

Áhrif uppbyggingar hálendismiðstöðvar  
í Kerlingarfjöllum á ferðamennsku  
VIÐHORF HAGSMUNAAÐILA FERÐAMENNSKU

desember 2017

KRISTÍN RUT KRISTJÁNSDÓTTIR

## Efnisyfirlit

Myndaskrá.....	ii
Töfluskrá.....	iii
Inngangur .....	1
1 Áfangastaðurinn Kerlingarfjöll.....	3
2 Gögn og aðferðir.....	5
2.1 Spurningalistar .....	5
2.2 Vefkönnun .....	5
3 Niðurstöður.....	8
3.1 Ferðavenjur í Kerlingarfjöllum .....	8
3.2 Aðdráttarafl Kerlingarfjalla og núverandi upplifun af svæðinu.....	9
3.3 Viðhorf til breytinga á svæðinu.....	15
3.4 Viðhorf til fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar .....	18
3.4.1 Valkostur 1: Núverandi ásýnd og aðstaða.....	18
3.4.2 Valkostur 2 .....	19
3.4.3 Valkostur 3 .....	20
3.4.4 Valkostur 4 .....	21
3.5 Viðhorf til breyttra ferðavenja í tengslum við valkosti 2-4.....	22
3.6 Viðhorf til engra breytinga á svæðinu .....	27
4 Samantekt niðurstaðna og ályktanir.....	29
4.1 Aðdráttarafl Kerlingarfjalla, ferðavenjur og viðhorf til uppbyggingar .....	29
4.2 Viðhorf til valkosta fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar .....	31
Heimildaskrá.....	32
Viðauki I: Ásýndarmyndir valkostar 1 .....	33
Viðauki II: Ásýndarmyndir valkostar 2.....	35
Viðauki III: Ásýndarmyndir valkostar 3 .....	37
Viðauki IV: Ásýndarmyndir valkostar 4 .....	39

## Myndaskrá

Mynd 1 Yfirlitskort yfir rannsóknarsvæðin, Kerlingarfjöll í heild sinni og Ásgarð hálendismiðstöð .....	2
Mynd 2 Ferðaþjónusta sem boðið er uppá í Kerlingarfjöllum .....	9
Mynd 3 Helstu þættir sem lýsa aðráttarafla Kerlingarfjalla sem áfangastaðar .....	11
Mynd 4 Víðernisupplifun hagsmunaaðila ferðamennsku af Kerlingarfjöllum .....	12
Mynd 5 Víðernisupplifun hagsmunaaðila ferðamennsku af Ásgarði .....	12
Mynd 6 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til ástands gönguleiða og reiðleiða í .....	13
Mynd 7 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til ástands vega í Kerlingarfjöllum .....	13
Mynd 8 Viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku til fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum .....	14
Mynd 9 Viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku til frekari uppbyggingar aðstöðu í Kerlingarfjöllum .....	15
Mynd 10 Viðhorf ferðamanna til mannvirkja í Kerlingarfjöllum .....	16
Mynd 11 Viðhorf annarra hagsmunaaðila en ferðamanna til breytinga á mannvirkjum og grunngerð í Ásgarði .....	17
Mynd 12 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 1 .....	18
Mynd 13 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 2 .....	19
Mynd 14 Viðhorf allra hagsmunaaðila til valkostar 3 .....	20
Mynd 15 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 4 .....	21
Mynd 16 Viðhorf ferðamanna til þess hvernig valkostir 2 og 3 myndu breyta ferðavenjum í Kerlingarfjöllum .....	22
Mynd 17 Viðhorf ferðamanna til þess hvernig valkostur 4 myndi breyta ferðavenjum í Kerlingarfjöllum	23
Mynd 18 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 2 myndi breyta nýtingu þeirra á svæðinu .....	24
Mynd 19 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 3 myndi breyta nýtingu á svæðinu .....	25
Mynd 20 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 4 myndi breyta nýtingu á svæðinu .....	25
Mynd 21 a) Viðhorf íslenskra ferðamanna til gildi fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar; b) Viðhorf erlendra ferðamanna til gildi fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar .....	26
Mynd 22 Viðhorf íslenskra hagsmunaaðila ferðamennsku til .....	26
Mynd 23 Viðhorf erlendra ferðaþjónustuaðila til gildis .....	27
Mynd 24 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum til þess að ekki yrði af fyrirhugaðri uppbyggingu hálendismiðstöðvar .....	28

## Töfluskra

Tafla 1 Hópar hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum sem fengu vefkönnun .....	7
Tafla 2 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku en ferðamanna til fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum annars vegar og í Ásgarði hins vegar .....	15

## Inngangur

Rannsókn þessi er unnin að beiðni Mannvits verkfræðistofu og Fannborgar ehf. vegna mats á umhverfisáhrifum fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar í Ásgarði í Kerlingarfjöllum. Í þessari rannsókn eru rannsóknarsvæðin tvö, þ.e. annars vegar náttúruminjasvæðið Kerlingarfjöll í heild sinni og hins vegar Ásgarður, dalurinn þar sem hálendismiðstöðin er staðsett (mynd 1).

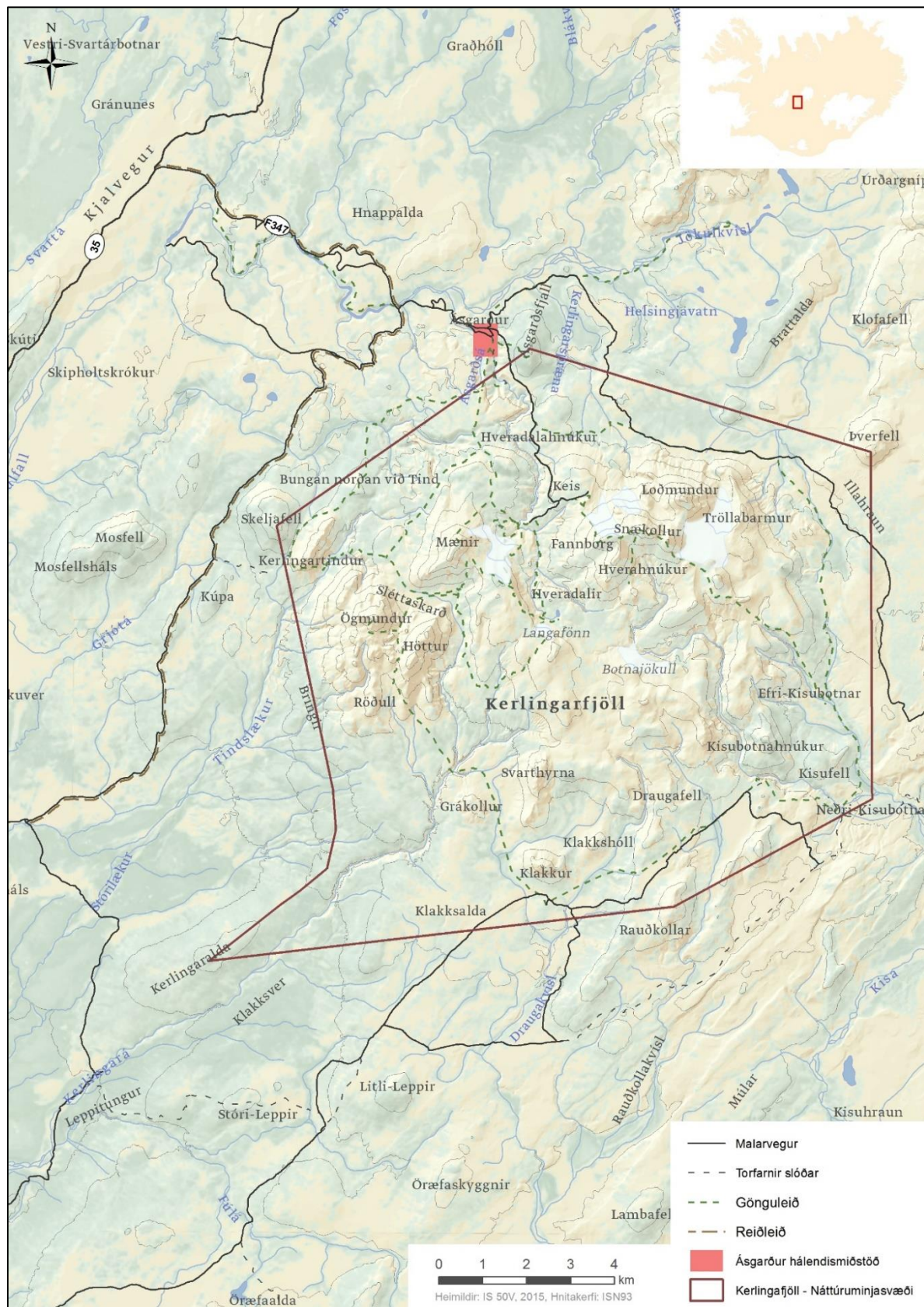
Rannsókn þessi leitast við að meta viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum til fyrirhugaðra framkvæmda. Þetta mat er miðað eingöngu út frá ásýndarmyndum sem hannaðar hafa verið af Mannviti og sýna ólíka valkosti framkvæmdarinnar (viðaukar 1 – 4). Hagsmunaaðilar ferðamennsku (e. tourism stakeholder) eru allir þeir sem verða fyrir beinum eða óbeinum áhrifum af því að ferðamennska er stunduð á ákveðnu svæði. Til þeirra teljast: ferðamenn, samfélag áfangastaða, stjórnslásla, ferðaþjónustufyrirtæki, frjáls félagasamtök og mennta- og fræðasetur (Weaver & Opperman, 2000). Hagsmunaaðilar ferðamennsku hafa því ólík viðhorf og sjónarmið. Líkt og Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a) hefur bent á, þá eru ferðamenn sem ferðast um Kjöl ekki heldur einsleitir hópur og huga þarf að því í gerð innviða.

Fimm hópar hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum eru til viðmiðunar í þessari rannsókn; i) ferðamenn, íslenskir og erlendir; ii) ferðaþjónustuaðilar, íslensk og erlend fyrirtæki; iii) ferðafélög; iv) ferðamála- og náttúruverndarsamtök; og v) opinberir aðilar í stjórnsláslu Hrunamannahrepps, en hálendismiðstöðin er í landi Hrunamannahrepps. Markmið rannsóknarinnar er þríþætt:

1. Mat á núverandi upplifun hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum.
2. Mat hagsmunaaðila ferðamennsku á áhrifum fyrirhugaðra breytinga á hálendismiðstöðinni í Ásgarði á ferðamennsku í Kerlingarfjöllum.
3. Mat á áhrifum þess að engar breytingar eigi sér stað á hálendismiðstöðinni í Ásgarði og lýsing á viðhorfi hagsmunaaðila ferðamennsku til þróunar ferðamennsku í Kerlingarfjöllum án breytinga.

Bakgrunn þessarar rannsóknar er að finna í þremur grunnheimildum sem nýttar verða til að bera saman við niðurstöður þessarar rannsóknar (sjá kafla 4). Annars vegar er um að ræða rannsóknir sem greina hlutverk Kerlingarfjalla sem hluta af stærra svæði ferðamanna Kili fyrir ferðamennsku og útivist (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2009a og b; Anna Dóra Sæþórsdóttir og Þorkell Stefánsson, 2009); og hins vegar rannsókn sem greinir þolmörk Kerlingarfjalla sem áfangastaðar (LT rannsóknir og ráðgjöf, 2015). Þolmarkarannsókn þessi var einnig gerð að beiðni Fannborgar ehf. vegna fyrirhugaðrar endurnýjunar og uppbyggingar innviða í Ásgarði, en á þeim tíma lágu ekki fyrir valkostir fyrirhugaðrar uppbyggingar Fannborgar ehf. sem nú (sjá viðauka 1-4).

Rannsókn, greiningu gagna og skýrslugerð annaðist Kristín Rut Kristjánsdóttir, sjálfstæður ráðgjafi í ferðamálafræðum. Vettvangsvinna var í höndum Mannvits. Harpa Lilja Júníusdóttir aðstoðaði við innslátt gagna. Rýning skýrslu var í höndum Írisar Hrunar Halldórsdóttur, aðjunkt við Líf- og Umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands.



Mynd 1 Yfirlitskort yfir rannsóknarsvæðin, Kerlingarfjöll í heild sinni og Ásgarð hálendismiðstöð

# 1 Áfangastaðurinn Kerlingarfjöll

Fjöldi ferðamanna koma í Kerlingarfjöll á ári hverju og er um að ræða hvoru tveggja vetrarferðamennsku og sumarferðamennsku og er hálendismiðstöðin í Ásgarði opin fyrir gistingu allan ársins hring. Auk þess sem að á svæðið sækja ólíkir hópar ferðamanna. Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a) hefur bent á að ferðamenn sem ferðast um Kjöl eru ekki einsleitir hópur. Hún hefur greint ferðamenn sem ferðast um Kjöl eftir viðhorfskvarðanum (e. purist scale) sem nýttur hefur verið víða erlendis og hérlendis til þess að flokka ferðamenn í hópa eftir ferðavenjum, þ.e.: mikla náttúrusinna; náttúrusinna; almenna ferðamenn og þjónustusinna (sjá t.d. Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2012; Anna Dóra Sæþórsdóttir, Rannveig Ólafsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2009; Rannveig Ólafsdóttir, Anna Dóra Sæþórsdóttir, Helgi Guðmundsson, Jonathan Huck og Micael Runnström, 2016). Það sem einkennir Kerlingarfjöll sérstaklega er að þar eru að finna mikla náttúrusinna (5%) og náttúrusinna (25%) jafnt sem þjónustusinna (26%), og þjónustusinnar eru þar flestir í samanburði við Kjöl í heild sinni (Anna Dóra Sæþórsdóttir og Þorkell Stefánsson, 2009). LT rannsóknir og ráðgjöf (2015) greina frá niðurstöðum úr vettvangsvinnu sinni árið 2015 þar sem þau telja að gestir Kerlingarfjalla það ár hafi 20% verið miklir náttúrusinnar, 23% náttúrusinnar og 32% þjónustusinnar. Það er því nokkuð hærra hlutfall gesta sem voru náttúrusinnar það ár og einnig hefur hlutfall þjónustusinna aukist.

Það var ályktun Önnu Dóru Sæþórsdóttur og Þorkels Stefánssonar árið 2009 að þolmörkum Kjalar sem áfangastaðar ferðamanna hafi ekki verið náð. Þegar litið væri á svæðið í heild sinni væri hægt að taka á móti fleiri ferðamönnum ef höfðað er í auknum mæli til hvoru tveggja þjónustusinna og náttúrusinna með því að styrkja grunngerð og grunnþjónustu. Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a) leggur þó áherslu á að m.t.t. margra þjónustusinna í Kerlingarfjöllum og á Hveravöllum ætti að bæta þar einfalda grunngerð (s.s. salerni og merkingar gönguleiða), en að halda eigi þó til haga þeim niðurstöðum rannsóknar hennar að „þessir gestir vilja samt sem áður ekki mikla uppbyggingu, t.d. alls ekki hótél eða veitingastað“ (bls. 27).

Þetta samspil ólíkra þarfa ferðamanna gerir það að verkum að áfangastaðurinn Kerlingarfjöll einkennist ef flóknum tengslum hagsmunaaðila ferðamennsku. Einnig ber að líta á Kerlingarfjöll sem hluta af stærra svæði ferðamennsku á Kili. Anna Dóra Sæþórsdóttir nýtti líkan Leiper (1990), sem oft er notað til að lýsa svæðum ferðamennsku sem annað hvort ferðasvæðum (e. transit route region) eða áfangastað (e. tourist destination) þar sem ferðamenn dvelja, í umfjöllun sinni um Kjöl. Þar segir hún að:

Á milli þessara mismunandi svæða og hópa eru flókin tengsl, þannig að breytingar á einu svæði eða einum hópi valda breytingum á hinum. Ferðamenn eru stærsti áhrifavaldurinn í þessum tengslum. Í þessu samhengi er Kjölur bæði áfangastaður, þ.e. ferðafólk kemur þangað til að skoða svæðið og ferðast um það, en einnig ferðasvæði, því fólk [16% ferðamanna á Kili] ekur um Kjalveg til að komast á milli landshluta“ (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2009a, bls. 5).

Í ljósi þessarar greiningar Önnu Dóru á Kili er ekki hægt að fjalla um áfangastaði á Kili án þess að nefna áform um uppbyggingu Kjalvegar sem enn hafa ekki verið ráðin. Auk þess að vera aðlaðandi áfangastaður ferðamanna hefur leiðin yfir Kjöl verið mikilvæg flutningsleið og tenging byggðarlaga allt frá landnámi. Enn þann dag í dag er hann talinn mikilvægur í þessu sjónarmiði ef marka má samgönguáætlun, aðalskipulag og landsskipulagsstefnu. Í frummatsskýrslu fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvarinnar í Ásgarði er fjallað ítarlega um fyrirliiggjandi

upplýsingar frá Vegagerðinni, landsskipulagsstefnu og aðalskipulagi sveitarfélaganna sem fara með skipulagsvald á svæðinu. Þar er gert ráð fyrir að hvor tveggja Kjalvegur og Kerlingarfjallavegur verði byggðir upp og lagðir bundnu slitlagi einhvern tíma í framtíðinni. Aukin heilsársferðþjónusta og tenging byggðarlaga eru rök sem hafa verið færð fyrir uppbyggingu Kjalvegur sem heilsárvegur, en það er ekki fullreynt hvort það muni samrýmast sjónarmiðum náttúru og öryggissjónarmiðum, sérstaklega nú þegar aukning ferðamennsku ber með sér hraðar breytingar ferðavenja á Kili.

