



Þykkvibær sem áfangastaður ferðamanna

Nýting menningararfs sem aðdráttarafls

Stella Rúnarsdóttir

Lokaritgerð til BA gráðu í ferðamálafræði

Háskólinn á Hólum

2017

Þykkvibær sem áfangastaður ferðamanna

Nýting menningararfs sem aðdráttarafls

Stella Rúnarsdóttir

130692-3119

12 ECTS Lokaritgerð sem hluti af
Baccalaureum Artium gráðu í ferðamálafræði

Leiðbeinandi

Anna Vilborg Einarsdóttir

Ferðamáladeild
Háskólinn á Hólum
Hólar, september 2017

Þykkvibær sem áfangastaður ferðamanna. Nýting menningararfs sem aðráttarafls.

Þykkvibær as a tourist destination. The use of cultural heritage as an attraction.

12 ECTS lokaritgerð sem hluti af *Baccalaureum Artium* gráðu í ferðamálafræði

Copyright © 2017 Stella Rúnarsdóttir

Öll réttindi áskilin

Ferðamáladeild

Háskólinn á Hólum

Hólar í Hjaltadal

551 Sauðárkrókur

Ísland

Sími: 455-6300

Skráningarupplýsingar:

Stella Rúnarsdóttir, 2017, *Þykkvibær sem áfangastaður ferðamanna. Nýting menningararfs sem aðráttarafls*, BA ritgerð, Ferðamáladeild, Háskólinn á Hólum, bls.49.

Hólar í Hjaltadal, Ísland, september 2017

Abstract

Tourism in Iceland has been growing over the last few years and has gained national importance. Þykkvibær is an urban nucleus located in Suðurland and has been defined on peripheral area because of its location. However, the peripheral areas regions have not yet benefitted from this growth. There is a small supply of tourism in Þykkvibær which has increased over the years, but there are only several different accommodations available in the area. The history of Þykkvibær is remarkable and potato cultivation is their main industry, but these two factors can be defined as their main cultural heritage. The main purpose by this research is to explore Þykkvibær as a tourist destination and if/how it is possible to use the cultural heritage as an attraction in tourism. Concepts and definitions will be examined with theoretical mode to connect with the main subject and the research question. In order to investigate the views and opinions of local people on the subject, qualitative interviews were conducted with four persons living in Þykkvibær. The results of the investigation revealed that Þykkvibær is at a starting point in tourism and has many potentials to grow as a tourist destination using cultural heritage. Various ideas by the interviewers could become real one day, but in order to promote the area as tourist destination there has to be some activity as an attraction.

Keywords: Attraction, destination, cultural heritage, structure of destination, Þykkvibær

Útdráttur

Ferðapjónusta á Íslandi hefur vaxið gríðarlega síðustu ár og hefur í kjölfarið öðlast mikilvægi á landsvísu. Þykkvibær er byggðakjarni Suðurlandi og skilgreinist staðsetning hans á jaðarsvæði. Þó hafa jaðarsvæðin ekki enn sem komið er notið góðs af þeim vexti. Lítið framboð ferðapjónustu er í Þykkvabæ sem hefur þó aukist með árunum, en eingöngu eru í boði nokkrir mismunandi gistingualeikar á svæðinu. Þykkvibær á sér merkilega sögu og er kartöflurækt helsta atvinnugrein íbúa, en þessa tvo þætti er hægt að skilgreina sem þeirra helsta menningararf. Meginmarkmið þessarar rannsóknar var að kanna stöðu Þykkvabæjar sem áfangastað ferðamanna og hvernig/hvort hægt væri að nýta menningararfinn sem aðdráttarafl í ferðapjónustu. Hugtök og skilgreiningar verða skoðuð með fræðilegum hætti til þess að tengja saman viðfangsefnið og rannsóknarspurningu. Til þess að kanna viðhorf og skoðanir heimamanna á viðfangsefninu voru tekin viðtöl við fjóra einstaklinga búsetta í Þykkvabæ. Niðurstöður rannsóknar leiddu í ljós að Þykkvibær er á byrjunarstigi hvað ferðapjónustu varðar og hefur marga möguleika upp á að bjóða til þess að vaxa sem áfangastaður ferðamanna með nýtingu menningararfs. Viðmælendur komu fram með ýmsar hugmyndir sem gætu orðið að veruleika en voru þó sammála um að til þess að efla svæðið sem ferðamannastað þyrfti að vera afþreying í boði sem aðdráttarafl.

Lykilorð: Aðdráttarafl, áfangastaður, menningararfur, uppbygging áfangastaða, Þykkvibær

Þakkarorð

Fyrst vil ég þakka Önnu Vilborgu Einarsdóttur, leiðbeinanda mínum, fyrir faglega og mjög góða leiðsögn síðustu mánuði en einnig fyrir þá þolinmæði sem hún hefur sýnt mér sem nemandi í garð þessa verkefnis. Fjölskyldu og tengdafjölskyldu þakka ég einnig fyrir hjálpina og stuðninginn. Heimafólk Pykkvabæjar eiga þakkir skildar fyrir innblástur til þessara skrifa. Þá þakka ég viðmælendum mínum kærlega fyrir þátttöku sína í rannsókninni, fyrir þann fróðleik sem þau gátu deilt með sér tengt viðfangsefninu en einnig fyrir þann tíma sem þau gáfu sér í viðtölin. Að lokum vil ég þakka manninum mínum, Arnari Ármannssyni, fyrir alla ómetanlegu hjálpina, þolinmæðina og stuðninginn sem hann hefur sýnt mér í þessu námi og sérstaklega á lokametrum þessa verkefnis.

Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	xiii
Myndayfirlit	xiv
1 Inngangur	1
1.1 Uppbygging ritgerðar	2
2 Staða þekkingar	3
2.1 Áfangastaður og uppbygging hans	3
2.1.1 Aðráttarafl, aðgengi og aðstaða	4
2.2 Jaðarsvæði	7
2.3 Menningararfur	8
2.4 Menningararfsferðþjónusta	10
2.5 Landbúnaðarferðþjónusta	11
3 Þykkvibær.....	13
3.1 Saga Þykkvabæjar	13
3.1.1 Kartöflurækt í Þykkvabæ	14
3.1.2 Kartöfluverksmiðjan í Þykkvabæ	15
3.2 Kennileiti og staða Þykkvabæjar	15
3.3 Ferðþjónusta í Þykkvabæ	16
4 Aðferðafræði.....	18
4.1 Rannsóknir og rannsóknaraðferðir	18
4.2 Framkvæmd rannsókna	19
5 Niðurstöður.....	22
6 Umræður.....	25
7 Lokaorð.....	28
Heimildaskrá.....	29
Munnlegar heimildir	Error! Bookmark not defined.
Fylgiskjal A	33

Myndayfirlit

<i>Mynd 1: Framboðslíkan Gunn (Gunn, 2002:34).</i>	6
<i>Mynd 2: Staðsetning Þykkvabæjar á korti ("Google Maps", e.d.).</i>	13

1 Inngangur

Undanfarin ár hefur ferðaþjónustan á Íslandi farið vaxandi og haft áhrif á bæði samfélagið í heild sem og efnahagslíf landsmanna. Þegar Ísland er markaðskynnt má oftast en ekki sjá áherslur lagðar á landið og náttúru þess. Eldgosið í Eyjafjallajökli árið 2010 er talið hafa haft gríðarleg áhrif á aukningu ferðamanna til landsins og má segja að það hafi að miklu leyti komið Íslandi á kortið í ferðaþjónustu. Máttur fréttu um eldgosið fangaði athygli manna um allan heim en einnig má nefna að gosin við Grímsvötn árið 2011 og í Bárðarbungu 2014/2015 vöktu áhuga (Íslandsbanki, 2016:23). Fjöldi ferðamanna hefur nærri fjórfaldast frá árinu 2010. Aukning ferðamanna milli ára hefur að jafnaði verið í kringum 24%, en mesta aukningin var árið 2016 með 39% aukningu. Erlendir ferðamenn á Íslandi árið 2016 voru tæplega 1,8 milljónir talsins (Ferðamálastofa, 2017:5). Fjölsóttustu ferðamannastaðir landsins árið 2016 voru á Suðurlandi, og er talað um að 55% erlendra ferðamanna hafi sótt staði á Suðurlandi yfir vetrartímann og um 71% yfir sumartímann. Framboð og nýting gistingar fer yfirleitt fjölgandi milli ára og voru um 21% erlendra ferðamenn sem nýttu sér einhverskonar gistingu á Suðurlandi, þ.e. hótलगistingu, hótellíbúða eða gistiheimili (Ferðamálastofa, 2017:14-19).

Í þessari ritgerð verður fjallað um Þykkvabæ sem mögulegan áfangastað ferðamanna og nýtingu menningararfs staðarins sem aðdráttarafls. Þá verða skoðuð þau áhrif sem aukin ferðaþjónusta gæti haft á Þykkvabæ og hvaða möguleikar staðurinn beri með sér. Meginmarkmiðið er að kortleggja núverandi stöðu ferðaþjónustu í Þykkvabæ ásamt því að athuga hvort þörf sé fyrir hana í þorpínu. Áhrif aukinnar ferðaþjónustu verður metin í samtali við heimamenn, kannað hvort heimamenn komi auga á tækifæri í ferðaþjónustu í þorpínu og hvernig hægt væri að nýta menningararf þess sem aðdráttarafl.

Áhugi vaknaði hjá höfundu á því að skoða möguleika Þykkvabæjar sem áfangastaðar ferðamanna í ljósi þess hve lítið er um ferðaþjónustu á svæðinu miðað við alla þá möguleika sem staðurinn býr yfir. Í ferðamálafræðináminu á Hólum sat höfundur námskeið sem fjallaði um menningararf sem auðlind og kviknaði þar mikill áhugi höfundar á hugtakinu og ákvað

í kjölfarið að kanna nýtingu menningararfs í Þykkvabæ sem aðdráttarafls. Eftirfarandi rannsóknarspurning sem notast er við: *Hver er staða ferðaþjónustu í Þykkvabæ og hvernig er hægt að nýta menningararf byggðakjarnans sem aðdráttarafl?*

1.1 Uppbygging ritgerðar

Í upphafi ritgerðar verður fjallað um stöðu þekkingar á viðfangsefninu þar sem farið verður yfir helstu hugtök og þætti þess. Hugtökin ferðamennska og ferðaþjónusta verða skilgreind, ennfremur verður hugtakið áfangastaður skilgreint ítarlega ásamt þeim hugtökum sem falla þar undir, þ.e. aðdráttarafl, aðgengi og aðstaða. Því næst verður fjallað um jaðarsvæði þar sem Þykkvibær fellur þar undir.

Uppbygging ferðamannastaða verður skoðuð með framboðslíkani fræðimannsins Gunn (2002) að leiðarljósi í tengslum við áfangastaðinn. Þá verður fjallað um menningararf og menningararfsferðaþjónustu til þess að greina á milli þessara hugtaka þar sem menningararfur er eitt helsta hugtak viðfangsefnisins. Landbúnaðarferðaþjónusta verður skoðuð með tilliti til þess landbúnaðar sem fram fer í Þykkvabæ. Ennfremur verður farið yfir helsta menningararf Þykkvabæjar, þ.e. sögu og kartöflurækt sem er ríkjandi í þorpinu. Einnig verður farið yfir stöðu Þykkvabæjar í dag þar sem skýrt verður frá því helsta sem staðurinn hefur upp á að bjóða, og þeim starfsháttum og ferðaþjónustu sem nú er til staðar.

