

**UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE**  
CONSTANTINE THE PHILOSOPHER UNIVERSITY IN NITRA

**FAKULTA PRÍRODNÝCH VIED**  
FACULTY OF NATURAL SCIENCES

**GEOGRAFICKÉ ŠTÚDIE**  
GEOGRAPHICAL STUDIES

Ročník / Volume 17

2/2013

**NITRA 2013**

**GEOGRAFICKÉ ŠTÚDIE 17, 2/2013**  
**GEOGRAPHICAL STUDIES 17, 2/2013**

Recenzenti / Reviewers:

doc. PhDr. RNDr. Martin Boltížiar, PhD.

doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc.

RNDr. Hilda Kramáreková, PhD.

doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.

Edícia / Edition: Prírodovedec č. 595

Vydavateľ / Editor:

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra

IČO: 00157716

Za jazykovú stránku príspevkov zodpovedajú autori.

The authors are responsible for the linguistic side of their submissions.

© UKF v Nitre

Evidenčné číslo: EV 2797/08

**ISSN: 1337-9445**

**OBSAH****CONTENTS****Martin Cintula**

Kultúrno-historické súvislosti rozpadu Mikroregiónu Hont-Tekov

Cultural-historical Context of Hont-Tekov Microregion Disintegration..... 4

**Daniel Kubinský**Využitie historických máp a historických leteckých snímok pri štúdiu zmien  
vodných nádrží v okolí Banskej ŠtiavniceUsing Historical Maps and Aerial Photographs in Study of Changes in Water  
Reservoir Near Banská Štiavnica..... 23**Ema Mišúnová, Daniela Kasaničová**

Význam kreativity v marketingovej komunikácii cestovného ruchu miest

The Importance of Creativity in Marketing Communication of Tourism in  
Cities..... 32**Patricia Šefranová, Zuzana Rampašeková, Daša Oremusová**

Rómska komunita mesta Revúca

Roma Community of the Revúca Town..... 55

**Ján Veselovský**Živnostníci ako jeden z indikátorov chudoby na príklade Nitrianskeho  
samosprávneho krajaTradesmen as One of the Indicators of Poverty on the Example of the Nitra  
Self-governing Region..... 74

## KULTÚRNO-HISTORICKÉ SÚVISLOSTI ROZPADU MIKROREGIÓNU HONT-TEKOV

Martin Cintula

### Abstract

*The paper discusses the causes of the Hont-Tekov Microregion disintegration. The reasons why disintegration can be sought in addition to economic-legislative, also in cultural and historical context. We aimed to compare common features of individual communities particularly on traditional crafts, crop production, animal husbandry and population structure. The result is an analysis of the appropriateness of linking the various communities into a common unit and possible proposals for mergers of municipalities with the most common features.*

**Keywords:** Hont-Tekov Microregion, extinction, reason, Bátovce, Brhlavce, Čajkov, Devičany, Hronské Kľačany, Jablňovce, Kozárovce, Nová Dedina, Pečenice, Pukanec, Rybník, Žemberovce

### Úvod

Mikroregióny majú v rámci rozvoja vidieka na Slovensku významnú pozíciu. Sú to základné geografické jednotky so spoločnou sociálnou, ekonomickou, kultúrnou prípadne ďalšou problematikou, ktoré sú schopné vytvoriť vlastný identický rozvojový program na báze využívania miestnych zdrojov a inovačných postupov na princípe partnerstva a spolupráce. Úlohou mikroregiónu je vytvoriť prechodné obdobie na získanie vzájomnej dôvery, partnerstva a overenie si schopnosti spolupráce a schopnosti riešiť konkrétne spoločné problémy. Určenie optimálnej veľkosti mikroregiónu do značnej miery závisí od geografických podmienok (či už fyzickogeografických alebo humánno geografických). Optimálna veľkosť mikroregiónu je približne veľkosť malého mesta (10 tis. obyvateľov). Minimálna veľkosť by sa mala pohybovať na úrovni školského obvodu (3 - 5 tis. obyvateľov). Minimálny počet obcí je 5 - 7 obcí pri dodržaní zhruba polhodinovej dochádzkovej vzdialenosti (Spišiak, Michaeli, Klamár, 2004).

Mikroregión môže riešiť spoločné problémy obcí v oblasti životného prostredia (zber, likvidácia domového odpadu), nezamestnanosti (tvorba spoločného produktu), koordinovanie územného plánovania obcí i v oblasti spolupráce s poľnohospodárskymi subjektmi pri tvorbe miestnej siete rozvoja vidieckej turistiky. Vyvrcholením spolupráce obcí by malo byť vytvorenie takého spoločenstva, ktoré by zastupovalo samosprávu, štátnu správu a súkromný sektor. Vytvára sa tak vyššia a efektívnejšia návratnosť investovaných prostriedkov a

zabezpečiť sa aj menšia bankrotovosť a stratovosť projektov. Zároveň týmto riešením je možné zabezpečiť synergiu efektov, pretože investície nie sú do obcí prerozdeľované náhodne, ale na základe spoločného rozvojového programu s konkrétnym ekonomickým efektom (Klamár, 2007).

Jedným z mikroregiónov, ktoré vznikli na území okresu Levice, bol aj Mikroregión Hont-Tekov. Bol založený v roku 2003 a tvorilo ho 12 obcí (mapa 1). Bol sformovaný na základe podobnej ekonomickej situácie, problémov spojených s transformáciou a potrebe spoločného riešenia väčších infraštruktúrnych projektov pri nedostatku finančných zdrojov. Účelom vzniku mikroregiónu bolo partnerstvo obcí, ktoré malo záujem riešiť rozvoj turizmu využitím kultúrno-historického potenciálu a špecifik a prilákať do obcí s vinohradníckou tradíciou čo najviac návštevníkov. Ďalším dôvodom bolo zefektívnenie vytvárania podmienok na plnenie úloh obcí, ako aj úloh VÚC Nitrianskeho kraja, ale tiež zefektívnenie prípravy rozvojových programov za účelom zvýšenia kvality života na vidieku.

Dôvody jeho zániku v roku 2012 mali predovšetkým ekonomicko-legislatívny charakter, no na rozpade združení obcí sa môžu podpísať nielen nenaplnené stanovené ciele, ale aj také faktory, akými sú vzťahy medzi obecnými samosprávami, starostami obcí, ich snahou riešiť problémy a v neposlednom rade môže zohrať významnú úlohu aj špecifický kultúrno-historický vývoj. Počas neho sa na tomto území formovali tradície a osobitosti, typické pre jednotlivé obce ako v minulosti, tak aj dnes. Tie nám môžu napomôcť pri zisťovaní príčin zániku mikroregiónu. Pri hodnotení charakteristických znakov územia sa budeme opierať o historické súvislosti týkajúce sa tradičných remesiel, pestovania poľnohospodárskych plodín, resp. chovu hospodárskych zvierat, ale tiež štruktúry obyvateľstva.

## Metodika práce

Prvým krokom, ktorým sme sa pred zostavovaním práce zaoberali, bolo vymedzenie problému a následné stanovenie predbežnej koncepcie postupu, na základe ktorej sme sa mohli dopracovať k jej finálnej podobe a výsledkom. Spracovanie problematiky si vyžadovalo využitie viacerých metód. Ťažiskovou metódou bola *metóda vysvetľujúceho opisu*, ktorej základom boli prevažne informácie získané zo zdrojov Štátneho archívu Ministerstva vnútra SR v Leviciach (2013). Pri spracovaní členenia územia na základe zvolených kritérií sme využili *kartografické metódy (metóda kartogramov a kartodiagramov)*. *Metóda terénneho výskumu* bola využitá pri získavaní historických a faktografických údajov v Štátnom archíve Ministerstva vnútra SR v Leviciach, na obecných úradoch, resp. od starostov obcí a miestnych obyvateľov. Mapové výstupy boli realizované prostredníctvom softvéru Quantum GIS 1.7.1.

## Vymedzenie územia mikroregiónu

Územie s celkovou rozlohou 281 km<sup>2</sup> sa rozprestiera v severovýchodnej časti Nitrianskeho samosprávneho kraja v okrese Levice. Leží na území dvoch historicko-správnych celkov Hont a Tekov. Do mikroregiónu boli začlenené tekovské obce: Kozárovce, Rybník, Čajkov, Hronské Kľačany, Nová Dedina a obce hontianskeho regiónu: Devičany, Pukanec, Jabloňovce, Pečenice, Bátovce, Žemberovce a Brhlovce. K 31.12.2011 žilo na tomto území spolu 12 487 obyvateľov s priemernou hustotou zaľudnenia 55,33 obyv./km<sup>2</sup>.

Z hľadiska morfogeografického členenia Slovenska sa mikroregión nachádza na rozhraní dvoch celkov - Podunajskej pahorkatiny a Štiavnických vrchov. Rozpätie nadmorskej výšky stredov obcí v mikroregióne sa pohybuje od 164 m n. m. do 354 m n. m. Najnižšie položený bod bol nameraný v Hronských Kľačanoch (160 m n. m.), najvyššími bodmi sú vrch Tatiar (734 m n. m.) a vrch Argas (734 m n. m.) na území obce Pukanec (<http://app.statistics.sk>).

Záujmové územie patrí do povodia Hrona, ktorý preteká ich západnou časťou v severojužnom smere cez obec Kozárovce. Z hľadiska ochrany prírody plošne najrozsiahlejšou je chránená krajinná oblasť (CHKO) Štiavnické vrchy, ktorá sa rozprestiera v severnej časti obcí Rybník, Čajkov, Nová Dedina, Devičany, Pukanec, vo východnej časti obcí Jabloňovce, Pečenice a Bátovce. Z prírodných rezervácií možno spomenúť Krivín (obec Rybník), Kusú horu (Hronské Kľačany) a Jabloňovský Roháč. Nachádzajú sa tu i chránené areály – Šándorky (Nová Dedina) a Žemberovský park.

Z dopravného hľadiska je mikroregión viazaný takmer výlučne na cestnú dopravu. V juhovýchodnej časti územia, cez obec Žemberovce, prechádza štátna cesta I. triedy č. 51 spájajúca mestá Trnava, Nitra, Levice, ktorá sa v Hontianskych Nemciach napája na cestu medzinárodného významu E77. Ďalšou dopravnou tepnou je cesta I. triedy č. 76 na západe, vedúca cez Kozárovce. Táto komunikácia spája Štúrovo, Želiezovce, Tlmače a pri Hronskom Beňadiku sa napája na medzinárodnú cestu E58, resp. rýchlостnú cestu R1. V obci Kozárovce sa nachádza aj železničná križovatka, ktorá by v budúcnosti, pri perspektívnom rozvoji a modernizácii železničnej dopravy mohla zohrávať významnejšiu úlohu ako je tomu dnes. Za pól ekonomického rozvoja možno považovať predovšetkým okresné mesto Levice, Tlmače (Slovenské energetické závody Tlmače a.s.) a Kalnú nad Hronom (Atómová elektráreň Mochovce) (Belajová a kol., 2003).

Pre mikroregión je príznačná územná nehomogenita, predovšetkým z dôvodu izolovanej polohy obce Hronské Kľačany, nachádzajúcej sa v juhozápadnej časti záujmového územia. Táto situácia nastala v dôsledku nezačlenenia sa všetkých oslovených obcí do tohto záujmového združenia.

## **Analýza spoločných znakov obcí**

Jedným z cieľov mikroregiónu bolo rozvinúť turizmus na základe spoločných, ale aj špecifických kultúrno-historických znakov. Ich analýza vychádza predovšetkým zo štruktúry obyvateľstva, z jednotlivých odvetví prvovýroby typických pre skúmané územie, akými sú predovšetkým vinohradníctvo, ovocinárstvo, pestovanie obilia, ťažba nerastných surovín, chov hovädzieho dobytku, oviec, kôz, koní a husí, včelárstvo, poľovníctvo ale tiež mlynárstvo, debnárstvo, hrnčiarstvo a garbiarstvo.

### Štruktúra obyvateľstva

Na formovaní tradícií sa podieľajú špecifické črty obyvateľstva, medzi ktoré možno zaradiť predovšetkým jeho národnostnú a religióznu štruktúru. Územie mikroregiónu bolo v minulosti charakteristické národnostne zmiešaným obyvateľstvom, no v súčasnosti sa jedná o obce s výraznou dominanciou slovenskej národnosti.

Z hľadiska diferenciácie je skúmané územie zaujímavé predovšetkým z hľadiska religióznej štruktúry. Na jej základe ho možno rozdeliť na dva subregióny. Subregión obcí s výraznou dominanciou rímsko-katolíckeho obyvateľstva (tekovská časť územia) a subregión so zmiešaným vierovyznaním, kde významný podiel tvorí evanjelická časť populácie (hontianska časť). Jedná sa o obce Bátovce (27%), Brhlavce (20,6%), Devičany (63,9%), Jablňovce (29%), Pukanec (17,6%) a Žemberovce (24,7%) (SODB, 2011). Hranice týchto dvoch subregiónov sú takmer totožné s hranicami Hontianskej a Tekovskej župy. Výnimkou je iba obec Pečenice. Príčiny dominancie rímsko-katolíckeho vierovyznania sa pripisujú jezuitskému rádu, ktorý tu pôsobil od r. 1693.