Niðurstöður Önnu Dóru frá árinu 2009 (a) leiddu í ljós að aðeins um 16% ferðamanna á Kili eru þar fyrst og fremst til að komast á milli landshluta. Hún bætir við að malbikaður og/eða uppbyggður Kjalvegur myndi vissulega auðvelda þau ferðalög og má því ætla að hlutverk Kjalur sem svæði ferðamennsku myndi breytast í að verða ferðasvæði í auknum mæli fremur en áfangastaður (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2009a). Þar af leiðandi yrði Kjölur áfangastaður þar sem ferðamenn hafa stutta viðkomu og dagsferðamenn algengari. Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a) segir að ferðamenn sem nú ferðast um Kjöl leggja mjög mikið upp úr að upplifa óraskaða náttúru, kyrrð og ró, og bætir við að „Þótt vegirnir hljóti versta dóminn af innviðunum og skoðanir séu skiptar um ágæti þeirra, vilja ekki nema um 20% ferðamanna bæta vegina“ (bls. 74). Það virðist því vera að ekki aðeins þeir ferðamenn sem í þeirri rannsókn flokkuðust sem þjónustusinnar eru á þeirri skoðun að bæta megi Kjalveg, heldur eru nokkrir náttúrusinnanna einnig á þeirri skoðun. Niðurstöður LT rannsókna og ráðgjafar frá árinu 2015 sýna svipaða niðurstöðu en þá voru tæp 10% ferðamanna hlynnt heilsársvegi, rétt rúm 10% hlynnt bundnu slitlagi og rétt rúm 20% hlynnt uppbyggðum vegi. Því er enn unnt að líta á Kjalveg og núverandi ástand hans sem hluta af aðdráttarafli Kjalur og Kerlingarfjalla.

Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a og b) gefur ágæta innsýn í sögu ferðasvæðisins Kerlingarfjöll. LT rannsóknir og ráðgjöf (2015) hafa einnig kynnt hvernig áfangastaðurinn Ásgarður hefur verið þróaður eftir því sem ferðamennska á svæðinu hefur breyst síðan uppbygging innviða hófst upp úr árinu 1935. Það verður því ekki fjallað ítarlega um sögu svæðisins hér. Í seinni tíð hefur uppbygging innviða verið að mestu í höndum Fannborgar ehf. í samvinnu við samtökin Kerlingarfjallavini (LT rannsóknir og ráðgjöf, 2015).

Samkvæmt Önnu Dóru Sæþórsdóttur (2003) er skilgreining á þolmörkum ferðamennsku „hámarksfjöldi ferðamanna sem getur ferðast um svæði án þess að leiða af sér óásættanlega hnignun á náttúru eða manngert umhverfi, hafa neikvæð áhrif á samfélagið eða að upplifun ferðamanna skerðist“ (bls. 8). Í rannsókn LT-rannsókna og ráðgjafar (2015) var aðalmarkmið greiningar að meta hvort Kerlingarfjallasvæðið væri komið að þolmörkum. Niðurstöður rannsóknarinnar eru að „*umhverfis- og félagsleg þolmörk í Kerlingarfjöllum eru í góðu lagi og Kerlingarfjallasvæðið geti tekið við talsverðri aukningu ferðamanna*“ (bls. 73). Það er rökstutt á þann veg að þolmörkum umhverfis hafi ekki verið náð, því að jarðvegur, gróður og aðrar jarðmyndanir hafa ekki orðið fyrir teljandi neikvæðum áhrifum. Ef sjónum er beint að félagslegum þolmörkum þá eru það niðurstöður LT rannsókna og ráðgjafar að langflestir ferðamenn og ferðþjónustuaðilar telja að svæðið geti tekið við fleiri ferðamönnum, án þess að upplifun og væntingar skerðist.



## 2 Gögn og aðferðir

Í þessari rannsókn var meginlegum aðferðum beitt til að taka saman viðhorf ólíkra hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum til þróunar ferðamennsku á svæðinu og áhrifa fyrirhugaðra framkvæmda á ferðamennsku. Spurningalistar voru lagðir fyrir ferðamenn í hálendismiðstöðinni Ásgarði og vefkönnun var send út til allra ferðaþjónustuaðila auk annarra hagsmunaaðila ferðamennsku á svæðinu. Að baki valinu á aðferðum liggur að endurspegla þarf með besta móti viðhorf hvers hóps hagsmunaaðila ferðamennsku með aðferð sem hentar hverjum þeirra auk þess að ná þarf til sem flestra í hverjum hópi hagsmunaaðila. Aðferðirnar endurspegla einnig einfaldaða mynd af flóknu kerfi ferðamennsku og gerir kleift að bera saman viðhorf ólíkra hópa hagsmunaaðila.

### 2.1 Spurningalistar

Í rannsóknum á ferðamálum á Íslandi eru spurningalistar algengasta aðferðin til að ná til ferðamanna á ákveðnu svæði (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2012; Anna Dóra Sæþórsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson, 2012; Rannveig Ólafsdóttir og Kristín Rut Kristjánsdóttir, 2009; Rannveig Ólafsdóttir, Kristín Rut Kristjánsdóttir, Helga Jóhanna Bjarnadóttir og Árni Bragason, 2009). Það er almennt talin skilvirk leið til að ná til allra ferðamanna sem fara um ákveðið svæði á ákveðnum tíma.

Til þess að endurspegla viðhorf ferðamanna var spurningalistum dreift og safnað í Ásgarði dagana 27. - 28. júlí 2017 og 24. ágúst 2017. Á milli þessara tveggja vettvangsferða lágu spurningalistarnir frammi í móttöku hálendismiðstöðvarinnar í Ásgarði. Spurningalistarnir voru á íslensku, ensku og frönsku. Tölfræðiforritið SPSS var notað til túlka niðurstöður spurningalistanna. Spurningalistinn var byggður upp af ólíkum tegundum fjölvalsspurninga og möguleikum á að bæta við athugasemdum. Spurningalistinn skiptist í fjóra hluta. Í fyrsta hluta listans var spurt um núverandi upplifun af svæðinu og aðráttarafl svæðisins, gæði aðstöðu og innviða og fjölda ferðamanna. Í öðrum hluta listans var spurt um viðhorf þátttakenda til breytinga á svæðinu almennt. Í þriðja hluta var spurt um viðhorf þátttakenda til fyrirhugaðra framkvæmda Fannborgar í Ásgarði í ljósi fjögurra valkosta. Í þessum hluta voru nýttar ásýndarmyndir af svæðinu, hannaðar af Mannviti, sem sýna núverandi ásýnd svæðisins (valkostur 1), og breytingar sem valkostir 2 – 4 hefðu í för með sér fyrir ásýnd svæðisins. Ásýndarmyndirnar eru að finna í viðauka 1 – 4. Í síðasta hluta listans var spurt um viðhorf þátttakenda til þess að ekki verði gerðar neinar breytingar á svæðinu (eða svokallaður 0 kostur). Samtals bárust 210 gildir spurningalistar, þar af voru 51 á íslensku, 53 á frönsku og 106 á ensku.

### 2.2 Vefkönnun

Vefkönnun var hönnuð með svipuðu móti og spurningalistinn til ferðamanna, og skiptist á sama hátt í fjóra hluta. Hún var send út til fimm hópa hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum:

- Erlendra ferðaþjónustufyrirtækja
- Íslenskra ferðaþjónustufyrirtækja

- Ferðafélaga
- Ferðamála- og náttúruverndarsamtaka og
- Starfsmanna stjórnsýslu í Hrunamannahreppi

Listi yfir ferðaþjónustuaðila var fenginn frá Fannborg ehf., sem rekur hálendismiðstöðina í Ásgarði, og felur í sér öll fyrirtæki sem hafa átt viðskipti eða samskipti við fyrirtækið varðandi bókanir í gistingu eða aðstoð við að skipuleggja ferðir í Kerlingarfjöll. Tafla 1 sýnir hvernig aðrir hagsmunaaðilar sem fengu vefkönnun voru valdir.

Vefkönnun var send út þann 19. september 2017 til samtals 149 tölvupóstfanga hjá 49 ferðaþjónustufyrirtækjum, þremur ferðafélögum, þremur ferðamála- og náttúruverndarsamtökum og fjórtán starfsmönnum stjórnsýslu í Hrunamannahreppi. Vefkönnunni var síðan fylgt eftir með áminningu þann 6. október 2017. Könnuninni var síðan lokað þann 18. nóvember 2017 og var því opin til þátttöku í tæpan mánuð. Hlutfall þátttöku var nokkuð hátt, ef miðað er við fjölda tölvupóstfanga sem vefkönnunin var send til. Meðalþátttaka var 47% og var nokkuð jöfn á milli hópanna. Samtals bárust 76 gild svör sem skiptust svo:

- Erlend ferðaþjónustufyrirtæki: 20 (43% þátttaka)
- Íslensk ferðaþjónustufyrirtæki: 21 (66% þátttaka)
- Ferðafélög: 19 (49% þátttaka)
- Ferðamála- og náttúruverndarsamtök: 11 (41% þátttaka)
- Starfsmenn stjórnsýslu í Hrunamannahreppi: 5 (36% þátttaka)

Vefkönnun er aðferð sem nota má til að ná til stærri fjölda hagsmunaaðila en mögulegt er með viðtölum og taka til greina víðara viðhorf með hraðari vinnubrögðum en t.d. spurningalistar sem sendir eru í pósti. Þó má gagnrýna þá aðferð að dreifa viðhorfskönnun á netinu. Þar sem rannsóknaraðili hittir ekki þátttakendur er aðeins hægt að svara spurningum þátttakenda ef þær vakna á meðan á þátttöku stendur, og aðeins er hægt að mæla skilning þeirra á spurningalistanum út frá skrifuðum athugasemdum í lok vefkönnunarinnar. Aftur á móti má sjá það sem tryggingu hlutleysis að rannsóknaraðili hafi engin tækifæri til að hafa áhrif á svör þátttakenda. Allir fá með þessu móti sömu upplýsingar og sama útgangspunkt við svörun. Ekki er hægt að tryggja það að þátttakendur könnunarinnar séu í nákvæmu samræmi við það úrtak sem notað var. Aðeins er hægt að tryggja að vefkönnuninni sé svarað einu sinni úr hverri tölvu, líkt og gert var í þessari könnun. Aftur á móti er með þessu móti nafnleysi þátttakendans algert og gæði svaranna aukast með því að gefa þátttakendum færi á að svara í næði og eftir eigin hentugleika.

Tafla 1 Hópar hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum sem fengu vefkönnun

<b>Hópar hagsmunaaðila ferðamennsku</b>	<b>Hagsmunaaðilar</b>	<b>Rökstuðningur</b>
<i>Ferðafélög</i>	Ferðafélag Íslands	Skipuleggja ferðir í Kerlingarfjöll og gista í Ásgarði. eru með tvo skála í nágrenni Kerlingarfjalla.
	Útivist	Skipuleggja ferðir í Kerlingarfjöll með upphaf gönguferða í Ásgarði.
	4x4 Ferðaklúbbur	Suðurnesjadeild er með skála í Leppistungum, í nágrenni Kerlingarfjalla
	Landsamtök vélsleðamanna	Ásgarður er miðstöð fyrir samtökin og Kerlingarfjöll virðist mikilvægur áfangastaður
<i>Ferðamála- og náttúruverndarsamtök</i>	Kerlingarfjallavinir	Frjáls félagasamtök áhugamanna um verndun náttúru í Kerlingarfjöllum
	ÁSÆL áhugamannafélag um gangnamannakofa á afrétt Hrunamannahrepps	Áhugamannafélag sem hefur séð um uppbyggingu fjögurra fjallaskála sem allir eru í návígi Kerlingarfjalla.
	Markaðsstofa Suðurlands	Mikilvægt er að leita til ferðamálasamtaka tilheyrandi svæðis til þess að setja þróun ferðamennsku á rannsóknarsvæði í stærra samhengi. Ekki eru að finna nein virk staðbundin ferðamálasamtök í Hrunamannahreppi. Markaðsstofa Suðurlands er því sem næst kemur.
<i>Opinberir aðilar stjórnýslu</i>	Sveitastjórn Hrunamannahrepps	Rannsóknarsvæðið er á landi Hrunamannahrepps
	Ferða- og menningarnefnd Hrunamannahrepps	
	Umhverfisnefnd Hrunamannahrepps	
	Skipulagsnefnd uppsveita	

## 3 Niðurstöður

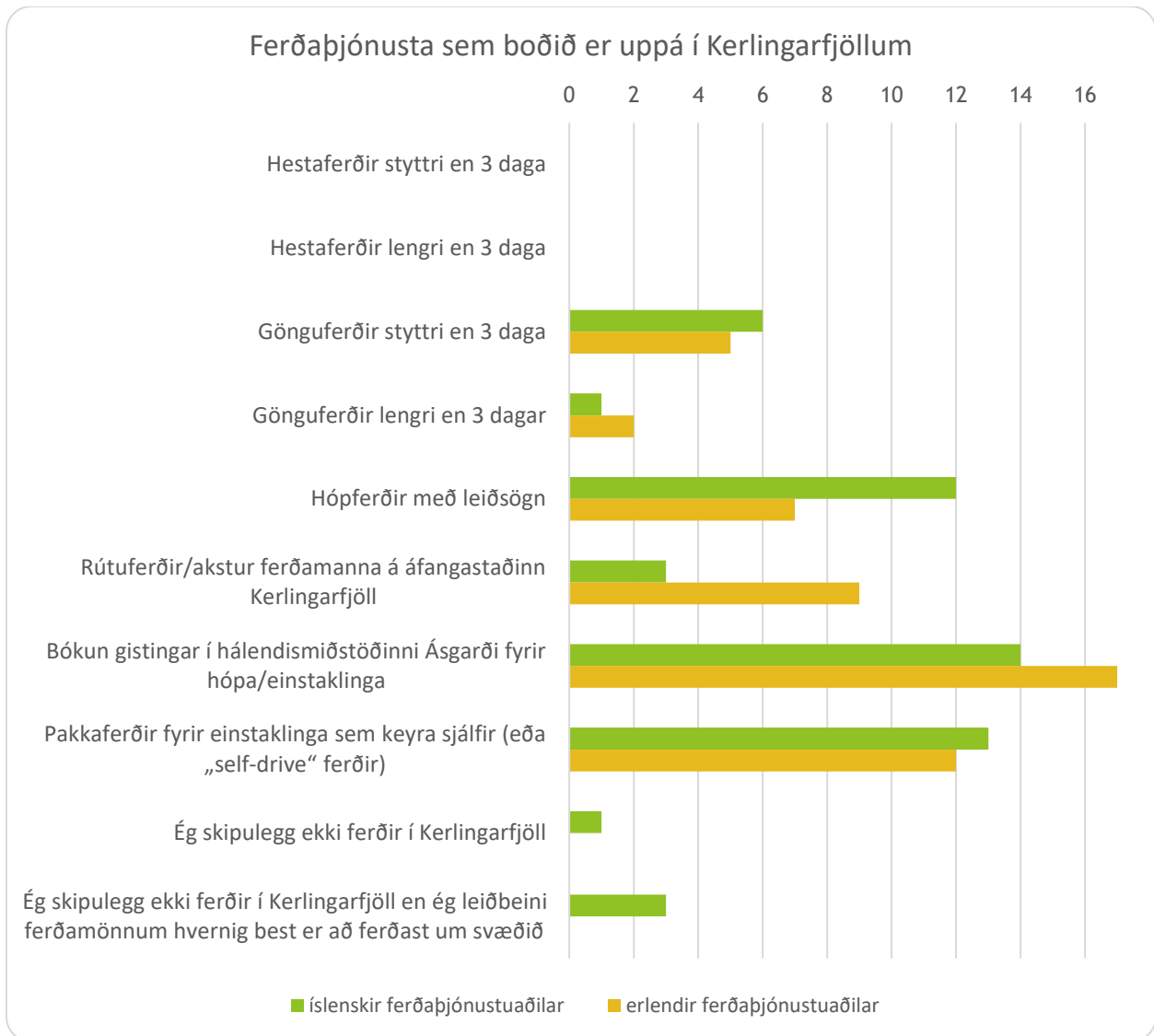
### 3.1 Ferðavenjur í Kerlingarfjöllum

Spurningalistum var dreift meðal ferðamanna í Ásgarði í Kerlingarfjöllum og gáfu 210 gild svör. Íslendingar voru í minnihluta þátttakenda en 23% þátttakenda voru íslenskir og 77% frá öðrum löndum. Erlendir þátttakendur voru flestir frá Frakklandi (18%). Svörin skiptust aftur á mót fremur jafnt á milli kynja, 47% þátttakenda voru konur og 53% karlmenn. Meðalaldur þátttakenda var 42 ár.

Meðaldvöl ferðamanna í Kerlingarfjöllum var 2½ dagur, en 74% þátttakenda dvöldu 1 – 3 daga, en aðeins 5% stoppuðu bara yfir daginn. 85% þátttakendanna eru mjög ánægðir með dvölinu í Kerlingarfjöllum, og gefa dvölinni einkunnina 4 eða 5 á skalanum 1-5. 67% þátttakendanna voru að heimsækja svæðið í fyrsta sinn og flestir hafa í hyggju að heimsækja þetta svæði aftur eða 97% íslenskra og 49% erlendra. Þá sögðust 69% hafa ferðast um stærra svæði Kerlingarfjalla en í hálendismiðstöðina í Ásgarði, 84% íslenskra og 64% erlendra ferðamanna. Ferðamenn í Kerlingarfjöllum sem svöruðu þessari könnun eru því almennt gestir sem stoppa ekki mjög stutt og koma gjarnar víðar við á Kerlingarfjallasvæðinu en bara í Ásgarði.