Kafla um aðferðafræði rannsóknar kemur þar á eftir og verður farið yfir rannsóknir og þá rannsóknaraðferð sem notast var við. Fjallað verður um val á viðmælendum og gagnaöflum ásamt því að framkvæmd rannsóknar verður lýst. Gert verður grein fyrir niðurstöðum rannsóknarinnar í sérstökum kafla á eftir aðferðafræðinni, þar sem úrvinnsla viðtala verða gerð skil og tengd saman við viðfangsefni rannsóknarinnar. Í umræðukaflanum verður fjallað ítarlega um verkefnið í heild sinni og rannsóknarspurningunni svarað. Síðast en ekki síst er komið að lokaorðum sem draga saman niðurstöður, þar sem gefin verður lokasýn á efnið.

2 Staða þekkingar

Fræðileg hugtök sem tengjast viðfangsefni rannsóknarinnar verða skilgreind hér í þessum kafla. Til þess að öðlast betri skilning á tilgangi rannsóknar ásamt svari við rannsóknarspurningu þarf að kanna þau fræðilegu hugtök sem tengjast Þykkvabæ sem áfangastað ferðamanna og nýtingu menningararfs sem aðráttarafli. Þessi lykilhugtök verða rædd sem og önnur hugtök innan ferðamálafræðinnar sem falla undir viðfangsefnið. Rannsóknarspurningin er höfð til hliðsjónar við fræðin og þannig reynt að komast að niðurstöðu í framhaldi.

2.1 Áfangastaður og uppbygging hans

Ferðaþjónusta (e. tourism industry) er ein stærsta atvinnugrein samtímans og nær yfir öll fyrirtæki og einstaklinga sem hafa viðskipti við og/eða atvinnu tengda ferðalögum, s.s. ferðaskipuleggjendur, ferðasmásölu, ferðaheildsölu, gististaði, leiðsögumenn o.fl. (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:10). Ferðamennska (e. tourism) er tímabundið ferðalag fólks til ákveðins áfangastaðar utan heimilis og vinnu þeirra. Athafnir ráðast á meðan dvöl þeirra stendur á hverjum áfangastað fyrir sig og kemur þjónustan til móts við þarfir einstaklingsins. Ferðin stendur einungis yfir í 12 mánuði samfleytt eða styttra (Samgönguráðuneytið, 1996:15). Ferðamennska vísar einnig til þeirra hvata og ferðalaga sem leiða síðan til margvíslegra tengsla og samskipta milli manna sem eiga sér stað á mismunandi áfangastöðum í heiminum hverju sinni (Holden, 2016:1).

Kerfi ferðamennsku er hugtak innan ferðamálafræða og fjallar um samspil upprunastaðar ferðafólks og þess áfangastaðar sem ferðast er til. Grunnþættir kerfis ferðamennsku skilgreinir Neil Leiper (2000) sem samhengi milli ferðafólks, uppruna þess og áfangastaðar, en einnig hvernig þessir þættir tengjast með ferðalögum innbyrðis (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:33; Leiper, 2000:364-368).

Ferðamannastaðir geta verið afar ólíkir að gerð, innihaldi og eiginleikum. Það sem einkennir þá einna helst eru efnislegir eiginleikar, íbúar, sagan, þær ákvarðanir sem teknar hafa verið

um nýtingu á framboði staðarins og sá fjöldi gesta sem sækja áfangastaðinn (Leiper 2004:32-33). Tveir flokkar aðdráttarafls eru áfangastaðir og viðkomustaðir, en viðkomustaður er sá staður sem verður á vegi ferðamanna á leið sinni til aðaláfangastaðar, og hefur viðkomustaður yfirleitt styttri viðkomu en á áfangastöðum (Mill og Morrison, 1998:53).

Áfangastaður (e. destination) er svæði eða staður sem tilheyrir áhrifum ferðapjónustu að einhverju leiti, eða þeir staðir sem fólk ferðast til og heimsækir af sérstakri ástæðu. Þeir staðir sem hafa nógu sterkt aðdráttarafl og eru nægilega áhugaverðir til þess að ferðamenn leggi leið sína þangað og ákveði að dvelja þar fellur einnig undir skilgreiningu áfangastaða. Þegar áfangastaður er byggður upp felst stór hluti þess í að búa til ferðavöru sem fer á markað en þar með spila opinberir aðilar og einkaaðilar gjarnan stór hlutverk. Þessir aðilar þurfa því að getað nálgast ferðamálin á þann máta að gera vörurnar að sameiginlegu viðfangsefni sínu og með samþykki heimamanna. Hægt er að skipta skilyrðum áfangastaða niður í þrjá meginflokkka; aðdráttarafl, aðgengi og aðstöðu. Sköpun áfangastaðar felst í tengslum og athöfnum fólks og er því í sífelldri mótun. Sú aðstaða sem heimafólk skapar og aðgengi ferðafólks á áfangastað er hægt að skilgreina sem aðdráttarafl (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:22-24). Hægt er að skipta áfangastað í tvö svæði, þ.e. svæði sem ferðamaður dvelur á áður en hann heldur för sinni áfram en einnig svæði þar sem ferðamaður sækist í vegna aðdráttarafls eða framboðs af einhverju tagi (Page, 2009:13).

Það að komast úr sínu daglega umhverfi eru oft á tíðum helsti hvati fólks til ferðalaga, en þó geta ferðalögin einnig innihaldið heimsóknir til vina og ættingja, tengst vinnu og verið þörf fyrir að sjá nýja staði og þar með læra og upplifa eitthvað nýtt. Þá ferðast sumir til þess að kynnast lífsmáta annarra, öðlast hvíld og afslöppunar og framkvæma hluti sem ekki er hægt heima við. Ferðamaðurinn velur oftast áfangastaði eftir landfræðilegri staðsetningu þess. Í mörgum tilfellum velja ferðamenn áfangastað sem þeir þekkja ekki og skapast því ný upplifun (George, Mair og Reid, 2009:126-128).

2.1.1 Aðdráttarafl, aðgengi og aðstaða

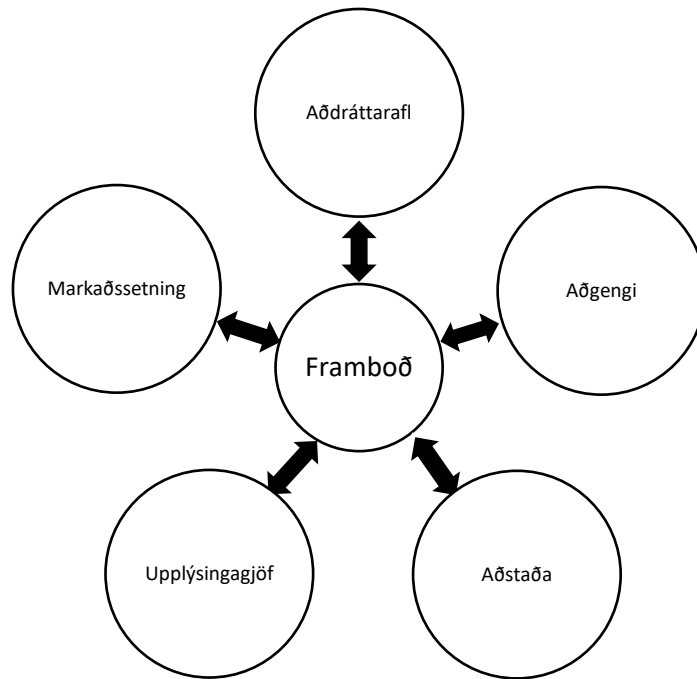
Aðdráttarafl er í raun segull sem dregur gesti til áfangastaðar. Í kjölfarið skapast ánægjuleg og eftirminnilega upplifun gesta sem er ákveðin örvun fyrir ferðamanninn (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:224). Þegar um er að ræða áfangastaði sem hafa fáa íbúa, eins og til dæmis Þykkvibær, getur ferðapjónusta haft góð áhrif á staðinn í mörgum

tilfellum. Ferðaþjónusta er atvinnuskapandi og getur þar með aukið þjónustustig sem skapar með sér auknum hagnaði til samfélagsins (Hall, 2005:132). Aðdráttarafi áfangastaða tengist því sem svæðið hefur að bjóða upp á ásamt því hvort hægt sé að tengja ferðina þangað til annarra staða í kring sem eru þess virði að heimsækja (Mill og Morrison, 1998:53).

Aðgengi að áfangastað er grunnforsenda og lykilþáttur í kerfi ferðamennsku, en samgöngur til og frá áfangastað hverju sinni eru undirstaða ferðalaga, hvort sem um er að ræða í heimalandi eða til annarra landa. Um 80% ferðalaga í heiminum öllum eiga sér stað innan heimalands með bíl en þetta á einnig við um Íslendinga. Þeir erlendu gestir sem nýta sér íslenska ferðaþjónustu hvað mest koma nær allir með flugi til landsins og taka síðan bíl á leigu (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:28-30).

Þegar áfangastaður er byggður upp er aðstaða og þjónusta við íbúa afar mikilvægur þáttur. Það er lagaleg skylda sveitarfélagsins til þess að sinna ákveðnum verkefnum sem snúa að skipulags- og umhverfismálum, en einnig falla þar undir menningarmál t.a.m íþróttasvæði, sundlaugar- og safnarekstur. Þátttaka sveitarfélaga og aðkoma þeirra í ferðaþjónustu er afar ólík og stafar það af mismunandi íbúafjölda og stærð hverju sinni. Sveitarfélög geta ákveðið að styðja eða hindra fyrirtæki í að koma hugmyndum sínum, markmiðum og verkefnum í framkvæmd. Sú aðstaða sem sveitarfélög geta veitt íbúum er mikilvæg forsenda uppbyggingu ferðaþjónustu þar sem mörg verkefni tengd ferðaþjónustu hvíla oft á þeim (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:56-57). Áfangastaður er sambland nokkurra þátta og eru þeir breytilegir eftir efnahag, menningu og umhverfi viðkomandi staðar. Með breytileika þessara þátta verða til mismunandi ferðamannastaðir (Gunn, 2002) og verða þessir þættir verða skilgreindir hér að neðan.

Við uppbyggingu áfangastaðar eru nokkrir þættir sem hafa þarf í huga. Tvö meginhugtök falla undir ferðaþjónustu en það eru eftirspurn og framboð. Innan þessara hugtaka eru mörg atriði sem skipuleggjendur þurfa að hafa í huga þegar kemur að velgengni. Gunn (2002) skiptir uppbyggingu áfangastaða upp eftir fimm meginþáttum sem tilheyra meginhugtakinu framboði og haldast vel í hendur.



Mynd 1: Framboðslíkan Gunn (Gunn, 2002:34).

Aðdráttarafl er fyrsti en jafnframt mikilvægasti þátturinn. Áfangastaður þarf að búa yfir einhverskonar aðdráttarafli sem vekur áhuga á komu ferðamanna til staðarins. Aðstaða og þjónusta er annar þátturinn, en mestu efnahagslegu áhrifin af ferðalögum eiga sér stað vegna starfsemi ferðaþjónustu af einhverju tagi. Lágmarksþjónusta er mikilvægur þáttur sem þarf að vera aðgengileg í framboði áfangastaða. Þriðji þátturinn er aðgengi, þ.e. samgöngur sem þurfa að vera til staðar og í lagi, bæði til og frá áfangastað sem og innan svæðisins. Áhersla Gunn (2002) liggur einnig í upplýsingagjöf, sem í auknum mæli verður mikilvægari þáttur innan ferðaþjónustunnar. Auglýsingar eru ætlaðar til þess að laða fólk að á meðan upplýsingar felast í því að fræða og lýsa einhverju ákveðnu, en slíkar upplýsingar leynast víða í ferðahandbókum, myndskaiðum, internetinu, samfélagsmiðlum, tímaritum og með frásögnum leiðsögumanna. Upplýsingagjöf um svæðið og á svæðinu sjálfu þarf að vera nægilega góð til þess að auðvelt sé að nálgast þær á staðnum og laða ferðamenn að. Að lokum nefnir hann markaðssetningu. Til þess að vekja athygli á áfangastað er markaðssetning ýmist sett fram með auglýsingum, kynningum, almannatengslum og/eða hvatningu (Gunn, 2002:34-57). Eins og sjá má á líkani Gunn (2002) tengjast þessir fimm þættir í ferðaþjónustu og er í raun enginn þáttur fremri öðrum hvað varðar mikilvægi áfangastaðar. Hægt er að líta svo á að líkanið styðji frekar við hugmyndir um ferðaþjónustu sem heild.