Napriek tomu možno konštatovať, že pre územie Tekova je charakteristická prevaha rímsko-katolíckeho obyvateľstva, zatiaľ čo Hont je typický religiózne zmiešaným obyvateľstvom. Táto skutočnosť bola predovšetkým v minulosti príčinou vzájomnej antipatie medzi príslušníkmi rímsko-katolíckej a evanjelickej cirkvi. Situácia sa zmenila po vydaní Tolerančného patentu 1781 Jozefom II. Postupne sa vplyv náboženstva oslabil, predovšetkým po roku 1948, keď komunistický režim začal uplatňovať tvrdú protináboženskú politiku. V súčasnosti sú vzťahy medzi konfesiami korektné a nepredstavujú prekážku vzájomného spolužitia.

### Vinohradníctvo

Pestovanie viniča v severnej časti okresu Levice je významnou kapitolou histórie celej oblasti a je jedným z charakteristických spoločných znakov obcí mikroregiónu Hont-Tekov. I keď Nitrianska vinohradnícka oblasť dnes patrí k najvýznamnejším v rámci SR, nie všetky jej regióny sú rovnako známe a to aj napriek tomu, že v minulosti sa podstatnou mierou podieľali na zásobovaní vínom

banských miest a vtedajšieho Budína. Víno z Čajkova, Devičian a Pečeníc bolo považované za víno najvyššej kvality tzv. „*primae classis*“. V súčasnosti tu prebieha realizácia projektu tzv. Rybníckej vínnej cesty, ktorá by mala napomôcť k revitalizácii vinohradníctva na tomto území.

Obce mikroregiónu patria do Nitrianskej vinohradníckej oblasti, do kategórie B2 (Zákon 313/2009 Z. z. o vinohradníctve a vinárstve). Vinohradnícke obce Rybník, Čajkov, Kozárovce, Hronské Kláčany a Nová Dedina patria do Tekovského vinohradníckeho rajónu, Pukanec, Devičany, Jabložovce, Pečenice, Bátovce, Žemberovce a Brhlovce sú začlenené do Pukanského vinohradníckeho rajónu. Odporúčanými odrodami pre pestovanie v tejto oblasti sú najmä Rizling rýnsky, Rizling vlašský, Rulanské biele, Rulanské sivé, Chardonnay, Veltlínske zelené, Frankovka modrá, Svätovavrinské a Cabernet Sauvignon (Bátovská, Bešinová, 2011).

Na základe plochy vinohradov možno obce mikroregiónu rozdeliť do troch kategórií. Obce s celkovou rozlohou vinohradov do 20 ha (sem možno zaradiť obce hontianskej časti + Hronské Kláčany). Obce s celkovou rozlohou vinohradov od 20,1 do 40 ha (Kozárovce, Rybník a Nová Dedina). Obec Čajkov patrí medzi obce s najväčšou plochou vinohradov, kde celková rozloha vinohradov dosahuje viac ako 40 ha (mapa 2). Okrem drobných vinárov tu v súčasnosti pôsobi niekoľko podnikateľských subjektov s týmto zameraním (B&T Agrovín s.r.o., Muráni víno Čajkov s.r.o., Víno Niehta Čajkov s.r.o.) (Obchodný register SR, 2013).

### Ovocinárstvo

Napriek tomu, že v Honte a Tekove nedosahovalo ovocinárstvo také rozmery ako vinohradníctvo, rovnako i ono zohralo významnú úlohu v ekonomike, ale aj v tradíciách územia. Ovocie bolo dôležitým článkom výživy, jeho predaj zasa prameňom finančných príjmov roľníckych domácností. Ovocinárske tradície tu položili základ vyšším formám obchodu a spracovateľského priemyslu, ktoré poskytli možnosť zárobku pre miestne obyvateľstvo. V 19. stor. patrila Hontianska župa medzi najväčšie ovocinárske oblasti na našom území. Regionálny sortiment ovocných druhov sa vytvoril zo základného domáceho fondu a z cudzích prínosov ich vzájomným krížením a postupnou selekciou. Vytvorili sa tak početné odrody rozmanitých druhov a niektoré dosiahli vo vhodnom prostredí vynikajúce vlastnosti (*hontianska končiarka*, *čerešňa krupinská dudečka*). Pestovali sa predovšetkým jablone, hrušky, čerešne, marhule, broskyne, slivky a orechy. Z jabloní sú najznámejšie odrody *hontianska končiarka*, *mašianki*, *val'ingi*, *citrónki*, *jakubovki* a *kožienki*. K domácim hruškám patria *karmanki*, *mas'lovki*, *kocmanki*, *mädovki*, *apatekárki*, *zvonárki* a iné. Slivky sú zastúpené v rozmanitom sortimente, no pre mnohé chýba pomenovanie. Zo známych uvádzame tieto názvy: *muškátka*, *belávki*, *trnki* a *frkovki*. Marhule sa tu pestujú iba maloploché. Pôvodne boli vo viniciach, kde ešte dodnes ostali po vyhnutí viniča. V roku 1903 sem bola introdukovaná *marhuľa kečkemétska*. Broskyň, nazývaných *baracke* je tu málo,

zväčša však boli tiež vysádzané vo viniciach. Z orechov sú známe *olaské, kráľovki a bujaki* (Botík, 1988).

Špecifickým ovocným stromom pre túto oblasť je moruša čierna (*Morus nigra*). Predpokladá sa, že sem bola introdukovaná v čase tureckých nájazdov. Je zastúpená niekoľkými stovkami jedincov, z toho najvyššia koncentrácia je na území obce Pukanec a v okolitých obciach v podhorí Štiavnických vrchov (tab. 1, mapa 3). V tomto území je druh viazaný na vinohrady a vyskytuje sa len v miestach, kde rastie alebo v minulosti rástol vinič hroznorodý (*Vitis vinifera*). Po zmene legislatívy však k uplatneniu jej ochrany v praxi nikdy nedošlo (Mikuška, 2002).

V potravinárskom priemysle sa využívajú najmä plody, ale aj listy. Plodom sa pripisujú veľmi dobré tráviace, narkotické a antitoxické vlastnosti.

Tab. 1: Početnosť výskytu moruše čiernej v okolí Pukanca (2002)

Table 1: The incidence of black mulberries around Pukanec (2002)

| Lokalita        | Počet stromov |
|-----------------|---------------|
| Bátovce         | 40            |
| Brhlovce        | do 10         |
| Čajkov          | 20            |
| Devičany        | 50            |
| Hronské Kľačany | do 10         |
| Jabložovce      | 80            |
| Kozárovce       | do 10         |
| Nová Dedina     | do 10         |
| Pečenice        | 15            |
| Pukanec         | 420           |
| Rybník          | 20            |
| Žemberovce      | do 40         |
| <b>Celkom</b>   | <b>645</b>    |

Zdroj: Mikuška, 2002

Ako vyplýva z tab. 1, môžeme nájsť v tejto oblasti takmer 650 rodiacich stromov. Z toho 420, čiže približne 60% rastie v Pukanci. Zvyčajne sa jedná o staršie stromy, ale môžeme nájsť aj mladé jedince.

Z bobuľovitých rastlín treba spomenúť ríbezle červené, ríbezle čierne a egreš obyčajný, ktoré sa často vysádzali vo viniciach. Dnes sa pestujú v záhradách, ale iba veľkoplodé sorty. Jahody bývali v minulosti najmä v panských záhradách a vo viniciach. V súčasnosti sa pestujú prevažne v prídomových záhradách (Botík, 1988).

Na ovocinárstvo bolo priamo naviazané liehovarníctvo. Na území mikroregiónu sa liehovar nachádzal v obci Žemberovce, ktorý prevádzkovala

rodina Rudnayovcov až do konca 1. sv. vojny a tiež v Jabloňovciach v časti Vináre. V tejto súvislosti možno spomenúť aj pivovar, ktorý sa nachádzal v obci Devičany (Štátny archív Ministerstva vnútra SR v Leviciach, 2013).

Pre obohatenie lokálneho turizmu sa otvára možnosť jeho rozvoja formou domáceho spracovania ovocia, najmä moruše (džemy, šťavy, sirupy, sušené listy, morušové víno, pečivo, atď.).

### Poľovníctvo

Na území mikroregiónu sa nachádzajú poľovné revíry s hojným výskytom lovej zveri a poľovníctvo tu má pomerne bohatú tradíciu. Na základe lesných hospodárskych celkov (LHC), možno záujmové územie rozdeliť do štyroch subregiónov – LHC Bohunice (Jabloňovce, Pečenice, Bátovce, Žemberovce), LHC Devičany (Pukanec, Devičany, Nová Dedina, Čajkov, Rybník), LHC Čífare (Kozárovce, Hronské Kľačany) a LHC Levice (Brhlavce) (mapa 4). Hranice jednotlivých poľovných revírov sú takmer identické s hranicami obcí. Z hľadiska výskytu, resp. lovu divjej zveri v jednotlivých revíroch evidujeme (predovšetkým z dôvodu relatívne malej rozlohy územia) iba nepatrné rozdiely. Jedná sa predovšetkým o jeleniu zver, ktorá sa vyskytuje prevažne v zalesnených oblastiach na severovýchode mikroregiónu. V revíroch na území obcí Rybník, Kozárovce, Hronské Kľačany a Brhlavce je jej výskyt skôr raritou. Z dôvodu zriadenia zvernic sa v revíroch Devičany (Žuhračka), Nová Dedina a Čajkov rozmnožila muflónia a danielia zver, ktorá však pôvodne pochádza zo Stredomoria (Červený a kol., 2004).

Z hľadiska udržiavania vzťahov medzi poľovníckymi spolkami, ale aj z hľadiska rozvoja turizmu, zohráva významnú úlohu organizovanie spoločných podujatí, akými sú napríklad Levické poľovnícke dni, Poľovnícky ples, rôzne strelecké a kynologické súťaže.

### Ťažba nerastných surovín

Ťažba nerastných surovín je typická najmä pre obce hontianskej časti mikroregiónu. Prvá písomná zmienka o výskyte striebornej rudy v okolí Pukanca (vtedajšia Bakabánya) pochádza z r. 1270. V roku 1317 kráľ Karol Róbert udelil právo hľadať zlato, striebro a iné kovy na území Pukanca komesovi Gregorovi. Po nájazdoch Turkov v 16. a 17. st. začalo baníctvo na tomto území upadať a posledná zmienka o prevádzke baní pochádza z roku 1842 (<http://www.pukanec.sk>).

Na území Pukanca, v časti Majere, bola v päťdesiatych rokoch 20. storočia objavená dokonca malá uhoľná panva. Pre nevelký rozsah, nevýhodnú polohu a nízku kvalitu má však lignitový sloj nepatrný význam. V jeho nadloží a podloží sú vrstvy kaolinických žiaruvzdorných ílov, čo malo súvis s rozvojom hrnčiarstva na tomto území (Slivka, 2006).

Zlato a striebro sa ťažilo tiež v obci Devičany. Najmä v severozápadnej časti boli bohaté zlatonosné a striebornosé rudné žily, kde spustnuté štôlne a šachty vidieť dodnes. Zlato a striebro sa tu dolovalo približne do roku 1775. V

týchto rokoch tu organizovala „kutacie“ práce Anna Mária Hellenbach (www.devicany.sk).

V severnej časti územia obce Jabložovce sa nachádza bridlicový lom, ktorý je majetkom Urbárskej spoločnosti Horné Jabložovce. Pre nerentabilnosť bola ťažba bridlice po roku 2007 pozastavená.

V obci Rybník sa nachádza funkčný andezitový lom. Andezit je využívaný predovšetkým ako podklad železničných tratí, drážnych chodníkov a nástupíšť.

Tufový kameň sa v minulosti v malom množstve ťažil na území obcí Brhlovce a Žemberovce. Kamenné architektonické prvky na fasádach budov, ale tiež náhrobné kamene pochádzajúce prevažne z Brhloviec, sú charakteristické pre celý mikroregión. V obci Žemberovce sa pri kutacích prácach v minulosti zistil výskyt uhlia a železa.

Na základe výskytu nerastných surovín v záujmovom území, a s tým súvisiacej ťažby, možno vyčleniť 6 obcí s týmto zameraním. Ide o obce Pukanec a Devičany, pre ktoré bola v minulosti príznačná ťažba zlata a striebra; obce Brhlovce a Žemberovce s ťažbou tufového kameňa; Jabložovce ťažbou bridlice a obec Rybník, kde aj v súčasnosti prebieha ťažba v andezitovom lome (mapa 5). Celý východný poloblúk od Pukanca až po Brhlovce je považovaný za potenciálne rudné územie. Ťažba v ňom by bola ale nerentabilná, vzhľadom na jej akosť a predovšetkým množstvo.

V súvislosti s ťažbou je nutné poznamenať, že každá obec mala svoj kameňolom, kde sa získaval stavebný kameň, slúžiaci pri výstavbe obytných a hospodárskych budov (Štátny archív Ministerstva vnútra SR v Leviciach, 2013).

### Hrnčiarstvo

Výskyt kaolinických ílov na území Pukanca v časti Majere podmienil rozvoj hrnčiarstva, ktoré tu má dlhoročnú tradíciu. Výrobky z tamojších dielní boli známe v rámci celého Slovenska i v zahraničí. K najvýznamnejším patrí pukanská keramika z dielne Jána Franka. V okolitých obciach hrnčiarstvo nemalo tradíciu a zväčša sa jednalo iba o napodobovanie pukanskej keramiky, ktorej akosť však nedosahovala požadovanú úroveň.