Í vefkönnun til ferðaþjónustuaðila, ferðafélaga, meðlima ferðamála- og náttúruverndarsamtaka og opinberra aðila í stjórnslu Hrunamannahrepps, var spurt hvort þátttakendur hafi komið í Kerlingarfjöll og líkt og ferðamennirnir, hvort þau hafi ferðast um stærra svæði Kerlingarfjalla en í hálendismiðstöðina í Ásgarði. Þar segjast 98% íslenskra þátttakenda hafa komið í Kerlingarfjöll og 94% hafa ferðast víðar um Kerlingarfjöll en í Ásgarð. Af erlendum ferðaþjónustuaðilum hafa aðeins 72% komið í Kerlingarfjöll og af þeim hafa 82% ferðast víðar um Kerlingarfjöll en í Ásgarð. Þau voru einnig spurð hvort þau telja líklegt að þau muni nýta svæðið Kerlingarfjöll áfram eða halda áfram að skipuleggja ferðir þangað. Að meðaltali svöruðu 85% þeirri spurningu játandi, 93% hvor tveggja íslenskra og erlendra ferðaþjónustuaðila, 83% ferðafélagsmanna, 100% opinberra aðila, en aðeins 67% meðlima samtaka.

Ferðaþjónustuaðilarnir voru spurðir hvernig þau myndu lýsa þeirri ferðaþjónustu sem fyrirtæki þeirra býður upp á í Kerlingarfjöllum. Spurningin fól í sér fleiri en einn svarmöguleika. Af þeim sem svöruðu fyrir hönd ferðaþjónustufyrirtækjanna fást langflestir við að bóka gistingu í hálendismiðstöðinni í Ásgarði (íslenskir 74%, erlendir 85%) (Mynd 2). Svo virðist sem hestaferðamennska sé í undanhaldi á svæðinu og að styttri gönguferðir séu algengari en lengri. Þá eru fleiri sem fást við að bóka pakkaferðir fyrir einstaklinga, eða svo kallaða „self-drive“ ferðir (íslenskir 68%, erlendir 60%), en fást við að bóka hópferðir með leiðsögn (íslenskir 63%, erlendir 30%). Það bendir til þess að einstaklingsferðamennska og ferðamennska minni hópa eru að verða vinsælli en ferðamennska stærri hópa. Einn þátttakenda skrifaði athugasemd við þessa spurningu sem lýsir því vel hversu erfitt það er að koma til móts við þarfir ólíkra hópa ferðamanna: „*We bring small groups of photographers and recently we have used Ásgarður although we would book smaller houses if they had en suite facilities. We definitely don't want to see large groups going there but would be happy to see the restaurant made larger*“.



Mynd 2 Ferðaþjónusta sem boðið er uppá í Kerlingarfjöllum

### 3.2 Aðdráttarafli Kerlingarfjalla og núverandi upplifun af svæðinu

Þátttakendur fengu 17 þætti að velja milli sem að þeirra mati lýsa aðdráttarafli Kerlingarfjalla sem áfangastaðar best. Í spurningalista til ferðamanna var spurningin orðuð svo: „*Hvaða fjórir þættir eru helstu ástæður þess að þú heimsækir Kerlingarfjöll?*“ og í vefkönnun til annarra hagsmunaaðila voru þau beðin um að velja fjóra þætti sem þeim finnst „*lýsa aðdráttarafli Kerlingarfjalla.*“ Á Mynd 3 kemur fram að mikil samstaða er á milli hópa hagsmunaaðila ferðamennsku um grunnaðdráttarafli svæðisins, þ.e. að upplifa náttúru og landslag, kyrrð og ró og víðerni. Aftur á móti teljast sumir þættir sem ferðamenn upplifa sem aðdráttarafli Kerlingarfjalla ekki til þeirra þátta sem helst lýsir aðdráttarafli svæðisins að mati annarra hagsmunaaðila ferðamennsku. T.d. telja um 20% ferðamanna og ferðafélagsmanna það aðdráttarafli að á svæðinu sé tjaldstæði, en enginn ferðaþjónustuaðilanna. Aftur á móti telja undir 10% ferðamanna en um 40% ferðaþjónustuaðila og opinberra aðila það sé aðdráttarafli að á svæðinu sé hótél. Að á svæðinu

sé ekki að merkja fjöldaferðamennsku er aðdráttarafl í augum margra ferðamanna, ferðapjónustuaðila og ferðamála- og náttúruverndarsamtaka. Ferðafélagsmenn telja það ekki vera aðdráttarafl svæðisins.

Þátttakendur vefkönnunar voru enn fremur beðnir um að lýsa aðdráttarafli svæðisins í eigin orðum. Þá komu margir með lýsingar á borð við:

- Litadýrð fjallanna
- Einsemdin
- Hrein og ósnortin náttúra
- Gott stígakerfi og góðir innviðir
- Jarðhitasvæði og gömul eldstöð
- Jeppaslóðar og ómalbikaðir vegir

Aðrir bættu við:

- „staður sem er ekki orðið með allt of mikið ferðafólk“
- „fyrir utan troðnar slóðir og á að vera áfram“
- „It’s great that you have hotel accommodation with private bath, our clients prefer that“
- „It is very attractive for the clients to cross the highlands from one side to the other. Even better for them if they can stay overnight and realize how far from other civilization they are“
- „good hiking area, good alternative to Landmannalaugar, less crowded, possibility for overnight stay in good accommodation“

Þeir sem nefndu sérheiti staða nefndu helst Loðmund og Hveradali, en sumir einnig Kerlingarfoss, Kisugil, og að stutt væri í Setur og Hveravelli. Ferðafélagsmenn nefndu að helsta aðdráttarafl svæðisins fælist í því að það henti vel til ferðamennsku bæði að sumri og vetri. Tvær lýsingar voru sérstaklega lýsandi, ein frá opinberum aðila:

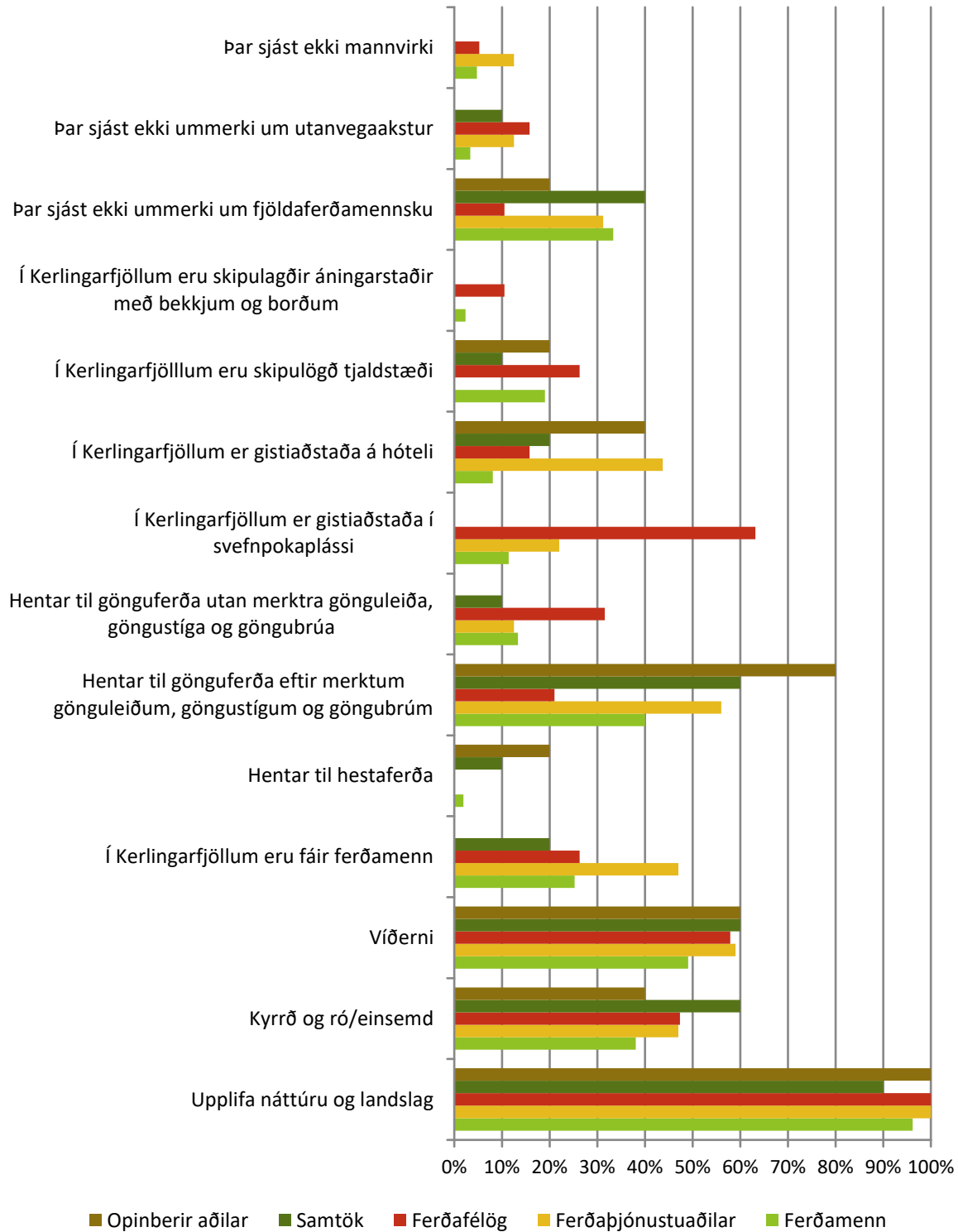
*Fjöllin sjálf, með jarðvarma sínum eru ægifygur og er dalverpið þar sem skálarnir eru nokkurs konar eyland í víðerninu. Aðdráttarafl Kerlingarfjalla byggir fyrst og síðast á stórbrotnu landslagi og náttúrufergurð. Kyrrðin og upplifunin að vera smár í umhverfinu – hluti af stærri heild.*

og ein frá ferðafélagsmanni:

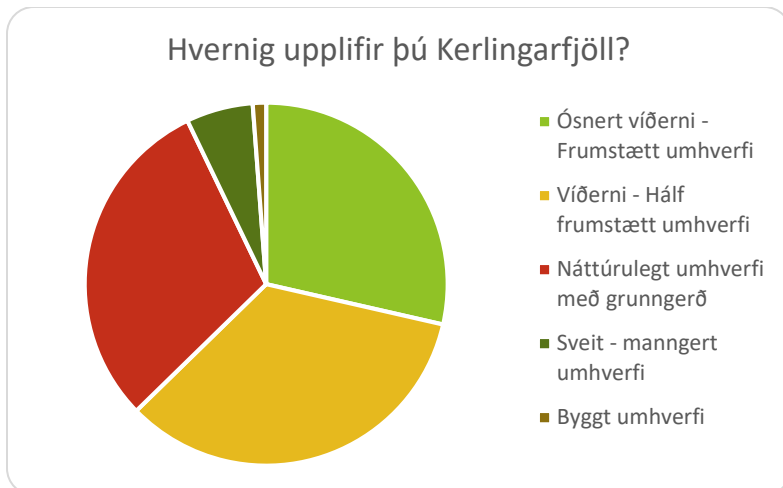
*[ónafngreint ferðafélag] metur víðáttu, fögur fjöll og litríkt háhitasvæðið sem fagurt umhverfi til að ferðast um stórbrotið landslag á snjó án þess að skemma né skilja eftir nein ummerki. Gistiaðstaða í Ásgarði nauðsynleg í því samhengi og er hluti af Kerlingarfjöllum og getur verið það áfram með fallegum byggingum.*

Á Mynd 3 má sjá að 50-60% allra hópa hagsmunaaðila ferðamennsku telja víðerni til aðdráttarafls Kerlingarfjalla. Spurt var nánar út í það hvernig þátttakendur upplifa Kerlingarfjöll í heild sinni og Ásgarð sérstaklega þegar kemur að víðernistilfinningu. Þátttakendur gátu valið á milli fimm möguleika: i) Ósnert víðerni (e. Wild – Primitive); ii) Víðerni – Hálf frumstætt umhverfi (e. Wilderness – Semi-primitive); iii) Náttúrulegt umhverfi (e. Semi-primitive but not wild)); iv) Sveit – manngert umhverfi (e. Rural); og v) Byggt umhverfi (e. Urban). Mynd 4 Mynd 5 sýna að flestir hagsmunaaðila ferðamennsku upplifa Kerlingarfjöll sem ósnert víðerni eða víðerni – hálf frumstætt umhverfi, en langflestir upplifa Ásgarð sem náttúrulegt umhverfi með grunngerð. Ekki er teljandi munur á milli hópa hagsmunaaðila ferðamennsku í svörum við þessari spurningu.

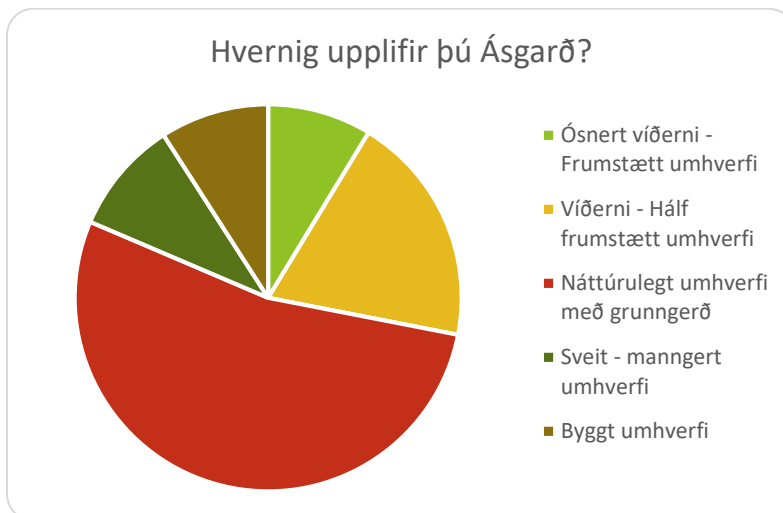
Hvaða fjórir þættir eru helstu ástæður þess að þú heimsækir Kerlingarfjöll? / finnst þér helst lýsa aðdráttarafli Kerlingarfjalla?



Mynd 3 Helstu þættir sem lýsa aðdráttarafli Kerlingarfjalla sem áfangastaðar



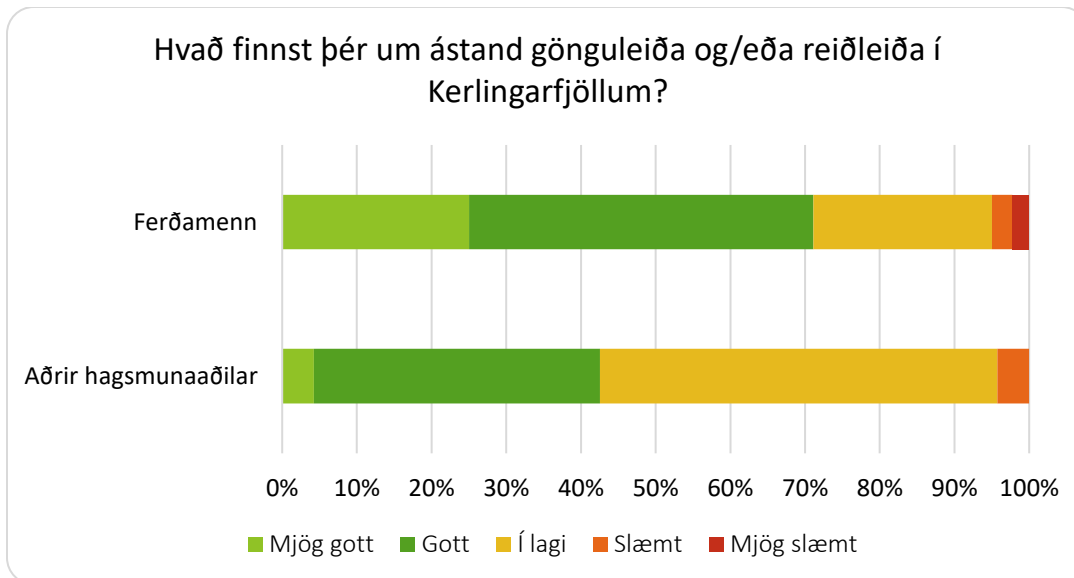
Mynd 4 Víðernisupplifun hagsmunaaðila ferðamennsku af Kerlingarfjöllum



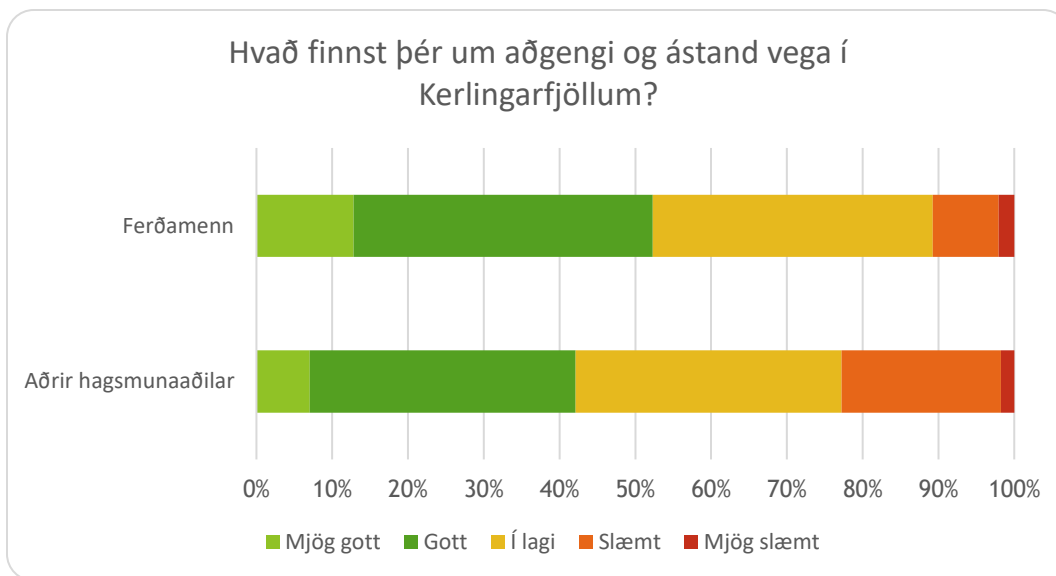
Mynd 5 Víðernisupplifun hagsmunaaðila ferðamennsku af Ásgarði

Til þess að grennslast betur fyrir um upplifun hagsmunaaðila ferðamennsku af svæðinu í núverandi mynd voru þau spurð hvað þeim finnst um ástand gönguleiða, reiðleiða og vega. Mynd 6 Mynd 7 sýna að ferðamenn eru almennt jákvæðir í garð ástands vega og enn jákvæðari í garð gönguleiða og reiðleiða. Þar er mikill munur á viðhorfi hagsmunaaðila ferðamennsku. Rúm 70% ferðamanna eru ánægðir með ástand göngu- og reiðleiða, telja það „gott“ eða „mjög gott“, á meðan aðeins rúm 30% annarra hagsmunaaðila telja það „gott“ eða „mjög gott“. Ekki er mikill munur á milli hópa hagsmunaaðila en nokkuð fleiri ferðafélagsmanna telja göngu- og reiðleiðir einungis „í lagi“ miðað við hina hópana. Þegar kemur að ástandi vega þá telja langflestir það vera „í lagi“. 80% opinberu aðilanna telja vegina vera „í lagi“ og 20% slæma.