2.2 Jaðarsvæði

Jaðarsvæði (e. peripheral areas) eru svæði sem skilgreind eru eftir landfræðilegri legu þeirra og miðast hún við fjarlægð frá íbúakjarna eða stærri íbúasvæðum en einnig eftir huglægu mati fólks (Brown og Hall, 2000:1-2). Jaðarsvæði búa gjarnan yfir einstöku aðráttaraflí sem jafnframt er öðruvísi heldur en í kjarnabyggð. Ferðamenn þurfa að gera ráð fyrir meiri tíma til þess að ferðast um lengri vegalengdir frá íbúakjarna í grennd við jaðarsvæði. Með því skapast mikilvæg reynsla og upplifun sem fæst jafnvel ekki nálægt íbúakjarna. Aðgengi að jaðarsvæðum er lengra heldur en í og við kjarna og aðstæður til ferðalaga og samgangna oft á tíðum erfiðari. Jaðarsvæði skilgreinast eftir fjarlægð þess frá íbúakjarna, einangrun, óspilltri náttúru, samgöngum til og frá svæði en einnig aðgengi og upplifun fólks til staðarins hverju sinni (Prideaux, 2002:379-381).

Fyrir ferðamanninn getur fjarlægð jaðarsvæða frá kjarnasvæði verið bæði hamlandi og eftirsóknarvert. Ef jaðarsvæði bjóða upp á einhverskonar ferðapjónustu og tilgangur þess sé að laða að ferðamenn er mikilvægt að samgöngur og aðgengi sé nægilega gott, en ferðamenn eru í auknum mæli farnir að sækjast í óspillt jaðarsvæði á ferðalögum sínum. Þá eru ferðamenn einnig farnir að sækjast í meiri frið þar sem loft og vatn er bæði hreint og ómengað. Þennan styrkleika og tækifæri jaðarsvæða væri því hægt að nýta í ferðapjónustu, en til þess þarf aðgengi og aðráttarafl að vera nægilega aðlaðandi (Nash og Martin, 2003:161-162).

Jaðarsvæði verða gjarnan fyrir áhrifum slæmrar efnahagslegrar þróunar í tengslum við kjarnasvæði. Atvinnuleysi getur skapast þegar skortur verður á fjármagni og fækkunar í hefðbundnum atvinnugreinum s.s. landbúnaði á jaðarsvæðum. Atvinnurekstur er jafnframt í höndum smærri fyrirtækja þar sem þekking og þjálfun tengd atvinnu er mismikil, þar á meðal í markaðsmálum og innkaupum (Brown og Hall, 2001:2-3). Þegar atvinnuleysi á jaðarsvæðum skapast vegna efnahagslegra ástæðna getur ferðapjónusta oft skapað tækifæri til þess að rétta efnahagskerfið við. Fylgífiskur atvinnuleysis eru gjarnan fólksflutningar og hefur því mikil áhrif á jaðarsvæðið í heild. Ástæður geta einnig verið skortur á menntun og þjónustu á svæðinu. Með ferðapjónustu er því hægt að skapa atvinnu og þar með ímynd staðarins viðhaldið að auki (Wanhill og Buhalis, 1999:295-297).

Jaðarsvæði hafa sterkt náttúrulegt umhverfi sem gerir þau aðlaðandi fyrir ferðamenn, sér í lagi vegna áhyggjuefnis almennings um umhverfismál. Reynslan hefur sýnt að ferðapjónustu hefur þó tekist að vernda og skapa atvinnu á svæðum sem hafa litla möguleika til þess að laða aðrar atvinnugreinar til sín (Wanhill, 1995:476). Jaðarsvæði eru oft á tíðum illa aðgengileg eða fjarlæg áfangastöðum sem innihalda vinsælustu ferðamannasvæðin. Fjarlægðin frá þeim stöðum getur þó verið ákveðið aðráttarafl jaðarsvæða. Aðgengi að jaðarsvæðum er oft talið stórt vandamál og geta ferðamenn því ekki ferðast um svæðið ef svo er raunin. Ef um ferðamannasvæði er að ræða þarf að auðvelda aðgengi. Jaðarsvæði geta orðið áberandi og skapað með sér vaxandi eftirspurn, þó sér í lagi ef svæðin eru afskekkt og óspillt (Nash og Martin, 2003:162-163).

Jaðarinn getur verið erfitt að skilgreina á einn ákveðinn hátt og hafa fræðimenn nálgast skilgreininguna á ólíkan hátt. Þó eru jaðarsvæði skilgreind eftir tilgangi viðfangsefnis hverju sinni. Jaðarsvæði í ferðapjónustu kunna að ákvarðast eftir því hvort svæði séu úr alfaraleið og öllu jafna spennandi eða öðruvísi. Að auki benda Nash og Martin (2003) á það að upplifun og uppruni ferðamanna eigi stóran þátt í því hvernig svæðin ákvarðast. Huglægt mat einstaklinga á svæðum sem eru landfræðilega langt frá kjarna eða þykja fjarri er ein lýsing á jaðrinum (Nash og Martin, 2003:163-164).

Hægt er að skilgreina Þykkvabæ á jaðarsvæði og markast vegna þess að þorpið er nokkuð frá næsta þéttbýliskjarna, eða um 17 km frá Hellu og er ekki í alfaraleið. Staðsetning Þykkvabæjar er hægt að skilgreina sem endastöð þar sem keyra þarf sömu leið fram og til baka frá afleggjara. Landfræðileg staðsetning Þykkvabæjar tilheyrir einnig skilgreiningu jaðarsvæða. Náttúran og umhverfið í þorpinu er frekar óspillt, landbúnaður er mikill og svæðið frekar einangrað. Samgöngur til og frá staðsetningu eru þó í góðu lagi, en oft á tíðum eru þær ekki í lagi þegar um er að ræða jaðarsvæði.

2.3 Menningararfur

Menningararfur (e. cultural heritage) landsins hefur orðið sýnilegri á undanförunum áratugum með hlutverki sínu í ferðapjónustu og mætti áætla að hann sé nánast hvar sem er á vegi okkar. Tilvísanir í menningararf ná til mun fleiri þátta heldur en áður var, eða fyrir einungis örfáum áratugum. Notkunin á orðinu hefur margfaldast og er því nánast óhætt að segja að það líði varla sá dagur að einhver minnst ekki opinberlega á menningararf þar sem hann er orðin svo

víðtækur (Timothy og Boyd, 2003:10). Það gefur augaleið að orðin arfleifð, arfur og það að erfa eitthvað eru náskyld. Arfur, eitthvað sem hægt er að erfa, er hægt að skýra á þann hátt að arfur sé eitthvað sem beðið er eftir að eignast. Það að erfa kringumstæður eða velvilja annarra, er síðan óljósari skýring á orðinu, en það getur t.d. verið titill sem hægt er að erfa í sumum löndum (Howard, 2003:6).

Það sem fólk vill geyma eða safna er ein skilgreining á orðinu arfur (e.heritage) og má segja að sú skilgreining sé sú breiðasta. Arfur getur tilheyrt þjóðinni allri eða mannkyninu en einnig verið hluti tengdur fjölskyldum og ættum. Fólk lætur gjarnan eftir sig gamlan grip innan fjölskyldna í hvaða mynd sem er til barna, barnabarna eða annarra afkomanda og geta slíkir gripir haft mikið eða lítið fjárhagslegt gildi. Þar með er notast við arf fortíðar og varðveitt áfram til komandi kynslóðar og framtíðar (Howard, 2003:1-2). Segja má að menningararfur sé notkun samtímans á fortíðinni sem sett er fram með vönduðum og ákveðnum hætti fyrir nútíðina og framtíðina (Timothy og Boyd, 2003:3). Menningararfur er yfirleitt tengdur fortíðinni sem hefur varðveist fyrir komandi kynslóðir. Eitt af því sem einkennir menningararf einna helst er hugmyndin um það að hvert tilvik menningararfs er í raun einstakt. (Park, 2014:2).

Íslenskur menningararfur er mjög óhlutbundinn miðað við menningararf í nágrannalöndum. Evrópuþjóðir eiga fjöldann allan af byggingum frá miðöldum eða tímum Grikkja og Rómverja til sýnis ferðamönnum á meðan íslenska þjóðin á nær engar byggingar frá þjóðveldistíma sínum. Hérlendis eru byggingar, fornmunir og listaverk í mjög takmörkuðum mæli en handrit og sögur eru gripir sem þjóðin varðveitir vel og hafa þau sjálfstætt gildi og aðdráttarafl (Tómas I. Olrich, 2001:17).

Þar sem tenging við fortíðina er heldur áberandi í menningararfi er það í höndum samfélaga að velja hvað skuli nota til þess að viðhalda og varðveita menningararfinum fyrir framtíðina. Fortíðin er hlutlaust fyrirbæri og gæti haft litla þýðingu ef ekki væri fyrir milligöngu okkar, en með henni fær hún gildi sitt og getur þar af leiðandi vakið áhuga fólks. Menningararfur getur bæði haft jákvæðar og neikvæðar hliðar, en jákvæða hliðin lýsir til að mynda menningu, sögum og landslagi sem hefur þýðingu fyrir fólk og samfélag. Áhugi á varðveislu menningararfs er til staðar og verður í kjölfarið komið áfram til næstu kynslóða. Neikvæða hliðin getur hins vegar verið menningararfsiðnaðurinn, þar sem ætlunin er að hagræða hlutunum og notast við í gróðaskyni eða viðskiptum (Timothy og Boyd, 2003:2-4).

2.4 Menningararfsferðapjónusta

Margar ólíkar skilgreiningar hafa verið settar fram en menning tilheyrir meginhugtökum mannfræðinnar. Menningu er hægt að skýra út frá ástæðum ferðalaga, þ.e. hvað það er sem veldur því að fólk vilji ferðast í frítíma sínum frekar en að vera heima hjá sér. Annars vegar er menning þeir siðir, venjur, hæfni og gildi sem fólk hefur öðlast eftir því hvernig hópi eða samfélagi það hefur alist upp eða lifað við. Hins vegar er menning þau atriði sem skilgreina eða aðgreina hópa og verða þeir mikilvægir þegar þeir svo komast í samband hver við annan þar sem sjálfsmýnd einstaklinga tengist þar sterkum böndum (Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013:172-173).

Menning skipar stóran sess í huga fólks og talið er að um 40% af ferðalögum í heiminum skapist vegna áhuga á menningu og arfleifð (Timothy og Boyd, 2003:1). Með menningu og arf sem hvata fólks til ferðalaga hefur skapast hugtak innan ferðapjónustu sem nefnist menningararfsferðapjónusta (e.heritage tourism). Hugtakið snýst um að ferðast til þess að upplifa staði og athafnir sem túlka söguna og fólkið úr fortíðinni á ósvikinn hátt (Park, 2014:3). Það að endursegja og selja fortíðina í gegnum ferðapjónustu er hluti af menningararfsferðapjónustu. Fortíðin er sett í samhengi við nútímann með því að gefa fólki hlutdeild í fortíðinni með félags- og samfélagslegum hætti. Slík ferðapjónusta er bæði ætluð heimafólki og gestum en einnig til þess að skipuleggja aðgengi ferðamanna að menningarlífi (Guðrún Helgadóttir, Edward Hákon Huijbens og Kristín Sóley Björnsdóttir, 2007:6-7).