### Mlynárstvo

V súvislosti s vhodnými pôdno-klimatickými podmienkami a pestovaním obilnín na tomto území, bolo potrebné ich následné spracovanie. V oblasti spracovania obilnín boli obce mikroregiónu na pomerne vysokej úrovni, o čom svedčí aj počet mlynov. Najväčší rozmach mlynárstva a výstavba nových mlynov bola zaznamenaná v období od 19. stor. do prvej polovice 20. stor. Boli tu lokalizované tzv. *nábřežné mlyny* s umelým vodným kanálom - náhonom na prívod vody ku koncovému kolesu s horným dopadom vody (Mlynka, Haberlandová, 2007).

Na vodnom toku Sikenica ich bolo podľa vodnej knihy lokalizovaných 23.

Okrem Brhloviec mala v období od 19. stor. do polovice 20. stor. každá obec aspoň jeden funkčný mlyn. Po roku 1951 takmer všetky obecné mlyny svoju činnosť ukončili, čo súviselo s núteným rušením živností. Postupne chátrali a zanikali aj technické zariadenia, určené na prívod vody a transformáciu vodnej sily (Holbová, 2006).

Písomné správy z 18. stor. hovoria o troch mlynoch na území obce Rybník. Dva boli vybudované na Hrone a jeden na menšom vodnom toku Pod Teplicou. Mlyny boli počas druhej svetovej vojny tak zničené, že neboli schopné ďalšej prevádzky a obyvatelia Rybníka boli nútení mlieť obilie v okolitých mlynoch v Čajkove, Tlmačoch a Svätom Beňadiku (Horniačik, 2010).

Niekoľko mlynov bolo tiež lokalizovaných v obci Devičany. Jeden sa nachádzal nad „Chováňovým sadom“. Vznikol prestavaním jednej zo samôt v 17. stor. Ďalší mlyn bol postavený na „Dolných lúkach“. Pri rekultivácii Myš-potoka v 20. st. sa základy tohto mlyna, ktoré boli vtedy asi 1 m vysoké, zasypali. Predpokladá sa, že v Dolnom Prandorfe (Dolné Devičany) bol aj tretí mlyn, a to vedľa cesty hneď za tzv. „Jarkom“. Je tu priehlbina, kde mohol stáť. V Hornom Prandorfe (Horné Devičany) boli dva Slávikove mlyny na Vrškách na mieste bývalých stúp (jednoduché buchary na drvenie rudy). V Myš-potoku bol mlyn Čavojovcov, tiež na mieste stúp. Posledným mlynárom tu bol Alojz Awieszki (pôvodom Poliak) asi do roku 1970. Len o čosi dlhšie bol v čiastočnej prevádzke Kováčikov mlyn, kde bol posledným mlynárom Ján Burda. Spomenuté dva mlyny sú dnes zrúcaninami (Kysel, 2013).

V Hronských Kľačanoch bol už roku 1634 vybudovaný odvodňovací kanál Perec, ľudovo nazývaný „Kompa“. Mlyn je v súčasnosti už mimo prevádzky (<http://www.hronskeklacany.sk/historia-obce.html>).

Mlyny boli aj v obciach Čajkov (od r. 1720), Jabloňovce (od r. 1715) tri mlyny, Bátovce v časti Jalakšová jeden a v časti Vináre dva mlyny, Nová Dedina v časti Opatová dva mlyny, Kozárovce (od r. 1302), Pečenice- Mravíkov mlyn (2. pol. 19. st.), Pukanec – dva mlyny, Žemberovce – tri mlyny, z toho jeden parný, obnovený v r. 1991, v prevádzke bol do r. 2003. Tento mlyn bol veľkou konkurenciou pre okolité vodné mlyny a viaceré z nich z tohto dôvodu museli svoju prevádzku ukončiť (Borguľa, 2007, Holbová, 2006).

Podľa intenzity mlynárstva možno záujmové územie rozdeliť do troch subregiónov, avšak iba jeden z nich tvorí relatívne kompaktné územie (mapa 6). Jedná sa o subregión vo východnej, teda hontianskej časti územia, kde bolo lokalizovaných najviac mlynov prevažne na vodnom toku Sikenica a jej prítokoch. Ide o obce Devičany, Jabloňovce, Bátovce a Žemberovce. Na západe malo mlynárstvo významné postavenie v obci Rybník, predovšetkým vďaka prítomnosti rieky Hron.

### Pekárstvo

S mlynárstvom bolo úzko prepojené pekárstvo. V minulosti sa chlieb piekol

prevažne v domácich podmienkach. Pekárne boli lokalizované a dodnes sú v obciach Bátovce, Pukanec a dve v Kozárovciach.

### Chov oviec

Nitrianska stolica bola najväčšou oblasťou chovu oviec na našom území. Išlo o mimoriadne lukratívny obchodný artikel a bol rozšírený vo všetkých 12-tich obciach mikroregiónu. Situácia sa však radikálne zmenila na začiatku 20. stor., keď sa do Európy začala dovážať lacná vlna zo zámoria (predovšetkým zo štátov Južnej Ameriky). Postupne chov oviec upadal a v súčasnosti je na tomto území skôr raritou.

### Chov koní

Chov koní na tomto území nebol príliš rozšírený, zrejme aj z dôvodu značnej finančnej náročnosti. Výnimkou bola obec Devičany, kde sa chovali dokonca vojenské kone a ich počet sa pohyboval okolo 40 kusov. V ostatných obciach to boli hlavne majetnejší jednotlivci, ktorí kone využívali na hospodárske práce. V súčasnosti chov koní nemá na území mikroregiónu významnejšie zastúpenie.

### Chov husí

Chov husí bol rozšírený vo všetkých obciach mikroregiónu. Mesto Levice bolo ešte na začiatku 20. stor. známe okrem iného aj husacími pečienkami a tzv. „štvrtkami“. Husi boli chované a dodávané z okolitých obcí, vrátane obcí Mikroregiónu Hont-Tekov (Štátny archív Ministerstva vnútra SR v Leviciach, 2013).

### Včelárstvo

Včelárstvo sa tešilo značnej obľube a bolo rozšírené na celom území dnešného mikroregiónu. K spopularizovaniu tohto odvetvia prispel začiatkom 20. st. aj Gazdovský spolok v Šahách (vtedajšie sídlo Hontianskej župy), ktorý podporoval včelárstvo z dôvodu zvyšovania poľnohospodárskej produkcie (Štátny archív Ministerstva vnútra SR v Leviciach, 2013).

### Ostaté remeslá

Okrem uvedených malo na tomto území zastúpenie aj *debnárstvo*, *garbiarstvo* a *tkáčstvo* a to predovšetkým v Pukanci a Bátovciach (výroba vínnych sudov, čižiem, topánok, kobercov, uterákov a pod.).

## **Kultúrno-historické súvislosti rozpadu mikroregiónu**

Pre fungovanie a udržanie sa mikroregiónov a združení obcí je mimoriadne dôležitá vzájomná komunikácia a spolupráca starostov, celistvosť územia,

štruktúra obyvateľstva (predovšetkým religiózna, národnostná), ktorá sa podpisuje na kultúrno-historickom vývoji územia. Regióny Hont a Tekov sú dva špecifické, historicky a kultúrne odlišné celky a vznik Mikroregiónu Hont-Tekov bol jedným z niekoľkých viac či menej úspešných pokusov o ich aspoň formálne zjednotenie. V tejto súvislosti je nutné upozorniť na skutočnosť, že počas histórie došlo k administratívne zlučeniu Hontu a Tekova zákonom o krajinskom zriadení v r. 1927 a po Viedenskej arbitráži v decembri 1938, keď vznikla veľžupa Tekov-Hont.

Jednou z príčin neúspešného spájania môže byť aj umelé navyšovanie počtu obcí občianskych združení a mikroregiónov z dôvodu vyššej pravdepodobnosti pridelenia finančných prostriedkov zo štrukturálnych fondov EÚ. Vznik Mikroregiónu Hont-Tekov v roku 2003 bol jedným z účelových príkladov iniciatívy miestnych samospráv o urýchléné riešenie nepriaznivej finančnej situácie aj napriek riziku, že jednotlivé obce nemajú ideálne predpoklady pre vytvorenie jednotného celku. Životnosť tohto združenia obcí bola 9 rokov.

Napriek tomu, že Mikroregión Hont-Tekov v roku 2012 zanikol, je nutné poznamenať, že stanovené ciele, sformulované pri jeho vzniku, boli čiastočne naplnené. Je škoda, že sa vytratil záujem v tomto celku zotrvať a pokračovať v rozvoji a v presadzovaní regiónu navonok.

Mikroregión Hont-Tekov bol štartom pre vznik nových aktivít - Čajkovské vinobranie, Regionálna degustácia vín, Čilejkársky jarmok, Slávnosti sv. Urbana, atď. Tieto aktivity fungujú do dnes a už sú to tradičné podujatia „čilejkárskych“ obcí. Počas existencie mikroregiónu bolo zriadených niekoľko „ľudových domov“, vinohradnícke múzeum, dom starožitností, atď. Vznikli tiež obecné folklórne skupiny (FS Dolina Čajkov).

Za jednotiace prvky, spájajúce regióny Hont a Tekov, ktoré pretrvali dodnes, možno považovať predovšetkým vinohradníctvo, ovocinárstvo, obilnárstvo a poľovníctvo. V minulosti to bol aj chov husí (špecializovaný na husacie pečienky), ale tiež výrobky z tufového kameňa, pochádzajúceho z Brhloviec (architektonické prvky na fasádach budov, resp. náhrobné kamene) (tab. 2). Práve tieto aspekty je potrebné brať do úvahy pri vytváraní konceptu trvalej udržateľnosti daného územia. Sústrediť sa na revitalizáciu pôvodných remesiel, akými sú hrnčiarstvo, debnárstvo, organizovanie vinárskych degustácií, obnovu husacích hodov, či vytvorenie tradície tzv. morušových slávností.

Za prvky, ktoré tieto dva regióny predovšetkým v minulosti určitým spôsobom rozdeľovali, možno považovať náboženstvo, ale tiež národnostné zloženie (značný podiel maďarského obyvateľstva najmä v Honte). Tekovské obce sú charakteristické výraznou prevahou rímskokatolíckeho obyvateľstva, zatiaľ čo v Honte má značné zastúpenie aj evanjelická cirkev. V súčasnosti však už tento aspekt nezohráva natoľko dôležitú úlohu a príčiny rozpadu možno hľadať skôr v územnej a nekompaktnosti mikroregiónu. V tejto súvislosti je nutné spomenúť aj otázku dopravného spojenia, ktoré je predovšetkým v severovýchodnej časti územia na nižšej úrovni a prevládajú tu cesty II. a III. triedy.

Napriek skutočnosti, že v roku 2012 mikroregión zanikol, starostovia niekoľkých obcí majú snahu a záujem o ďalšiu spoluprácu a prehlbovanie vzájomných väzieb. Svedčí o tom aj novovzniknuté občianske združenie Pod Slovenskou bránou (18 obcí), ktoré sa sformovalo ešte v tom istom roku a okrem obcí Jabloňovce, Pečenice, Bátovce a Hronské Kľačany sú jeho členmi všetky obce bývalého Mikroregiónu Hont-Tekov.

Tab. 2: Vyhodnotenie spoločných/odlišných znakov obcí Mikroregiónu Hont-Tekov

Table 2: Evaluation of common/different characters of municipalities of the Hont-Tekov Microregion

| obce \ znaky           | subregión | vinohradníctvo | včelárstvo | chov oviec | chov kôz | chov hov. dobytká | poľovníctvo | pestovanie obilí | chov husí |
|------------------------|-----------|----------------|------------|------------|----------|-------------------|-------------|------------------|-----------|
| <b>Bátovce</b>         | <b>Sv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Pukanec</b>         | <b>Sv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Devičany</b>        | <b>Sv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Jabloňovce</b>      | <b>Sv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Pečenice</b>        | <b>Sv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Brhlovce</b>        | <b>Jv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Žemberovce</b>      | <b>Jv</b> | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Rybník</b>          | <b>Z</b>  | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Hronské Kľačany</b> | <b>Z</b>  | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Čajkov</b>          | <b>Z</b>  | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Kozárovce</b>       | <b>Z</b>  | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |
| <b>Nová Dedina</b>     | <b>Z</b>  | •              | •          | •          | •        | •                 | •           | •                | •         |

| znaky<br>obce              | subregión | ovocinárstvo | mlynárstvo | t'ažba rúd<br>a nerastných<br>surovín | tkáčstvo | chov koní | garbiarstvo | debnárstvo | hmnčiarstvo | počet znakov<br>spolu |
|----------------------------|-----------|--------------|------------|---------------------------------------|----------|-----------|-------------|------------|-------------|-----------------------|
| <b>Bátovce</b>             | <b>Sv</b> | •            | •          | •                                     | •        | x         | •           | •          | x           | <b>15</b>             |
| <b>Pukanec</b>             | <b>Sv</b> | •            | •          | •                                     | •        | x         | •           | •          | •           | <b>15</b>             |
| <b>Devičany</b>            | <b>Sv</b> | •            | •          | •                                     | x        | •         | x           | x          |             | <b>13</b>             |
| <b>Jablonovce</b>          | <b>Sv</b> | •            | •          | •                                     | •        | •         | x           | x          | x           | <b>13</b>             |
| <b>Pečenice</b>            | <b>Sv</b> | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>10</b>             |
| <b>Brhlovce</b>            | <b>Jv</b> | •            | x          | •                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>11</b>             |
| <b>Žemberovce</b>          | <b>Jv</b> | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>11</b>             |
| <b>Rybník</b>              | <b>Z</b>  | •            | •          | x                                     | x        | •         | x           | x          | x           | <b>11</b>             |
| <b>Hronské<br/>Kľačany</b> | <b>Z</b>  | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>10</b>             |
| <b>Čajkov</b>              | <b>Z</b>  | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>10</b>             |
| <b>Kozárovce</b>           | <b>Z</b>  | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>10</b>             |
| <b>Nová Dedina</b>         | <b>Z</b>  | •            | •          | x                                     | x        | x         | x           | x          | x           | <b>10</b>             |

Zdroj: Štátny archív MV v Leviciach, spracoval: Cintula, 2013; x - nevyskytuje sa

Na základe porovnania a vyhodnotenia spoločných znakov dvanástich obcí mikroregiónu Hont-Tekov je možné vyčleniť tri subregióny, ktoré by mohli pre rozvoj využívať práve spoločný kultúrno-historický potenciál:

- *Severovýchodný subregión* - z tab. 2 vyplýva, že najviac spoločných znakov (15) majú obce Pukanec a Bátovce, ďalej sú to obce Jablonovce a Devičany (13). Na základe tohto zistenia by tieto obce mohli tvoriť jeden subregión.