Mynd 6 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til ástands gönguleiða og reiðleiða í Kerlingarfjöllum

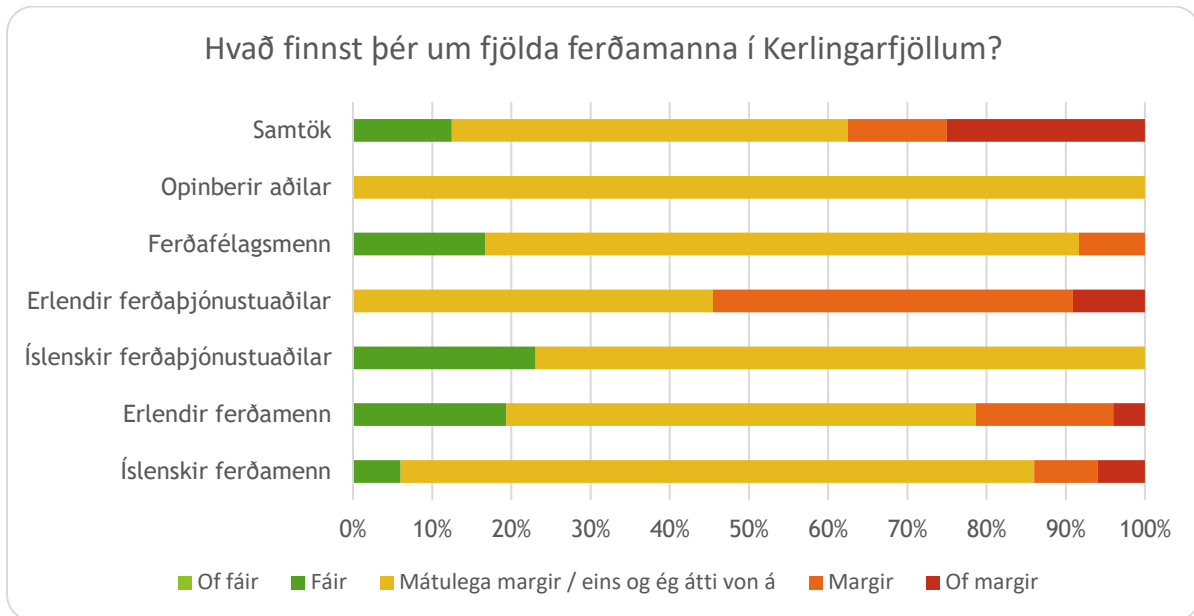


Mynd 7 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til ástands vega í Kerlingarfjöllum

Ferðamenn voru spurðir hvort þau hafi orðið vör við eitthvað sem trufla upplifun þeirra þegar þau ferðast um Kerlingarfjöll. Aðeins 30% segjast hafa orðið vör við eitthvað slíkt (24% íslenskra, 32% erlendra). Af þeim skrifuðu 41 hvað það var sem truflaði upplifunina, og fjölluðu athugasemdirnar flestar um i) að aðrir ferðamenn eða of margir ferðamenn trufluðu upplifun þeirra (8); ii) að aðstaða á tjaldstæði og umhverfi Ásgarðs væri ábótavant (5); iii) að það sé of mikil bílaumferð í Kerlingarfjöllum (5) og; iv) að gístaðstaða væri ábótavant (4).

Fjöldi ferðamanna er því það sem mest truflar upplifun ferðamanna í Kerlingarfjöllum. Allir hagsmunaaðilar ferðamennsku voru einnig spurðir hvað þeim finnst um fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum. Þegar á heildina er litið sögðu langflestir að fjöldi ferðamanna væri eins og þeir áttu von á, og enginn sagði að ferðamenn væru of fáir. Þó eru hlutföllin nokkuð ólík milli hópa

hagsmunaaðila. Þeir hópar sem helst telja ferðamenn vera marga eða of marga eru erlendir ferðapjónustuaðilar (54%), erlendir ferðamenn (21%) og ferðamála- og náttúruverndarsamtök (38%) (Mynd 8).



Mynd 8 Viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku til fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum

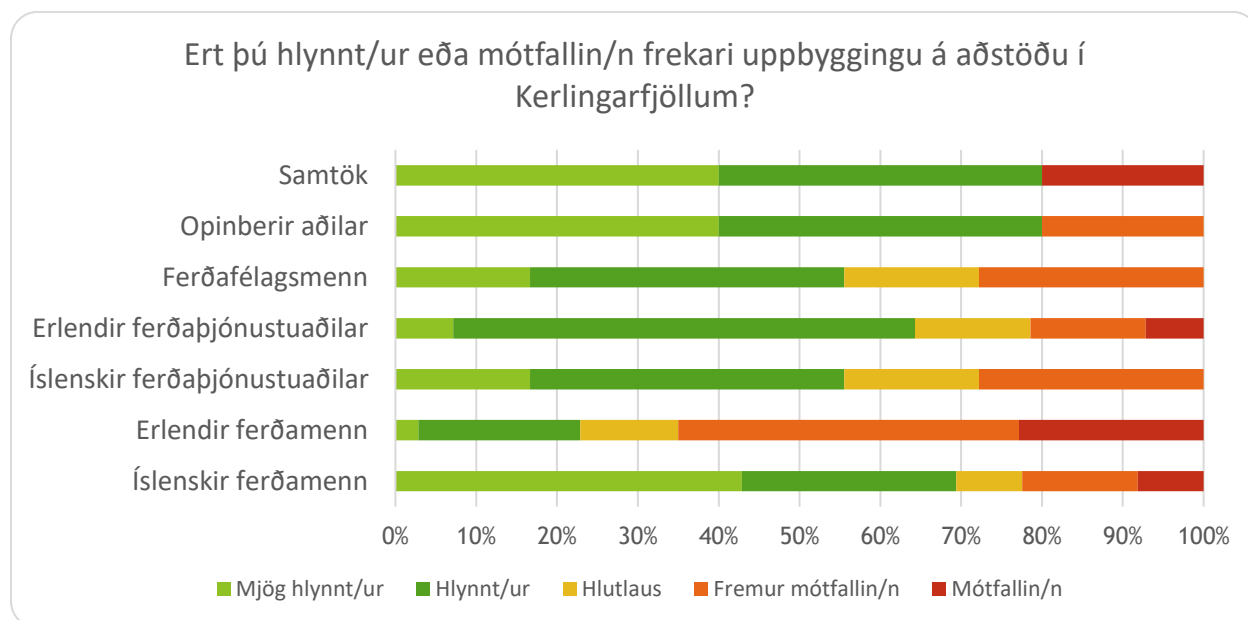
Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku en ferðamenn voru þar að auki spurðir hvort þau telji að Kerlingarfjöll og Ásgarður hálandismiðstöð þoli komu fleiri ferðamanna. Þó að ekki finnst mörgum þeirra vera margir eða of margir ferðamenn í Kerlingarfjöllum þá finnst allt að 50% Kerlingarfjöll ekki þola fleiri ferðamenn (Tafla 2). Hér er nokkuð mikill munur á viðhorfi erlendra ferðapjónustuaðila, íslenskra ferðapjónustuaðila og annarra hagsmunaaðila ferðamennsku. Af erlendum ferðapjónustuaðilum telja 50% að Kerlingarfjöll þoli ekki komur fleiri ferðamanna og 55% að hálandismiðstöðin í Ásgarði þoli ekki komu fleiri ferðamanna. Í samanburði segja aðeins 29% íslenskra ferðapjónustuaðila að Kerlingarfjöll þoli ekki komu fleiri ferðamanna og 14% að Ásgarður þoli ekki komu fleiri ferðamanna. 20% ferðafélagsmanna, opinberra aðila og meðlima ferðamála- og náttúruverndarsamtaka segja að Kerlingarfjöll þoli ekki komu fleiri ferðamanna og 18% að Ásgarður þoli ekki komu fleiri ferðamanna. Örfáir opinberu aðilanna og meðlimir samtaka segja að Kerlingarfjöll eða Ásgarður þoli alls ekki fleiri ferðamenn, og voru þeir einir um þá skoðun.

Tafla 2 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku en ferðamanna til fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum annars vegar og í Ásgarði hins vegar

		Mun fleiri ferðamenn	Fleiri ferðamenn	Hvorki né / Hef ekki skoðun	Ekki fleiri ferðamenn	Alls ekki fleiri ferðamenn
<b>Kerlingarfjöll í heild sinni</b>	Erlendir ferðaþjónustuaðilar	0	17%	33%	50%	0
	Íslenskri ferðaþjónustuaðilar	7%	43%	21%	29%	0
	Ferðafélagsmenn, samtök og opinberir aðilar	4%	49%	20%	20%	7%
<b>Ásgarður hálandismiðstöð</b>	Erlendir ferðaþjónustuaðilar	0	9%	36%	55%	0
	Íslenskri ferðaþjónustuaðilar	7%	43%	36%	14%	0
	Ferðafélagsmenn, samtök og opinberir aðilar	9%	48%	15%	18%	10%

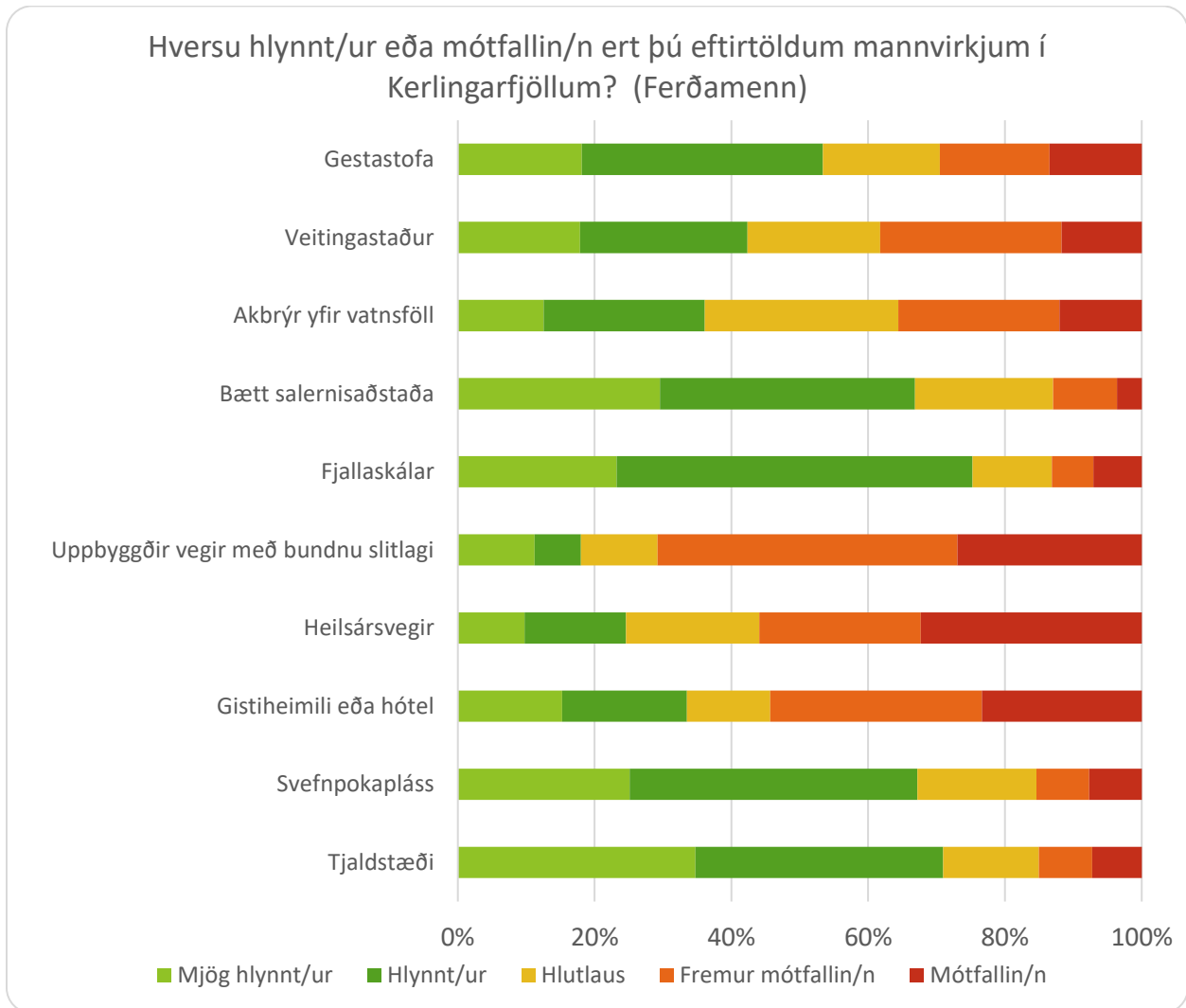
### 3.3 Viðhorf til breytinga á svæðinu

Næsti hluti könnunarinnar sneri að viðhorfi þátttakenda til breytinga á svæðinu almennt. Spurningin var svo hljóðandi: „Ert þú hlynnt/ur eða mótfallin/n frekari uppbyggingu á aðstöðu og innviðum í Kerlingarfjöllum almennt?“ Hér er einnig mikill munur á viðhorfi á milli hópa. Samtals eru 54% ferðamanna mótfallnir uppbyggingu á svæðinu. Af þeim eru mun fleiri erlendra ferðamanna mótfallnir, eða 65% miðað við aðeins 22% íslenskra ferðamanna. Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru almennt fremur hlynntir uppbyggingu (Mynd 9).