Hvata fólks sem sækir í menningararfsferðapjónustu er hægt að skipta í tvennt. Annars vegar hvatanum til þess að fræðast og öðlast meiri vitneskju um menningu fortíðar og hins vegar hvatanum til þess að öðlast persónulegan ávinning eða þroska en einnig að finna einstaklingsbundnar tengingar (Park, 2014:95-96). Talið er að menningararfsferðapjónusta sé ein af arðvænlegustu greinum innan ferðapjónustunnar og er það meðal annars vegna menningararfsferðamanna. Tilgangur ferðalaga þeirra er að upplifa upprunalega staði, viðburði eða hluti og eru jafnframt líklegri til þess að eyða meiri fjármunum og staldra lengur við heldur en aðrir ferðamenn. Þar með eru menningararfsferðamenn eftirsóknarverður markhópur (Facca og Aldrich, 2011:39-40).

Birtingarmyndir menningararfs í ferðapjónustu hafa hingað til verið byggingar, listir, sögur, landsvæði, hernaðarminjar, iðnaðarminjar, trúarbrögð og frægir staðir í bókmenntum.

Mikilvægt er þó að menningararfurinn sé ósvikinn og ekta, bæði hvað varðar áþreifanlega hluti og óáþreifanlega hluti. Ferðaþjónusta af þessu tagi hefur áhrif á samfélagið í kring en verður einnig fyrir áhrifum samfélags. Tegund menningararfs skiptir gríðarlegu máli og þarf að íhuga markaðssetningu, vörubrúun og snertiflöt ferðamanna afar vel (Guðrún Helgadóttir o.fl., 2007:11-12).

Sérstaða íslenskrar menningar greinist á milli menningararfsins og þeirra helstu menningarlegu einkenna samtímans. Íslensk menning og saga er í mörgum tilfellum helsti þáttur í ákvörðunartöku ferðamanna þegar Ísland er valinn sem áfangastaður, eða um 55,8% ferðamanna yfir sumar- og vetrartímam. Fólk virðist hafa áhuga á landi, náttúru og þjóð og er það oftast nær kveikjan að komu ferðamanna til landsins. (Tómas Ingi Olrich, 2001:15-17).

2.5 Landbúnaðarferðaþjónusta

Samkvæmt jarðalögum (Jarðalög nr.81/2004), sem tóku í gildi árið 2004, merkir landbúnaður:

„Hvers konar vörslu, verndun, nýtingu og ræktun búfjár, ferskvatnsdýra, lands og auðlinda þess til atvinnu- og verðmætasköpunar, matvælaframleiðslu og þjónustu er tengist slíkri starfsemi”.

Nýrri tillögur að merkingu landbúnaðar hafa verið settar fram en þó ekki verið samþykktar (Jarðalög nr.81/2004). Landbúnaður er afar fjölbreytt atvinnugrein og eru áhrifin mismikil hvað varðar undirgreinar landbúnaðar á umhverfis og samfélagslega hagræna þætti (Salvör Jónsdóttir, 2012:28). Íslenskur landbúnaður er hluti af menningaarfi okkar, þar sem lifandi landsbyggð er vel hirt og er forsenda sem hefur ákveðið aðdráttarafl fyrir ferðamennsku (Haraldur Benediktsson, 2009:8).

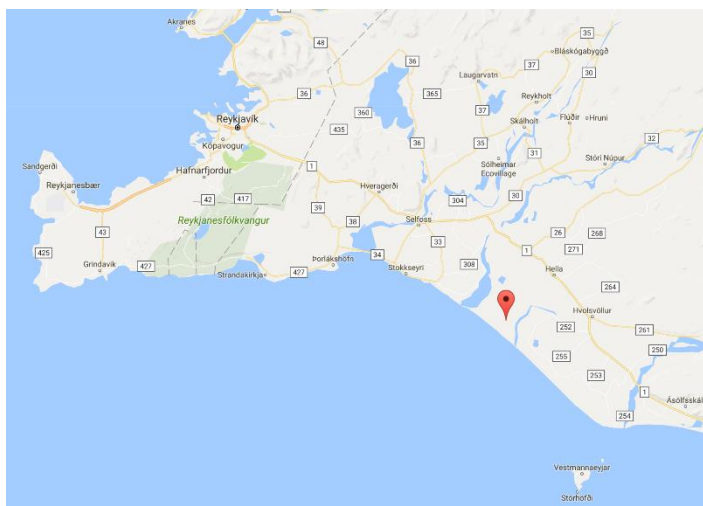
Landbúnaðarferðaþjónusta (e. agritourism) heyrir undir ferðaþjónustu í dreifbýli (e. rural tourism), en ferðaþjónusta sem slík fer yfirleitt fram á bændabýlum og fá gestir að taka þátt í athöfnum bæjanna með einhverjum hætti. Ferðaþjónusta í landbúnaði er sett fram til aukningar á vannýttum auðlindum t.a.m. húsum, sagna, bústofna eða mannafla (Ingibjörg Sigðurðardóttir, 2016:5). Landbúnaðarferðaþjónusta getur haft veruleg áhrif á jaðarbyggðir þar sem hún gegnir því mikilvæga hlutverki að varðveita menningarminja, hefðir nútíðar og

fortíðar sem og starfshætti. Skilgreining á landbúnaðarþjónustu fjallar um það að jaðarinn sé háður ákveðinni fjarlægð frá kjarnanum sjálfum (Contini, Scarpellini og Polidori, 2009:33).

3 Þykkvibær

3.1 Saga Þykkvabæjar

Þykkvibær er byggðakjarni á Suðurlandi sem staðsettur er við Hólsá sunnan við Safamýri í um 17 km fjarlægð frá þéttbýliskjarnanum Hellu. Þykkvibær tilheyrði Djúpárhreppi á árum áður en sameinaðist árið 2002 Rangárvallahreppi, Holta- og Landsveitahreppi sem heitir nú Rangárþing ytra og tilheyrir því Rangárvallasýslu (Skipulagsstofnun, 2011).



Mynd 2: Staðsetning Þykkvabæjar á korti ("Google Maps", e.d.).

Þykkvibær er skilgreindur sem byggðakjarni samkvæmt nýjustu skilgreiningum Hagstofu Íslands (2012) en þorpið telur nú 57 íbúa í þéttasta reit árið 2017. Skýrt gatnakerfi er í samfelldu byggð Þykkvabæjar og afmarkast af því. Heitið Þykkvibær nær yfir alla sveitina en ekki einungis þéttasta reit. Í Þykkvabæ er ákveðin samfelld byggð þar sem fjarlægð milli bygginga er undir 200 metrum og íbúafjöldinn nær yfir 50 manns (Jórunn Íris Sindradóttir og Ómar Harðarson, 2012:26-28). Íbúafjöldi á Suðurlandi eru nú um 27 þúsund manns og er sá landshluti í 3.sæti hvað mannfjölda varðar á eftir höfuðborgarsvæðinu og Norðurlandi eystra (Árni Ragnarsson, 2017:11). Þykkvibær var eina sveitaþorpið á Íslandi í um 1000 ár og er því elsta sveitaþorp landsins (Árni Óla, 1962). Þorpið á sér merkilega sögu sem farið verður stuttlega yfir hér að neðan.

3.1.1 Kartöflurækt í Þykkvabæ

Kartöflurækt í Þykkvabæ hefur verið stunduð í nær 70 ár og er eitt helsta kartöfluhérað landsins, en kartöflurækt hefur þó verið stunduð mun lengur (Árni Óla. 1962:179). Ræktunin hefur farið vaxandi síðustu áratugi og er orðin mikilvægur þáttur í lífi þorpsbúa á svæðinu. Líta má svo á að kartöflurækt sé helsti menningararfur Þykkvæinga. Eftir aldamótin 1800 mynduðu Ytri-Rangá og Hólsá hinn fræga Djúpós sem ógnaði í kjölfarið afkomu Þykkvæinga í rúmlega heila öld. Erfiðar aðstæður sköpuðust fyrir íbúa í mörg ár með fljótandi ám sem gerði fólki erfitt að komast á milli en fólk bjó einnig við mikla fátækt á þessum tíma. Árnar flæddu yfir Safamýri og vestur í Þjórsá. Þykkvibær var því umflottinn kraftmiklum ám og þurfti oft á tíðum að sundleggja kýr til þess að koma þeim á bithaga. Ástandið í Þykkvabæ var orðið mjög slæmt um 1920 og var talað um að 40 jarðir í Þykkvabæ væru um það bil að leggjast í eyði. Þykkvæingar tókust á það ráð að stífla Djúpós með fyrirhleðslu, en því verki lauk árið 1923 og má segja að það hafi skapað ákveðin tímamót í sögu sveitarinnar. Í kjölfar stíflunnar kom mikið land undan vatni og tóku bændur að skipta á milli sín einstökum jörðum. Með árunum urðu fleiri lönd keypt og um 1950 voru Þykkvæingar orðnir eigendur að meira en 900 hektara spildu og beitarlandi í Safamýri en kaup á löndum og jörðum fóru enn fjölgandi. Skilyrði sköpuðust til aukningar á kartöflurækt til muna með landkaupum þessum (Guðjón Ármannsson, 2010:651-653).

Eftir að vötnin hurfu var í framhaldi farið í að setja niður kartöflur á jörðum sem báru með sér græna hólma. Flatlendið í Þykkvabæ hentar afar vel til kartöfluræktunar þar sem löndin eru afar sendin og er hinn besti jarðvegur fyrir kartöflurækt. Kartöflur spretta mun betur í sendnum jarðvegi heldur en moldarkenndum, en að auki bætir það bragðgæðin. Þar sem staðsetning Þykkvabæjar er við strandlengju stuðlar sú nálægð að hærri lofthita og minnkar því líkur á næturfrostri. Einnig er Þykkvibær ekki í mikilli fjarlægð frá höfuðborgarsvæðinu sem auðveldar til muna að koma kartöflum á markað. Þétting byggðar hafði mikil áhrif á þróun kartöfluræktar þar sem mest er ræktað af kartöflum í Þykkvabæ miðað við aðra staði á landinu. Með þessum sérstæða hætti þróaðist búskapur Þykkvæinga og leiddi að lokum til þess að hefðbundin kvikfjárrækt lagðist af. Kartöfluræktin gerði Þykkvabæ að einni öflugustu sveit Suðurlands (Árni Óla, 1962:179-181; Guðjón Ármannsson, 2010:652-653).

Kartöflurækt er skilgreind sem áhættubúgrein þar sem erfitt er að segja til um velgengni uppskerunnar hverju sinni. Þykkbæingar þekkja mörg tilvik um erfiðleika og áföll við ræktunina, s.s. votviðri, sandfok, þurrka, köld sumur, næturfrost og kartöflusjúkdóma. Í nokkrum tilfellum hefur það leitt til algjörs uppskerubrests (Guðjón Ármannsson, 2010:663). Fyrir Þykkbæinga snerist, og snýst enn, allt um þessa ákveðnu búgrein og hafa heimamenn í kartöflurækt sínar helstu fjárhagslegu tekjur af þeim landbúnaði (Guðjón Ármannsson, 2010: 653).

3.1.2 Kartöfluverksmiðjan í Þykkvabæ

Kartöfluverksmiða Þykkvabæjar hf., sem betur er þekkt undir merkinu „Þykkvabæjar“, var stofnuð árið 1981 („Þykkvabæjar“, 2016). Tildrög að stofnun hennar voru sú að mikið magn kartaflna var fleygt ár hvert vegna ríkjandi offramleiðslu og ekki var hægt að nýta smærri kartöflur sem höfðu fallið við tínslu og upptekt. Reksturinn gekk upp og ofan en upp komu nokkur tilfelli þar sem leggja þurfti meira fjármagn til þess að framleiðsla gæti haldið áfram. Verksmiðjuhúsnæðið hefur nær fjórfaldast að stærð frá upphafi reksturs og á fyrirtækið einnig húsnæði í Garðabæ, þar sem dreifing og sala fer aðallega fram (Guðjón Ármannsson, 2010:671). Framleiðsla hefur aukist með árunum og má segja að verksmiðjan sé rekin í fjórum deildum, þ.e. forsoðnar kartöflur, steikarlína, nasllína og eldhús sem framleiðir salöt, gratín o.fl. („Þykkvabæjar“, 2016). Fram til ársins 2015 hefur verksmiðjan haldist í eigu bændanna í Þykkvabæ þrátt fyrir að aðrir aðilar hafi sýnt fyrirtækinu áhuga. Nú er verksmiðjan hins vegar í eigu Sóma ehf. að öllu leyti (Samkeppnisefirlitið, 2015).