Zvyšných 8 obcí vykazuje 10-11 spoločných znakov, ktoré však netvoria územne kompaktný celok, preto ich možno teoreticky rozdeliť na ďalšie dva subregióny:

- *Západný subregión* tvorený tekovskými obcami Kozárovce, Rybník, Čajkov a Nová Dedina,

- *Juhovýchodný subregión* tvorený hontianskymi obcami, nachádzajúcimi sa v juhovýchodnej časti územia mikroregiónu - Žemberovce a Brhlovce.

Obec Pečenice nevykazuje natoľko vysoký počet spoločných znakov, no vzájomná kultúrna a historická prepojenosť so susednými obcami Jablonovce a Bátovce je nesporná. Okrem obce Pečenice do tohto „severovýchodného“ subregiónu z hľadiska kultúrno-historických znakov možno pričleniť aj obec Bohunice, nachádzajúce sa medzi obcami Jablonovce a Pukanec.

Hronské Kľačany ostávajú izolované a ich poloha pri vytváraní celku so

vzniknutým západným subregiónom nie je ideálna. Jeden celok by teoreticky mohli tvoriť spolu s obcami Podlužany, Hronské Kosihy a Starý Tekov, teda s obcami, ktoré sa za súčasného stavu nachádzajú medzi Hronskými Kľačanmi a ostatnými obcami mikroregiónu (mapa 7).

## Záver

Na základe porovnania spoločných resp. rozdielnych znakov jednotlivých obcí Mikroregiónu Hont-Tekov možno konštatovať, že zistené rozdiely mohli do určitej miery ovplyvniť jeho rozpad. Základom fungovania každého združenia obcí je však vzájomná komunikácia zástupcov obcí, ochota riešiť prípadné problémy, budovanie vzájomnej spolupatričnosti, prehlbovanie spolupráce pri organizovaní spoločných aktivít a projektov, hľadanie konsenzu pri strete záujmov a v neposlednom rade schopnosť vedenia koordinovať a riadiť jednotlivé aktivity a to v dlhodobom časovom horizonte so zreteľom na trvalú udržateľnosť združenia. V prípade Mikroregiónu Hont-Tekov došlo zrejme k zlyhaniu týchto faktorov, čo sa podpísalo na jeho fungovaní a následne i pod jeho rozpad.

## Literatúra

- Bátovská, J. – Bešinová, E. 2011.** Vinicola Carpathensis. Bratislava, 2011. 330 s. ISBN 978-80-8127-026-0.
- Belajová, A. a kol. 2003.** PHSR Mikroregiónu Hont-Tekov. Nitra : SPU, 2003. 132 s. ISBN 80-8069-728-1.
- Borguľa, M. 2007.** Územný plán obce Kozárovce. Nitra, 2007.
- Botík, J. 1988.** Hont – Tradície ľudovej kultúry. 1. vyd. Martin : Osveta, 1988.
- Červený, J. a kol. 2004.** Encyklopédia poľovníctva. 1. vyd. Bratislava : Ottovo nakladateľství s.r.o., 2004. ISBN 80-71-81-902-6.
- Holbová, K. 2006.** Praktické skúsenosti zo získavania údajov o mlynoch v Levickom okrese z tzv. vodnej knihy vo fondoch štátneho fondu MV SR v Nitre, pobočka Levice. In Mlyny a mlynárske remeslo. Galanta : Sinex Senec, 2006. 160 s. ISBN -80-969062-3-2.
- Horniačík, J. 2010.** Historicko-národopisná monografia. 1. vyd. Komárno : KT s.r.o., 2010. 327 s. ISBN 978-80-56-677-7.
- Klamár, R. 2007.** Strategické plánovanie rozvoja mikroregiónu Ptava. 1. vyd. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta humanitných a prírodných vied, 2007. 210 s. + 2 mapy. (Geografické práce; č. 12). ISBN 978-80-8068-604-8.
- Kysel', D. 2013.** O devičianskom chotári. Dostupné na internete: <http://www.devicany.sk/devicany-nasa-obec-ii-cast/>
- Mapový server národného lesníckeho centra.** <http://lvu.nlc.sk.org>
- Mikuška, B. 2002.** Výskyt moruše čiernej (*Morus nigra*) v okolí Pukanca. Nitra : UKF. Diplomová práca, 2002. 65 s.

**Mlynka, L. – Haberlandová, K. 2007.** Kultúrne krásy Slovenska - technické pamiatky. Bratislava : Dajama, 2007. 110 s.

**Oficiálne stránky obce Hronské KPáčany.** <http://www.hronskeklacany.sk/historia-obce.html>

**Oficiálne stránky obce Pukanec.** [http://www.pukanec.sk/ánoid\\_menu=73983&limited\\_level=1&stop\\_menu=73983](http://www.pukanec.sk/ánoid_menu=73983&limited_level=1&stop_menu=73983)

**Oficiálne stránky obce Devičany.** <http://www.devicany.sk/category/historia/>

**Obchodný register SR, 2013.** [http://www.orsr.sk/search\\_sidlo.asp](http://www.orsr.sk/search_sidlo.asp)

**Slivka, M. 2006.** Historické a kultúrne dedičstvo Pukanca. In Kultúrne a historické dedičstvo na ceste Magna Via. Húska, J. (ed.), zborník referátov. Nitra : SPU, 2006. s. 136-142.

**SODB, 2011.** <http://slovak.statistics.sk/wps/portal/>

**Spišiak, P. – Michaeli, E. – Klamár, R. 2004.** Udržateľnosť vybraného vidieckeho mikroregiónu. 1. vyd. Prešov : Prešovská univerzita, Fakulta humanitných a prírodných vied, 2004. s. 104-126. ISBN 80-8068-270-4.

**Štatistický úrad SR.** <http://app.statistics.sk/mosmis/sk/run.html>

**Štátny archív Ministerstva vnútra SR v Leviciach, 2013.**

**Štátny geologický ústav Dionýza Štúra.** <http://www.geology.sk>

**Zákon 313/2009 Z. z. o vinohradníctve a vinárstve** [http://www.uksup.sk/download/legislativa/2009/20090630\\_zakon\\_313-2009.pdf](http://www.uksup.sk/download/legislativa/2009/20090630_zakon_313-2009.pdf)

## CULTURAL-HISTORICAL CONTEXT OF HONT-TEKOV MICROREGION DISINTEGRATION

### Summary

Based on a comparison of common respectively. different characters in each of villages Hont-Tekov Microregion can conclude that the observed differences may to some extent affect its fate. The basis of the functioning of each municipality associations, however, mutual communication of municipal representatives, willingness to solve any problems, building mutual fellowship, deepening cooperation in organizing joint activities and projects, search for consensus in conflict of interest, not least the ability of management to coordinate and manage various activities in a long time term with regard to the sustainability of the association. If Hont-Tekov Microregion there seem to fail these factors, which was signed in its functioning and consequently also under its fate.

**Mgr. Martin Cintula**

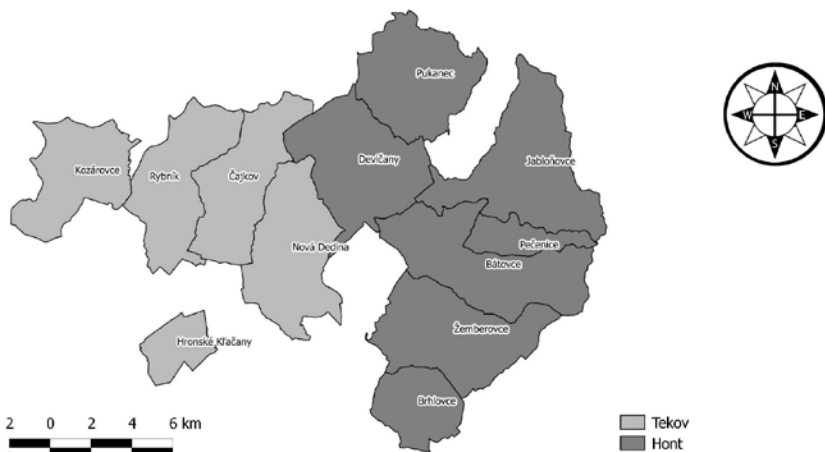
Katedra ekológie a environmentalistiky FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra

E-mail: martin.cintula@ukf.sk

Mapa 1: Mikroregión Hont-Tekov (2011)

Map 1: Hont-Tekov Microregion area (2011)

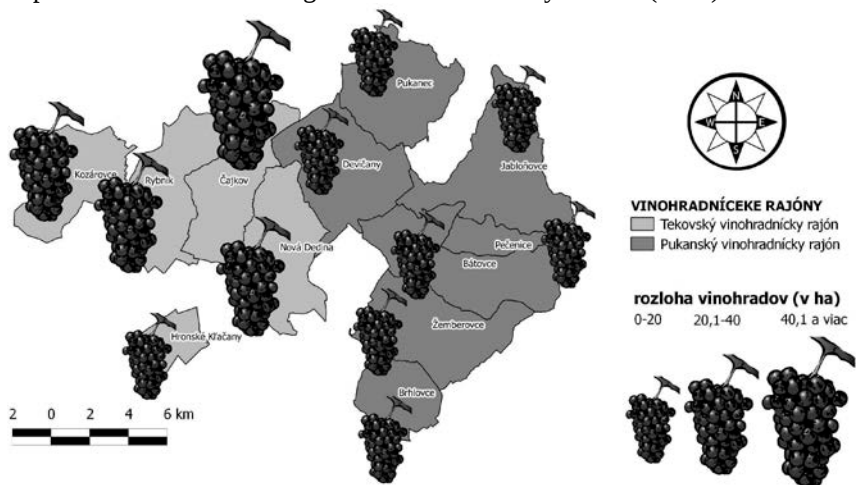


Zdroj: Belajová a kol. 2003

Martin Cintula 2013

Mapa 2: Mikroregión Hont-Tekov podľa vinohradníckych rájónov a rozlohy vinohradov (2013)

Map 2: Hont-Tekov Microregion based on the vineyard area (2013)



Zdroj: Belajová a kol. 2003

Martin Cintula 2013

Mapa 3: Mikroregión Hont-Tekov z hľadiska početnosti výskytu moruše čiernej (*Morus nigra*) (2002)

Map 3: Hont-Tekov Microregion based on the Black mulberries location (2002)

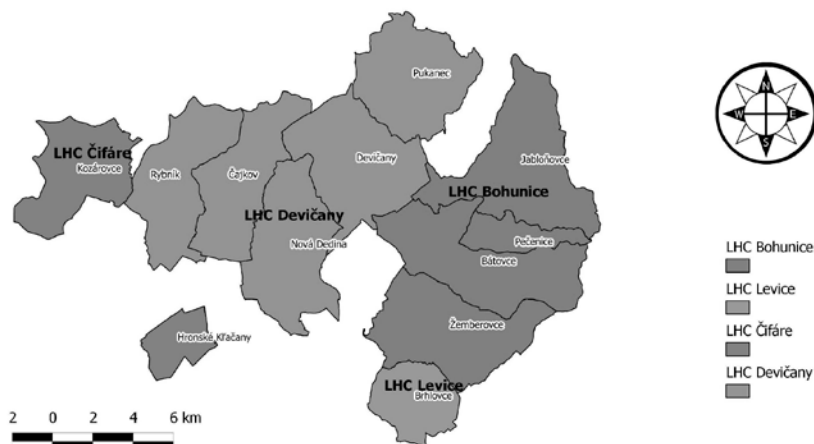


Zdroj: Mikrošik, 2002

Martin Cintula 2013

Mapa 4: Mikroregión Hont-Tekov podľa lesných hospodárskych celkov (2013)

Map 4: Hont-Tekov Microregion based on forest management units (2013)



Zdroj: <http://vu.nlc.sk.org>

Martin Cintula 2013

Mapa 5: Mikroregión Hont-Tekov z hľadiska ťažby nerastných surovín (1270-2013)  
 Map 5: Hont-Tekov Microregion based on mineral resources mining (1270-2013)



Zdroj: <http://www.geology.sk>

Martin Cintula 2013

Mapa 6: Mikroregión Hont-Tekov z hľadiska lokalizácie mlynov a pekární (19. st. – 1950)  
 Map 6: Hont-Tekov Microregion based on localization of flour mills and bakeries (19th century – 1950)