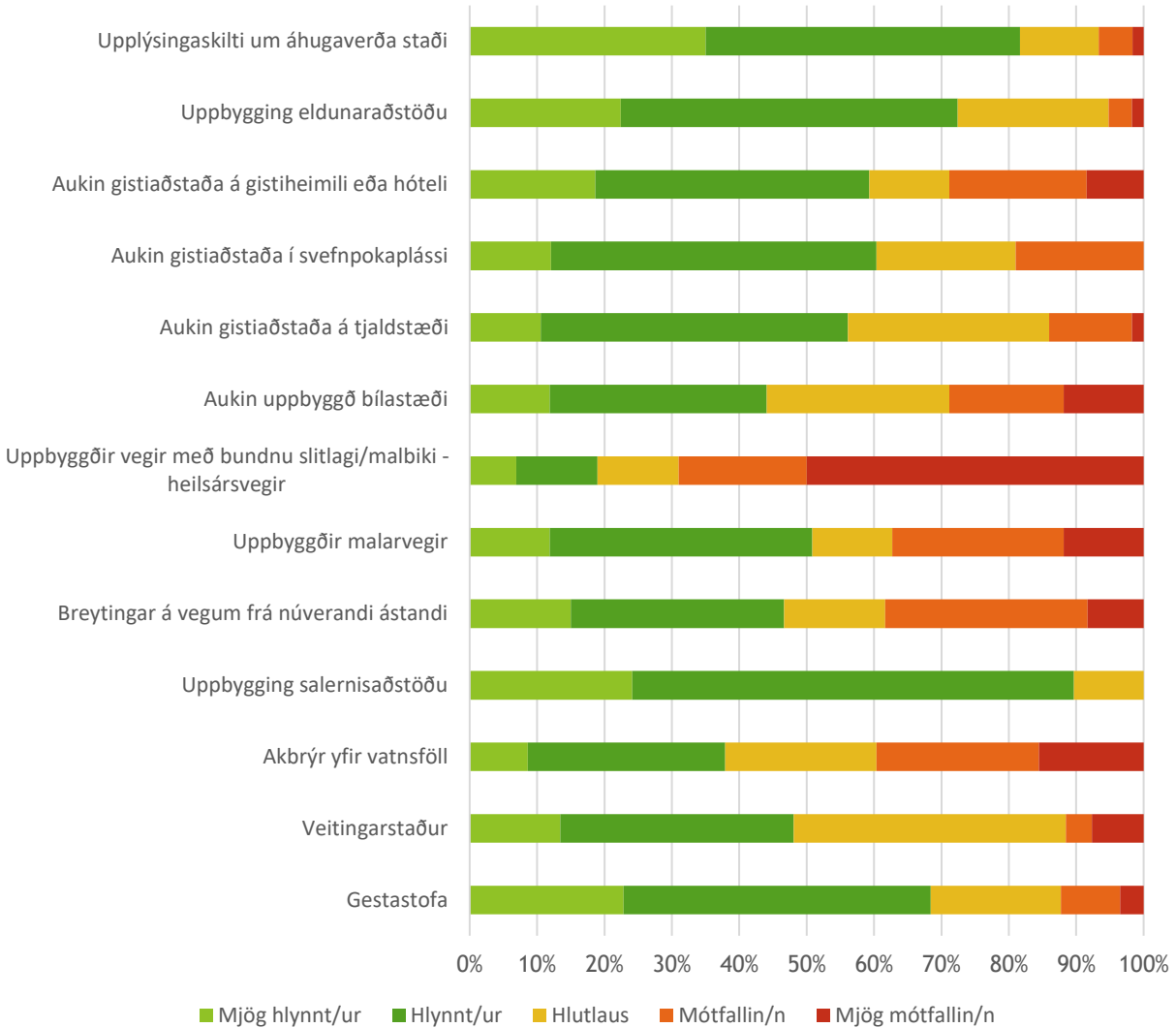
Mynd 9 Viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku til frekari uppbyggingar aðstöðu í Kerlingarfjöllum

Mynd 10 og Mynd 11 sýna nánar hvaða mannvirkjum og grunngerð hagsmunaaðilar ferðamennsku eru mest hlyntir eða mótfallnir. Ferðamenn vilja helst sjá uppbyggingu á selernisaðstöðu (67%), fjallaskálum (75%), svefnpokapláss (67%) og tjaldstæði (71%) og eru mjög mótfallnir uppbyggingu vega (Mynd 10). Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru ekki heldur hlyntir uppbyggingu vega en eru hlyntir nær allri annarri uppbyggingu. Af þeim eru flestir hlyntir bættri salernisaðstöðu (90%), upplýsingaskilta (82%) og gestastofu (68%). Þessir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru fremur hlyntir hvers kyns uppbyggingu á gistaðstöðu, þ.e. tjaldstæði (56%), svefnpokapláss (60%) og gistiheimili eða hótél (59%).



Mynd 10 Viðhorf ferðamanna til mannvirkja í Kerlingarfjöllum

Miðað við hvernig aðkoma að hálandismiðstöð í Ásgarði er í dag fyrir ferðamenn, hversu hlynnt/ur eða mótfallin/n ert þú því að eftirfarandi hugsanlegar breytingar yrðu gerðar þar og í nágrenni?  
(Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku)

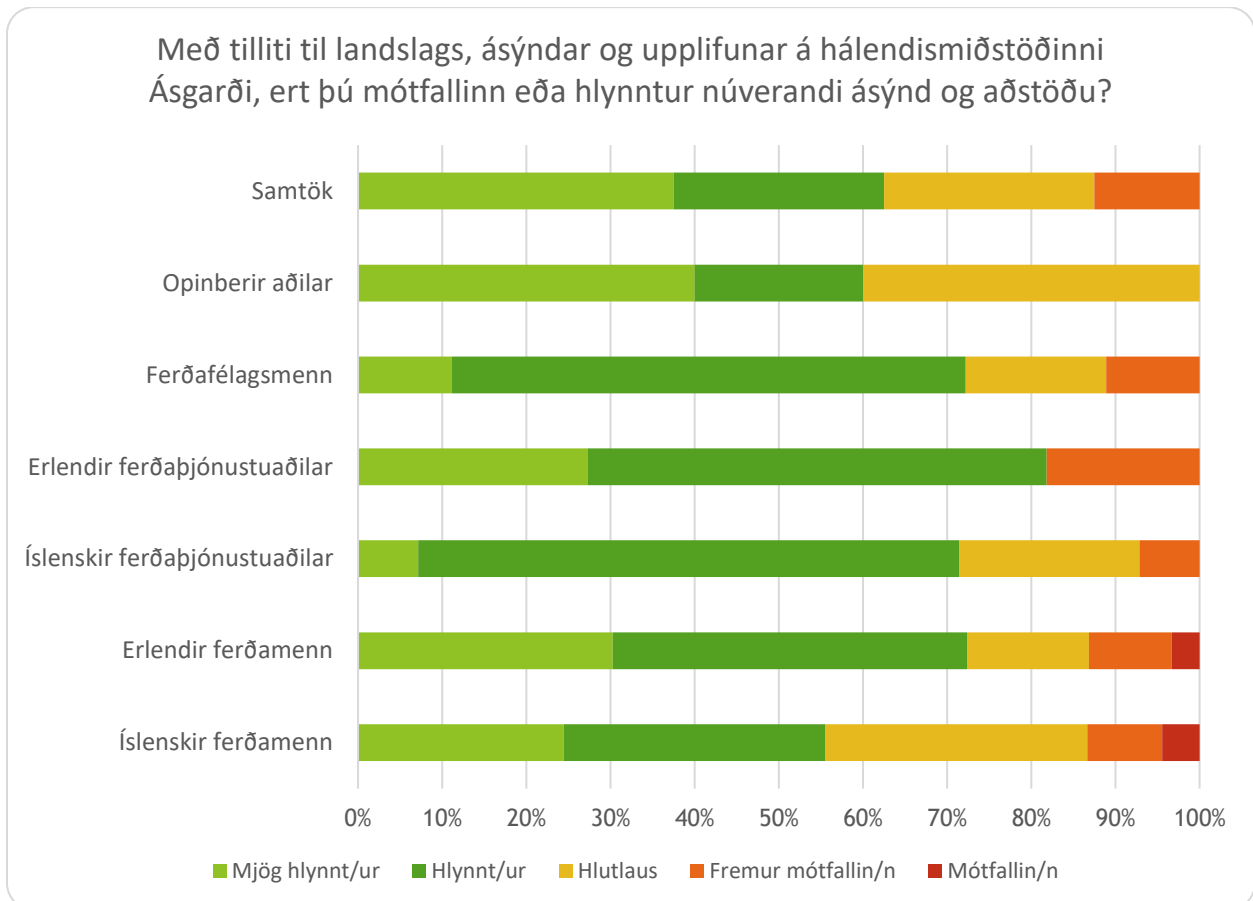


Mynd 11 Viðhorf annarra hagsmunaaðila en ferðamanna til breytinga á mannvirkjum og grunngerð í Ásgarði

### 3.4 Viðhorf til fyrirhugaðrar uppbyggingar hálendismiðstöðvar

#### 3.4.1 Valkostur 1: Núverandi ásýnd og aðstaða

Þátttakendur voru beðnir um að lýsa viðhorfi sínu til núverandi ásýndar og aðstöðu í hálendismiðstöðinni Ásgarði og fengu til hliðsjónar ásýndarmyndir sem eru að finna í viðauka 1. Hagsmunaaðilar ferðamennsku eru nokkuð á sama máli um viðhorf sitt til valkostar 1 og er meirihluti allra hópa hlynntur (Mynd 12). Samanlagt eru 69% ferðamanna og 71% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku hlynntir eða mjög hlynntir núverandi ásýnd og aðstöðu. Sá hópur sem er minnst hlynntur eru íslenskir ferðamenn (56%), en af erlendum ferðamönnum eru 72% hlynntir. Í hópi íslenskra ferðamanna og opinberra aðila eru nokkuð margir hlutlausir. Ferðaþjónustuaðilar eru margir hlynntir núverandi ásýnd og aðstöðu, hvoru tveggja íslenskir (71%) og erlendir (82%). Í svari eins erlends ferðaþjónustuaðila kom lýsandi athugasemd við núverandi ásýnd og aðstöðu í Ásgarði: „*We came before the hotel and would have continued to come without the hotel, although in its present small form it is just about OK. I would not like to see this place being spoiled by mass tourism*“.

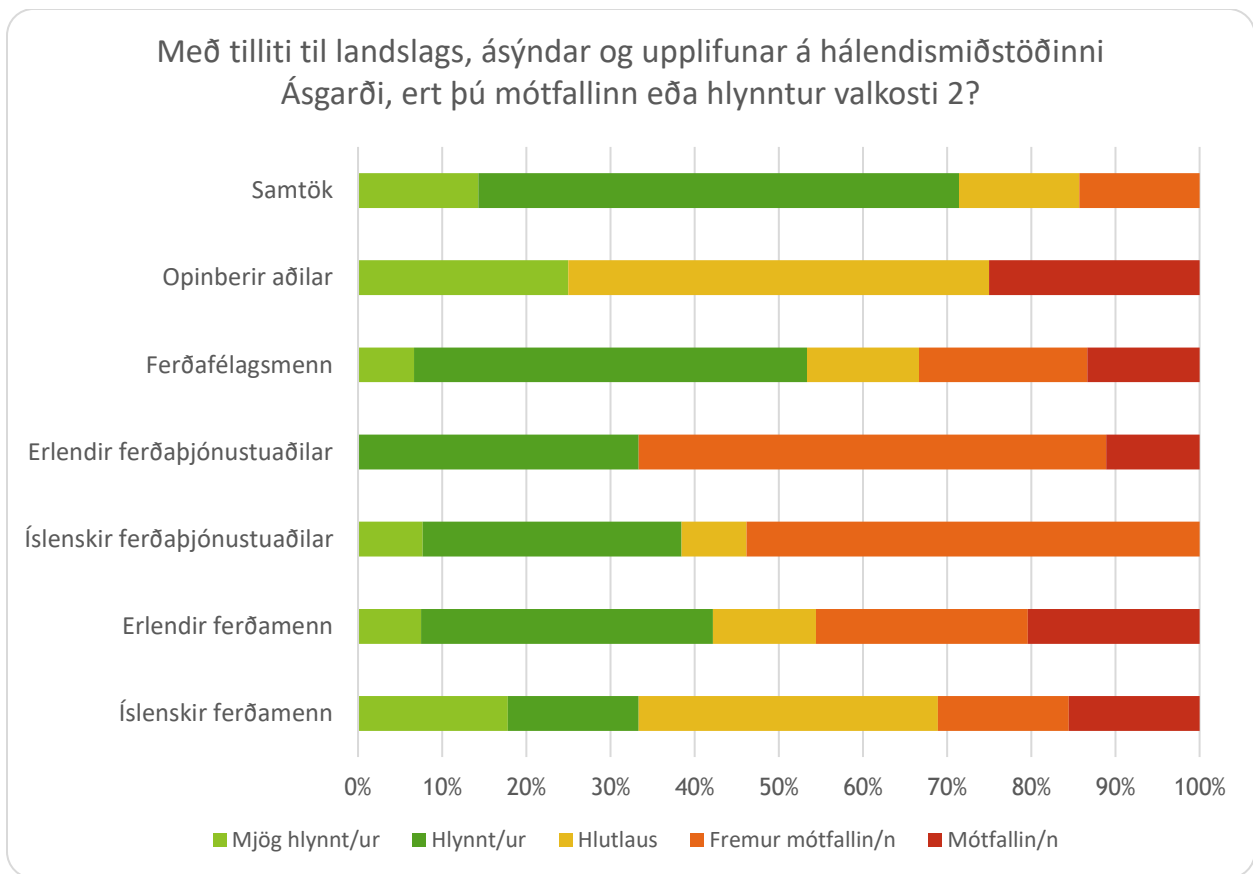


Mynd 12 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 1

### 3.4.2 Valkostur 2

Þátttakendur voru beðnir um að lýsa viðhorfi sínu til breytinga sem valkostur 2 í uppbyggingu hálendismiðstöðvarinnar Ásgarðs hefði í för með sér. Spurt var um viðhorf til breytinganna með tilliti til landslags, ásýndar og upplifunar út frá eigin upplifun og ásýndarmyndum (viðauki 2). Hér eru skiptar skoðanir mun áberandi, á milli hópa hagsmunaaðila ferðamennsku. Ef litið er til ferðamanna þá eru aðeins örfáir fleiri sem eru mótfallnir (42%) en hlyntir (40%). Á Mynd 13 má sjá að nokkuð mikill munur er á milli íslenskra og erlendra ferðamanna. Þá eru 33% íslenskra ferðamanna hlyntir valkosti 2 en 42% erlendra ferðamanna.

Öfugt er farið með aðra hagsmunaaðila ferðamennsku en ef litið er á hópinn í heild sinni eru fleiri hlyntir (46%) en mótfallnir (41%) (Mynd 13). Þó er hér einnig nokkuð mikill munur á milli hópa. Sá hópur sem er mest mótfallinn eru erlendir ferðapjónustuaðilar (67%) og þar á eftir íslenskir ferðapjónustuaðilar (54%). Sá hópur sem er jákvæðastur eru meðlimir ferðamála- og náttúruverndarsamtaka, en meðal þeirra eru 71% hlyntir. Einnig eru hér nokkuð margir hlutlausir, til dæmis 50% opinberra aðila.

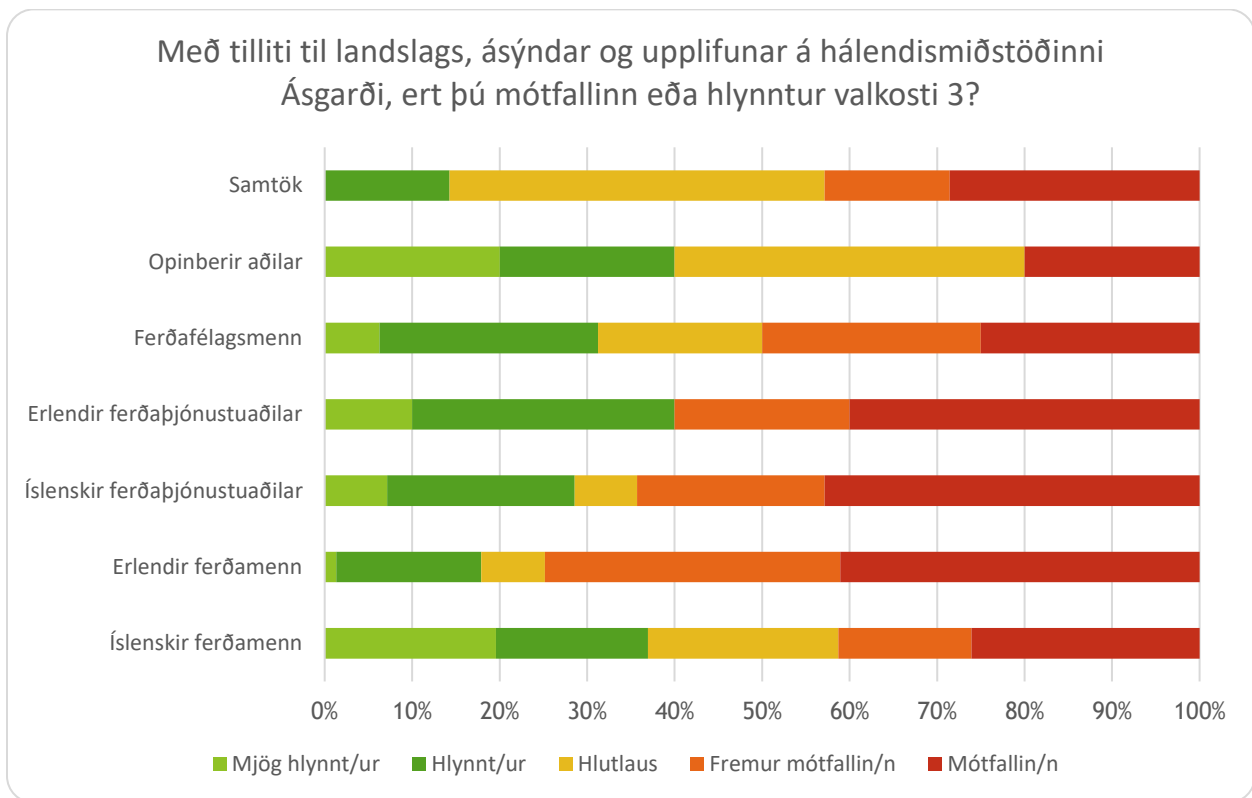


Mynd 13 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 2

### 3.4.3 Valkostur 3

Þátttakendur voru beðnir um að lýsa viðhorfi sínu til breytinga sem valkostur 3 í fyrirhugaðri uppbyggingu hálandismiðstöðvarinnar í Ásgarði, hefði í för með sér. Spurt var um viðhorf til breytinganna með tilliti til landslags, ásýndar og upplifunar út frá eigin upplifun og ásýndarmyndum (viðauki 3). Niðurstöður sýna að lítill munur er á viðhorfi þátttakenda milli valkosta 2 og 3 en almennt eru nokkuð fleiri neikvæðir í garð valkosta 3. Ef litið er til ferðamanna eru í heildina 22% hlyntir valkosti 3, en 73% eru mótfallnir (Mynd 14). Þó er hér einnig nokkur munur á viðhorfi erlendra og íslenskra ferðamanna en 37% íslenskra ferðamanna eru hlyntir valkosti 3, og 41% eru mótfallnir. Viðhorf erlendra ferðamanna er meira afgerandi en af þeim eru 18% hlyntir valkosti 3, en 75% eru mótfallnir. Þessi hópur er því sá sem er mest mótfallinn valkosti 3.