3.2 Kennileiti og staða Þykkvabæjar

Helstu kennileiti í Þykkvabænum eru þeir staðir, þær byggingar og starfsemi sem þorpið hefur að geyma. Þar má t.d. nefna Háabæjarkirkju sem byggð var árið 1973, Kartöfluverksmiðju Þykkvabæjar, íþróttahúsið, Þykkvabæjarfjöru, GK Glugga og framboð gistingu í ferðapjónustu. Segja má að íþróttahúsið í Þykkvabæ sé þeirra helsta kennileiti og er notkun þess mikil. Þar fer fram starfsemi af ýmsum toga, s.s. samkomur, námskeið, íþróttir, fundir og fleira til. Árið 2002 var íþróttahúsið tekið í notkun og útbúið tækjum til íþróttaiðkunar eða leikja. Fastir árlegir viðburðir líkt og kartöfluball Þykkbæinga, 17.júní hátíð og jóladansleikur fara meðal annars fram í íþróttahúsinu („Rangárþing ytra“, e.d.).

Búið er að koma niður tveimur vindmyllum í Þykkvabæ en skiptar skoðanir eru íbúa á milli um þá viðbót og myndu sumir eflaust ekki vilja telja það sem kennileiti (Biokraft ehf., 2016).

Fyrir Þykkvæinga er stýðst að sækja þjónustu í miðsvæðiskjarna Hellu, en þar má nefna apótek, banka, bensínstöð, heilsugæslu og matvöruverslun. Ferðamannastraumur fer ört vaxandi á Hellu og getur reynst erfitt að fá bílastæði og nýta sér þjónustu þar á fljótlegan hátt vegna þess (Jóhanna Lilja Þrúðmarsdóttir og Júlíus Már Baldursson, munnleg heimild, viðtal, 23. og 24.ágúst 2017). Eins og fram hefur komið á Þykkvibær sér merkilega sögu ásamt þeim menningararfi sem til staðar er. Fáir þekkja þó sögu og jafnvel staðsetningu staðarins og keyra flestir framhjá afleggjaranum á leið sinni austur eða vestur. Afleggjarinn er hægra megin við þjóðveginn áður en komið er á Hellu ef keyrt er frá vestri í austur.

3.3 Ferðaþjónusta í Þykkvabæ

Eins og fram hefur komið hér að ofan eru miklir möguleikar í ferðaþjónustu í Þykkvabæ en einungis er í boði fimm mismunandi gistimöguleikar. Í byrjun sumars opnaði fyrsta hótelið í Þykkvabæ, Hótel Vos, en þar utan er í boði AirBnB gisting í sumarhúsi og einnig í íbúahúsum. Þar má nefna Melur Farmhouse, Fjarkastokkur Holiday Home, Snotra Hostel og The Millhouse Lodge.

Umhverfið og útsýnið í kringum Þykkvabæ er afar fagurt, vel sést til fjalla þó að þorpið sé á sléttlendi í grennd við sjó og fjöru. Útsýni er til allra átta í Þykkvabæ, til Eyjafjalla í austri, til Heklu og vestur til Bláfjalla en einnig blasa Vestmannaeyjar við. Í sumar voru afhjúpuð skilti við Kristjónstjörn í Þykkvabæ sem hafa að geyma myndir og sýna fjallahringinn með örnefnum. Verkefnið nefnist *1000 ára sveitaborp – fjallasýn* („Sunnlenska.is“, 2011) og þykir áhugavert fyrir tengda aðila Þykkvabæjar og gæti einnig vakið áhuga ferðamannsins. Heimamenn hafa orðið varir við aukinn fjölda ferðafólks síðustu ára og sérstaklega með komu hótelsins og þeim gistimöguleikum sem hafa farið fjölgandi á svæðinu. Eins og staðan er í dag er engin afþreying til staðar gegn gjaldi í þorpinu og getur ferðamaður ferðast á eigin vegu á sameignar svæðum t.d. á svörtum söndum við sjóinn, göngutúra um votlendin þar sem á rann árum áður o.fl. Staðið hefur til að tengja veg sem staðsettur er milli Háfs og Sandhólaferju. Sá vegur er ófær, en leið hans liggur í átt að Landvegamótum frá Þykkvabæ og myndar því hringveg. Ef veginum yrði komið í gott stand væri þar með hægt að keyra

hring í stað þess að keyra fram og til baka sömu vegalengd eins og vegurinn er í dag (Gyða Árný Helgadóttir, eigandi Hótel Vos, munnleg heimild, viðtal, 23.ágúst 2017).

Þegar vefsíða Rangárþings ytra („Rangárþing ytra“, e.d.) er skoðuð má sjá að ekki er mikið fjallað um Þykkvabæ sem slíkan hvað varðar framboð á svæðinu og þá sérstaklega í ferðapjónustu. Upplýsingar um íþróttahúsið í Þykkvabæ koma fram á vefsíðunni og þær íþróttir sem í boði eru fyrir börn og fullorðna, en gjarnan koma fréttir þar inn af viðburðum þorpsins. Á vefsíðunni má sjá hlekk sem nefnist ferðapjónusta, en þar er fjallað um að margar náttúruperlur séu í sveitarfélaginu ásamt því að stuttur texti er um Hellu og þá aðstöðu og framboð þjónustu sem svæðið býr yfir („Rangárþing ytra“, e.d.). Hvergi er fjallað um Þykkvabæ og þá gistimöguleika sem eru til staðar í ferðapjónustu, Laugaland eða aðra ferðapjónustu í sveitarfélaginu. Einnig er hlekkur sem inniheldur árlega viðburði í sveitarfélaginu („Rangárþing ytra“, e.d.) og má sjá að enginn viðburður tengdur Þykkvabæ er á þeim lista, en Kartöfluball Þykkvæinga ætti t.d. vel heima á þessum lista þar sem viðburðurinn er mjög fjölmennur og sækir hann fólk frá hinum ýmsu stöðum í sveitarfélaginu og annars staðar frá. Segja má að það sé þorablót Þykkvæinga þar sem kartaflan er í fyrirrúmi og notast er við hinar ýmsu útfærslur á kartöfluréttum ásamt hrossakjöti og fleiru.

Á vefsíðu Markaðsstofu Suðurlands (e.d.) má sjá hlekk um Þykkvabæ þar sem saga Þykkvabæjar er lýst í nokkrum setningum og einnig er nefnt að kartöflurækt sé mikil. Gistimöguleikar í Þykkvabæ eru hvergi sjáanlegir á vefsíðunni („Markaðsstofa Suðurlands“, e.d.).

Ef ferðapjónusta og ferðamenska í Þykkvabæ er borin saman við framboðslíkan Gunn (2002) má skilgreina sem svo að aðdráttarafl er til staðar á svæðinu til þess að laða ferðamenn að en þó þyrfti að vera meira úrval aðstöðu, s.s. afþreyingu, ferðapjónustu og annarri lágmarkspjónustu til þess að efnahagur skili sér til staðarins. Aðgengi á svæðinu er gott, sér í lagi samgöngur til og frá áfangastað, en þó mætti ávallt bæta aðgengi innan svæðisins. Upplýsingagjöf og markaðssetning sem er til staðar á þá einna helst við þá ferðapjónustu eða gistimöguleika sem eru í boði. Hægt væri að hafa þessa þætti sýnilegri með samvinnu við sveitarfélagið. Til þess að vekja athygli á áfangastaðnum og laða fólk að þarf að bæta þessa þætti.

4 Aðferðafræði

Í þessum kafla verður fjallað um og gert grein fyrir þeirri aðferðafræði sem notast var við í rannsókn þessari. Umfjöllunin hefst á lýsingu á þeim rannsóknaraðferðum sem voru notaðar sem og lýsingu á vali viðmælenda. Að lokum verður fjallað um gagnaöflun og úrvinnslu gagna.

4.1 Rannsóknir og rannsóknaraðferðir

Rannsóknir eru kerfisbundið og formlegt ferli sem nýttar eru til að afla sannrar þekkingar eða upplýsinga. Sú þekking sem öðlast með rannsóknum á að vera nákvæm og með þeim hætti að í kjölfarið væri hægt að endurtaka hverja rannsókn fyrir sig og þar með treysta á að öllum reglum aðferðafræðinnar og rannsóknarferlisins hafi verið fylgt. Helstu aðferðir rannsókna er öflun rannsóknargagna ásamt greiningu og túlkun þeirra. Megintilgangurinn er að lýsa, spá, stýra eða skýra ákveðnum fyrirbærum, þáttum eða viðfangsefnum hverju sinni. Rannsóknir geta með þessum forsendum flokkast í grunnrannsóknir eða hagnýtar rannsóknir, þ.e. að bæta við þann þekkingargrunn sem til staðar er innan fræðigreinarinnar eða að leysa hagnýt vandamál. Segja má að rannsóknir séu undirstaða vísinda og forsendur framfara (Sigríður Halldórsdóttir, 2013:17).

Í þessari rannsókn er eigindleg rannsóknaraðferð notuð en valið stendur á milli meginlegra eða eigindlegra rannsóknaraðferða. Meginlegar rannsóknir einblína á tölulega greiningu og þekkingu í formi staðreynda sem uppgötvaðar eru, þar sem tilgátur eru settar fram og ályktanir dregnar. Niðurstöður eru settar fram í formi talna (Veal, 2006:40). Fjöldi þátttakenda í rannsóknum er yfirleitt mikill og eru spurningakannanir notaðar hvað mest fyrir gagnaöflun, þar sem ákveðið viðfangsefni er kannað og felur í sér talningu að einhverju leiti (Berg og Lune, 2013:3). Í eigindlegum rannsóknum er þekking sameiginlegur skilningur milli rannsakanda og þátttakenda sem þróast með samskiptum og er þannig skynjun á veruleikanum byggð á túlkun þátttakandans sem getur verið síbreytileg. Viðtöl henta vel til þess að skilja eða lýsa ákveðnum fyrirbærum eða viðfangsefnum en einnig reynslu fólks þar sem viðhorf þeirra, þekking og væntingar koma ýmist fram. Hægt er að notast við viðtöl á mismunandi máta hverju sinni. Í eigindlegu viðtali er hið talaða orð helsta rannsóknargagnið

sem umbreytist síðan í skrifaðan texta rannsakandans við úrvinnslu gagna (Helga Jónsdóttir, 2013:137-139).

Viðfangsefnið ásamt rannsóknarspurningu er ákveðið fyrirfram af rannsakanda þar sem innihald og áherslur ráðast að miklu leyti út frá viðtalsspurningum og viðtalinu sjálfu í framhaldi (Sigríður Halldórsdóttir, 2013:24). Eigindleg rannsóknaraðferð byggist meðal annars á skilgreiningum, hugtökum, eiginleikum, táknum og lýsingum á hlutum eða viðfangsefni. Leitast er við að skoða mismunandi félagslegar aðstæður hjá einstaklingum eða hópum sem búa við vissar aðstæður tengdar viðfangsefni rannsóknarinnar. Með þessari aðferð er markmiðið að skilja þá reynslu og merkingu sem þátttakendur leggja í rannsóknina og aðstæður í hverju tilfalli fyrir sig (Berg og Lune, 2013:3-8). Mikilvægt er fyrir rannsakandann að átta sig á eigin viðhorfum og hugmyndum til viðfangsefnisins og vera meðvitaður um að halda þeim útaf fyrir sig til þess að hafa ekki áhrif á framkvæmd viðtala og niðurstöður (Sigríður Halldórsdóttir, 2013:239-240).

