldri eru sem finnst fjöldi ferðafólks að sumri heldur eða of mikill. Þeir sem eru háskólamenntaðir og ekki í starfi eða sjálfstætt starfandi eru líklegri til að finnast það einnig, sem og verkafólki. Áberandi er að yngra fólk í námi hefur minni áhyggjur af fjöldanum.

Ef hugsað skal nánar um hvað skýrir áhyggjur þeirra sem þær hafa má velja fram niðurstöðu Jurowski og Gursoy (2004) sem komust að því að þeir íbúar, sem sóttu mikið sömu staði og

ferðafólk voru neikvæðari gagnvart ávinningi af ferðaþjónustu og voru ólíklegri en aðrir íbúar til að styðja við áframhaldandi uppbyggingu ferðaþjónustu á svæðinu. Staðhæfðu þau að neikvæð viðhorf myndu vera afleiðing ótta við aukinn fjölda ferðafólks og þar af leiðandi yrði þeirra eigin möguleikum til þess að nota svæðið stefnt í voða. Harrill og Potts (2003) benda á að þeir sem líði mest fyrir ferðamennsku og hafi engar tekjur af henni muni hafa neikvæðari viðhorf gagnvart þróun hennar en aðrir heimamenn (Harrill og Potts, 2003). Í þessu ljósi verður að spyrja hvort hin neikvæðu viðhorf séu meira ráðandi hjá þeim sem ekki standa í ferðaþjónustu en komast í mikið návígi við gesti. Ekki er unnt að svara þessu með gögnum könnunar Félagsvísindastofnunar HÍ (2014).

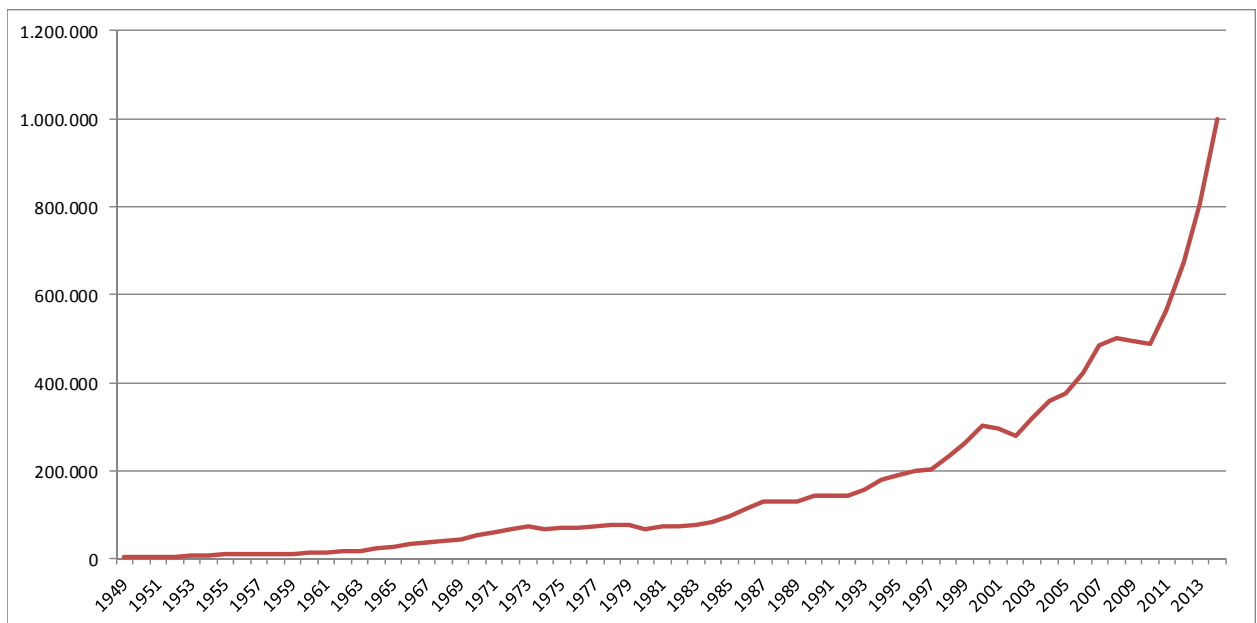
Staða Íslands á þróunarbraut áfangastaða

Markmið þessarar greiningar var að draga ályktun útfrá könnun Félagsvísindastofnunar HÍ (2014) um hvar Ísland væri stadd á braut áfangastaða eins og Butler (1980) lýsir henni. Gengið er útfrá viðhorfum fólks til gesta og því miðað við samþættingu áreitiskvarða Doxey (1975), með síðari viðbótum, við líkan Butler. Í töflum 2 og 3 voru raktar birtingarmyndir tengsla milli lífsferils áfangastaða og skynjaðs kostnaðar og ávinnings heimafólks. Ekki verður annað ráðið en að Ísland sé stadd á milli fyrsta stigs vaxtar og annars á lífsferilskúrfunni þar sem ferðamennska eykst jafnt og þétt. Íslendingar skynja ávinning af greininni og finna í komum ferðafólks tækifæri, sérstaklega yngra fólk (Gartner, 1996). Íslendingar virðast bæði ákafir og viljugir til að deila heimahögunum með gestum sínum. Gestir eru velkomnir, þeim tekið sem vinum og orðstír landsins undirbyggir gestakomur (Harrill, 2004). Í samræmi við athuganir Ryans (2003) má setja fjölgun gesta í kjölfar hruns bankanna haustið 2008 í samhengi við skynjaðan ávinning. Hinar nýtilkomnu tekjur, sem verða til vegna gestanna eru vel séðar og vega upp á móti horfnum fjármálageira (sjá einnig Gartner, 1996). Að einhverju leyti er þó vaninn tekinn yfir og mögulega skýrist jákvætt viðhorf Íslendinga að einhverju marki af því að ferðafólk er ekki á þeim stöðum sem Íslendingar almennt eru að sækja í. Vissulega er um þessar mundir verið að taka fyrstu skrefin í markaðssetningu og skipulagi. Til samræmis við þetta má áætla að þeir sem sækja landið heim eru oft ævintýragjarnir og viðurkenna þá síði og venjur sem viðgangast í íslensku samfélagi (Holloway, 1998). Stöðu landsins má því lýsa til samræmis við mynd 2 með mynd 9.



Mynd 9: Staða Íslands á þróunarbraut áfangastaða.

Mynd 9 er aðeins lauslega dregin upp til skýringar og ekki er hægt að heimfæra eiginlegar fjöldatölur gesta uppá hana. Hinsvegar er áhugavert að sjá raunverulegar fjöldatölur til samanburðar og byggir mynd 10 á talningu Ferðamálastofu og áður Útlendingaeftirlits á flugfarþegum í brottför frá Flugstöð Leifs Eiríkssonar 1949-2014.



Mynd 10: Erlendir gestir í brottför um Flugstöð Leifs Eiríkssonar.

Heimild: Ferðamálastofa, 2015.

Mynd 10 sýnir að um aldamótin fór fjöldi gesta að leita upp á við og það ákaflega skarpt eftir 2010. Þannig má sjá viss líkindi með myndum 9 og 10, en hvar eiginlegri metnun verður náð er erfitt að segja.

Sú niðurstaða að Ísland sé á milli fyrsta stigs vaxtar og annars á lífsferilskúrfunni er í takti við íslenskar rannsóknir til þessa, hvort sem um er að ræða þolmarkarannsóknirnar eða rannsóknir nemenda á háskólastigi. Þær gefa til kynna að viðhorf Íslendinga eða íbúa svæða sé almennt jákvætt og að aðeins í fáum atriðum sé hægt að merkja einhvers konar pírring eða óánægju. Í nær öllum þeim rannsóknum þar sem stuðst var við áreitiskvarða Doxeys við framsetningu niðurstaðna er ályktað að íbúar á viðkomandi svæðum séu staddir á ánægjustiginu. Tvær þeirra gáfu til kynna vísbendingar um að íbúar á viðkomandi svæði væru komnir lengra á áreitiskvarðanum. Önnur byggði á viðtölum í Mývatnssveit í lokaritgerð Harðar Elís Finnbogasonar (2011). Viðtölin voru fimm og tekin í byrjun apríl árið 2011 við blandaðan hóp fólks hvað varðar hagsmuni af greininni (sjá bls. 31). Ritgerð Jóhönnu Ásgeirsdóttur (2014) byggði á fjórum viðtölum í miðbæ Reykjavíkur (hverfi 101) og bar saman við fyrri athugun Berglindar Guðrúnar Beinteinsdóttur (2009) um viðhorf heimamanna í sama hverfi. Út frá niðurstöðum er metið að á áreitiskvarða Doxey sé pírrings farið að gæta gagnvart innviðum ferðaþjónustunnar en ekki gagnvart ferðamönnum sjálfum.