Ef litið er til annarra hópa hagsmunaaðila ferðamennsku í heild sinni þá eru 31% þeirra hlyntir valkosti 3, en 52% eru mótfallnir (Mynd 14). Af þeim eru ferðaðþjónustuaðilar nokkuð samtaka, en 29% íslenskra ferðaðþjónustuaðila eru hlyntir valkosti 3, miðað við 40% erlendra. Þá eru 64% íslenskra ferðaðþjónustuaðila mótfallnir valkosti 3, miðað við 60% erlendra. Enn eru nokkuð margir hlutlausir, eða 40% hvor tveggja opinberra aðila og ferðamála- og náttúruverndarsamtaka.



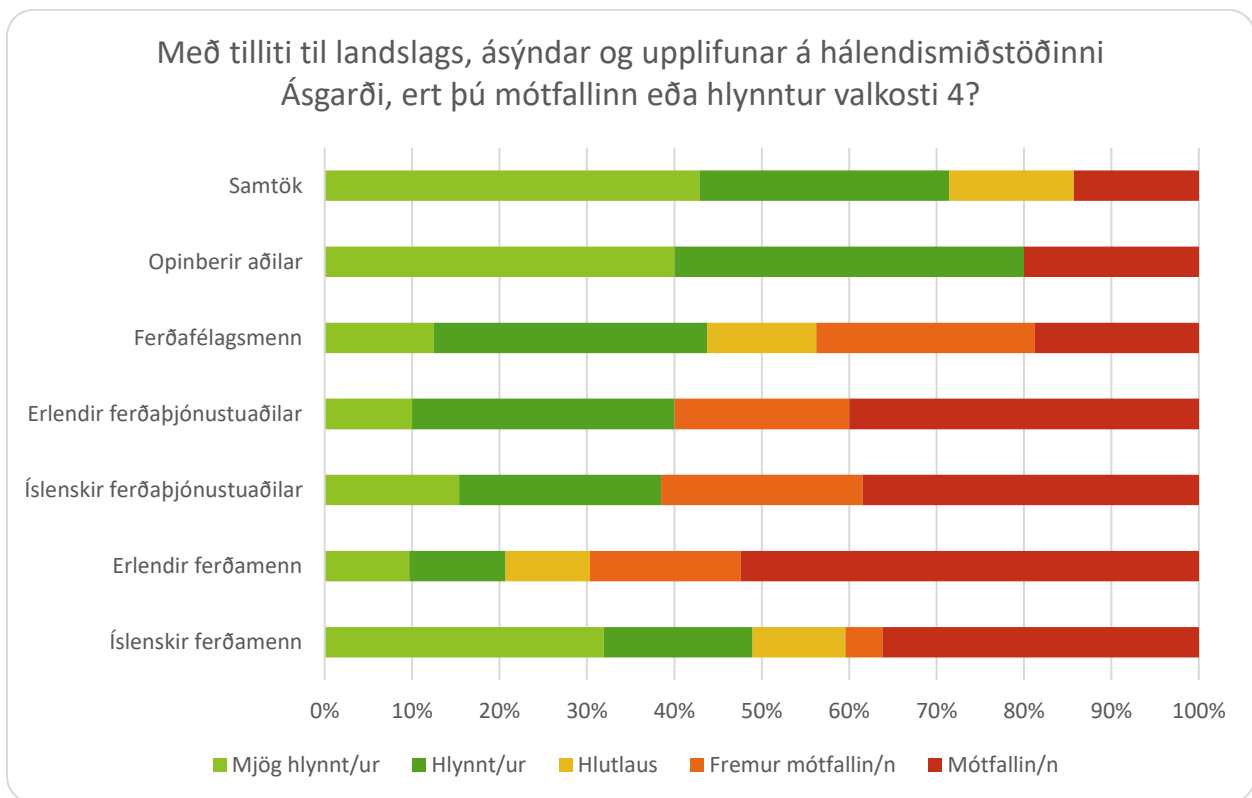
Mynd 14 Viðhorf allra hagsmunaaðila til valkosta 3



### 3.4.4 Valkostur 4

Þátttakendur voru beðnir um að lýsa viðhorfi sínu til breytinga sem valkostur 4 í uppbyggingu hálendismiðstöðvarinnar Ásgarðs hefði í för með sér. Spurt var um viðhorf til breytinganna með tilliti til landslags, ásýndar og upplifunar út frá eigin upplifun og ásýndarmyndum (viðauki 4). Niðurstöður sýna að nokkur munur er á viðhorfi þátttakenda milli valkostar 3 og 4. Ef litið er til ferðamanna eru í heild sinni 28% hlynntir valkosti 4 en 63% mótfallnir. Hér er mikill munur á viðhorfi íslenskra og erlendra ferðamanna (Mynd 15). Íslenskir ferðamenn eru nokkuð óákveðnir, en 49% eru hlynntir valkosti 4 og 40% eru mótfallnir. Viðhorf erlendra ferðamanna er mun meira afgerandi en meðal þeirra eru 21% hlynntir valkosti 4 en 70% eru mótfallnir.

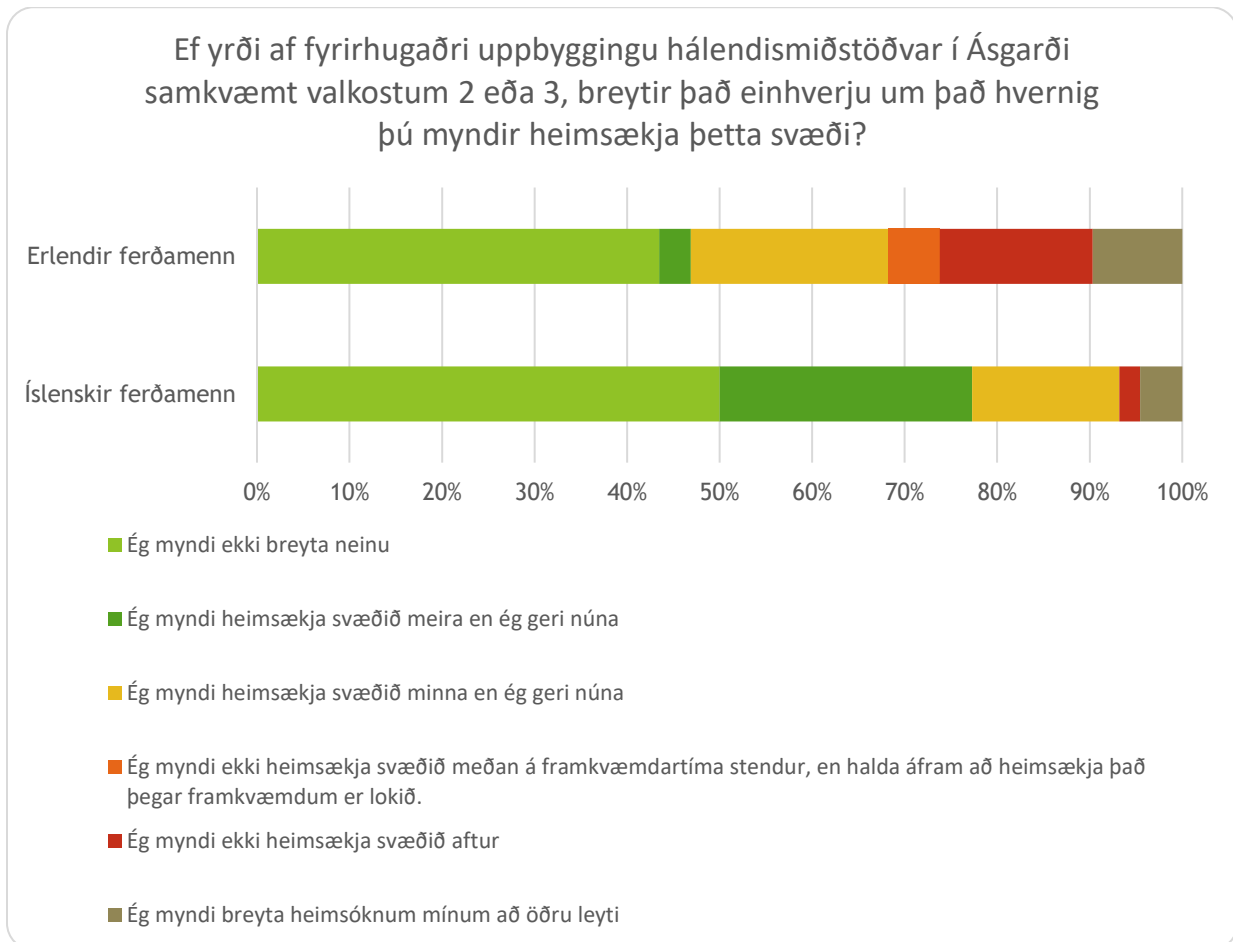
Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru meira óákveðnir. Þar eru jafn margir hlynntir og eru mótfallnir, ef litið er á heildina. Þó er einnig mikill munur hér á milli hópa. Erlendir og íslenskir ferðaþjónustuaðilar eru mjög sammála í viðhorfi sínu til valkostar 4 en um 40% þeirra eru hlynntir og 60% mótfallnir. Enginn ferðaþjónustuaðilanna eru hlutlausir í garð þessarar spurningar. Meðal ferðafélagsmanna eru nákvæmlega jafn margir hlynntir og mótfallnir, en opinberir aðilar og meðlimir ferðamála- og náttúruverndarsamtaka eru almennt hlynntir (70-80%).



Mynd 15 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku til valkostar 4

### 3.5 Viðhorf til breyttra ferðavenja í tengslum við valkosti 2-4

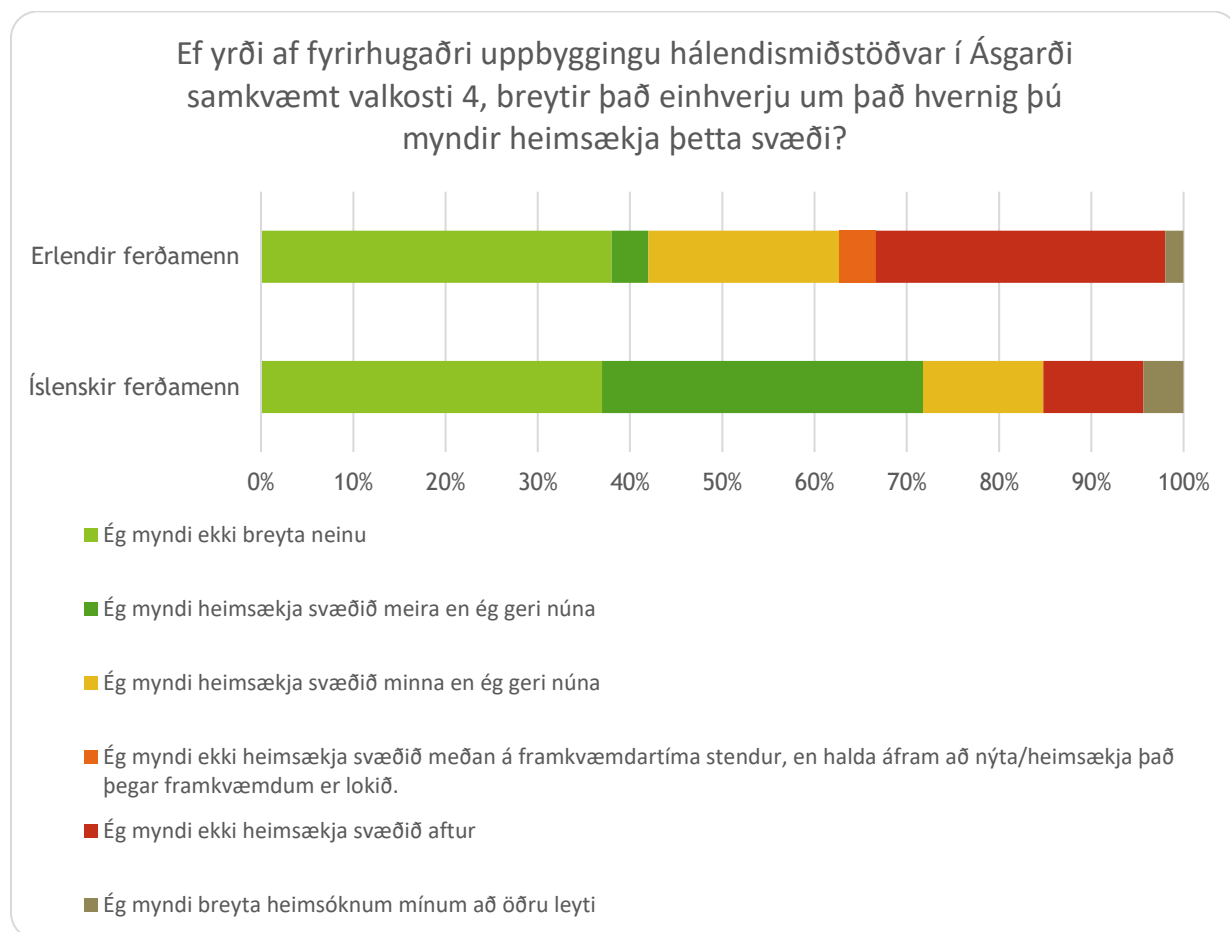
Til þess að fá dýpri sýn í það hvernig valkostirnir myndu hafa áhrif á ferðamennsku á svæðinu voru allir hagsmunaaðilar ferðamennsku í Kerlingarfjöllum að auki spurðir hvort að valkostirnir myndu breyta einhverju um það hvernig þeir myndu heimsækja eða nýta svæðið, þ.e. mæla með ferðum eða skipuleggja ferðir um svæðið. Ef litið er til ferðamanna í heild sinni myndu 33% þeirra heimsækja svæðið minna eða aldrei aftur ef að uppbyggingu samkvæmt valkosti 2 eða 3 yrði. Fyrir flesta ferðamennina myndu valkostir 2 eða 3 ekki breyta neinu um áform þeirra að heimsækja svæðið (45%). Í samanburði telja í heildina 46% ferðamanna að þeir muni heimsækja svæðið minna eða aldrei aftur ef af framkvæmdum yrði samkvæmt valkosti 4. 38% segja að breytingar samkvæmt valkosti 4 myndi ekki breyta plönnum þeirra um að ferðast til svæðisins. Hér er þó, enn á ný, mikill munur á viðhorfi íslenskra og erlendra ferðamanna, hvor tveggja í garð valkosta 2 og 3 og valkosta 4 (Mynd 16 og Mynd 17). Þar kemur fram að helmingur íslenskra ferðamanna myndu ekki breyta neinu ef yrði af framkvæmdum samkvæmt valkostum 2 eða 3, og tæplega 40% myndu ekki breyta neinu ef af yrði framkvæmdum samkvæmt valkosti 4. Mjög margir þeirra myndu einnig heimsækja svæðið meira en ella, um fjórðungur. Þar er að finna stærsta muninn á milli svara íslenskra og erlendra ferðamanna, en aðeins 4% þeirra erlendu segjast munu heimsækja svæðið meira hvort sem yrði að framkvæmdum vegna valkosta 2 og 3 eða 4.