4.2 Framkvæmd rannsóknar

Við gerð þessarar rannsóknar var stuðst við hálfstöðluð einstaklingsviðtöl (e. semistandardized interview). Með þeim hætti er tilgangur þess að skoða viðfangsefnið á opinn hátt, sem í þessari rannsókn er Þykkvibær sem áfangastaður ferðamanna. Þar er félagslegum ferlum fólks lýst ásamt því að áhersla er lögð á að reyna skilja og sjá hvernig fólk upplifir hlutina á mismunandi máta í tilveru sinni. Viðtölin felast í samræðum um viðfangsefnið sem ákveðið er af rannsakanda og þar með er viðmælanda mætt á grundvelli jafnréttis (Berg og Lune, 2013:109). Hálfstöðluð viðtöl er hægt að staðsetja á milli staðlaðra og óstaðlaðra viðtala hvað einkenni þeirra varðar, þ.e. þau eru á milli þess að vera algerlega skipulögð og þar sem meiri sveigjanleiki ríkir. Ákvörðun höfundar um notkun viðtala sem aðferðar við gagnasöfnun byggðist fyrst og fremst á því að með þeirri aðferð myndu niðurstöður verða sem öflugastar út frá þeim rannsóknarspurningum sem settar eru fram í tengslum við viðfangsefnið. Einblínt er á að skilja reynslu þátttakenda frá þeirra sýn og upplifun, en með hálfstöðluðum viðtölum getur mismunandi skilningur endurspeglast sem og túlkun hvers og eins (Berg og Lune, 2013:112-113).

Í byrjun sumars 2017 hófst undirbúningur að rannsókninni með gagnaöflun og má flokka gögnin í frumgögn (e. primary data) og fyrirbyggjandi gögn (secondary data). Þau gögn sem rannsakandi aflar sér sjálfur og nýtast sem best fyrir rannsóknina eru frumgögn, sem í þessu tilfalli voru viðtölin sem tekin voru ásamt glósum. Afleidd gögn eru aftur á móti gögn sem aðrir hafa greint og safnað saman, en þau gögn eru yfirleitt skoðuð áður en rannsóknin sjálf fer fram til undirbúnings. Rannsakandi byrjaði því á að skoða fyrirbyggjandi gögn tengd viðfangsefninu sem myndu nýtast á sem bestan hátt fyrir viðtölin sjálf, þar á meðal bækur, greinar, skýrslur, heimasíður og blaðgreinar sem tengjast Þykkvabæ (Hox og Boeije, 2005:593-596).

Hafist var handa við að útbúa viðtalsramma fyrir viðtölin út frá þeim fyrirbyggjandi gögnum sem rannsakandi hafði safnað saman og skoðað. Heildarútkoma hans breyttist þó þegar höfundur hafði farið vel yfir notagildi og flæði spurninganna, en vanda þarf valið fyrir sérhverja spurningu (Helga Jónsdóttir, 2013:140). Viðtalsrammi sem slíkur gefur möguleika á að grípa inn í ef viðtalið virðist fara út fyrir efnið eða ef erfiðlega gengur. Því mætti segja að viðtölin hafi mótast á meðan þeim stóð þar sem algengt er að rannsakandi þurfi að breyta eða umorða spurningar útfrá viðtalsrammanum (Collis & Hussey, 2003: 85). Viðmælendum gafst því meira svigrúm til þess að koma sínum skoðunum, reynslu og sjónarmiðum á framfæri. Meiri umræður og vangaveltur sköpuðust um viðfangsefnið heldur en ef um lokaðar og staðlaðar spurningar væri að ræða (Long, 2007:76).

Ákveða þurfti viðmælendur og voru þeir valdir eftir svokölluðu tilgangsrúttaki. Viðmælendur voru valdir eftir því sem rannsakandi taldi henta markmiði rannsóknarinnar en fjöldi þeirra var ekki ákveðinn fyrirfram. Við vali á viðmælendum var leitast eftir þeirra persónulegu þekkingu á viðfangsefninu og nýjum bætt við hverju sinni eftir þeim mismunandi bakgrunni og reynslu sem þeir búa yfir. Viðmælendur að þessu sinni voru fjórir talsins. Bakgrunnur einstaklinganna var skoðaður og voru þeir valdir eftir starfsheiti, aldri, kyni, búsetu og þeim fjölda ára sem þeir hafa verið búsettir í Þykkvabæ, en þar með má áætla að þekking sumra til áfangastaðarins sé víðtækari en hjá öðrum og jafnframt mismunandi (Katrín Blöndal og Sigríður Halldórsdóttir, 2013:129-130). Í þessari rannsókn var helsta viðmiðið að viðmælendur þekktu vel til Þykkvabæjar, væru búsettir þar og hefðu ákveðin tengsl við þorpið. Þannig gæti þeirra persónulega reynsla og skoðanir til viðfangsefnisins nýst vel fyrir rannsóknina.

Haft var samband við viðmælendur símleiðis þar sem rannsakandi kynnti rannsóknarefnið fyrir þeim og í kjölfarið var óskað eftir viðtali við þau. Allir viðmælendur tóku jákvætt í erindið og var ákveðin tímasetning fyrir viðtölin í framhaldi. Viðtölin fóru fram síðsumars og tóku þau um eina klukkustund hvert fyrir sig. Rannsakandi hitti viðmælendur á heimavelli þeirra, ýmist í heimahúsi eða á vinnustað, en það er gert til þess að tryggja traust og koma í veg fyrir ójafnvægi (Esterberg, 2002:93). Spurningar viðtalsrammans endurspegluðu einkum viðhorfsspurningar, sem hægt er að flokka í vitræn, tilfinningaleg og framkvæmdaleg viðhorf fólks. Í upphafi viðtals voru algengar lýðfræðilegar spurningar lagðar fyrir viðmælendur s.s. aldur, atvinna, búseta og þess háttar. Þó að um sé að ræða sama viðfangsefnið í rannsókninni voru viðtölin þó mismunandi milli þátttakenda. Innihald hvers viðtals var mismunandi en svör voru þó gjarnan svipuð. Breytileikinn skapast vegna þess að rannsakandi sem og þátttakendur skapa rannsóknargögnin líkt og ein heild (Helga Jónsdóttir, 2013:141-144). Viðtölin voru tekin upp með upptökuforriti í tölvu rannsakanda og með leyfi þátttakenda þar sem mikilvægt er að slíkt komi skýrt fram í upphafi viðtals (Berg og Lune, 2013, 111). Að lokum voru viðtölin umrituð í texta á tölvuformi og unnið úr niðurstöðum þeirra í framhaldi.

5 Niðurstöður

Meginmarkmið þessarar rannsóknar var að kanna stöðu Þykkvabæjar sem áfangastað ferðamanna og hvernig hægt væri að auka aðdráttarafl með nýtingu menningararfs. Niðurstöður fengust með hálfstöðluðum viðtölum við fjóra einstaklinga sem búsettir eru í Þykkvabæ og hafa því tengingu til staðarins. Viðmælendur voru Bjarnveig Jónsdóttir, kartöflubóndi í Þykkvabæ, Gyða Árný Helgadóttir, eigandi Hótel Vos, Jóhanna Lilja Þrúðmarsdóttir, kartöflubóndi og húsvörður íþróttahússins í Þykkvabæ og Júlíus Már Baldursson, ræktandi landnámsheimsna. Aldursbil þeirra er á milli 45 – 63 ára og verða viðmælendur nefndir A, B, C og D hér í þessum kafla. Allir viðmælendur tóku vel í viðfangsefni rannsóknarinnar og gátu svarað öllum spurningum viðtalanna á skýran og öruggan hátt.

Viðfangsefni rannsóknarinnar fólst fyrst og fremst í því að kanna stöðu ferðaþjónustu Þykkvabæjar í dag, hvaða aðdráttarafl eða möguleikar á nýtingu menningararfs væru í boði tengt ferðaþjónustu í Þykkvabæ, hvort eitthvað þyrfti að laga eða bæta og hvernig uppbyggingu ferðaþjónustu yrði háttáð ef hún færi vaxandi. Einblínt var á aðdráttaraflið, aðstöðu og aðgengi staðarins. Spurningarnar sem viðmælendur fengu voru opnar og gafst þeim því tækifæri til að koma fram með ýmsar hugmyndir, koma sínum persónulegu skoðunum á framfæri ásamt því að nægur tími gafst til þess að svara spurningunum.

Þegar viðmælendur voru spurðir um stöðu ferðaþjónustu í Þykkvabæ eins og staðan er í dag, voru þeir sammála um að hún væri nokkuð góð og á uppleið. Viðmælandi D taldi að miðað við óbreytt ástand stöðunnar í dag og hringvegurinn milli Háfs og Sandhólaferju ekki komin væri hún samt sem áður góð. Áhugavert var að allir viðmælendur nefndu af fyrra bragði í kjölfar þessarar spurningu að skortur væri á afþreyingu á svæðinu og til þess að lengja dvöl ferðamanna þyrfti að koma upp einhverskonar afþreyingu.

Hvort þörf sé á ferðaþjónustu í Þykkvabæ voru ekki allir sammála um. Viðmælandi C vildi meina að ástandið hafi verið notalegt á meðan þau voru laus við ferðaþjónustu í þorpinu en sagði þó að hún bjóði vissulega upp á mörg tækifæri sem væri hægt að nýta. Samkvæmt viðmælendum A og B töldu þeir að þetta væri að jafnaði ekki spurning um þörf, heldur hvort heimamenn hefðu tíma og þor til þess að stökkva á þau tækifæri sem í boði eru fyrir ferðaþjónustu. Að auki gæti þetta hentað aðfluttum aðilum sem setjast hér að.

Rannsakandi spurði viðmælendur um það að vekja athygli á Þykkvabæ sem ferðamannastað og hvort heimamenn væru tilbúnir í það. Flestir töldu að heimamenn væru jákvæðir fyrir því en aftur á móti taldi viðmælandi C að skoðanir væru mögulega mjög skiptar á milli manna og að fleiri en færri myndu jafnvel vilja hafa ástandið í þorpinu óbreytt eins og það er í dag, án þess þó að alhæfa neitt. Þar sem Þykkvibær er lítið samfélag og íbúar frekar þétt töldu viðmælendur A og D að ef þorpið kæmi til með að verða vaxandi ferðamannastaður gæti alltaf leynst hætta í því að troðningur ferðamanna yrði of mikill, bæði hvað varðar umferð og umgang, líkt og virðist vera ríkjandi í miðsvæðiskjarna Hellu.

Rannsakanda langaði að komast að því hvaða áhrif aukin ferðaþjónusta myndi hafa á þorpið og heimamenn almennt og hvernig hægt væri að ná til ferðamanna svo þeir heimsæki þorpið. Viðmælandi D var á þeirri skoðun að fyrir það fyrsta færi það eftir því hversu sterk eða mikil ferðaþjónustan yrði og hvernig ferðamannastraumurinn kæmi til með að vera í kjölfarið. Átroðningur gæti orðið of mikill og eru heimamenn líklega ekki tilbúnir í slíkt. Viðmælendur A og B nefndu að tengja þyrfti hringveginn milli Háfs og Sandhólaferju, en þá væri hægt að koma niður í Þykkvabæ frá afleggjara Landvegamáta eða öfugt og fara síðan upp veginn sem til staðar er í átt að Hellu. Með tengingu hringvegsins myndu ferðamenn jafnvel dvelja lengur á svæðinu og væru þá að ferðast frá a – b, eða frá einum stað til annars, í stað þess að keyra sama veginn í báðar áttir. Rannsakanda þótti áhugavert þegar viðmælandi C nefndi að ásýndin væri í raun eitt af því mikilvægasta til þess að laða að ferðamenn og fólk almennt. Það hvernig staðurinn tekur á móti manni, hvernig aðkoman í byggðarlagið er og ásýndin í umhverfinu í kring er jafn mikilvægt fyrir styrkingu aðdráttarafls og sú ferðaþjónusta sem þorpið býður upp á. Samkvæmt þessum sama viðmælanda gætu þorpsbúar tekið sig saman og lagað ýmislegt, breytt og bætt í umhverfinu en jafnframt haldið áfram að taka vel á móti fólki eins og raunin er.