Þannig má mögulega greina samhliða ríkjandi jákvæðni meðal almennings í garð ferðaþjónustu að skynjaður kostnaður eykst jafnt og þétt. Enn sem komið er er þó mikill munur á kostnaði og ávinningi, sem birtist helst í því hve lítið af opinberu fé er t.d. varið í uppbyggingu innviða og forgangsröðun þar enn á stigi skilgreininga, sbr. frumvarp til laga um landsáætlun um uppbyggingu innviða fyrir ferðamenn til verndar náttúru og menningarsögulegum minjum lagt fyrir Alþingi á 144. löggjafarþingi 2014–2015 (Þingskjal 649 — 427. mál). Íslendingar virðast fyrst og fremst fagna ferðamenskunni og verða að teljast á ánægjustigi á áreitiskvarða Doxeys og á sáttastigi (e. *embracement*) Aps og Cromptons (1993). Ef horft er á mynd 9 má sjá að mögulega má gestum fjölga umtalsvert meira til Íslands áður en einhverskonar metnun er náð. Þó ber að hafa í huga að Butler skilgreindi aldrei einhvern fjölda eða hlutfall ferðafólks gagnvart heimafólki þegar hann lagði

grunn að sinni hugmynd um lífsferil áfangastaða og sú grunnmynd sem endurgerð er hér sem mynd 1 er aðeins til skýringar. Þannig verður ævinlega erfitt að segja nákvæmlega til um hver fjöldi ferðamanna til Íslands þarf að vera til að mettun sé náð. Það ræðst mikið af skipulagi móttöku og uppbyggingu innviða.

Lokaorð

Sú mynd sem hefur teiknast upp af viðhorfum Íslendinga til ferðafólks og ferðaþjónustu er jákvæð. Landið er á stigi vaxtar, ef horft er til þróunarbrautar áfangastaða, þar sem heimafólk tekur gestum fagnandi og til landsins koma helst þeir sem leita framandi og nýstárlegra áfangastaða. Gegnumgangandi stef er hvað svarendur yngri en 30 ára eru jákvæðir gagnvart greininni og gestum auk þess sem þeir sjá tækifæri í hvoru tveggja. Þannig er ljóst að Ísland er enn ekki farið að nálgast þann stað að fólk fari að mótmæla gestakomum og landið fari að glata sérstöðu sinni eins og lýst var í upphafstilvitnunum í inngangi. Vera má þó að jákvæðni helgist eitthvað af því að Íslendingar sækja ekki heim sömu staði og gestir, né ferðist um landið með sama hætti. Árekstrar eru því fáir og tilefni til ýfinga sjaldgæf.

Butler (1980) benti strax á á 8. áratug síðustu aldar að erfitt væri að mæla áhrif ferðamennsku á heimafólk og sömuleiðis viðhorf og þol þess gagnvart þróun ferðaþjónustu og fjölgun ferðafólks. Jafnframt sagði hann að afar erfitt væri að setja mælikvarða á viðhorf; það væri nærri ómögulegt að finna raunverulegar sannanir fyrir þeim vegna þess að fólk hefur hæfileika til að aðlagast, fyrir utan þá staðreynd að viðhorf eru mismunandi milli einstaklinga. Að þessu sögðu má ljóst vera að skjótt geta veður skipast í lofti hvað viðhorf almennings varðar og neikvæð sjónarmið þess þriðjungs svarenda sem hér birtust gætu orðið ráðandi í umræðu í samfélaginu af litlu tilefni. Það sem helst ber að hafa áhyggjur af er hin mikla og öra fjölgun gesta sem nú á sér stað. Tafla 7 sýnir að eftir 2010 fjölgar gestum um fimmtung og að fjórðungi úr hundraði milli ára.

Tafla 7: Hlutfallsleg fjölgun gesta frá árinu 2008 milli ára.

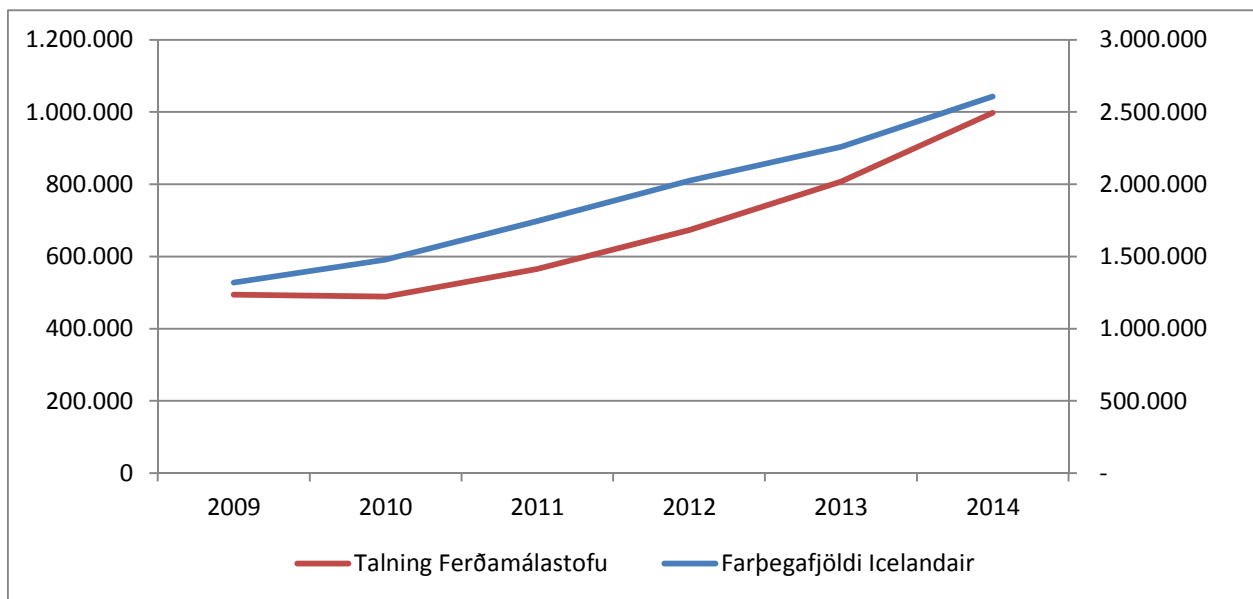
Heimild: Ferðamálastofa, 2015

Ár	Fjöldi	% aukning frá fyrra ári
2008	472.672	
2009	464.536	-2%
2010	459.252	-1%
2011	540.828	18%
2012	646.921	20%
2013	781.016	21%
2014	969.181	24%

Ekkert bendir til þess að lát verði á þessari fjölgun í náinni framtíð og 2015 mun verða enn eitt met árið í gestakomum til Íslands. ISAVIA (2015) lýsir glögglega hvað framundan er:

Alls munu 19 flugfélög halda uppi ferðum þaðan til 73 áfangastaða um háannatímann. Sætaframboð í sumaráætlun eykst um 13% frá fyrra ári en áætlað er að heildarfjöldi farþega á árinu verði 4,5 milljónir sem er 16% aukning frá því í fyrra.