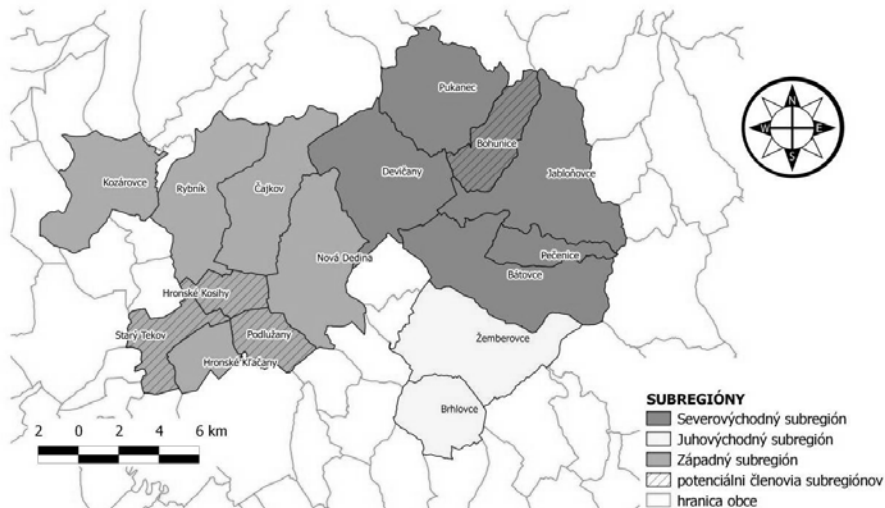


Zdroj: Štátny archív SR, 2013

Martin Cintula 2013

Mapa 7: Členenie Mikroregiónu Hont-Tekov z hľadiska spoločných kultúrno-historických a socio-ekonomických znakov

Map 7: Hont-Tekov Microregion based on the common cultural-historical and socio-economic characteristics



Zdroj: Štátny archív SR, 2013

Martin Cintula 2013

## VYUŽITIE HISTORICKÝCH MÁP A HISTORICKÝCH LETECKÝCH SNÍMOK PRI ŠTÚDIU ZMIEN VODNÝCH NÁDRŽÍ V OKOLÍ BANSKEJ ŠTIAVNICE

Daniel Kubinský

### Abstract

*Historical maps belong to a particular category of geographic data. The paper discusses how to use two types of history of maps: maps for calculating cubature of water reservoirs from different period and historical aerial photographs from 1949 to study the changes in water reservoirs near Banská Štiavnica and their proximity - riparian zone and their own watershed. The results document their extensive applicability in analyzing the causes and consequences of erosion activity as an important environmental factor that significantly affects the water reservoirs. At last they can be used in description of changes in ecological characteristics and ecological stratification such as littoral, sublittoral and profundal zone.*

**Keywords:** aerial photos, GIS, historical maps, land cover

### Úvod

Banská Štiavnica je spolu s významnými technickými pamiatkami zapísaná na listine svetového dedičstva UNESCO.

Historické mapy predstavujú jedinečný zdroj geografických informácií o krajine či konkrétnych prvkoch krajiny. V mnohých prípadoch slúžia k pochopeniu zmien prebiehajúcich v krajine. Takto získané poznatky sú aplikovateľné pri rôznych typoch analýz, syntéz a poskytujú početné východiská pre ďalšie interpretácie.

Problematika využitia historických máp je aktuálna (Boltižiar, 2009, Boltižiar, Olah, 2008, Boltižiar, Olah, Petrovič, 2007, Boltižiar, Brúna, Křováková, 2008, Chrastina, 2004, Žigrai, 2001). O informačnej hodnote historických máp pri ekologickom výskume a ochrane krajiny pojednáva Olah (2009). Viaceré štúdie sa danej problematike venujú aj v zahraničí (Podobnikar, 2010). Výskum zameraný na analýzu vodných diel s použitím historických podkladov bol tiež spracovaný v Poľsku (Choiński, Ptak, 2009), v Amerike (Boddy, Ganske, 2005, Kansas Biological Survey, 2007). Dosiahnuté výsledky dokumentujú bohaté aplikačné možnosti týchto podkladov pre rôznorodé využitie v praxi. Historické mapy spomenuté v príspevku pochádzajú z Hlavného Komorskogrofskeho úradu v Banskej Štiavnici. Dnes sú dostupné v Štátnom ústrednom banskom archíve (ŠÚBA), jedinom špecializovanom banskom archíve na území bývalej Rakúsko-

uhorskej monarchie. Na všetkých plánoch sa nachádzala mierka, väčšinou znázornená aj graficky, okrem textovej informácie. Každá historická mapa výpočtu kubatúr objemu vody obsahovala názov a tabuľku objemu a vodnej plochy prislúchajúcej jednotlivým výškam. Jazykom týchto máp je maďarčina. Mnohé z nich sú umelecké výtvary, niektoré kolorované. Odzrkadľujú dokonalé meračské postupy, metódy a zariadenia vtedajších tvorcov. Ako meracie zariadenie sa používal teodolit - hlavný geodetický nástroj na meranie a vytyčovanie horizontálnych a vertikálnych uhlov. Pri teodolitoch platil princíp dvoch otočných osí kolmých na seba a kolmej zámernej priamky. Repetičné teodolity boli najbežnejšie.

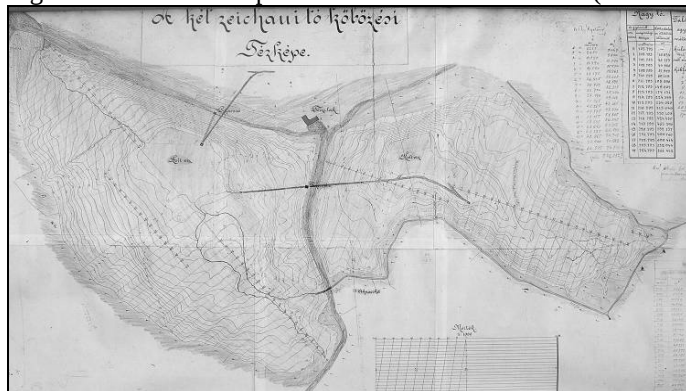
### Materiál a metódy

V štúdiu boli použité historické letecké snímky z roku 1949 (Topografický ústav) a historické plány pre výpočet kubatúr s detailným zakreslením reliéfu dna vrstevnicami (Štátny ústredný bankový archív). Obidva druhy podkladov slúžili ako báza pri analýze zmien objemu, plochy a využívania krajiny v okolí vodných nádrží v území Banskej Štiavnice, známych pod názvom tajchy. Historická mapová dokumentácia je dostupná v analógovej podobe.

Pre ďalšie spracovanie je potrebná digitalizácia a to skenovaním do minimálneho rozlíšenia 300 DPI do formátu TIFF, obr. 1.

Obr. 1: Historická mapa Richňavských nádrží (Kamenár, Muzsnai, 1888)

Figure 1: Historical map of the reservoirs of Richňava (Kamenár, Muzsnai, 1888)



Takto spracovaný formát je ďalej potrebné upraviť pre GIS prostredie umiestnením do známeho súradnicového systému. V podmienkach Slovenska ide o súradnicový systém S-JTSK. Vrstvy geografických údajov (v tomto prípade rastre), ktoré nie sú geograficky umiestnené, sú v mapovom okne zobrazené v

presne neurčenom a špecifikovanom priestore. Číselné hodnoty, ktoré predstavujú ich geografickú polohu, nezodpovedajú žiadnemu zobrazovaciemu systému. Georeferencovanie bolo spracované v prostredí ArcGis na základe spojenia dostatočného počtu jednoznačne identifikovateľných bodov na historickej mape a na súčasných mapách v kartografickom systéme (letecké snímky Eurosense, 2006).

S polohovo umiestneným rastrom je možné ďalej pracovať ako s plnohodnotným GIS podkladom. Pri historických mapách dokumentujúcich výpočet kubatúr boli vrstevnice vektorizované (ArcGIS) a ďalej spracované a vizualizované v softvéri Surfer 8. Keďže tieto mapy boli zamerané iba na priestor vodnej nádrže a blízkeho okolia, podklady boli ďalej napojené na jednotný vektorový podklad získaný z máp 1 : 10 000 (stav k roku 2006) a ďalšie modelovanie tak bralo do úvahy len zmeny povrchu prebiehajúce v priestore vodnej nádrže, nie v ich širšom okolí.

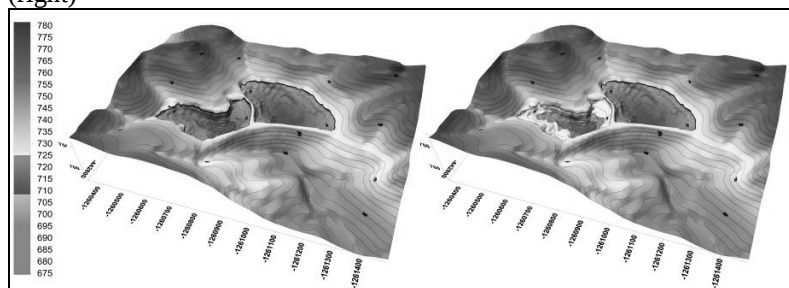
Výškové hodnoty odčítané z historického plánu boli opravené o rozdiel spôsobený zmenou používaného výškového systému,  $H_{Bpv} = H_{Jadran} - 0,46 \text{ m}$  (Pravda, Kusendová, 2007). Historické letecké snímky boli ďalej spracované v prostredí ArcGis mapovaním kategórií druhotnej krajiny štruktúry a kategórií brehovej zóny.

### Historické mapy výpočtu kubatúr

Detailné plány zvolených vodných nádrží obsahujú vrstevnicami zakreslený priebeh reliéfu dna v roku danom vzniku mapy. Vektorizáciou týchto údajov a ich numerickým modelovaním reliéfu sme získali dobové reliéfy a 3D modely zobrazujúce stav v minulosti.

Ukážkové modely na obr. 2 predstavujú Richňavské vodné nádrže. Ľavý model je vizualizácia projektovaných nádrží z obdobia vzniku (pol. 18 storočia), pravý model nádrží v roku 1888 s vizualizáciou Malej Richňavskej nádrže (naľavo) napustenou iba do polovice pre netesnosť hrádze.

Obr. 2: 3D modely Richňavských nádrží z 18. storočia (ľavý) a v roku 1888 (pravý)  
Figure 2: 3D models of Richňava reservoirs from 18th century (left) and in 1888 (right)

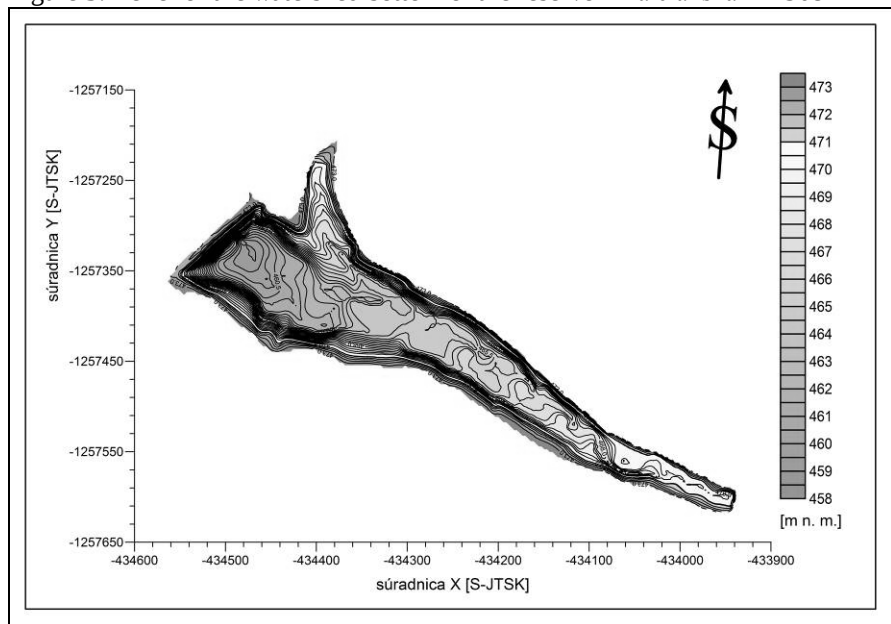


Podobné 3D modely nám umožňujú lepšie pochopiť vývoj vodných nádrží a vizualizovať situáciu v minulosti. Navyše ich použitím je možné predpovedať trend v ďalšom období, ak hovoríme o akumulácii sedimentov a o postupnom zmenšovaní zásobného objemu.

Nasledujúce obrázky predstavujú historický reliéf dna Halčianskej a Belianskej nádrže. Model reliéfu dna Halčianskej nádrže v roku 1908 (obr. 3) je pomerne členitý, nepravidelný, nachádza sa tam niekoľko konkávných tvarov, orientácia reliéfu je veľmi variabilná, čo zodpovedá absencii terénnych úprav pri výstavbe nádrže. Z obr. 4 je zrejмый pravidelný rozostup v jednom smere od prítokovej časti daný pravdepodobne prirodzeným tvarom údolia. Vybudovaním zemitej hrádze a prehradením vznikla Belianska nádrž. Hlavný smer prúdenia prebieha stredom nádrže.