Viðmælendur voru spurðir út í þá möguleika sem Þykkvibær býr yfir í ferðaþjónustu og hvaða menningararfur gæti nýst til uppbyggingar aðdráttarafls. Ýmsar hugmyndir og skoðanir komu fram sem gætu vel orðið að veruleika. Allir viðmælendur voru á þeirri skoðun að hægt væri að gera sögu Þykkvabæjar sýnilegri í máli og myndum, og væru miklir möguleikar á útfærslu þess, en með þeim hætti væri hægt að deila sögunni með erlendum gestum sem og innlendum. Uppástungur komu frá viðmælendum um að gera kartöfluna og kartöflurækt áberandi. Viðmælendur B og C nefndu að sögu kartöflunnar og ræktunar væri

hægt að nýta í menningararfsferðþjónustu en einnig sögu Þykkvabæjar sem slíka. Viðmælandi D kom með þá hugmynd að hægt væri að bjóða upp á leiðsögn um kartöfluverksmiðjuna og leyfa fólki þannig að sjá hvernig er unnið með kartöflurnar og fá í leiðinni að heyra sögu kartöfluræktunar í Þykkvabæ. Einnig væri hægt að labba niður á akur með bónda og fá að týna sjálfur upp kartöflur og borga þá ákveðna upphæð fyrir kílóíð. Slíkt myndi falla undir landbúnaðarferðþjónustu. Viðkomandi kartöflubóndi gæti þá sagt sögu kartöfluræktarinnar eða sögu Þykkvabæjar og gestir þar með uppfullir af nýrri upplifun og reynslu í þokkabót. Þá komu einnig uppástungur um að hafa einhverskonar afþreyingarferðir í boði, t.a.m fjöruferðir, hestaferðir og gönguferðir. Viðmælandi A talaði um að hægt væri að opna veitingastað eða kaffihús sem myndi bjóða upp á kartöflurétti, kaffi, heimabakað bakkelsi og mögulega hrossakjöt ef um veitingastað væri að ræða. Ef vöxtur ferðþjónustu myndi aukast taldi viðmælandi B að markaðssetning þyrfti að vera áberandi en að orðspor væri þó ávallt gulls ígildi. Sami viðmælandi vildi einnig meina að mannlíf yrði fjölbreyttara, að íbúar ættu meira val hvað atvinnu varðar og myndu tekjur til þorpsins aukast.

Þegar rannsakandi spurði út í uppbyggingu ferðþjónustu voru viðmælendur A og C sammála um að til að byrja með þyrftu heimamenn að koma með hugmyndir að einhverskonar ferðþjónustu og láta verða að veruleika, sem síðan myndi þróast með tímanum. Seinna meir væri hægt að óska eftir aðstoð sveitarfélagsins eða sækja um styrk hjá uppbyggingarsjóðum, t.d. Nýsköpunarsjóði.

Aðspurð út í þátttöku sveitarfélagsins til Þykkvabæjar vildi viðmælandi D meina að þegar nokkur sveitarfélög sameinast í eitt stærra sveitarfélag er ávallt hætta á að minni bæjarfélög verði örlítið út í horni, eins og Þykkvibær í þessu tilfelli. Oft á tíðum er meira einblínt á að byggja upp kjarna og þar með minna lagt í útjaðrana. Allir viðmælendur voru sammála um að þátttaka sveitarfélagsins Rangárþings ytra sé lítil í garð Þykkvabæjar og megi ávallt gera betur í þeim efnun.

Ýmsar hugmyndir hafa komið upp á yfirborðið er viðkemur ferðþjónustu í Þykkvabæ en lítið orðið að veruleika og langaði rannsakanda að forvitnast af hverju viðmælendur telji að svo sé. Viðmælendur B og C töldu að tímaskortur heimamanna sé helsta ástæða þess að slíkt hafi ekki orðið að veruleika á meðan viðmælandi D vildi meina að heimamenn væru jafnvel hræddir við að taka áhættu og framkvæma hlutina.

6 Umræður

Meginmarkmið þessarar rannsóknar var að komast að því hver staða Þykkvabæjar væri sem áfangastaður ferðamanna og hvernig hægt væri að nýta menningararfinn á svæðinu sem aðdráttarafl. Fræðileg hugtök voru skilgreind til þess að öðlast betri sýn yfir viðfangsefnið. Þá var hægt að útbúa viðtalsramma, sem notast var við í eigindlegum viðtölum, út frá þeim afleiddu gögnum sem skoðuð voru. Þegar staða Þykkvabæjar er metin út frá niðurstöðum rannsóknar má sjá að byggðakjarninn er í raun á byrjunarstigi í ferðaþjónustu þar sem einungis framboð gistingu er til staðar. Til þess að uppbygging ferðaþjónustu verði að veruleika er ákveðinn grunnur sem vinna þarf eftir og þurfa undirstöður að vera í lagi, þ.e. samspil þeirra þátta sem þurfa að vera aðgengilegir til þess að skilgreinast sem áfangastaður. Viðmælendur voru sammála um að afþreyingu vantaði algerlega til þess að lengja dvöl ferðamanna og myndi þannig hafa áhrif á vaxandi ferðamannastraum í kjölfarið. Byggðakjarninn hefur marga möguleika í boði og einnig sterkt aðdráttarafl sem gætu nýst til uppbyggingar og þróunar ferðaþjónustu, en sú þróun yrði líklegast hægfara miðað við stöðu hennar í dag. Ekki er skortur á hugmyndum tengdum ferðaþjónustu en það að taka áhættu virðist vera helsta hindrunin í að framkvæma hlutina. Tekið er vel á móti þeim ferðamönnum sem koma til staðarins og heilt á litið eru heimamenn ekki að vinna í því að draga ferðamenn að. Ferðaþjónusta gæti verið mikilvægur möguleiki fyrir það jaðarsvæði og landbúnaðarsvæði sem Þykkvibær er, en þar með myndu atvinnumöguleikar aukast og efnahagur svæðisins orðið sterkari í þökkabót. Nash og Martin (2003) telja að ferðaþjónusta geti verið bjargvættur slíkra svæða ef ástand er slæmt efnahagslega séð, t.d. vegna atvinnuleysi, fólksflutninga eða þjónustuskorts. Í Þykkvabæ væri hægt að byggja upp atvinnu og efla framboð aðdráttarafls með ferðaþjónustu og þannig styrkt samfélagið í heild. Í þessu samhengi má þó spyrja sig hvernig heimamenn vilja að ástandið verði og hvaða áhrif þau vilja láta aukið framboð ferðaþjónustu hafa áhrif á samfélagið?

Þegar Þykkvibær er borinn saman við framboðslíkan Gunn (2002) má sjá að þorpið á langt í land sem áfangastaður ferðamanna og eru margir þættir sem þarf að bæta. Þar má m.a. nefna þætti eins og aðstöðu, markaðssetningu og upplýsingagjöf. Aðgengi til staðarins er í lagi, þ.e. samgöngur, en væri þó vel hægt að bæta aðgengi og ásýndina í umhverfinu, eins og viðmælandi C minntist á. Ef hringveginum yrði komið í betra stand myndi aðgengi styrkjast til muna og væri Þykkvibær ekki eins mikil endastöð og raunin er. Aðdráttaraflíð

er einn stærsti þátturinn þegar kemur að áfangastað og þurfa því allir helstu þættir framboðar í ferðapjónustu að spila saman til þess að gera aðdráttaraflíð sem sterkast (Gunn, 2002:34-57, og á það sérstaklega vel við um Þykkvabæ í þessu tilfelli.

Eins og fram hefur komið á Þykkvibær sér merkilega sögu og atvinnugrein sem hægt væri að nýta í menningararfsferðapjónustu. Viðmælendur vildu meina að saga þorpsins, kartöflurækt og kartaflan sjálf væri verðmætur menningararfur sem gæti orðið sterkt aðdráttarafl hvað ferðapjónustu varðar. Menningararfur sem þessi er frábrugðin því sem gjarnan þekkest í menningararfsferðapjónustu og er einnig ósvikinn. Ef notast yrði við menningararfinn og möguleika hans í ferðapjónustu, í hvaða mynd sem er, telur höfundur að áhugi og forvitni ferðamanna yrði þess valdandi að Þykkvibær gæti orðið eftirsóttur áfangastaður ferðamanna. Með nýtingu menningararfsins í Þykkvabæ væri ekki einungis verið að styrkja samfélagið í heild heldur væri notkun samtímans á fortíðinni viðhaldið með ákveðnum hætti fyrir framtíðina (Timothy og Boyd, 2003:3).

Sveitarfélög geta haft mikilvægu hlutverki að gegna þegar kemur að því að byggja upp ferðapjónustu en aðkoma þeirra er þó misjöfn eftir stærð og íbúafjölda. Eins og niðurstöður rannsóknar leiddu í ljós voru viðmælendur aftur á móti sammála um að hugmyndir og framkvæmdir þyrftu að koma frá heimamönnum til að byrja með og ef vel gengi væri hægt að óska eftir utanaðkomandi aðstoð. Ef saga Þykkvabæjar og kartöflurækt yrði notuð í menningararfsferðapjónustu væri vænlegast að heimamenn kæmu að þeirri uppbyggingu til þess að hafa menningararfinn ósvikin eins og Guðrún Helgadóttir o.fl. (2007) telja að sé mikilvægur þáttur. Þar með gætu þeir bændur sem hafa reynslu af atvinnugreininni nýtt þann kost til að miðla sinni upplifun og sýn áfram á sannan hátt til ferðamanna. Ferðamenn vilja gjarnan upplifa upprunalega staði, sögur eða hluti og eru þar með viljugri til þess að dvelja lengur og eyða meiri fjármunum. Það er síðan í höndum samfélaga að ákvarða hvað skuli nota til þess að varðveita menningararfinn fyrir framtíðina. (Timothy og Boyd, 2003:2-4). Þar með gætu heimamenn Þykkvabæjar jafnvel stjórnað því á einn eða annan hátt hvernig þeir myndu vilja láta aukna ferðapjónustu hafa áhrif á sig.

Margt er skylt með menningararfsferðapjónustu og landbúnaðarferðapjónustu. Landbúnaðarferðapjónusta á oftast nær um staði í dreifbýli en getur einnig haft gríðarleg áhrif á jaðarbyggðir eins og Þykkvabæ, þar sem tilgangur þess er að varðveita minjar, sögur, starfshætti og hefðir nútíðar og fortíðar. Það gefur augaleið að ef kartöflurækt og saga yrði

notuð í ferðaþjónustu væri það í raun sambland af landbúnaðarferðaþjónustu og menningararfsferðaþjónustu, og þá sér í lagi ef kartöflurækt yrði notuð í samvinnu við bændur á þann hátt að ferðamenn fengju að upplifa og taka þátt í starfseminni af eigin raun.