Því má með nokkurri vissu segja bara út frá auknu sætaframboði að gestir með flugi til landsins árið 2015 verði um 1.125.000. Fjölgun gesta til Íslands er nátengd flugsamgöngum. Mynd 11 sýnir þróun farþegafjölda hjá því flugfélagi sem er hvað umsvifamest hér á landi sett saman með töldum erlendum gestum í brottför frá flugstöð Leifs Eiríkssonar, árin 2009 til loka árs 2014. Fylgni talnanna er mjög sterk ($r = 0,977$).



Mynd 11: Þróun farþegafjölda hjá Icelandair og fjölda í talningu Ferðamálastofu, 2009-2014. Heimild: Icelandair Group, 2015 og Ferðamálastofa, 2015.

Heildarflognum farþegakílómetrum í millilandaflugi Icelandair hefur fjölgað milli 14 og 20% milli ára frá 2010, á meðan sambærilegur vöxtur í alþjóðaflugi er 6% (Peeters, 2013). Árið 2014 flutti Icelandair 2.606.013 farþega og minnkar stöðugt hlutfall þeirra sem hefja ferð frá Íslandi. Árið 2014 hófu 16% allra farþega ferð á Íslandi, en það hlutfall var 24% árið 2010 (Icelandair Group, 2015a, bls. 49). Árið 2014 fóru 3.685.722 farþegar í gegnum Flugstöð Leifs Eiríkssonar (Kefairport, 2015). Icelandair flutti því 67,4% þessara gesta, sem er í takti við um 70% hlutdeild félagsins í heildarfarþegafjölda um völlinn á hverju ári frá 2009. Með áframhaldandi sambærilegum vexti í flugi til landsins mun gestum halda áfram að fjölga með sama hætti. Vísbendingar eru þegar um að íslenskt samfélag sé farið að einkennast af gestum okkar eins og Silver (2014) vill orða það. Það getur orðið til góðs eða slæms en ef hafa skal áhrif á það, þarf að horfa til flugsins og framtíðar þess.

Viðhorf eru ólík í tíma og rúmi sem og milli fólks og því er ljóst að þessi könnun sem gerð var á haustmánuðum 2014 er aðeins ein vísbending um stöðu mála. Annarskonar og eigindlegar greiningar þarf til að bæta dýpt og skilning við það sem hér er sett fram, s.s. með viðtölum við ákveðna hópa um ákveðin málefni og orðræðugreiningu fjölmiðlaumfjöllunar. Könnunin er þó fín grunnlína til að miða við og mikilvægt er að sambærileg eða eins könnun verði gerð með reglulegu millibili (t.d. þriggja ára fresti) til að meta þróun í viðhorfum Íslendinga gagnvart ferðafólki og ferðapjónustu hér á landi.

Heimildir

Andereck, K.L., Valentine, K., Vogt, C. og Knopf, R. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502.

Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C. og Vogt C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development. evidence from Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29, 67-90.

Anna Dóra Sæþórsdóttir, Guðrún Gísladóttir, Arnar M. Ólafsson, Björn M. Sigurjónsson og Bergþóra Aradóttir (2001). *Þolmörk ferðamennsku í þjóðgarðinum í Skaftafelli*. Akureyri: Ferðamálastetur Íslands, Ferðamálaráð, Háskóli Íslands og Háskólinn á Akureyri.

Anna Dóra Sæþórsdóttir, Guðrún Gísladóttir, Bergþóra Aradóttir, Arnar M. Ólafsson og Gunnþóra Ólafsdóttir (2003). *Þolmörk ferðamennsku í friðlandi á Lónsöræfum*. Akureyri: Ferðamálastetur Íslands, Ferðamálaráð, Háskóli Íslands og Háskólinn á Akureyri.

Ap, J. og Crompton, J.L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.

Ásta Skarphéðinsdóttir (2002). *Félags- og menningarleg áhrif ferðamennsku á heimamenn*. Óútgefin BS-ritgerð. Akureyri: Háskólinn á Akureyri.

Berghildur Fanney Hauksdóttir (2012). *Gestanauð eða fagnaðarfundir? Viðhorf heimafólks til samfélagslegra áhrifa ferðaþjónustu í Vopnafirði*. Óútgefin BA-ritgerð: Hólar: Háskólinn á Hólum.

Berglind Guðrún Beinteinsdóttir (2009). *Viðhorf til erlendra ferðamanna meðal íbúa í hverfi 101 í Reykjavík*. Óútgefin BS-ritgerð. Reykjavík: Háskóli Íslands.

Bergþóra Aradóttir, Anna Dóra Sæþórsdóttir, Guðrún Gísladóttir og Arnar M. Ólafsson (2003). *Þolmörk ferðamennsku í Landmannalaugum*. Akureyri: Ferðamálastetur Íslands, Ferðamálaráð, Háskóli Íslands og Háskólinn á Akureyri.

Brougham, J.E. og Butler, R.W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 7(4), 569-90.

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

Butler, R.W. (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? *Futures*, 41, 346–352.

Carmichael, B. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, 21, 601-611.

Choi, C. og Murray, I. (2010). Resident attitudes towards sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.

Choi, H. og Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism. development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.

Christaller, W. (1964). *Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas*. Regional Science Association Papers. XII: Land Congress.

Dahles, H. (1998). Redefining Amsterdam as a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 55-69.

Deery, M., Fredline, L. og Jago, L. (2005). A framework for the development of social and socio-economic indicators for sustainable tourism in communities. *Tourism Review International*, 9(1), 69-78.

Deery, M., Jago, L. og Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33, 64-73.

Diedrich, A. og García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.

Doxey, G.V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. Í enginn ritstjóri, bls. 57-72, *The Impact of Tourism: Travel Research Association Sixth Annual Conference Proceedings September 8-11*. San Diego, CA: Travel and Tourism Research Association.

Easterling, D. (2004). The residents' perspective in tourism research: a review and synthesis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4), 45-62.

Easterling, D. (2005). Residents and tourism: what is really at stake? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4), 49-64.

Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi. Heildstætt grundvallarrit um ferðamál*. Reykjavík: Mál og Menning.

Elliot, C. (2010). Resentment of tourists shows up worldwide, not just in Maldives. The Seattle Times. http://seattletimes.com/html/travel/2013324599_webtroubleshooter02.html. Síðast skoðað 17. febrúar 2015.

Emerson, R.M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.

Erla Rán Eiríksdóttir (2013). *Rokkhátíðin Eistnaflug: þolmörk heimamanna*. Óútgefin BA-ritgerð. Hólar: Háskólinn á Hólum.

Faulkenberry, L.V., Coggeshall, J.M., Backman, K og Backman, S. (2000). A culture of servitude: the impact of tourism and development on South Carolina's coast. *Human Organization*, 59(1), 89-95.

Faulkner, B. og Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.

Ferðamálastofa, 2015: Ferðamenn um Keflavíkurflugvöll. <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/talningar-ferdamalastofu-i-flugstod-leifs-eirikssonar>. Síðast skoðað 1. mars 2015

Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands (2014). *Viðhorf Íslendinga til ferðapjónustu. Unnið fyrir Ferðamálastofu*. Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.

Fordham Research Service (1998). *Report to Cambridge City Council: Tourism in Cambridge*. Cambridge: Fordham Research Service.

Frauman, E. og Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating importance-performance analysis into the limits of change framework. *Tourism Management*, 13(1), 128-140.

Fredline, L. (2002). *Host community perceptions of the impacts of tourism on the Gold Coast: Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism*.

Fredline, L., Deery, M. og Jago, L. (2006a). *Social impacts of tourism on communities*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.

Fredline, L., Deery, M. og Jago, L. (2006b). *Social impacts of tourism on communities: Coles Bay/Freycinet survey*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.

Garay, L. og Cànoves, G. (2011). Life cycles, stages and tourism history. The Catalonia (Spain) experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 651-671.

Gartner, W.C. (1996). *Tourism Development. Principles, Processes and Policies*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Glasson, J. 1994. A heritage city under pressure. *Tourism Management*, 15, 137-144.

Godfrey, K. og Clarke, J. (2000). *The Tourism Development Handbook. A Practical Approach to Planning and Marketing*. London: Continuum.