Obr. 3: Reliéf dna Halčianskej nádrže v roku 1908

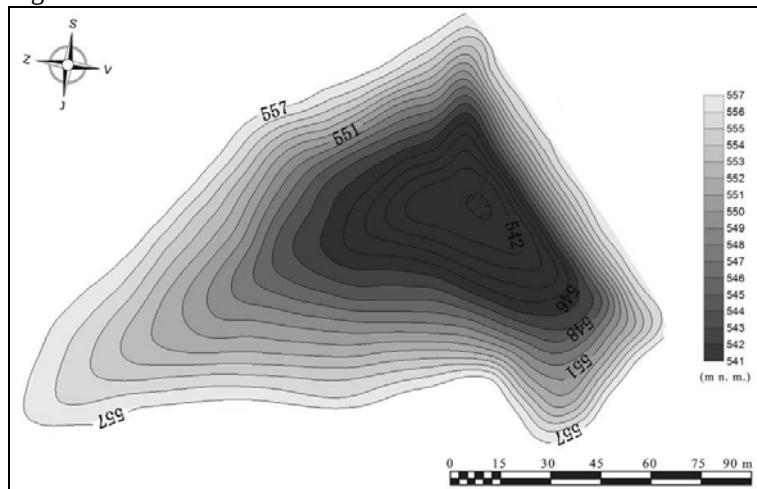
Figure 3: Relief of the watershed bottom of the reservoir Halčianska in 1908



Detaily reliéfu dna z minulosti nám poskytujú bohaté dokumentačné údaje o historickom stave nádrží. Tieto údaje môžu slúžiť ako báza pre ďalšie porovnania, napr. so súčasným reliéfom. Údaje o súčasnom stave dna je možné získať viacerými spôsobmi, napr. niveláciou počas vyprázdnenia alebo použitím moderných geodetických technológií (ultrazvukové zariadenie a GPS zariadenie pripevnené na člnu) priamo z vodnej hladiny (Kubinský, Weis, 2011, 2012).

Obr. 4: Reliéf dna Belianskej nádrže v roku 1855

Figure 4: Relief of the watershed bottom of the reservoir Belianska in 1855



### Historické letecké snímky

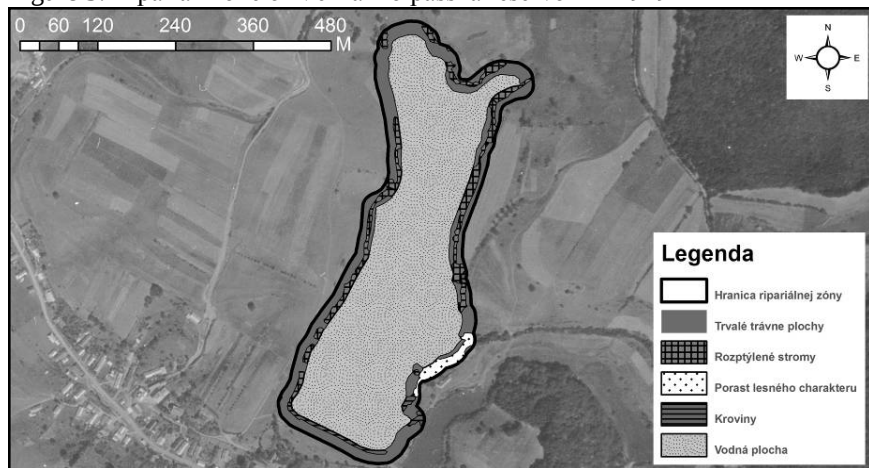
Obr. 5 a obr. 6 predstavujú zmenu brehovej (ripariálnej) zóny Veľkej Kolpašskej nádrže z roku 1949 a 2013. Brehová zóna bola vyčlenená 20 metrov vzdialeným bufferom od zátópovej čiary, pričom brehovú zónu z minulosti bola vyčlenená na základe leteckých snímok, súčasná štruktúra brehovej zóny na základe leteckých snímok (Eurosense, 2006), upravená terénymi pochôdzkami k súčasnému stavu, teda k roku 2013.

Časový horizont 64 rokov vývoja krajiny pokrývky skúmaného segmentu ukázkovej brehovej zóny Veľkej Kolpašskej nádrže naznačuje, že jej štruktúra a variabilita kritických premenných z hľadiska erózneho činnosti (plôch tried krajiny pokrývky) sa výrazne zmenila. Ide predovšetkým o nárast výmery kategórií silne podmienajúcich odos sedimentov z bezprostrednej blízkosti nádrže, predovšetkým erodované brehy s nízkobylinným porastom a zastavané plochy (obr. 6). Negatívne antropogénne vplyvy na brehy vodnej nádrže nie je možné zabrániť. Za obdobie 64 rokov došlo k vystavaniu viacerých objektov, prevažne rekreačne využívaných chat. Mnohé sú postavené v tesnej blízkosti zátópovej čiary, kedy už samotná výstavba spôsobuje eróziu a obnažovanie brehov s prevažnou zložkou fluviaálnych sedimentov, stavebný materiál je následne splavovaný do priestoru nádrže. Porovnanie krajinných štruktúr brehov zón dokumentuje prebiehajúce zmeny v tejto oblasti a to najmä výstavbu a erodované brehy s nízkobylinnou pokrývkou. Brehová zóna ovplyvňuje brehovú eróziu a transport terestrického materiálu do priestoru nádrže. Brehová zóna je entita

interakcie akvatických a terestrických prírodných systémov, je preto dôležité jej poznávanie a manažment (Naiman, Décamps, McClain, 2005). Obdobne je možné porovnanie nielen brehovej zóny, ale aj celkového povodia danej nádrže.

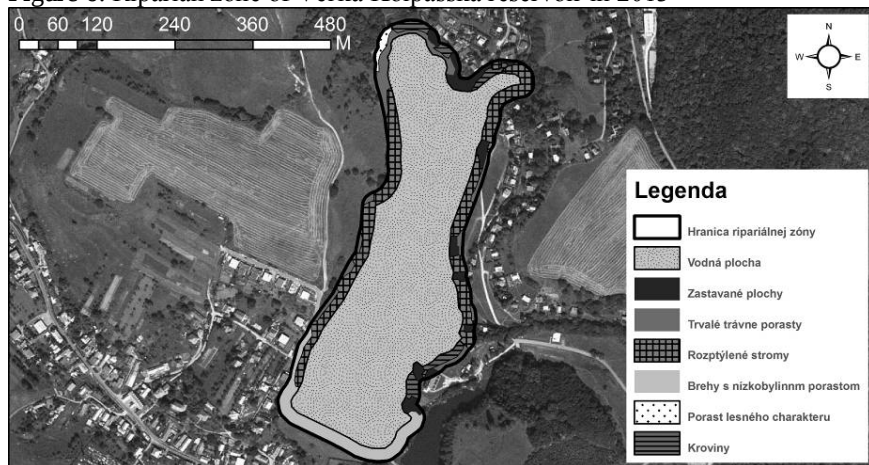
Obr. 5: Brehová zóna Veľkej Kolpašskej vodnej nádrže v roku 1949

Figure 5: Riparian zone of Veľká Kolpašská reservoir in 1949



Obr. 6: Brehová zóna Veľkej Kolpašskej vodnej nádrže v roku 2013

Figure 6: Riparian zone of Veľká Kolpašská reservoir in 2013



Analýzou a syntézou týchto podporných výsledkov (zmeny reliéfu dna a zmeny v ripariálnej zóne najviac ovplyvňujúcej samotné ekologické faktory)

možné ďalej pristúpiť vyčleneniu a identifikovaniu zmien ekosystémov vodných nádrží. Ako príklad uvádzame nasledovné: ak v brehovej zóne došlo k nárastu drevín, je možné predpokladať väčšie zatienenie samotnej vodnej plochy ovplyvňujúce teplotný režim a množstvo dopadajúceho slnečného žiarenia. Plochy na exponovaných miestach opadom ihličia môžu vykazovať vyššie pH. Zmeny reliéfu dna a nánosy sedimentov môžu za dlhšie časové obdobie zmeniť ekologickú stratifikáciu nádrže (zmenšenie alebo zväčšenie plochy litorálnej, sublitorálnej časti). Pri intenzívnych erózo-akumulačných procesoch sa môžeme stretnúť so zánikom profundálnej časti, ktorá je nahrádzaná sublitorálom v dôsledku hromadenia sedimentov a zníženia hĺbky vodného stĺpca.

## Záver

Výskum vývoja krajiny pokrývky, spôsobu využívania a ďalšia aplikácia historických mapových dokumentov v oblasti životného prostredia a riešenia environmentálnych úloh sa dostáva do popredia nielen u nás, ale aj v zahraničí. Predovšetkým z banských miest a obcí, medzi ktoré patrí aj Banská Štiavnica, sa zachovala početná mapová dokumentácia z najrôznejších období. Väčšina týchto archívnych dokumentov sa nachádza v Štátnom ústrednom banskom archíve. Výsledky výskumu, predstavujúce modely a detailné mapy, je možné ďalej aplikovať priamo v praxi. Ďalšími analýzami a syntézami týchto výsledkov je možné ich posunúť do environmentálnej roviny pri porovnávaní zmien teplotného a pH režimu nielen celej vodnej plochy, ale aj jej lokálnych častí v jednotke času. Detailné vrstevnicové zobrazenie reliéfu dna pre oba časové horizonty (minulosť daná rokom historickej mapy a súčasnosť) dávajú predpoklad k vizualizácii a k stanoveniu zmien ekologickej stratifikácie vodných nádrží (litorálna zóna, sublitorálna zóna, profundálna zóna). Vzhľadom na skutočnosť, že záujmové územie predstavujú vodné nádrže v okolí Banskej Štiavnice, ktoré sú spolu s mestom Banská Štiavnica v zozname UNESCO pod č. 400 „Banská Štiavnica a technické pamiatky v jej okolí“ ako súčasť svetového prírodného a kultúrneho dedičstva, je našou povinnosťou monitorovať ich stav a vývoj v čase. Keďže sa nejedná iba o technické pamiatky a každá nádrž predstavuje aj zložité, relatívne uzavreté spoločenstvo organizmov, poukazujeme aj na výrazné možnosti aplikácie výsledkov pre ďalší ekologický a environmentálny výskum.

*Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu univerzitnej grantovej agentúry UGA I-11-005-08 Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici.*

## Literatúra

**Boddy, N.N. – Ganske, L. 2005.** Bathymetric Changes within Lake Zumbro of Olmsted County, Hydrologic Study of Produced by the Minnesota Pollution

Control Agency, p. 1-21

**Boltížiar, M. 2009.** Využitie historických máp a leteckých snímok pri hodnotení vplyvu človeka na krajinu. In "Ekofilozofia včera, dnes a zajtra" Nitra : UKF, 2009. ISBN 9788080946425, s. 24-40.

**Boltížiar, M. – Olah, B. 2008.** Potenciál historických máp a leteckých snímok pri štúdiu zmien krajiny. In Geografická revue, roč. 4, č. 2, Banská Bystrica : Fakulta prírodných vied Univerzity Mateja Bela, 2008, s. 64-82. ISSN 1336-7072.

**Boltížiar, M. – Olah, B. – Petrovič, F. 2007.** Zmeny využitia krajiny vybranej časti BR Tatry v rokoch 1772-2003. In Geografické informácie 11. Problémy geografického výskumu Česka a Slovenska. Nitra : Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre, 2007, s. 239-256.

**Boltížiar, M. – Brúna, V. – Křováková, K. 2008.** Potential of antique maps and aerial photographs for landspace changes assessment – an example of High Tatras. In Ekológia (Bratislava), roč. 27, č. 1, 2008, s. 65-81.

**Eurosense, 2006.** Letecké meračské snímky poskytnuté Univerzitou Mateja Bela v Banskej Bystrici.

**Choiński, A., Ptak, M., 2009.** Lake Infill as the Main Factor Leading to Lake's Disappearance. Polish Journal of Environmental Studies; 2009, 18, 3, s. 347-352.

**Chrastina, P. 2004.** Vývoj krajiny ako fenomén environmentálnych dejín (na príklade Trenčianskej kotliny a jej horskej obruhy). In Šimunek, R. (Ed.). Historická geografie 33. Praha : HiÚ AV ČR, 2004, s. 9-19.

**Kamenár – Muzsnai, 1888.** Mapa výpočtu kubatúry Malého a Veľkého richňavského jazera v Štiavnických Baniach – pôdorys, mapa v mierke 1 : 1000, kolorovaná.

**Kansas Biological Survey. 2007.** Bathymetric and Sedimentation Surveys of Mission Lake, Brown County, Kansas. Kansas Biological Survey Applied Science and Technology for Reservoir Assessment (ASTRA) December 2007.

**Kružlic – Osvald, 1971.** Bakomi rybník – Štiavnické Bane", mapa v mierke 1 : 500.

**Kubinský, D. – Weis, K. 2011.** Zmeny retenčného objemu v priestore Halčianskeho tajchu. In Acta hydrologica slovac, roč. 12, č. 1, 2011, s. 59-64, ISSN 1335-6291.

**Kubinský, D. – Weis, K. 2012.** Zmeny retenčného objemu v priestore Belianskej vodnej nádrže. In Acta Hydrologica Slovaca, roč. 13, č. 1, 2013, s. 108-115, ISSN 1335-6291.

**Naiman, R. J. – Décamps, H. – McClain, M. E. 2005.** Riparia - ecology, conservation, and management of streamside communities. London : Elsevier Academic Press.

**Olah, B. 2009.** Historical maps and their application in landscape ecological research. Ekológia (Bratislava) 2/2009, Vol. 28: 143-151 ISSN 1335-342X

**Podobnikar, T. 2010.** Historical maps of Ljubljana for GIS applications. In Acta Geodaetica et Geophysica Hungarica, vol. 45, no. 1, pp. 80-88.

**Pravda, J. – Kusendová, D. 2007.** Aplikovaná kartografia. Bratislava : Geografika, 2007. 224 s. ISBN 978-80-89317-00-4.