Þegar fræðileg hugtök ásamt niðurstöðum viðtala eru borin saman má greina sem svo að ef ferðaþjónusta í Þykkvabæ færi vaxandi yrði það atvinnuskapandi, tekjur myndu aukast til samfélagsins, íbúar væru mögulega líklegri til að viðhalda búsetu sinni, þjónusta við heimamenn yrði betri og menningararfinum væri hægt að viðhalda til framtíðar. Staða ferðaþjónustu á svæðinu í dag er á byrjunarstigi þar sem marga þætti þarf að laga og bæta til þess að efla byggðakjarnann sem aðráttarafl áfangastað ferðamanna. Það er að mestu leyti í höndum heimamanna að stjórna ástandinu í byggðakjarnanum, en á meðan heimamenn eru ekki að taka áhættur í að auka framboð ferðaþjónustu er ekki víst að einhver geri það. Að taka áhættur sem slíkar í ferðaþjónustu getur síðan verið kostnaðarsamt, tímafrekt og bindingu. Því má gera ráð fyrir að þessi atriði séu einar helstu ástæður þess að ekki sé meira búið að gerast tengt ferðaþjónustu. Aftur á móti er það að annað atriði hvort heimamenn vilji aukna ferðaþjónustu og hvort þörf sé á henni.

7 Lokaorð

Þar sem höfundur hefur fengið að kynna Þykkvabæ síðustu ár frekar vel þótti honum áhugavert hvers vegna ekki væri meira framboð ferðaþjónustu á svæðinu miðað við þá möguleika og aðdráttarafl sem byggðakjarninn býr yfir og langaði því að kanna stöðuna með menningararf Þykkvæinga til hliðsjónar. Ljóst er að ef skilgreina eigi Þykkvabæ sem áfangastað ferðamanna eru nokkuð margir þættir sem þarf að laga og bæta og þar með efla aðdráttarafl staðarins. Afþreying þarf einnig að vera til staðar til þess að lengja dvöl ferðmanna á svæðinu. Menningararfurinn sem ríkir í byggðakjarnanum er einstakur og væri hægt að nýta á ýmsan hátt sem aðdráttarafl. Ef heimamenn eru tilbúnir í aukin áhrif ferðaþjónustu á svæðinu þarf einhver að taka af skarið ef viljinn er fyrir hendi.

Áhugavert var að vinna þessa rannsókn og er mikill lærdómur sem situr eftir. Miðað við þær niðurstöður sem fengust við gerð rannsóknar telur höfundur þær uppfylla þeim meginmarkmiðum sem sett voru fram í upphafi, þ.e. hver staða Þykkvabæjar sem áfangastaður ferðamanna væri og hvernig hægt væri að nýta menningararf staðarins sem aðdráttarafl. Forvitnilegt verður að fylgjast með Þykkvabæ sem áfangastað ferðamanna næstu ára og einnig sjá hvort eitthvað af þeim hugmyndum sem settar hafa verið fram af hálfu viðmælenda verði að veruleika.

Heimildaskrá

- Árni Óla. (1962). *Búsund ára sveitaþorp*. Reykjavík: Bókaútgáfa menningarsjóðs.
- Árni Ragnarsson (2017). *Stöðugreining 2017: Byggðaðróun á Íslandi*. Reykjavík: Byggðastofnun.
- Berg, L. B. og Lune, H. (2014). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. (8.útg.). England: Pearson.
- Biokraft ehf. (2016). *Vindaborg: Vindorkugarður í Rangárþing ytra. Tillaga að matsáætlun*. Reykjavík: Skipulagsstofnun.
- Brown, F. og Hall, H. (2000). *Tourism in Peripheral areas: Case Studies*. (2.útg.). Clevedon: Channel View Publications.
- Collis, J. og Hussey, R. (2003). *Business Research: A Practical Guide for Undergraduate and Postgraduate Students*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Contini, C., Scarpellini, P. og Polidori, R. (2009). Agri-Tourism and Rural Development: The Low-Valdelsa Case, Italy. *Tourism Review*, 6(4), 27–36.
doi:10.1108/16605370911004557
- Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson. (2013). *Ferðamál á Íslandi: Heildstætt grundvallarrit um ferðamál*. Reykjavík: Mál og menning.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill.
- Facca, A. E. og Aldrich J. W. (2011). Putting the Past to Work for the Future. *The Public Historian*, 33(3), 38-57.
- Ferðamálastofa. (2017). *Ferðaþjónusta á Íslandi í tölum*. Reykjavík: Höfundur.
- George, E. W., Mair, H. og Reid, D. G. (2009). *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*. Bristol: Channel View Publications.
- Guðjón Ármannsson. (2010). Stiklur úr sögu kartöfluræktunar í Þykkvabænum. Í Ragnar Böðvarsson (ritstj.), *Holtamannabók III: Djúparhreppur* (bls. 651-669). Hella: Rangárþing Ytra.
- Guðrún Helgadóttir, Edward Hákon Huijbens og Kristín Sóley Björnsdóttir. (2007). *Menningartengd ferðaþjónusta í Eyjafirði*. Akureyri: Ferðamálasetur Íslands.

- Markaðsstofa Suðurlands. (e.d.). *Þykkvibær/Rangárþingi ytra*. Sótt 24.júlí 2017 af:
<https://www.south.is/is/south/town/thykkvibaer>
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. (4.útg.). New York: Routledge.
- Hagstofa Íslands. (2017). *Mannfjöldi eftir byggðakjörnum, kyni og aldri 2011-2017: Byggðakjarni í Þykkvabæ*. Sótt 23.júlí 2017 af:
http://px.hagstofa.is/pxis/pxweb/is/Ibuar/Ibuar__mannfjoldi__2_byggdir__Byggdakjarnar/MAN03106.px/table/tableViewLayout1/?rxid=65179edf-696c-4bce-9996-98bccb8cd3ac
- Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Edinborg: Pearson Education Limited.
- Haraldur Benediktsson. (2009). *Landbúnaður skiptir máli*. Reykjavík: Bændasamtök Íslands.
- Helga Jónsdóttir. (2013). Viðtöl í eigindlegum og meginlegum rannsóknum. Í Sigríður Halldórsdóttir (ritstj.), *Handbók í aðferðafræði rannsókna* (137-153). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.
- Holden, A. (2016). *Environment and Tourism* (3.útg.). New York: Routledge.
- Howard, P. (2003). *Heritage: Management, Interpretation, Identity*. London: Continuum
- Hox, J. J. og Boeije, H. R. (2005). Data collection, Primary vs. Secondary. Í Kempf-Leonard, K. (ritstj.), *Encyclopedia of Social Measurement*. (bls. 593-594). England: Elsevier
- Ingibjörg Sigurðardóttir. (2016). Lífstíll verður ferðavara; þróun fyrirtækja í hestamennsku á Íslandi. *Tímarit um viðskipti og efnahagsmál*. 13(2). Reykjavík: Háskóli Íslands.
- Íslandsbanki. (2016). *Íslensk ferðaþjónusta*. Reykjavík: Höfundur.
- Jarðalög nr.81/2004.
- Jórunn Íris Sindradóttir og Ómar Harðarson (2012). *Endurskilgreining Hagstofu Íslands á þéttbýlisstöðum og byggðakjörnum*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Katrín Blöndal og Sigríður Halldórsdóttir. (2013). Úrtök og úrtaksaðferðir í eigindlegum rannsóknum. Í Sigríður Halldórsdóttir (ritstj.), *Handbók í aðferðafræði rannsókna* (bls. 129-136). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.
- Leiper, N. (2004). *Tourism Management*. Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Long, J. (2007). *Researching Leisure, Sport and Tourism*. London: Sage Publications.

- Mill, R. C. og Morrison, A. M. (1998). *The Tourism System: USA*: Kendall Hunt Publishing Company.
- Nash, R. og Martin, A. (2003). Tourism in Peripheral Areas: The Challenges for Northeast Scotland. *International Journal of Tourism Research*, 5(3), 161-181. doi: 10.1002/jtr.426
- Page, S. J. (2009). *Tourism Management: Managing for Change*. (3.útg.). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Park, H. Y. (2014). *Heritage Tourism*. London: Routledge
- Prideaux, B. (2002). Building Visitor Attractions in Peripheral Areas: Can Uniqueness Overcome Isolation to Produce Viability?. *International Journal of Tourism Research*, 4(5), 379-389. doi: 10.1002/jtr.387
- Rangárþing ytra. (e.d.). *Mannlíf: Ferðaðjónusta*. Sótt 1.ágúst 2017 af: <https://www.ry.is/is/mannlif/menning-og-listir/ferdathjonusta>
- Rangárþing ytra. (e.d.). *Íbúar: Íþróttahús*. Sótt 1.ágúst 2017 af: <https://www.ry.is/is/ibuar/samgongur/ithrottahus>
- Salvör Jónsdóttir. (2012). *Landbúnaðarland í skipulagsáætlunum*. Sótt 20.júlí 2017 af: http://www.skipulag.is/media/pdfskjol/landb_land_skipulagsaaetlunum_sj_2011.pdf
- Samgönguráðuneytið. (1996). *Stefnumótun í ferðaðjónustu*. Reykjavík: Höfundur.
- Samkeppniseftirlitið. (2015). *Kaup Sóma ehf. á öllu hlutfé Kartöfluverksmiðju Þykkvabæjar hf.* Reykjavík: Höfundur.
- Sigríður Halldórsdóttir (ritstj). (2013). *Handbók í aðferðafræði rannsókna*. Akureyri: Ásprent Stíll ehf.
- Skipulagsstofnun. (2011) *Aðalskipulag Rangárþings ytra 2010-2022*. Hella: Steinsholt sf.
- Sunnlenska.is. (2011). *Fagurgerði: Nýr áfangastaður afhjúpaður við Þykkvabæ*. Sótt 5.ágúst 2017 af: <http://www.sunnlenska.is/frettir/20741.html>
- Timothy, D. J. og Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. England: Pearson Education Limited.
- Tómas Ingi Olrich. (2001). *Menningartengd ferðaðjónusta*. Reykjavík: Samgönguráðuneytið.
- Veal, A. J. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. Essex: Pearson Education Limited.
- Wanhill, S. og Buhalis, D. (1999). Introduction: Challenges for Tourism in Peripheral Areas. *The International Journal of Tourism Research*, 1(5), 295-297.

Wanhill, S. (1995). Tourism in The Peripheral Areas of Europe. *Tourism Management*, 16(6), 476.

Þykkvabæjar. (2016). *Um okkur*. Sótt 23.júlí 2017 af: <http://thykkvabaejar.is/um-okkur/>

Fylgiskjal A

Viðtalsrammi sem notast var við í eigindlegum viðtölum.

- Nafn:
 - Aldur:
 - Við hvað starfar þú?
 - Hvað hefur þú búið lengi í Þykkvabæ?
 - Ef aðflutt/ur, af hverju fluttir þú í Þykkvabæ?
1. Hver sýnist þér vera staða ferðapjónustu í Þykkvabæ í dag?
 2. Telur þú vera þörf á ferðapjónustu í Þykkvabæ?
 3. Hvað heldur þú að heimamönnum finnist um það að vekja athygli á Þykkvabæ sem ferðamannastað? Eru heimamenn tilbúnir í það?
 4. Hefur þú orðið var við aukinn fjölda ferðafólks í þorpinu undanfarin ár? Ef svo er, hvað er það að gera?
 5. Hvaða áhrif myndi aukin ferðapjónusta hafa á heimamenn/þorpið að þínu mati?
 6. Hvernig eigum við að ná til ferðamanna svo þeir heimsæki Þykkvabæ? Er eitthvað sem þyrfti að laga?
 7. Hvaða möguleika sérð þú að staðurinn hafi upp á að bjóða í ferðapjónustu?
 8. Hvaða menningararf telur þú að geti nýst til uppbyggingar aðdráttarafls í Þykkvabæ?
 9. Hver ætti að sjá um uppbyggingu þess?
 10. Hvernig finnst þér þátttaka sveitarfélagsins í uppbyggingu ferðapjónustu í byggðakjarnanum?
 11. Ýmsar hugmyndir hafa verið settar fram varðandi ferðapjónustu í Þykkvabæ en lítið orðið að veruleika. Af hverju telur þú að svo sé?