Greiningardeild Arion banka (2013, júní). *Ferðapjónustan: Atvinnugrein á unglingsaldri*. https://www.arionbanki.is/library/Skrar/Greiningar/Markadspunktar-/Fer%C3%B0a%C3%BEj%C3%B3nusta_Atvinnugrein%20%C3%A1%20unglingsaldri%20-%20Copy%20%28%29.pdf. Síðast skoðað 3. september 2014.

- Gursoy, D. og Rutherford, D.G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Jurowski, C. og Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Haley, A.J., Snaith, T. og Miller, G. (2005). The social impacts of tourism: a case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
- Hall, C. M. (2006). Space–time accessibility and the TALC: The role of geographies of spatial interaction and mobility in contributing to an improved understanding of tourism. Í R.W. Butler (ritstjóri), *The tourist area life cycle Vol. 2. Conceptual and theoretical Issues* (bls. 68–83). Clevedon: Channel View Publications.
- Harrill, R. (2004). Resident's attitudes towards tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18, 251-266.
- Harrill, R. og Potts, T.D. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), 233-244.
- Hjördís Elsa Ásgeirsdóttir (2014). *Félagsleg þolmörk ferðapjónustu. Viðhorf Íslendinga til ferðapjónustu. Skynjuð áhrif á efnahag, samfélag og umhverfi*. Óútgefin MS-ritgerð. Reykjavík: Háskóli Íslands.
- Hlín Kristbergsdóttir, Fanney Þórsdóttir, Arney Einarsdóttir, Leifur G. Hafsteinsson og Friðrik H. Jónsson (2011). Mat starfsmanna á framkvæmd mannauðsmála og þegnhegðun. Í Ragnar P. Ólafsson, Árni Kristjánsson og Fanney Þórsdóttir (ritstj.), *Sálfræðiþing 2011: Ráðstefnurit* (bls. 15-20). Reykjavík: Sálfræðingafélag Íslands.
- Holloway, J.C. (1998). *The Business of Tourism*. New York: Addison Wesley Longman Limited.
- Hsu, C.H.C. (2000). Residents' support for legalised gaming and perceived impacts of riverboat casinos: changes in five years. *Journal of Travel Research*, 38(4), 390-395.
- Huh, C og Vogt, C.A. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: a cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455.
- Huijbens, E. (2012). Sustaining a village's social fabric? *Sociologica Ruralis*, 52(3), 332-352.
- Husbands, W. (1989). Social status and perception of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 237-53.
- Hörður Elís Finnbogason (2011). *Félagsleg þolmörk heimamanna í Mývatnssveit gagnvart ferðapjónustunni*. Óútgefin BA-ritgerð. Hólar í Hjaltadal: Háskólinn á Hólum.

Icelandair Group (2015). Traffic Data. <http://www.icelandairgroup.com/investors/traffic-data/>. Síðast skoðað 1. mars 2015.

Icelandair Group (2015a). *Annual Report 2014*. Reykjavík: Icelandair Group.

ISAVIA 2015: Látlaus umferðaraukning á Keflavíkurflugvelli. <http://www.isavia.is/frettir/latlaus-umferdaraukning-a-keflavikurflugvelli/382/>. Síðast skoðað 1. mars 2015.

Jago, L., Fredline, L. og Deery, M. (2006). Tourism in small communities: risk and benefits. *Tourism Review International*, 10(1-2), 91-101.

Jin, Q. og Pearce, P. (2011). Tourist perception of crowding and management approaches at tourism sites in Xi'an. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 325-338.

Jóhanna Ásgeirsdóttir (2014). *Hvert er viðhorf íbúa í hverfi 101 í Reykjavík til Ferðamanna. Viðtalskönnun*. Óútgefin BS-ritgerð. Bifröst: Háskólinn á Bifröst.

Jurowski, C. og Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.

Kefairport (2015). Tölur um farþegafjölda. <http://www.kefairport.is/Flytileidir/Tolur/Tolur-um-farþegafjolda/2014/>. Síðast skoðað 1. mars 2015.

Kim, K., Uysal, M. og Sirgy, M.J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540.

Korça, P. (1998). Resident perceptions of tourism in a resort town. *Leisure Sciences*, 20(3), 193-212.

Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Kuper, S. (2015). Turisterne overtager verden. Smukke byer og deres borgere rundt om i Europa stønner under turismens vægt. Politiken Økonomi. <http://politiken.dk/oekonomi/ft/ECE2542668/turisterne-overtager-verden/>. Síðast skoðað 16. febrúar 2015.

Lankford, S.V. og Howard, D. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.

Lee, C.-K., Kim, S.-S. og Kang, S. (2003). Perceptions of casino impacts – a Korean longitudinal study. *Tourism Management*, 24(1), 45-55.

Lee, C.-K., og Back, K.-J. (2006). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data. *Tourism Management*, 27(3), 466-480.

- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of local government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86–102.
- Margrét Guðjónsdóttir (2010). *Áhrif ferðaþjónustu á Íslendinga*. Óútgefin MS-ritgerð. Reykjavík: Háskóli Íslands.
- Margrét Hólm Valsdóttir (2011). *Hvað finnst Mývetningum um ferðaþjónustu?* Óútgefin BS-ritgerð. Akureyri: Háskólinn á Akureyri.
- Martin, K. (2008). Tourism as social contest: opposing local evaluations of the tourist encounter. *Tourism, Culture and Communication*, 8(2), 59-69.
- McDougal, C.H. (1987). Scaling and attitude measurement in tourism and travel research. Í Ritchie, J.R. og Goeldner C.R, bls. 87-99, *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. New York: Wiley.
- McGehee, N.G. og Andereck, K.L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43, 131-334.
- Nijman, J. (1999). Cultural globalization and the identity of place. The reconstruction of Amsterdam. *Ecumene*, 6(2), 146-164.
- Nunkoo, R. og Gursoy, D. (2011). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R., Smith, S.L.J. og Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984-2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
- O'Reilly, A.M. (1986). Tourism carrying capacity. Concepts and issues. *Tourism Management*, 7, 254-258.
- Park, M. og Stokowski, P. (2009). Social disruption theory and crime in rural communities: comparisons across three levels of tourism growth. *Tourism Management*, 30, 905-915.
- Peeters, P.M. (2013). Developing a long-term global tourism transport model using a behavioural approach: implications for sustainable tourism policy making. *Journal of Sustainable Tourism*, 21, 1049-1069.
- Perdue, R.R., Long, P.T. og Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs of the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.

Plog, S. (2001). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24.

Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Bristol: Channel View Publications.

Ryan, C. og Gu, H. (2008). Constructionism and culture in research: understandings of the fourth Buddhist festival, Wutaishan, China. *Tourism Management*, 31(2), 167–178.

Ryan, C. og Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15(5), 358-369.

Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21, 147-156.

Sharma, B., Dyer, P., Carter, J. og Gursoy, D. (2008). Exploring residents' perceptions of the social impacts of tourism on the Sunshine Coast, Australia. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 9(3), 288-311.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.

Silver, N. (2014). The Countries Where You're Surrounded By Tourists. <http://fivethirtyeight.com/features/the-countries-where-youre-surrounded-by-tourists/>. Síðast skoðað 1. mars 2015.

Sinkovics, R.R. og Penz, E. (2009). Social distance between residents and international tourists – Implications for international business. *International Business Review*, 18, 457-469.

Tosun, C. (2001). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 269-290.

Tovar, C. og Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: an Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10, 365-378.

Umhverfisstofnun (2015). Svæði í hættu. <http://www.ust.is/einstaklingar/nattura/svaedi-i-haettu/>. Síðast skoðað 6. mars 2015.

Vargas-Sánchez, A., de los Ángeles Plaza-Mejía, M. og Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.

Vilborg Arna Gissurardóttir (2008). *Hugur í heimamönnum: rannsókn á viðhorfum íbúa Húsavíkur og nágrennis til uppbyggingar ferðapjónustu*. Óútgefin BA-ritgerð. Hólar í Hjaltadal: Háskólinn á Hólum.

Vilborg G. Hansen (2001). *Viðhorf til ferðamennsku og ferðamanna á Egilsstöðum og Húsavík*. Óútgefin BS-ritgerð. Reykjavík: Háskóli Íslands.