Mynd 16 Viðhorf ferðamanna til þess hvernig valkostir 2 og 3 myndu breyta ferðavenjum í Kerlingarfjöllum

Allnokkur hluti ferðamannanna sem völdu svarmöguleikann „Ég myndi breyta heimsóknum mínum að öðru leyti“ bættu við athugasemd. Hér að neðan eru allar þær athugasemdir sem fram komu, og lýsa þær óvissu þátttakenda með hvort þau vilji heimsækja svæðið aftur ef fyrirhugaðar framkvæmdir fela í sér mikla aukningu á fjölda ferðamanna á svæðinu og/eða stóra breytingu á núverandi þjónustu:

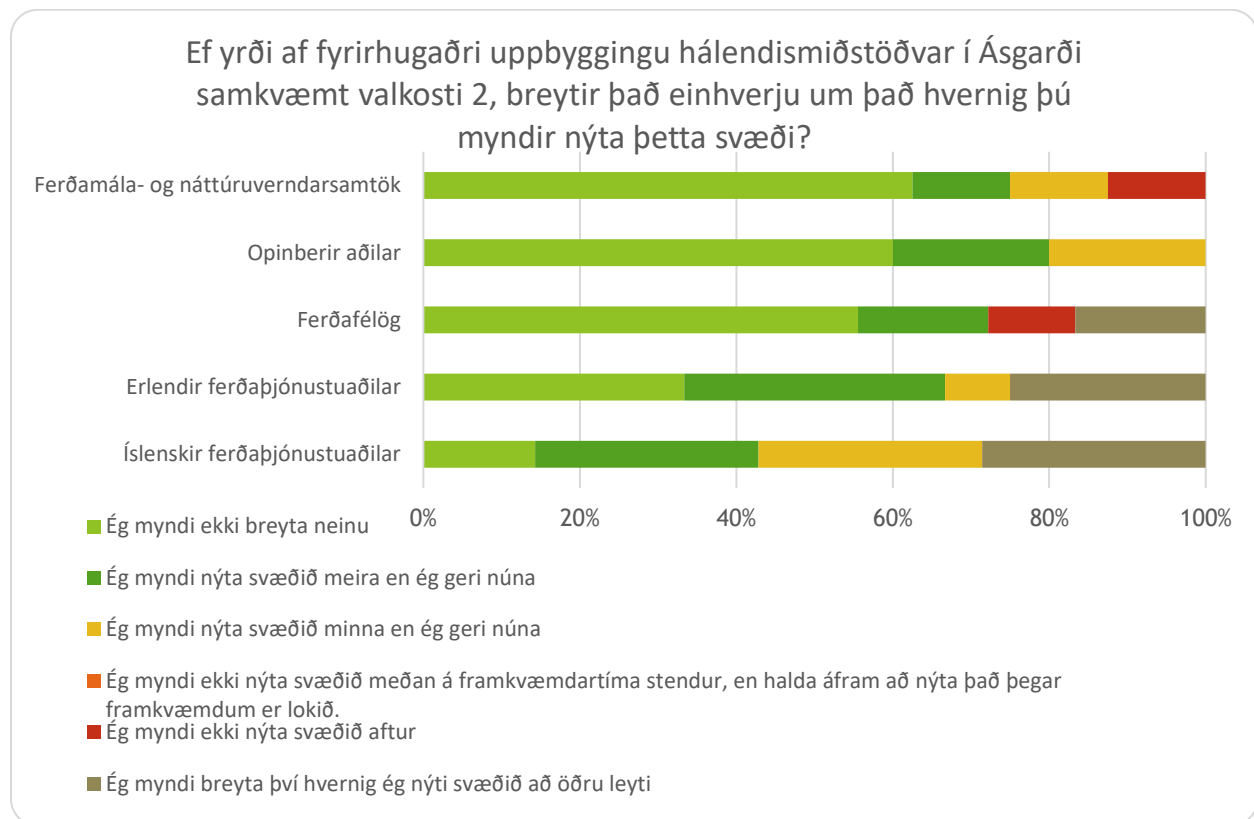
- I am doubting on visiting again because increased tourism like everything else in Iceland
- I would come. Although not necessarily worth the drive if just another big hotel in Iceland
- I would consider it if it is not too busy
- I would not enjoy spending time right here, so i would try to find places in the are with less people than there will be here
- I would only go to the area around but not stay here
- I would visit a place without a lot off tourists
- I would visit the area once again to see the impact and if its negative then i wouldn't recommend this place to my friends
- I'd be nervous about how many people would be here
- Probably shorten my stay because more tourism
- Upplifunin væri ekki sérstök
- Vil ekki hafa nútíma hótél í kósý umhverfi



Mynd 17 Viðhorf ferðamanna til þess hvernig valkostur 4 myndi breyta ferðavenjum í Kerlingarfjöllum

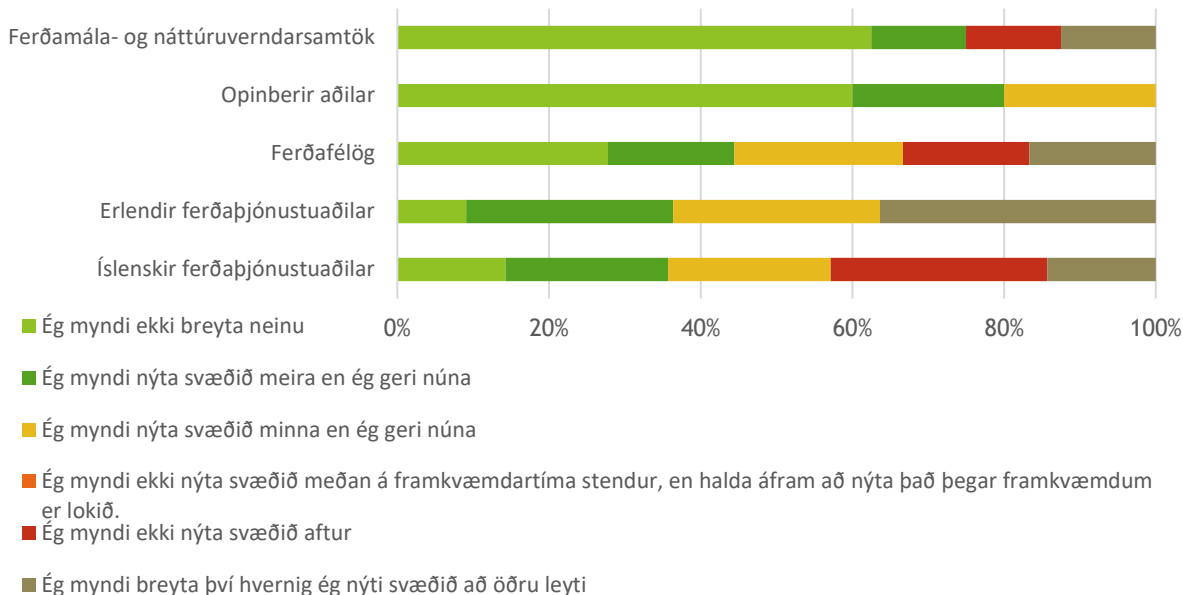
Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku hafa nokkuð annað viðhorf til þess hvernig þau myndu nýta svæðið ef yrði af fyrirhuguðum framkvæmdum samkvæmt valkostum 2, 3 eða 4. Ef litið er á heildina myndu 20% þeirra nýta svæðið minna eða aldrei aftur og 48% myndu ekki breyta neinu ef yrði af framkvæmdum samkvæmt valkosti 2. 38% þeirra myndu nýta svæðið minna eða aldrei aftur og 32% þeirra myndu ekki breyta neinu ef breytingar yrðu á svæðinu samkvæmt valkosti 3. Að lokum myndu 30% þeirra nýta svæðið minna eða aldrei aftur og 48% myndu ekki breyta neinu ef yrði af framkvæmdum samkvæmt valkosti 4. Niðurstöðurnar sýna því að ekki er mikill munur á viðhorfi annarra hagsmunaaðila ferðamennsku en ferðamanna til valkosta 2, 3 og 4 ef litið er á heildina.

Aftur á móti ef litið er nánar á hvern hóp fyrir sig er ljóst að það er stór munur á milli hópa hvernig valkostirnir myndu hafa áhrif á nýtingu svæðisins í framtíðinni. Þar kemur fram að ferðaþjónustuaðilar eru heldur óvissari um áhrif framkvæmda á nýtingu svæðisins í framtíðinni miðað við aðra hagsmunaaðila ferðamennsku (Mynd 18Mynd 19Mynd 20). Ef yrði af valkosti 2 segja 43% íslensku ferðaþjónustuaðilanna að þeir myndu ekki breyta neinu eða nýta svæðið meira en þeir gera núna og 67% þeirra erlendu. Ef yrði af valkosti 3 segja 36% íslensku ferðaþjónustuaðilanna að þeir myndu ekki breyta neinu eða nýta svæðið meira en þeir gera núna og 36% þeirra erlendu. Ef yrði af valkosti 4 segja 43% íslensku ferðaþjónustuaðilanna að þeir myndu ekki breyta neinu eða nýta svæðið meira en þeir gera núna og 27% þeirra erlendu. Einnig eru margir sem segjast mun breyta nýtingu sinni að öðru leyti. Hér er mikill munur á svörum ferðaþjónustuaðila á milli valkosta meðan aðrir hagsmunaaðila gefa svipuð svör við öllum þremur valkostum.



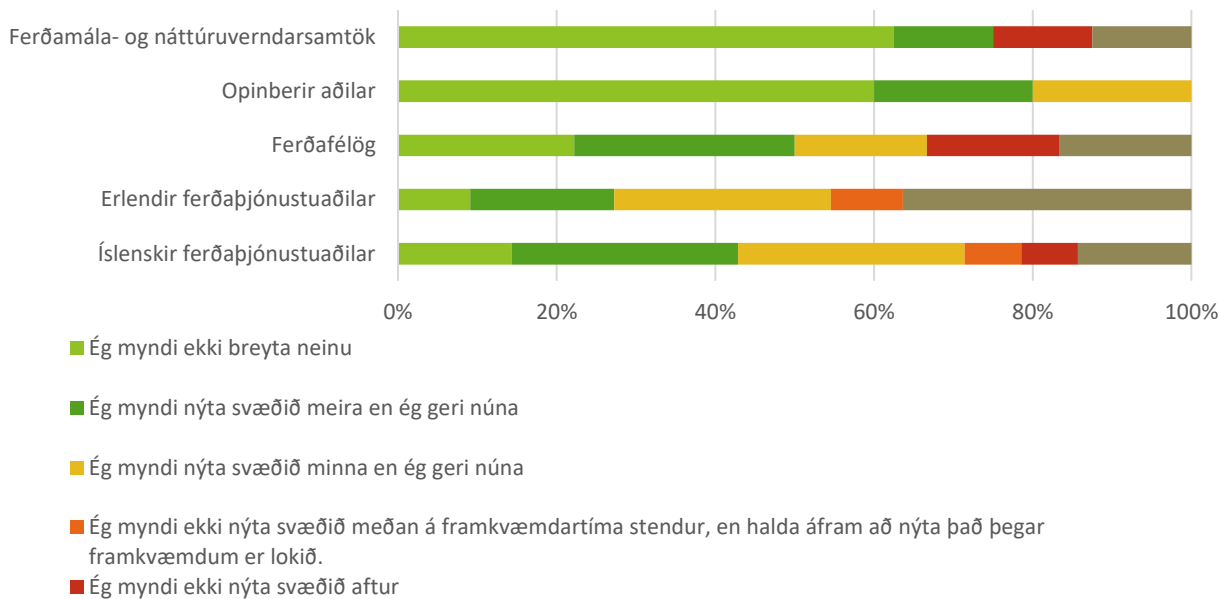
Mynd 18 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 2 myndi breyta nýtingu þeirra á svæðinu

Ef yrði af fyrirhugaðri uppbyggingu hálandismiðstöðvar í Ásgarði samkvæmt valkosti 3, breytir það einhverju um það hvernig þú myndir nýta þetta svæði?



Mynd 19 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 3 myndi breyta nýtingu á svæðinu

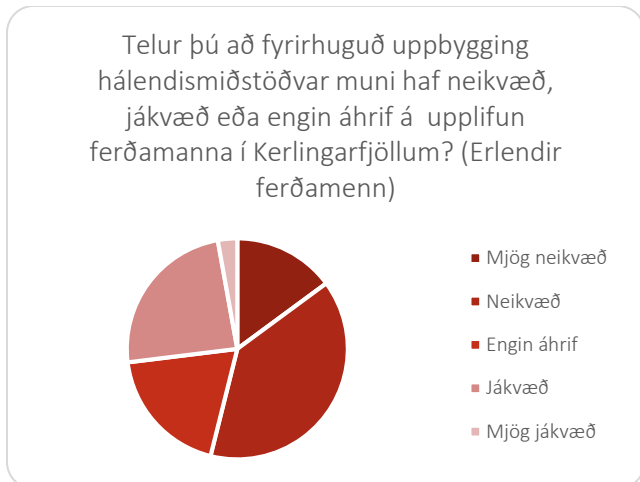
Ef yrði af fyrirhugaðri uppbyggingu hálandismiðstöðvar í Ásgarði samkvæmt valkosti 4, breytir það einhverju um það hvernig þú myndir nýta þetta svæði?



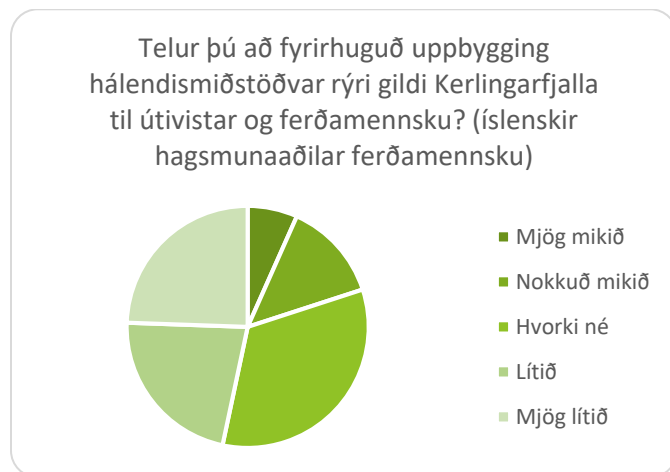
Mynd 20 Viðhorf annarra hagsmunaaðila ferðamennsku til hvernig valkostur 4 myndi breyta nýtingu á svæðinu

Niðurstöðurnar sýna einnig skýrt að hvorki ferðamenn né aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru órólegir yfir ástandinu á meðan framkvæmdum stendur, en aðeins örfáir velja svarmöguleikann að þeir myndu ekki heimsækja eða nýta svæðið á meðan á framkvæmdum stendur en koma aftur þegar framkvæmdum er lokið.

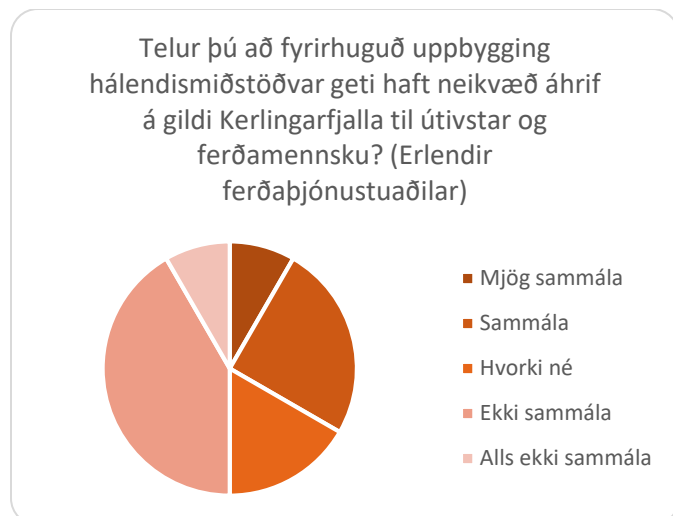
Þátttakendur voru einnig spurðir hvort þeir telji að fyrirhuguð uppbygging hálandismiðstöðvarinnar í Ásgarði myndi rýra gildi svæðisins til útivistar og ferðamennsku. Með þessu móti er lítið til þess að e.t.v. hafi þátttakendur skoðanir í garð framkvæmda og breytinga á svæðinu, en að baki slíkra skoðana geta verið aðrar ástæður en að þær almennt rýri eða auki gildi svæðisins til útivistar og ferðamennsku. Niðurstöður sýna fremur skiptar skoðanir á milli hópa hagsmunaaðila ferðamennsku. Samanlagt telja um helmingur ferðamanna að fyrirhuguð uppbygging muni rýra gildi svæðisins nokkuð mikið eða mjög mikið (Mynd 21 a og b). Í samanburði telja aðeins 20% íslenskra hagsmunaaðila ferðamennsku að fyrirhuguð uppbygging muni rýra svæðið nokkuð mikið eða mjög mikið (Mynd 22), en 33% erlendra ferðaþjónustuaðila (Mynd 23). Erlendir aðilar eru því fremur á því máli að fyrirhuguð uppbygging á svæðinu muni rýra gildi Kerlingarfjalla sem áfangastaðar ferðamanna en íslenskir.