**Štátny ústredný banský archív, 1971.** Evička Rybník – Štiavnické Bane, mapa v mierke 1 : 1000.

**Štátny ústredný banský archív, 1889.** Kolpašské jazero – Banský Studenec, mapa v mierke 1 : 1000.

**Štátny ústredný banský archív, 1855.** Kubatúra belianskeho rybníka v B. Belej, mapa v mierke 1 : 1000.

**Štátny ústredný banský archív, 1908.** Halčiansky rybník - Banská Belá – Banský Studenec, mapa v mierke 1 : 1 000.

**Tirscher, J. 1897.** Brenner tó köbözése, mapa v mierke 1 : 250.

**Topografický ústav Banská Bystrica**

**Žigrai, F. 2001.** Interpretácia historických máp pre štúdium využitia zeme a krajinnokoekologický výskum. In Historické mapy. Kováčová, M., Hájek, M. (Eds.). Bratislava: KS SR, 2001, s. 35-40.

## USING HISTORICAL MAPS AND AERIAL PHOTOGRAPHS IN STUDY OF CHANGES IN WATER RESERVOIR NEAR BANSKÁ ŠTIAVNICA

### Summary

Historical maps represent a unique source of geographic information on the landscape or specific elements of the landscape. In many cases are the source to understand the changes in the country, or a particular landscape features. In this study about use of the historical maps in the analysis of changes in water reservoirs near Banská Štiavnica described their extensive usability. Results obtained from historical maps are different. There are detailed contour maps relief reservoir bottom. They can be compared with the present and determine rate of sediment accumulation. Historical aerial photographs and their comparison with current aerial photos document the development of the country in the watersheds, or riparian zones. This progress can be further interpreted in finding sources of sediment. From these maps can be visualized using 3D modeling situation in reservoirs in the past. The outputs obtained from historical maps and their comparison with current data is base for further ecological research, focused on changes in ecosystems and ecological factors of reservoirs, or their parts.

**RNDr. Daniel Kubinský, PhD.**

Katedra biológie a ekológie FPV UMB Banská Bystrica

Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica

E-mail: posta@dkubinsky.sk

## VÝZNAM KREATIVITY V MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII CESTOVNÉHO RUCHU MIEST

Ema Mišúnová, Daniela Kasaničová

### Abstract

*Tourism is considered as the most important factor of economic and social development of many cities and regions. If they want to attract more visitors – look for various creative and effective ways how to inform target groups about attractions or localities which they offer. Attractiveness of certain destination give the product special attribute/feature different from other destinations which makes the product more competitive. In this case we can speak not only about product but also marketing and institutional innovation. Today increasing competition is not enough just to create an attractive offer – it must be mainly „sold“ to a wide range of target segments through effective marketing communication. The main aim of this article is the analysis of communicative activities and marketing tools of tourism used to attract specific target group of visitors in the city of Banská Bystrica.*

**Keywords:** tourism, marketing communication, marketing communication tools, tourism promotion

### Úvod

Cestovný ruch považujeme za dôležitý faktor ekonomického a sociálneho rozvoja mnohých regiónov a miest, ktoré sa v súčasnosti stávajú medzi sebou konkurentmi. Mestá sa usilujú získať nových obyvateľov, investorov a cieľové skupiny návštevníkov pomocou rôznorodých marketingových nástrojov. Z tohto dôvodu je dôležitá najmä komunikácia, pomocou ktorej sa mestá dostávajú do povedomia ľudí. Prostredníctvom marketingových nástrojov a komunikácie si budujú a udržiavajú trvalé vzťahy so svojimi občanmi, informujú verejnosť o svojej existencii a širokej ponuke produktov cestovného ruchu. V dnešnom stúpajúcom konkurenčnom boji na trhu cestovného ruchu už nestačí iba vytvoriť lákavú ponuku, treba ju predovšetkým „predať“ čo najširšiemu okruhu cieľových skupín prostredníctvom efektívnej marketingovej komunikácie. Ak sa chcú mestá úspešne propagovať a presadiť v konkurencii na trhu cestovného ruchu, musia vyhovieť náročným požiadavkám a preukázať výraznú kreativitu, ktorá je príznačná najmä v súvislosti s prilákaním cieľových segmentov.

Aj nedávno uverejnená ročenka organizácie World Economic Forum zameraná na hodnotenie konkurencieschopnosti 140 krajín z celého sveta ukázala veľký prepád našej krajiny. Pri hodnotení efektívnosti marketingu pri oslovovaní

potenciálnych návštevníkov sme obsadili až 136. miesto. Ukázalo sa, že nie je možné informovať, keď o svojich cieľových skupinách nie sú žiadne relevantné informácie. V posledných rokoch sa novým faktorom ekonomického rozvoja a rozvoja miest a regiónov stáva kreativita, ktorá prináša nové spôsoby myslenia, založené na individuálnych schopnostiach a talente. Práve kreativita môže zabrániť kopírovaniu originálnych inovácií v cestovnom ruchu, a to vďaka ich výnimočnosti, jedinečnosti a vysokej miere nápaditosti. Kreativita vo svojej podstate totiž neumožňuje napodobniť originálny kreatívny produkt, čím naopak prostredníctvom cieľovej skupiny vyvoláva konkurenčnú výhodu. Kreativita je čím ďalej, tým viac vnímaná ako nový typ konkurenčnej výhody (Howkins, 2001), pretože získava nové konkrétne výhody, ktoré cieľové miesta odlišujú od iných destinácií. Podľa Gúčika (2012) špecifické atraktivity cieľového miesta dávajú produktu osobitnú príťažlivosť, ktorou sa líši od iných cieľových miest, ktorá ho robí konkurencieschopným na trhu. Ide pritom nielen o produktové, ale aj marketingové a inštitucionálne inovácie. Treba zdôrazniť, že kreativita nie je cieľ, ale prostriedok na dosiahnutie ich záujmov. Najdôležitejší aspekt kreativity je vyvolať u cieľových skupín predstavivosť, ktorú si cieľové segmenty dokážu spojiť so značkou. Cieľom príspevku je analýza komunikačných aktivít a marketingových nástrojov, ktoré mesto využíva na prilákanie cieľovej skupiny návštevníkov na príklade mesta Banská Bystrica. Hoci je príspevok zameraný iba na jeden aspekt cestovného ruchu, dáva však možnosť odhaliť reálnu situáciu v komunikačnej oblasti vybraného mesta a poukázať na možnosti riešenia.

### **Marketing územia a jeho špecifiká v cestovnom ruchu**

Pojem marketing územia zahŕňa problematiku aplikácie marketingu v územných celkoch, ako je štát, región, mesto alebo obec. Smyth (1994) definuje marketing mesta ako „propagáciu a podporu daného mesta a jeho častí, s cieľom podporiť aktivity vyvíjané v území. Zámerom je rozvoj cestovného ruchu, migrácia obyvateľov a prísun investorov“. Podľa Kavaratzisa (2008) marketing pomáha mestám so získavaním nových obyvateľov, investorov a turistov. Využíva k tomu jednoduché propagačné nástroje, ktorých zámerom je zviditeľniť vybrané aktivity miest. Kľúčovým prvkom sa stáva identita a pozitívny imidž mesta, ktoré lákajú do miest vybrané cieľové skupiny. Marketingové opatrenia smerujú predovšetkým k vytváraniu emocionálnych a psychologických spojení s mestom.

Marketing cestovného ruchu realizujú mestá a regióny, ktoré majú štrukturálne predpoklady a endogénne zdroje pre rozvoj určitého druhu turizmu (Ježek, Rumpel, Slach, 2007). Jeho úlohou je zvýšiť atraktívnosť a povedomie u vybraných cieľových skupín návštevníkov. Ak chcú mestá prilákať viac návštevníkov, hľadajú kreatívne a účinné spôsoby, ako informovať cestujúcich a turistov o atrakciách, lokalitách a vybavení, ktoré ponúkajú. Pri marketingu cestovného ruchu ide o „propagáciu a podporu lokalít, miest, udalostí alebo služieb

s cieľom prilákať čo najväčší počet návštevníkov a turistov“ (Stark, 2011). Hlavným cieľom marketingu vo vzťahu k návštevníkom teda musí byť to, aby daná lokalita bola atraktívna pre návštevníkov a viac známa vo vybraných cieľových skupinách. Ide o strategickú metódu lákania turistov do určitého územia, ktorá vytvára príjmy v danej lokalite pre nadchádzajúce roky a stáva sa dôležitou súčasťou ekonomiky (Fiechtl, 2011).

Mnohé mestá v súčasnosti deklarujú potrebu inovácií a kreativity ako nevyhnutného nástroja progresu. Podľa Lubarta a Sternberga (1995) kreativitu možno chápať ako „schopnosť vykonávať činnosti, ktoré sú nové, originálne a neočakávané a vhodné, užitočné, adaptabilné. Kreativita môže prispieť k zvýšeniu atraktívnosti napr. mesta, regiónu.“ Podľa Howkinsa (2001) je kreativita „založená na novom spôsobe myslenia a konania. Primárnymi vstupmi sú naše individuálne zručnosti alebo talent, pričom ich naša kreativita transformuje na nové výstupy. V niektorých sektoroch hodnota outputu závisí od jeho jedinečnosti, v iných zase na tom, ako ľahko možno výstupy kopírovať a odovzdávať veľkému množstvu ľudí“. Výskumy potvrdili, že prítomnosť tvorivých ľudí, ktorí žijú a pracujú v meste, má priamy vplyv na atraktivitu, ekonomickú výkonnosť a konkurencieschopnosť mesta (Florida, 2002).

Špecifickými nástrojmi využívanými predstaviteľmi miest a obcí na odlíšenie od ponuky konkurencie je marketingový mix, ktorý pozostáva zo vzájomne prepojených nástrojov, pomocou ktorých sa realizujú marketingové ciele. Tieto nástroje pôsobia komplexne, ako jeden celok pre každý cieľový segment a produkt. Základný marketingový mix je v klasickej marketingovej literatúre známy ako štyri P: product (produkt), price (cena), place (miesto), promotion (propagácia) (Bernátová, 2001).

## **Marketingová komunikácia a jej nástroje**

Podstatou marketingovej komunikácie miest a obcí je presadiť mesto ako produkt na trhu voči cieľovým skupinám, budovať imidž lokality, zlepšovať vzťahy medzi občanmi a samosprávou, posilňovať identifikáciu občanov s mestom a vytvárať vhodné platformy pre ich participáciu na lokálnom rozvoji. Cieľom je spoločná snaha riešiť problémy týkajúce sa poskytovaných služieb a produktov v spolupráci so všetkými aktérmi rozvoja (Kutscherauer a kol., 2006). Karliček a Král (2011) pod marketingovou komunikáciou rozumejú „informovanie a presvedčanie rôznych cieľových skupín, pomocou ktorých naplňajú mestá, obce, firmy a iné inštitúcie svoje marketingové ciele“. V oblasti cestovného ruchu je úlohou jednotlivých zložiek komunikačného mixu vyvolať u návštevníka pozornosť, záujem a túžbu navštíviť danú lokalitu a aktivizovať ho ku kúpe (Kulčáková, 2003). Spôsob komunikácie s návštevníkmi je determinovaný hlavne ich počtom a koncentráciou, informáciami, ktoré vyžadujú, ale aj konkurenciou, cenovou stratégiou a charakterom jednotlivých zložiek komunikačného mixu.

Podstata marketingovej komunikácie teda spočíva vo výmene informácií medzi producentmi služieb, sprostredkovateľmi, návštevníkmi a verejnosťou. Cieľom je udržať, prípadne zvýšiť dopyt po produktoch, uviesť na trh cestovného ruchu nové produkty a budovať imidž. Pri komunikácii je teda potrebné vymedziť subjekty, s ktorými mesto komunikuje, pretože s každým segmentom treba komunikovať inak, v závislosti od očakávaní. Môžeme ich rozdeliť do štyroch skupín:

- subjekty, ktoré v území žijú a pôsobia,
- subjekty, ktoré do územia prichádzajú,
- subjekty, ktoré by do územia mohli prísť,
- zamestnanci úradu samosprávy (Bernátová, Vaňová, 2000).

Veľká konkurencia na trhu cestovného ruchu spôsobuje, že marketing cestovného ruchu je komplikovanejší a vyžaduje si špeciálny prístup k tvorbe marketingového mixu. V oblasti služieb a cestovného ruchu sa základná podoba marketingového mixu rozširuje o ďalšie „štyri P“: people (ľudský činiteľ), packaging (tvorba balíkov a služieb), programming (tvorba projektov), partnership (spolupráca, kooperácia). Ich úlohou je priviesť návštevníka na dané cieľové miesto a aktivizovať ho ku kúpe (Lorette, 2013). Na komunikáciu s cieľovými skupinami môže mesto využiť kombináciu nástrojov marketingovej komunikácie, ktoré vo vzájomnej súčinnosti môžu vyvolať želanú reakciu cieľových segmentov. Medzi základné komunikačné nástroje tohto druhu patrí reklama (propagácia), vzťahy s verejnosťou (public relations), osobná komunikácia, direct mail a podpora predaja (Hasprová, 2010). Viacerí autori v súčasnosti vplyvom nových marketingových trendov uvádzajú väčší počet nástrojov komunikačného mixu, ku ktorým ako základným nástrojom marketingovej komunikácie môžeme priradiť aj využívanie internetu a event marketing. Pri využití týchto jednotlivých nástrojov je najdôležitejšie uvedomiť si nevyhnutnosť pôsobenia všetkých nástrojov smerom k cieľovej skupine.