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

Williams, J. og Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.

Woosnam, K., Norman, W. og Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.

Yen, I. og Kerstetter, D. (2009). Tourism impacts, attitudes and behavioral intentions. *Tourism Analysis*, 13(5-6), 545-564.

Þór Saari (2012). Ferðamennirnir. Pressan/Eyjan.is. <http://blog.pressan.is/thorsaari/2012/10/11/ferdamennirnir/>. Síðast skoðað 23. febrúar 2015.

Viðauki 1: Sértek félagsleg áhrif ferðamennsku á samfélög – yfirlit úrlendum rannsóknum

Í: Deery o.fl. (2012, 68-69), þýðing höfunda

Þessi tafla gefur yfirlit um sértek félagsleg áhrif ferðamennsku á samfélög og einstaklinga, sem tiltekin hafa verið í rannsóknum á árunum 2000-2010.² Yfirlitið byggist á skoðun á vel á annað hundrað atriðum sem hafa komið fram í rannsóknum á þessu tímabili. Sá listi var einfaldaður með þáttgreiningu þannig að 40 atriði stóðu eftir og koma þau fram í umræddu yfirliti.

Áhrif	Við hvað er átt og mikilvægi þess	Heimildir	
<i>Efnahagslegur ávinningur</i>			
1	Tækifæri fyrir viðskipti á staðnum	Aukin verslun á sér stað með auknum fjölda gesta, fjölbreytt viðskiptatækifæri.	Lee, Kim og Kang (2003), McGehee og Andereck (2004)
2	Atvinnutækifæri	Almennt mun ferðapjónusta örva efnahagslíf á staðnum og skapa atvinnutækifæri fyrir heimafólk.	Choi og Sirakaya (2005), Diedrich og García-Buades (2009), Vargas-Sánchez o.fl. (2009), Williams og Lawson (2001)
3	Styrkur fyrir efnahagslíf á staðnum	Almennt er ferðapjónusta talin styrkja efnahagslíf á svæðinu.	Choi og Sirakaya (2005), Huh og Vogt (2008), Sharma o.fl. (2008)
4	Tekjur til stjórnvalda á svæðinu	Ferðamenn færa tekjur til svæðisins með kaupum á vörum og þjónustu, skatttekjur gætu aukist.	Haley o.fl. (2005), Tovar og Lockwood (2008)
5	Fjármagn fyrir almannapjónustu (t.d. heilbrigðisþjónustu, lögreglu, slökkvilið)	Aukin notkun almannaþjónustu eykur þörfina fyrir fjármagn til þjónustunnar frá sveitarfélagi og ríki, aukin fjármagnsþörf kann að hækka skatta.	Fredline (2002), Huh og Vogt (2008)
<i>Tækifæriskostnaður</i>			
6	Eftirspurn eftir almannapjónustu (t.d. heilbrigðisþjónustu, lögreglu, slökkvilið)	Auknum fjölda ferðafólks fylgir aukin eftirspurn eftir þjónustu. Þetta getur leitt til viðbótar á þjónustu sem veitt er en getur einnig leitt til lengri biðraða og biðtíma (er afleiðing fremur en tækifæri).	Andereck o.fl. (2005), Fredline (2002)
<i>Viðhald aðstöðu</i>			
7	Viðhald á opinberum svæðum s.s. ströndum, almenningsgöngum og vegum	Yfirleitt er talið að ferðamennska beri með sér nýjungar í aðstöðu sem er samfélaginu á áfangastaðnum til góða. Aftur á móti notar ferðafólk þessa sömu aðstöðu og þarfnast hún viðhalds og kostnaður við það fellur á samfélagsþegnana.	Andriotis (2005), Deery o.fl. (2005), Tovar og Lockwood (2008)
8	Almenningssamgöngur	Á sumum svæðum gætu almenningssamgöngur batnað til þess að mæta þörfum ferðafólks og	Andereck o.fl. (2005), Sharma o.fl.

² Yfirlit yfir rannsóknir gerðar á tímabilinu 1976-2003 má finna í Easterling (2004).

		heimafólk getur notið góðs af því. Aftur á móti getur fjöldi ferðafólks aukið mannmergðina.	(2008), Yen og Kerstetter, (2009)
<i>Áhugaverðir hlutir til að gera</i>			
9	Tækifæri til verslunar	Úrval verslana eykst og opnunartímar lengjast er fjöldi ferðafólks á áfangastað eykst.	Fredline (2002), Gursoy o.fl. (2002), Williams og Lawson (2001)
10	Tækifæri til skemmtunar og afþreyingar	Ferðafólk þarf bæði skemmtun og afþreyingu og getur aukin ferðaþjónusta orðið til þess að úrval á hvoru tveggja eykst.	Fredline (2002), Gursoy o.fl. (2002), Haley o.fl. (2005), Woosnam o.fl. (2009)
11	Tækifæri til félagslífs	Með auknu úrvali skemmtunar og afþreyingar auk ferðafólks á svæðinu verða til fleiri staðir og tækifæri til félagslegra athafna fyrir heimafólk.	Fredline, Deery og Jago (2006a, 2006b)
12	Gagnvirkni milli menningarheima	Ferðafólk vill oft eiga samskipti við heimafólk sem hluta af ferðaupplifuninni og ef ferðafólk kemur frá öðrum menningarheimum munu samskiptin stuðla að gagnvirkni milli menningarheima.	Andereck o.fl. (2007), Sharma o.fl. (2008), Williams og Lawson (2001)
<i>Truflun</i>			
13	Fjöldi fólks á almenningssvæðum (t.d. gördum og ströndum)	Á sama tíma og sumt heimafólk gremst að þurfa deila almenningssvæðum með ferðafólki eru aðrir sem telja að hófleg fjölgun fólks (ferðafólks) fjölgi tækifærum til félagslegra athafna og bæta stemninguna. Auk þess getur fjölgun íbúa á svæðinu aukið á mannþröng og þarf að taka tillit til þess.	Andereck o.fl. (2005), Fredline (2002), Woosnam o.fl. (2009)
14	Tiltæk bílastæði	Þegar ferðafólk flykkist á áfangastað getur komið upp sú staða að heimafólk og gestir þurfi að „berjast“ um bílastæði sem getur stuðlað að gremju og ágreiningi.	Andereck o.fl. (2005), Jurowski og Gursoy (2004)
15	Hávaði	Ferðafólk er oft félagslynt seint á kvöldi og drekkur meira áfengi og viðhefur meiri háreysti sem heimafólk líður fyrir. Sumir afþreyingarkostir fyrir ferðafólk s.s. kraftmiklir bátar geta einnig verið mjög hávaðasamir.	Deery o.fl. (2005), Fredline (2002), Yen og Kerstetter (2009)
16	Fólksfjöldi í verslunum, veitingastöðum, næturklúbbum o.s.frv.	Fjöldi fólks í verslunum o.þ.h. getur haft bæði jákvæð og neikvæð áhrif á ferðamennsku. Aukinn fólksfjöldi getur fyllt samfélagið lífi en getur einnig valdið gremju og því að heimafólk hverfi frá.	Choi og Sirakaya (2005)
17	Umferðarteppur	Aukinn fjöldi ferðafólks getur leitt til umferðartafa einkum í bæjum og áfangastöðum þar sem ferðamennska er árstíðabundin. Þetta getur rekist á við lífsmáta íbúa svæðisins.	Andereck o.fl. (2005), Choi og Sirakaya (2005), Haley o.fl. (2005), Jago, Fredline og Deery (2006)
<i>Stolt</i>			
18	Stolt samfélags	Sú staðreynd að fólk vilji heimsækja tiltekinn áfangastað og eyða þar ótilgreindum upphæðum getur ýtt undir stoltstilfinningu innan samfélagsins.	Andereck o.fl. (2007), Diedrich og García-Buades (2009), Gursoy o.fl. (2002), Huh og Vogt (2008)
<i>Slæm hegðun</i>			
19	Afbrot	Afbrotatíðni er talin aukast vegna ferðafólks á svæðinu. Afbrot eru oft tengd við ofbeldi, vímuefni og misnotkun áfengis.	Andereck o.fl. (2005), Diedrich og García-Buades (2009), Haley o.fl. (2005), Park og