Mynd 21 a) Viðhorf íslenskra ferðamanna til gildi fyrirhugaðrar uppbyggingar hálandismiðstöðvar; b) Viðhorf erlendra ferðamanna til gildi fyrirhugaðrar uppbyggingar hálandismiðstöðvar



Mynd 22 Viðhorf íslenskra hagsmunaaðila ferðamennsku til gildis fyrirhugaðrar uppbyggingar hálandismiðstöðvar

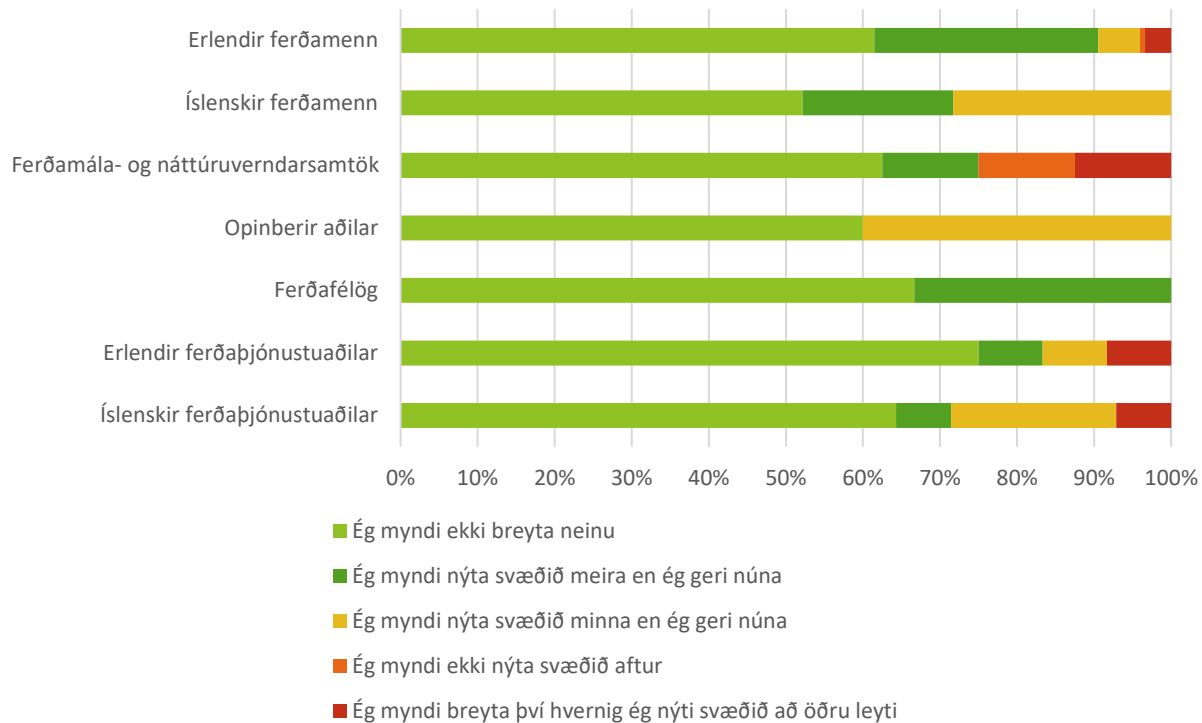


Mynd 23 Viðhorf erlendra ferðaþjónustuaðila til gildis fyrirhugaðrar uppbyggingar hálandismiðstöðvar

### 3.6 Viðhorf til engra breytinga á svæðinu

Að lokum voru þátttakendur spurðir hvort það myndi breyta einhverju er varðar nýtingu þeirra á áfangastaðnum Kerlingarfjöllum ef fyrirhuguð uppbygging yrði ekki að veruleika (sbr. svokallaður núll-kostur). Þar segja langflestir að það myndi ekki breyta neinu um heimsóknir á svæðið eða nýtingu þeirra á svæðinu ef af framkvæmdum yrði, eða að meðaltali 59% ferðamanna og 71% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku (Mynd 24). Hér er ekki stór munur á viðhorfi eftir hópum hagsmunaaðila ferðamennsku. Ferðafélagsmenn eru jákvæðastir í garð þess að engar breytingar verði á svæðinu, en eru einróma um að þeir myndu ekki breyta neinu eða nýta svæðið meira. Þar á eftir koma erlendir ferðamenn, en af þeim segja 90% annað hvort að það myndi ekki breyta neinu um plön sín um að heimsækja svæðið eða að þau myndu heimsækja svæðið meira. Aftur á móti segjast 28% íslenskra ferðamanna að þau myndu heimsækja svæðið minna ef ekki yrði af neinum fyrirhugaðra framkvæmda á svæðinu.

Ef ekki yrði af fyrirhugaðri uppbyggingu hálandismiðstöðvar í Ásgarði, breytir það einhverju um það hvernig þú myndir nýta þetta svæði?



Mynd 24 Viðhorf allra hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum til þess að ekki yrði af fyrirhugaðri uppbyggingu hálandismiðstöðvar



## 4 Samantekt niðurstaðna og ályktanir

### 4.1 Aðdráttarafl Kerlingarfjalla, ferðavenjur og viðhorf til uppbyggingar

Þar sem leitast var við að samþætta viðhorf margra hagsmunaaðila ferðamennsku í Kerlingarfjöllum koma þátttakendur rannsóknarinnar víða að. Niðurstöður sýna þó að þátttakendur eru vel að sér um Kerlingarfjöll en nær allir hafa komið í Ásgarð og rúm 80% allra þátttakenda hafa ferðast víðar um Kerlingarfjöll en í hálendismiðstöðina í Ásgarði. Langflestir ferðamannanna eru mjög ánægðir með dvölinu í Kerlingarfjöllum og segja helstu ástæðu heimsóknarinnar vera að upplifa náttúru, landslag og víðerni á stað sem hentar vel til gönguferða eftir merktum gönguleiðum og þar sem ekki sjást ummerki um fjöldaferðamennsku. Sú lýsing á aðdráttaraflí svæðisins er í góðu samræmi við niðurstöður þolmarkarannsóknarinnar frá árinu 2015 og einnig niðurstöður Önnu Dóru Sæþórsdóttur frá árinu 2009.

Af fimm svarmöguleikum upplifa flestir hagsmunaaðila ferðamennsku Kerlingarfjöll sem „ósnert víðerni“ eða „víðerni – hálf frumstætt umhverfi“, en langflestir upplifa Ásgarð sem „náttúrulegt umhverfi með grunngerð“. Í þolmarkarannsókninni (2015) voru ferðamenn spurðir hvort þeim finnst ósnortin víðerni vera hluti af aðdráttaraflí svæðisins. Því svöruðu 84% játandi, og því eru þessar niðurstöður að vissu leiti sambærilegar. Í rannsókn Önnu Dóru Sæþórsdóttur frá árinu 2009 (b) segir einnig að 92% ferðamanna finnst ósnortin víðerni vera hluti af aðdráttaraflí Kerlingarfjalla. Víðernisupplifun er að öllu leiti mikilvægur hluti aðdráttarafls Kerlingarfjalla.

Það má því draga þá ályktun að þeir ferðamenn sem sækja svæðið heim í dag kunna að meta sömu kosti Kerlingarfjalla sem áfangastaðar og ferðamenn sem heimsóttu svæðið sem fjallað var um í rannsóknunum frá árunum 2009 og 2015. Ef litið er til flokkunar ferðamanna eftir viðhorfskvarðanum, sem fjallað var um í kafla 1, þá mætti því enn fremur draga þá ályktun að samsetning hópa ferðamanna sem hafa mismunandi þarfir sé einnig að stóru leiti óbreytt.

Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009b) leggur áherslu á að m.t.t. margra þjónustusinna í Kerlingarfjöllum ætti að bæta þar einfalda grunngerð (s.s. salerni og merkingar gönguleiða), en að halda eigi þó til haga þeim niðurstöðum rannsóknar hennar að „þessir gestir vilja samt sem áður ekki mikla uppbyggingu, t.d. alls ekki hótél eða veitingastað“. Einnig kemur fram að þau mannlegu ummerki sem helst mega vera til staðar án þess að hugtakið ósnortin víðerni glati merkingu sinni í augum ferðamanna eru fjallaskálar, vegslóðar og stígar mótaðir af göngu fólks og fjár. Aftur á móti mega hótél ekki vera til staðar án þess að hugtakið ósnortin víðerni glati merkingu sinni (Anna Dóra Sæþórsdóttir, 2009b).

Þá má við bæta að þjónustusinnar eru líklegri til að stoppa styttri tíma á svæðinu en aðrar gerðir ferðamanna samkvæmt viðhorfskvarðanum og því eykur sú umferð gesta álag á sömu svæði þar sem brýnast er að styrkja innviði. Niðurstöður LT Rannsóknir & ráðgjöf (2015) sýna að a.m.k. 75% þeirra sem koma í Ásgarð fari einnig í Hveradali. Flestir fara akandi, en margir nýta sér gönguleiðina úr Ásgarði. Samkvæmt þessari rannsókn sögðust 69% ferðamanna og 94% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku hafa ferðast um stærra svæði Kerlingarfjalla en bara í Ásgarð. Það má því álykta að stór hluti þessara aðila fari í Hveradali.

Langflestir ferðaðjónustuaðilanna sem tóku þátt í vefkönnun fást við að bóka pakkaferðir fyrir einstaklinga, eða svo kallaða „self-drive“ ferðir (íslenskir 68%, erlendir 60%). En færri fást við að bóka hópferðir með leiðsögn (íslenskir 63%, erlendir 30%). Í samanburði sýna niðurstöður LT Rannsóknna & ráðgjafar (2015) að aðeins 35% ferðaðjónustuaðila sem voru spurðir í þeirri rannsókn falla undir fyrri flokkinn, eða í þeirra orðum „Hluti af bílaleigupakkajónustu“ og „bóka líka fyrir einstaklinga“. Þessar niðurstöður, auk athugasemda frá þátttakendum sem komu fram í niðurstöðukaflanum hér að undan, bendir til þess að einstaklingsferðamennska og ferðamennska minni hópa eru að verða vinsælli en ferðamennska stærri hópa. Það ýtir einnig undir þá ályktun að mikilvægt sé að huga að uppbyggingu einfaldrar grunnferðar.

Niðurstöður spurninga um viðhorf til einstakra mannvirkja í uppbyggingu sýna að ferðamenn eru almennt hlynntari aðstöðu á tjaldstæði en gistingu á gistiheimili eða hóteli á þessu svæði. Þetta er í samræmi við niðurstöður Önnu Dóru Sæþórsdóttur frá árinu 2009. Ferðamenn eru almennt hlynntari uppbyggingu á grunnaðstöðu svo sem salernum, tjaldstæði, fjallaskálum og svefnpokaplássi. Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru hlynntar uppbyggingu á gistaðstöðu á hóteli eða gistiheimili en tjaldstæði. Allir þátttakendur eru sammála um að vilja meiri uppbyggingu grunnaðstöðu svo sem salerna og eldunaraðstöðu. Þetta er sambærilegt niðurstöðum LT Rannsóknna & ráðgjafar (2015) að því leiti að þar eru rúmlega 50% ferðamanna andvígir hóteli eða gistiheimili á svæðinu. Þar voru ferðamenn spurðir: „Hvað finnst þér um frekari uppbyggingu á svæðinu?“ og sögðust þar 53% vera andvígir. Í þessari rannsókn var spurt: „Ert þú hlynnt/ur eða mótfallin/n frekari uppbyggingu á aðstöðu og innviðum í Kerlingarfjöllum almennt?“ og sögðust þar 54% vera andvígir. Þessar niðurstöður eru því mjög sambærilegar og hefur ekki mikið breyst. Þó sýna niðurstöður þessarar rannsóknar að mikill munur á viðhorfi íslenskra og erlendra ferðamanna þar sem þeir erlendu eru almennt neikvæðari í garð uppbyggingar. Aðrir hagsmunaaðilar ferðamennsku eru nokkuð jákvæðari í garð uppbyggingar.

Varðandi fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum má bera saman niðurstöður þessarar rannsóknar og fyrri rannsókna að vissu leiti. Í rannsókn Önnu Dóru Sæþórsdóttur (2009a) voru ferðamenn spurðir hvort þau hafi átt von á að hitta fleiri eða færri ferðamenn en þau gerðu á Kili og svöruðu 20% að þeir hafi átt von á því að hitta færri eða mun færri. Í rannsókn LT Rannsóknna & ráðgjafar (2015) voru ferðamenn spurðir á sama hátt og svöruðu 30% að þau hafi átt von á því að hitta færri eða mun færri. Í þessari rannsókn voru allir hagsmunaaðilar ferðamennsku í Kerlingarfjöllum spurðir hvað þeim finnst um fjölda ferðamanna í Kerlingarfjöllum en rúmlega 20% svöruðu að þar væru margir eða of margir. Það má því líta svo á þessar niðurstöður að huga megi að félagslegum þolmörkum ferðamennsku í Kerlingarfjöllum.

Í rannsókn LT Rannsóknna & ráðgjafar (2015) voru ferðaðjónustuaðilar spurðir hvort þau telji Kerlingarfjöll þola fleiri ferðamenn. Því svara 41% játandi. Í þessari rannsókn sögðu um 50% íslenskra hagsmunaaðila ferðamennsku, aðrir en ferðamenn, að Kerlingarfjöll þoli meiri fjölda ferðamanna. Aftur á móti segja aðeins tæplega 10% erlendra ferðaðjónustuaðila að Kerlingarfjöll þoli meiri fjölda ferðamanna. Hér er nokkur munur á viðhorfi erlendra ferðaðjónustuaðila og íslenskra hagsmunaaðila ferðamennsku. Af erlendum ferðaðjónustuaðilum telja enn fremur 55% að hálendismiðstöðin í Ásgarði þoli ekki fleiri ferðamenn.

## 4.2 Viðhorf til valkosta fyrirhugaðrar uppbyggingar hálandismiðstöðvar

Líkt og fram hefur komið eru áhrif ferðamennsku margslungin og viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku geta verið ólík. Samþætting viðhorfa getur þess vegna verið mjög flókin. Svo er því miður raunin í niðurstöðum þessarar rannsóknar. Í nokkrum lykilsurningum er viðhorf mjög ólíkt á milli hópa hagsmunaaðila og einnig mjög ólíkt milli íslenskra og erlendra aðila, hvor tveggja ferðamanna og ferðaþjónustuaðila.

Niðurstöður sýna að viðhorf hagsmunaaðila ferðamennsku í garð valkostanna þriggja sem endurspegla fyrirhugaðar framkvæmdir við hálandismiðstöðina í Ásgarði eru á þá leið að viss jákvæðni er í garð uppbyggingar á svæðinu en þátttakendum virðast finnast hvor tveggja valkostir 3 og 4 feli í sér of miklar breytingar. 73% ferðamanna eru mótfallnir valkosti 3 en 63% ferðamanna eru mótfallnir valkosti 4. Varðandi valkost 2 eru aðeins örfáir fleiri mótfallnir (42%) en hlynntir (40%). Öfugt er hins vegar farið með aðra hagsmunaaðila ferðamennsku en valkosti 2 eru fleiri hlynntir (46%) en mótfallnir (41%).

Þátttakendur voru enn fremur spurðir hvernig valkostirnir myndu breyta nýtingu þeirra á svæðinu. Þar segjast um 33% ferðamanna myndu heimsækja Kerlingarfjöll minna eða aldrei aftur ef af uppbyggingu samkvæmt valkosti 2 eða 3 yrði. Um 38% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku myndu nýta svæðið minna eða aldrei aftur ef af uppbyggingu samkvæmt valkosti 2 eða 3 yrði. Hvað varðar valkost 4 flækjast aftur málin. Þar segjast 27% ferðamanna ekki muna heimsækja svæðið aftur ef af fyrirhugaðri uppbyggingu yrði samkvæmt valkosti 4 en aðeins 11% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku segjast ekki muna nýta svæðið aftur. Þar að auki segjast 19% ferðamanna muna heimsækja svæðið minna ef af fyrirhugaðri uppbyggingu yrði samkvæmt valkosti 4 og 23% annarra hagsmunaaðila ferðamennsku segjast myndu nýta svæðið minna.

## Heimildaskrá

- Anna Dóra Sæþórsdóttir (2003). Þolmörk ferðamennsku: Fræðilegur bakgrunnur. Í: Anna Dóra Sæþórsdóttir Guðrún Gísladóttir Bergþóra Aradóttir Arnar Már Ólafsson Gunnþóra Ólafsdóttir (ritstj.) *Þolmörk ferðamennsku í friðlandi á Lónsöræfum*. (2. Útg.) Ferðamálaráð Íslands, Háskólinn á Akureyri og Háskóli Íslands
- Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009a) Viðhorf ferðamanna á Kili, í I. Hannibalsson (ritstj.) *Rannsóknir í félagsvísindum X*, bls. 13-28 (Reykjavík: Háskólaútgáfan)
- Anna Dóra Sæþórsdóttir (2009b). *Kafað ofan í kjölinn á viðhorfum ferðamanna á Kili*. Skýrsla unnin fyrir styrk frá Ferðamálastofu.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir (2012). *Ferðamennska á miðhálandi Íslands: Staða og spá um framtíðarhorfur*. Skrifuð að beiðni Skipulagsstofnunar.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Rannveig Ólafsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson (2009). Hálandi Íslands – Auðlind útivistar og ferðamennsku. *Náttúrufræðingurinn* 78(1-2): 7-20.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir og Rögnvaldur Ólafsson (2012). *Áætlun um ferðamennsku á miðhálandi Íslands: Niðurstöður rannsókna*. Skrifuð að beiðni Umhverfisstofnunar.
- Anna Dóra Sæþórsdóttir og Þorkell Stefánsson (2009). *Töluleg greining á viðhorfum ferðamanna á Kili*. Skýrsla unnin fyrir styrk frá Ferðamálastofu.
- Leiper, N. (1990). *Tourism Systems*. Massey University Department of Management Systems Occasional Paper 2. Auckland, New Zealand.
- LT - Rannsóknir og ráðgjöf ehf. (2015). *Kerlingarfjöll – þolmarkarannsókn*. Unnið fyrir Fannborg ehf. Skoðað þann 10.11.2016 á: <http://kerlingarfjoll.is/files/skyrsla-kerlingarfjoll-121115-loka-utgafa.pdf>
- Rannveig Ólafsdóttir, Anna Dóra Sæþórsdóttir, Helgi Guðmundsson, Jonathan Huck og Micael Runnström (2016). *Viðhorf og upplifun Íslendinga á víðernum, óbyggðum og miðhálandi Íslands*. Unnið fyrir faghóp 2 í 3. áfanga rammaáætlunar.
- Rannveig Ólafsdóttir og Kristín Rut Kristjánsdóttir (2009). *Mat á áhrifum álvers á Bakka á ferðamennsku*. Akureyri: Rannsóknarmiðstöð ferðamála
- Rannveig Ólafsdóttir, Kristín Rut Kristjánsdóttir, Helga Jóhanna Bjarnadóttir og Árni Bragason (2009). *Umhverfisvitund og umhverfisstjórnun í ferðaþjónustu. Viðhorf ferðaþjónustuaðila og ferðamanna til umhverfisstjórnunar og vistvænnar vottunar í og við Vatnajökulsþjóðgarð*. Akureyri: Rannsóknarmiðstöð ferðamála.
- Weaver, D. & Opperman, M. (2000). *Tourism Management*. Brisbane, John Wiley & Sons

**Viðauki I:      Ásýndarmyndir valkostar 1**





## Viðauki II: Ásýndarmyndir valkostar 2







### Viðauki III: Ásýndarmyndir valkostar 3





## Viðauki IV: Ásýndarmyndir valkostar 4