			Stokowski (2009), Yen og Kerstetter (2009)
20	Hegðunarvandi tengdur áfengisnotkun	Ferðafólk er oft og tíðum sett í tengsl við ofbeldi og fyllerislæti sem leiða til aukinnar afbrotatíðni og óspekta.	Andereck o.fl. (2005), Deery o.fl. (2005), Fredline (2002)
21	Neysla ólöglegra vímuefna	Sjá að ofan	Sjá að ofan
22	Ofbeldisfull hegðun	Er oft afleiðing áfengisneyslu og stemningarinnar, ferðafólk getur verið ofbeldishneigt og það getur haft neikvæð áhrif á heimafólk. Þessi þáttur á frekar í tengslum við viðburði.	Andereck o.fl. (2007), Fredline (2002), Sharma o.fl. (2008), Tovar og Lockwood (2008), Williams og Lawson (2001)
23	Fjárhættuspil	Í augum margs ferðafólks er fjárhættuspil eitthvað sem er stundað í fríum. Afleiðing þess er að á áfangastöðum ferðafólks fjölgar gjarnan stöðum þar sem fjárhættuspil eru stunduð. Þetta getur skapað félagsleg vandamál hjá heimafólki sem sækir slíka staði.	Carmichael (2000), Fredline (2002), Hsu (2000), Lee og Back (2006), Lee o.fl. (2003)
24	Vændi	Aukinni ferðamennsku fylgir aukin afþreying og áfengisneysla einkum þar sem margt ferðafólk heimsækir áfangastað til þess að „skemmta sér“. Þetta kann að leiða til vændis.	Park og Stokowski (2009), Sharma o.fl. (2008)
Umhverfi			
25	Rusl	Íbúum kann að finnast að ferðamennsku fylgi aukinn sóðaskapur sem rýrir fegurð umhverfisins og leiðir af sér aukinn kostnað við hreinsun.	Andereck o.fl. (2005), Haley o.fl. (2005), Jurowski og Gursoy (2004)
26	Tiltæk kjörlendi dýralífs á svæðinu	Sumstaðar þróast ferðamennska á svæðum sem áður voru óbyggð. Þessi þétting og útpensla byggðar á sér stað við heimkynni dýra á svæðinu. Þar fyrir utan treður ferðafólk á náttúrunni og skilur eftir sig spor o.þ.h. sem getur haft áhrif á heimkynni dýra.	Andereck o.fl. (2005), Frauman og Banks (2011), Huh og Vogt (2008), Sharma o.fl. (2008), Woosnam o.fl. (2009)
27	Náttúrulegt umhverfi	Eins og lýst var hér að ofan getur þróun hvers kyns aðstöðu fyrir ferðafólk gengið á náttúrulegt umhverfi.	Choi og Murray (2010), Choi og Sirakaya (2005), Frauman og Banks (2011)
Sýniáhrif (e. showcase effect)			
28	Ímynd borgar í augum annarra (ekki íbúa)	Eins konar sýniáhrif sem styðja við stolt samfélagsins, sem getið var um hér að framan. Upplifun og ánægja ferðafólks á svæðinu getur ýtt undir ímynd svæðisins með orðspori þess.	Fredline o.fl. (2006a, 2006b), Williams og Lawson (2001)
Verðhækkanir			
29	Framfærslukostnaður	Verð á vöru og þjónustu, þar með talið fasteignaverð, eru talin hækka á ferðamannastöðum. Erfitt er að meta hvort þetta megi rekja til ferðamenskunnar eða annarra þátta.	Frauman og Banks (2011), Haley o.fl. (2005)
30	Eignavirði	Oft er mikil eftirspurn eftir fasteignum á fjölmönnum ferðamannastöðum til handa ferðaþjónustunni, þ.m.t. starfsfólki. Þetta getur leitt til hækkana í	Deery o.fl. (2005), Fredline (2002)

		fasteignaverði sem er gott fyrir fasteignaeigendur en er vandamál fyrir heimafólk í fasteignakaupahugleiðingum.	
31	Leiguverð	Á svæðum þar sem ferðamennska er í vexti getur leiguverð hækkað vegna starfsfólks í ferðaþjónustu. Það getur haft áhrif á framfærslukostnað hjá heimafólki.	Fredline (2002), Haley o.fl. (2005), Williams og Lawson (2001)
32	Fasteignagjöld	Samhliða hækkunar eignavirðis vegna ferðamennsku, sem komið var inn á hér að framan, hækka fasteignagjöld. Það getur gert heimafólki, einkum eldri borgurum og bótafólki, að leggja út fyrir þessum hækkandi gjöldum.	Tovar og Lockwood (2008)
<i>Aðgangur bannaður</i>			
33	Fjöldi íbúa með fasta búsetu á svæði	Hlutfall íbúa með fasta búsetu og eigenda frístundahúsa og ferðafólks er mikilvægt fyrir það hvernig heimafólk sættir sig við ferðafólk á svæðinu. Ef misvægi er mjög mikið er hætta á togstreitu.	Andereck o.fl. (2005), Diedrich og García-Buades (2009), Faulkenberry, o.fl. (2000), Martin (2008)
<i>Réttlæti</i>			
34	Félagsleg og siðferðisleg gildi	Félags- og siðferðisleg gildi ferðafólks geta verið önnur en hjá heimafólki sem getur valdið breytingum eða árekstrum á svæðinu.	Fredline (2002), Woosnam o.fl. (2009)
35	Tengsl milli íbúa	Þegar mismunandi hópar íbúa innan samfélags hafa mismikil afskipti við og viðhorf gagnvart ferðafólki getur orðið ágreiningur á milli hópa innan samfélagsins.	Choi og Murray (2010), Frauman og Banks (2011), Martin (2008), Sharma o.fl. (2008)
<i>Ný grunngerð</i>			
36	Þróunarstig byggðar	Aukin þétting byggðar er oft tengd ferðafólki sem kemur á svæði og kann það að skerða lífsgæði íbúa og breyta svip svæðisins.	Andereck o.fl. (2005, 2007), Choi og Sirakaya (2005), Easterling (2005), Frauman og Banks (2011), Jago, Fredline og Deery (2006)
37	Nýjar verslanir og nýir veitingastaðir	Nýjar verslanir og nýir veitingastaðir geta orðið til vegna ferðafólks sem kemur á svæðið.	Fredline (2002), Wang og Pfister (2008), Williams og Lawson (2001)
<i>Einkenni bæjar/svæðis</i>			
38	Ásýnd svæðisins	Sú grunngerð sem byggð er upp vegna ferðafólks og athafna þess á svæðinu getur breytt ásýnd svæðisins í óþökk heimafólks.	Easterling (2005), Huh og Vogt (2008), Williams og Lawson (2001)
39	Byggingarstíll á svæðinu	Aðstaða fyrir ferðafólk á svæði kann að vera í ósamræmi við ríkjandi stíl og menningararfleifð svæðisins.	Ryan og Gu (2008), Gursoy o.fl. (2002), Huh og Vogt (2008)
40	Eðli svæðisins	Mikill fjöldi ferðafólks á svæði með tilliti til fjölda íbúa, sem og þær leiðir sem eru farnar í þróun ferðamenskunnar, kunna að breyta eðli svæðisins í heild.	Choi og Murray (2010), Faulkenberry o.fl. (2000), Woosnam o.fl. (2009)

Viðauki 2: Samantekt rannsókna á viðhorfum Íslendinga til ferðamennsku unnar á árunum 2000-2015

Heimild	Viðfangsefni, aðferðir og helstu niðurstöður
Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl. (2001)	Rannsókn á þölmörkum ferðamennsku í Þjóðgarðinum í Skaftafelli. Hluti rannsóknar sneri að viðhorfum heimamanna í nágrenni Þjóðgarðsins til ferðamennsku. Heimamenn voru skilgreindir sem þeir sem búa á svæði sem áður hét Hofshreppur. Aðferðafræði byggir á rannsókn Brunt og Courtney (1999) á viðhorfum heimamanna í Dawlish, Suður-Devon á Englandi gagnvart ferðamönnum og ferðapjónustu. Í rannsókn voru skoðuð hvaða áhrif fjöldi ferðamanna, uppbygging ferðapjónustu og samskipti við ferðamenn hafa á heimamenn. Auk þess voru skoðuð viðhorf heimamanna til ferðapjónustu og hvort munur væri á viðhorfum meðal heimamanna sem starfa við ferðapjónustu og þeirra sem starfa við annað. Notast var við flokkun Krippendorfs (1987) á heimamönnum. Gerð var símakönnun meðal heimamanna og nokkur viðtöl tekin við valda heimamenn.
Anna Dóra Sæþórsdóttir o.fl. (2003)	Rannsókn á þölmörkum ferðamennsku í friðlandi á Lónsöræfum. Hluti rannsóknar sneri að viðhorfum íbúa í Sveitarfélaginu Hornafirði til ferðamennsku. Sömu rannsóknaraðferðum var beitt og í ofangreindri rannsókn sem var gerð í tengslum við Þjóðgarðinn í Skaftafelli. Við mat á þölmörkum heimamanna var stuðst við kenningar Doxeys (1975) og á grunni rannsóknar var ályktað að heimamenn í nágrenni Lónsöræfa væru enn á stigi ánægju.
Ásta Skarphéðinsdóttir (2002)	BS-ritgerð um félags- og menningarleg áhrif ferðamennsku á heimamenn í nágrenni ferðamannastaðanna Lónsöræfa og Landmannalauga. Efnistöð byggja á rannsóknum um viðhorf heimafélks í tengslum við þölmörkum heimamanna í Lónsöræfum og Landmannalaugum en í ritgerðinni eru viðhorf íbúa til ferðamennsku á þessum svæðum borin saman. Viðhorf heimamanna til erlendra ferðamanna er almennt mjög gott en íslenskir ferðamenn fá aftur á móti mun verri dóma meðal heimamanna á báðum svæðum. Viðhorf til uppbyggingar ferðapjónustu er jákvætt og umfangið er mátulegt. Tekjur og aukin atvinnutækifæri telja heimamenn á báðum svæðum vera aðalávinning svæðisins af ferðapjónustu. Niðurstöður sýna að heimamenn sem starfa við ferðapjónustu eru meðvitaðri um áhrif ferðamennsku en þeir sem starfa ekki við ferðapjónustu. Meirihluti hefur mjög sjaldan samskipti við erlenda ferðamenn.
Berghildur Fanney Hauksdóttir (2012)	BS-ritgerð byggð á könnun á viðhorfum heimafélks á Vopnafirði til ferðapjónustu og hvað þeir telji henta best sem aðráttarafl fyrir ferðamenn. Spurningakönnun var send til íbúa Vopnafjarðar (úrtak) og niðurstöður skoðaðar m.a. út frá kenningum um líftíma áfangastaða (Butler, 1980) og kenningum um stefnumótun í dreifðum byggðum. Niðurstöður benda til þess að viðhorf heimafélks á Vopnafirði er mjög jákvætt og þölmörkum ekki verið náð. Heimafélk vill gjarnan auka fjölda ferðamanna til svæðisins og telja atvinnugreinina mikilvæga fyrir Vopnafjörð. Skýrt kom fram að heimamenn vilja hafa áhrif á hvaða auðlindir eru nýttar til ferðapjónustu. Besti kosturinn væri saga og menningararfleifð Vopnafjarðar sem aðráttarafl, því næst afþreyingu tengdri náttúru. Gögn mætti nýta sem grunn og leiðarljós við skipulagningu og stefnumótun ferðapjónustu í Vopnafirði.
Berglind Guðrún Beinteinsdóttir (2009)	BS-ritgerð um viðhorf til erlendra ferðamanna meðal íbúa í hverfi 101 í Reykjavík. Í rannsókninni var greint frá niðurstöðum viðtalsrannsóknar. Skoðuð voru hlutverk heimamanns og ferðamanns, samband þeirra á milli og það rými sem þeir fara innan ramma þéttbýlisferðamennsku. Niðurstöður gáfu til kynna að heimamenn í hverfi 101 eru jákvæðir gagnvart ferðamönnum, samskipti þeirra eru mismunandi og þeir nýta ferðamannarýmið 101 Reykjavík á sama hátt.
Bergþóra Aradóttir o.fl. (2003)	Rannsókn á þölmörkum ferðamennsku í Landmannalaugum. Hluti rannsóknar sneri að viðhorfum íbúa í nágrenni Landmannalauga í Ásahreppi, Hvolshreppi (nú hluti af Rangárþingi eystra), Rangárvallarhreppi og Holta- og Landssveit (báðir hreppir eru nú hluti af Rangárþingi ytra). Sömu rannsóknaraðferðum var beitt og í ofangreindri rannsókn sem var gerð í tengslum við friðland á Lónsöræfum. Við mat á þölmörkum heimamanna var stuðst við kenningar Doxeys (1975) og á grunni rannsóknar var ályktað að heimamenn í nágrenni Lónsöræfa væru enn á stigi ánægju.

Erla Rán Eiríksdóttir (2013)	BA-ritgerð um þölmörk íbúa Neskaupstaðar gagnvart rokkhátíðinni Eistnaflugi. Kannað var hvort heimamenn upplifi gesti hátíðarinnar vera með yfirgang og hvort pirringur eða leiðindi komi fram í samskiptum heimamanna og gesta. Unnið var úr niðurstöðum spurningalista sem lagður var fyrir 12 íbúa bæjarins en auk þess var tekið viðtal við stofnanda hátíðarinnar. Stuðst var við kenningar Doxeys (1975), Butlers (1980) og flokkun Krippendorfs (1987) á heimamönnum. Helstu niðurstöður voru að heimamenn upplifa sig jákvæða í garð hátíðargesta, þeir væru forvitnir og leitast við að þjónusta gestina sem best.
Hjördís Elsa Ásgeirsdóttir (2014)	MS-ritgerð um viðhorf Íslendinga til ferðapjónustu og áframhaldandi þróunar á sviði ferðamála á Íslandi. Markmiðið var að skoða hvernig Íslendingar skynja áhrif ferðapjónustu á efnahag, samfélag og umhverfi og meta hvort Íslendingar séu að nálgast félagsleg þölmörk. Spurningalisti var sendur til úrtakshóps meðal starfsmanna í opinberri þjónustu í hverjum landshluta og viðhorf skoðuð m.a. út frá efnahagslegum tengslum við ferðapjónustu og samskiptum heimamanna við ferðamenn á grunni kenningar um félagsleg skipti. Niðurstöður benda til þess að Íslendingar eru almennt jákvæðir í garð ferðapjónustu á Íslandi, langflestir styðja ferðapjónustu í núverandi mynd og meirihluti segir ferðamenn sem koma til landsins hæfilega marga. Íslendingar skynja almennt meiri ávinning af ferðapjónustu en kostnað. Hins vegar var einungis rúmlega helmingur þátttakenda viss um að vilja áframhaldandi vöxt í ferðapjónustu. Þar að auki skynja þeir kostnað af ferðapjónustu og eru óánægðir með stjórnum og skipulag ferðapjónustu. Ályktað er að Íslendingar séu ekki búnir að ná félagslegum þölmörkum.
Hörður Elís Finnbogason (2011)	BA-ritgerð um félagsleg þölmörk heimamanna í Mývatnssveit gagnvart ferðapjónustu. Fjórar kenningar um þölmörk voru teknar til skoðunar þ.e. áreitiskvarði Doxeys, lífsferilskúrfa Butlers, kenningin um félagsleg skipti og vaxtarkenningin (e. <i>growth machine theory</i>). Gert var stöðumat á núverandi umfangi ferðapjónustu með rýni í opinber gögn og tekin viðtöl við fimm heimamenn, bæði þá sem höfðu hagsmuna að gæta í ferðapjónustu og þá sem ekkert tengdust greininni, í því skyni að kanna viðhorf þeirra til ferðapjónustu. Almennt eru menn jákvæðir í garð ferðapjónustu sem slíkrar en niðurstöðurnar gáfu til kynna að ákveðnum þröskuldi sé náð. Viðmælendur voru á einu máli um að ekki væri skynsamlegt að taka við fleiri ferðamönnum yfir sumartímamann miðað við núverandi ástand og að úrbóta væri þörf hvað varðar skipulagsmál og uppbyggingu innviða. Ályktað er að samfélagið í Mývatnssveit sé komið lengra en á fyrsta stig áreitiskvarða Doxeys; heimamenn líti á ferðapjónustuna sem mikilvæga atvinnugrein, búið er að markaðsetja Mývatnssveit töluvert og miklar væntingar um frekari markaðssetningu en á sama tíma eru heimamenn langþreyttir á skeytingaleysi yfirvalda gagnvart óskum um uppbyggingu öflugri innviða.
Jóhanna Ásgeirsdóttir (2014)	BS-ritgerð um viðhorf íbúa í hverfi 101 í Reykjavík til ferðamanna þar sem skoðað er hvaða félags- og menningarlegu áhrif ferðamennskan hafi á heimamenn. Lagt er mat á hvort fjöldi ferðamanna sé kominn að þölmörkum byggt á viðtalsrannsókn meðal íbúa í hverfinu. Stuðst var við kenningar Doxeys (1975) og Butlers (1980) en auk þess ber höfundur niðurstöður sínar saman við niðurstöður BS-ritgerðar Berglindar Guðrúnar Beinteinsdóttur (2009) um viðhorf heimamanna í hverfi 101. Í ljós kom að viðhorf viðmælanda til ferðamanna tengdist að einhverju leyti upplifun og reynslu þeirra úr nærumhverfi. Er komist að þeirri niðurstöðu að vísbendingar eru uppi um að viðhorf heimamanna sé að verða neikvæðara og að gremju gæti í garð ferðapjónustunnar. Þung umferð og of mikill fjöldi gistirými í hverfinu eru innviðir ferðapjónustunnar sem virðast hafa neikvæð áhrif á heimamenn. Á grunni þess er ályktað að þölmörkum ferðamennskunnar verði brátt náð á sumum svæðum miðborgar Reykjavíkur. Út frá niðurstöðum er metið að á áreitiskvarða Doxey sé pirring farið að gæta gagnvart innviðum ferðapjónustunnar en ekki að ferðamönnum sjálfum. Með tilliti til áreitiskvarða Butlers er metið að Reykjavík sé stödd á þróunarstiginu þar sem ferðamönnum fjölgi enn og uppbygging ferðapjónustuna er enn í fullum gangi. Með samanburði niðurstaðna við rannsókn Berglindar Guðrúnar Beinteinsdóttur (2009) kemst höfundur að því að heimamenn verði í dag meira varir við ferðamenn í hverfi 101 en fyrir sex árum. Sambúð heimamanna og ferðamanna sé flóknari og fleiri þættir tengdir ferðapjónustu farnir að hafa áhrif á heimamenn; sambúðin virðist ekki eins ljúf í dag og hún var fyrir sex árum.
Margrét Guðjónsdóttir (2010)	MS-ritgerð um viðhorf Íslendinga til erlendra ferðamanna á Íslandi og ferðapjónustunnar sem atvinnugrein. Rannsókn byggð á spurningalista með úrtaki af nemendum Háskóla Íslands og Háskólans á Akureyri. Metið var hvar Íslendingar eru staddir á áreitiskvarða Doxeys (1975) og

	<p>kannað var hver viðhorf Íslendinga eru til ferðaþjónustu sem atvinnugreinar. Niðurstöður gáfu til kynna að almenn jákvæðni ríki hjá Íslendingum gagnvart erlendum ferðamönnum sem og ferðaþjónustu í landinu og að félagslegum þolmörkum sé ekki náð. Höfundur ritgerðarinnar bendir á að í rannsókninni notað var hentugleikaúrtak sem gæti gefið ranga mynd af þýðinu.</p>
<p>Margrét Hólm Valsdóttir (2011)</p>	<p>BS-ritgerð um viðhorf Mývetninga til ferðaþjónustu. Rannsókn byggð á spurningalista sem sendur var til allra íbúa 18 ára og eldri í Mývatnssveit. Niðurstöður voru greindar með tilliti til kenninga um skipulag áfangastaða, áreitiskvarða Doxeys (1975) og líftímakúrfu Butlers (1980). Auk þess var gengið út frá kenningum um að viðhorf heimafólks mótist að miklu leyti af þeim hagsmunum og efnahagslega ávinningi sem ferðaþjónusta hefur í för með sér fyrir það. Niðurstöður rannsóknar leiddu í ljós að Mývetningar eru jákvæðir gagnvart ferðaþjónustunni og frekari uppbyggingu og virðast á þann hátt ekki vera komnir að þolmörkum, Einnig leiddu niðurstöður í ljós að tengsl eru á milli afstöðu og þess hvort heimafólk hefur beinan efnahagslegan hag af atvinnugreininni. Viðhorf heimafólks sem nýtur efnahagslegs ávinnings eru mun jákvæðari. Ályktað er að Mývetningar séu enn á ánægjustiginu á áreitiskvarða Doxeys. Sömu leiðis er ályktað að m.t.t. líftímakúrfu Butlers sé Mývatnssveit nokkuð þróaður ferðamannastaður með rótgróin hótél og gistiheimili en þó sé hættu á ferli stöðnunar og jafnvel hnignunar ef ekkert er að gert í uppbyggingu ákveðinna innviða á svæðinu.</p>
<p>Vilborg Arna Gissurardóttir (2008)</p>	<p>BA-ritgerð byggð á fyrirliggjandi gögnum og könnun meðal íbúa á Húsavík (úrtak) um viðhorf heimamanna til ferðaþjónustu í heimabyggð og mat á því hvar Húsvíkingar eru staddir gagnvart félagslegum þolmörkum sínum. Er ályktað að í heildina hafi íbúar á Húsavík og nágrenni ekki náð sínum félagslegu þolmörkum og að jákvæð áhrif af ferðaþjónustu séu meiri en þau neikvæðu. Leiddar eru líkur að því að Húsvíkingar séu á ánægjustigi á áreitiskvarða Doxeys þrátt fyrir að ferðamannastaðurinn Húsavík hafi þróað mikið og mikill fjöldi ferðamanna sækir svæðið heim á sumrin.</p>
<p>Vilborg G. Hansen (2001)</p>	<p>BS-ritgerð byggð á könnun á viðhorfum heimafólks tveimur ólíkum þorpum; annars vegar Húsavík þar sem aðalvinnuvegur snýst um sjávarútveg og hins vegar Egilsstöðum, þar sem aðalvinnuvegur er verslun og þjónusta. Á báðum stöðum hefur ferðaþjónusta verið í sókn. Húsavík er í ritgerðinni sagður stærsti hvalaskoðunarbær í Evrópu og gegnum Egilsstaði fara allir farþegar Norrænu og leið til og frá Seyðisfirði. Unnið var úr niðurstöðum símakönnunar með kerfisbundnu 50 manna úrtaki af heimamönnum á hvorum stað úr íbúaskrá Hagstofu Íslands. Áreitiskvarði Doxeys (1975) er notaður til að meta hve langt íbúar eru frá félagslegum þolmörkum sínum. Niðurstöður gáfu til kynna að almennt virðist viðhorf vera mjög jákvætt til ferðamennsku og ferðamanna. Fólk er meðvitað um þau áhrif sem ferðamennska getur haft á umhverfi og menningu svæðisins þó svo að þessi atvinnugrein sé fremur ung hérlendis. Metið er að báðir staðir séu enn á ánægjustiginu enda ferðamennska lítið þróuð atvinnugrein.</p>



**RANNSÓKNAMIÐSTÖÐ
FERÐAMÁLA**

Mars 2015