### **Význam marketingovej komunikácie v cestovnom ruchu**

Zásľuhu v rozvoji cestovného ruchu pripisujeme aj marketingu, prostredníctvom ktorého dochádza k podpore a vzrastu nových nápadov, produktov, služieb, destinácií či lokalít (Page, 2003). Kolb (2006) je názoru, že „rozmach tohto odvetvia je výsledkom významných spoločenských a sociálnych zmien – dopravnej infraštruktúry a nových technológií v komunikácii. Vďaka nim majú mestá príležitosť rozvíjať sa a prezentovať ako turistická destinácia“. Podľa World Trade Organization (WTO) predstavuje destinácia cestovného ruchu miesto s atraktivitami, zariadeniami a službami, ktoré si individuálny návštevník alebo skupina vyberá za cieľ svojej návštevy. Podľa Palatkovej (2006) cieľové miesto predstavuje balík rôznych služieb a atraktivít koncentrovaných v určitom mieste, ktoré predstavujú hlavný motivačný stimul návštevnosti daného cieľového miesta. Kiráľová (2003) pod pojmom destinácia rozumie cieľovú oblasť v konkrétnom

regiónu, pre ktorú je typická významná ponuka atraktivít, infraštruktúry cestovného ruchu, ľudské sídla a ďalšie oblasti s rozvinutými službami, ktorých výsledkom je dlhodobá koncentrácia návštevníkov. Za destináciu považuje buď celú navštívenú krajinu, alebo jej niektorý región, prípadne mesto.

Aj autori Dvořák a Hasman (2003) vyzdvihujú nezastupiteľnú úlohu miest v cestovnom ruchu. Podľa nich sa práve mestá stávajú centrom pracovných a služobných ciest, cieľovými destináciami, ktoré priťahujú návštevníkov, pretože v sebe koncentrujú históriu, kultúru, umenie, zábavu a šport. Mestský cestovný ruch je preto stále považovaný za najrýchlejšie expandujúci segment trhu. Rozhodujúcimi podmienkami rozvoja miest a ich úspechu na trhu cestovného ruchu sa považuje zabezpečenie kvalitných služieb (ubytovanie, stravovanie, zábava, doprava), poskytovanie informácií, bezpečnosť návštevníkov, pohostinnosť a prístupnosť produktu. Podľa Gúčika (2012) v cieľových miestach cestovného ruchu sa nachádzajú prírodné, kultúrno-historické a spoločenské aktivity (primárna ponuka) a v nadväznosti na ne sa rozvíja ponuka zariadení na ich využitie a s tým spojených služieb (sekundárna ponuka). Na trhu sa presadzujú za marketingovej podpory ponukou nových alebo inovovaných produktových balíkov (služieb), ktoré je nevyhnutné tvoriť za účasti verejného i súkromného sektora vrátane miestneho obyvateľstva. Hlavným zámerom pobytu návštevníkov v meste je zážitok z návštevy, ktorý môže byť motivovaný pracovne (obchodný, veľtržný, kongresový) alebo turisticky (kultúrny, vzdelávací, nákupný, zdravotný, návšteva príbuzných a známych). Pre mestá to predstavuje príležitosť prezentovať kultúrne dedičstvo, organizované podujatia a primerane ekonomicky ich zhodnocovať.

Pri vytváraní turisticky atraktívnych cieľových miest je nevyhnutná spolupráca všetkých zainteresovaných subjektov. Je dôležité, aby samospráva do procesu rozvoja cestovného ruchu dokázala zapojiť podnikateľskú sféru, kultúrne a vzdelávacie inštitúcie, športové organizácie a všetkých, ktorí môžu byť v tejto oblasti nápomocní a môžu sa podieľať na tvorbe a ponuke produktu cestovného ruchu. Ide tiež o aktívne zapojenie miestnych obyvateľov. Nejde len o jednu inštitúciu, mesto, obec alebo región (Kulčáková, 2003).

Keďže sa cestovný ruch rozvíja na konkrétnom území, je podstatné, aby sa samotné mestá venovali skvalitneniu strategickej trhovej orientácie na kreatívne produkty a cieľové skupiny. Nástrojom, ktorý má k tomu prispieť sú inovácie, ktoré sú zamerané nielen na produkty a cieľové skupiny zákazníkov, ale aj na nové technológie a odborné vedomosti, manažment a marketing, ako aj inštitucionálne inovácie zamerané na spoluprácu v cieľových miestach cestovného ruchu (Gúčík, 2012).

Keller (2005) za rozhodujúce pokladá tri základné prístupy k inováciám v cestovnom ruchu:

- z hľadiska trhu (kreatívna sila trhu),
- z hľadiska zdrojov (kreatívny a rutinný prístup podnikateľov),

- z hľadiska cieľového miesta (významu atraktivít).

Za hlavné ciele inovácií podľa Gúčika (2012) môžeme označiť rast kvality produktu, zvýšenie hodnoty produktu pre zákazníka (t.j. uspokojenie rastúcich nárokov dopytu), zvýšenie konkurencieschopnosti podniku na trhu, rast tržieb a zisku podniku, zlepšenie pracovných podmienok, racionalizáciu výrobných procesov, zníženie negatívneho vplyvu na životné prostredie a prispôsobenie sa sprísneným regulačným požiadavkám.

Každé mesto by malo hľadať spôsoby, ako účastníkov cestovného ruchu zaujať, ako ich v danom mieste zdržať a ako zaistiť, aby danú lokalitu navštívili znova. Aby v tomto boli úspešné, musia mobilizovať zúčastnené subjekty k maximálnej starostlivosti o návštevníkov. Za týmto účelom je potrebné:

- poskytovať návštevníkom širokú ponuku integrovaných produktov (okrem hlavného produktu i ďalšie doplňujúce produkty pre jednotlivé segmenty),
- vytvoriť ponuku z obsahového hľadiska (podľa historických období, typov návštevníkov), ako aj z hľadiska časového (kratšia návšteva, celodenná návšteva, viacdenný pobyt),
- podporovať formy prezentácie kultúrneho dedičstva ako kreatívneho odvetvia v podobe moderne poňatých múzeí a reštaurovaných historických budov,
- podporovať významné kultúrne udalosti a festivaly, programy a kultúrne podujatia v meste, ktoré mesto oživujú a zanechávajú spomienky (cestovný ruch zážitku),
- zabezpečiť dopravnú prístupnosť navštevovaných objektov a ich značenia,
- poskytovať čo najviac informácií (návštevník musí mať možnosť sa v danom mieste rýchle zorientovať a musí mu byť jasné, kde získa potrebné informácie),
- dbať na bezpečnosť, čistotu a životné prostredie mesta,
- intenzívne propagovať mesto a okolie,
- spolupracovať s informačnými centrami a podporovať drobných podnikateľov v oblasti hotelierstva, gastronómie a turistických služieb.

Dobre pripravená propagácia územia, znalosť jeho silných stránok a posilňovanie povedomia o menej známych či zaujímavých skutočnostiach prospieva najmä cestovnému ruchu, ktorý ovplyvňuje tvorbu nových pracovných príležitostí, stimuluje rozvoj technickej a sociálnej infraštruktúry, je zdrojom príjmov miest, obcí a regiónu. Čo si však mnohí neuvedomujú, že cestovný ruch má predovšetkým veľký komunikačný význam. Ide totiž o budovanie imidžu mesta v očiach nielen domácich obyvateľov, ale hlavne v očiach návštevníkov. Územie sa v oblasti cestovného ruchu musí prezentovať a pôsobiť ako dobre fungujúci celok. Osobitne pri propagácii miest je nutná vzájomná komunikácia a spolupráca.

Je potrebné mobilizovať všetky zúčastnené strany k starostlivosti o návštevníkov, pretože rozvoj cestovného ruchu v mestách predpokladá prepojenie a komunikáciu záujmov a cieľov politických činiteľov, ekonomických aktérov a miestnych obyvateľov. Vhodné je využívať komunikačné nástroje na prezentáciu územia v spolupráci s podnikateľskou sférou ako aj orgánmi cestovného ruchu. Dôležité je zapojiť občanov do pripravovaných projektov, pochopiť význam a zmysel starostlivosti o návštevníkov. Mesto musí poskytovať návštevníkom pestrú ponuku, vo svojej turistickej atraktivite sa musí rozvíjať, časovo aj priestorovo. V oblasti propagácie by malo prezentovať predovšetkým to, čo je preň typické a špecifické, podstatná je prezentácia kultúrneho dedičstva, miestnych tradícií a zaujímavostí, festivalov (Foret, Foretová, 2001).

Rozvoj cestovného ruchu teda nemožno realizovať bez aktívnej komunikácie, ktorá predstavuje komunikačné metódy a prostriedky určené na prezentovanie územia a jeho produktov existujúcim a potenciálnym zákazníkom (Gúčík a kol., 2004). Ak sa zamierame na vplyv marketingovej komunikácie na problematiku cestovného ruchu, potom „jednou z prvých úloh je detailná analýza prvkov mesta tak, aby bolo možné pochopiť jeho charakteristické črty a výhody, ktoré môže ponúknuť svojim návštevníkom. Následne je potrebné sledovať správanie turistov a vybrať segment potenciálnych skupín, na ktorý je možné sa zamerať. Konečnou úlohou je rozhodnutie o marketingovej správe, ktorú môže odovzdať tomuto segmentu potenciálnych návštevníkov a vhodne ju zakomponovať do marketingovej stratégie mesta“ (Kolb, 2006). Marketingová komunikácia je teda zameraná na vyvolanie a usmernenie potrieb ľudí, uspokojovaných účasťou na cestovnom ruchu. Keďže medzi ponukou a dopytom je zvyčajne určitá vzdialenosť, ktorá bráni ich stretnutiu vo fyzickom zmysle, reprezentantom ponuky je tu propagácia, ktorej úlohou je dopraviť ponuku aj k najvzdialenejšiemu dopytu a zároveň vytvoriť verný obraz ponuky tak, aby sa účastník mohol rozhodnúť o svojej návšteve či dovolenke (Koenig, 2012).

Súčasný fungovanie marketingovej komunikácie je výrazne odlišné od tradičných komunikačných foriem používaných niekoľko rokov dozadu. Prostredie komunikácie sa stalo zložitým komplexom. Prebiehajúce zmeny a inovácie si vyžiadali rozšíriť základný komunikačný mix o nové kreatívne trendy a nástroje. Keďže medzi dôležité predpoklady úspechu na trhu patrí orientácia na návštevníkov, dôležitá je účinná komunikácia s nimi. Nevyhnutnosťou sa tak stáva budovanie vzťahov s návštevníkmi, ktorým je potrebné prispôsobiť sa a diferencovať všetky komunikačné aktivity. Odborníci na problematiku marketingovej komunikácie hľadajú nové spôsoby zvyšovania účinnosti týchto komunikačných aktivít (Frianová, 2011).

Ak sa chcú mestá úspešne propagovať a presadiť, musia vyhovieť náročným požiadavkám a preukázať výraznú kreativitu, ktorá je príznačná najmä pre odvetvie cestovného ruchu. V posledných rokoch sa začína formovať nový typ konkurenčnej výhody. Ide o konkurencieschopnosť založenú práve na aplikovaní

tvorivosti. Kreativita a jej väzba na učenie a skúsenosti je považovaná za podmienku vzniku a šírenia inovácie a nie je cieľom, ale prostriedkom na dosiahnutie záujmov mnohých inštitúcií. Ako uvádza Howkins (2001) kreativita je schopná riadiť inovácie, ale naopak inovácie nemôžu riadiť kreativitu. Táto prináša nové spôsoby myslenia, ktoré sú založené na individuálnych schopnostiach a talente. Odporúča sa, aby dochádzalo k podpore miest vo využití kultúry v rámci marketingu cestovného ruchu a v posilnení spolupráce v kultúrno-turistickej oblasti. Dôležité je pracovať nielen s produktom, cenou a distribučnými kanálmi, ale aj s propagáciou. Tá pri získavaní návštevníka kladie dôraz predovšetkým na moderné nástroje komunikácie, ako sú sociálne siete, kvalitné turistické informačné portály, direct mail, newsletter, imidžové a produktové kampane, virálny marketing, mobilný marketing alebo účasť na výstavách a veľtrhoch.

Virálny marketing sa v cestovnom ruchu pokladá za marketingovú metódu, v ktorej dochádza k propagácii prostredníctvom existujúcich internetových sociálnych médií ako je Facebook, Twitter, YouTube alebo e-mailom. Pojem virálna reklama poukazuje pri tom na skutočnosť, že ľudia sa sami podieľajú na šírení a zdieľajú zaujímavý obsah jednoduchým preposielaním zo schránky do schránky svojich známych. Takéto virálne reklamy sú často vo forme zábavných videoklipov, obrázkov alebo textov. Virálny marketing predstavuje metódu, ako vytvoriť záujem o destináciu alebo konkrétny produkt cestovného ruchu netradičným a nezabudnuteľným spôsobom. Podmienkou je získať si cieľovú skupinu natoľko, aby medzi sebou o obsahu správy komunikovali. Ich motivácia musí byť natoľko silná, aby boli ochotní ďalej šíriť posolstvo vlastnými prostriedkami, čím odpadajú náklady na mediálne kanály (Ackers, 2010).

S postupným vývojom moderných technológií a mobilných sietí sa novým reklamným a propagačným prostriedkom stáva mobilný marketing. Tento fenomén vznikol postupne s rozvojom mobilných operátorov. Zahŕňa marketingové aktivity uskutočňované prostredníctvom bezdrôtových mobilných technológií využívajúc služby ako je SMS, MMS, sociálne siete. Sociálne siete predstavujú dôležitý komunikačný kanál, ideálny pre domáчих a pravidelných návštevníkov. Medzi novšie možnosti propagácie mobilného marketingu zaraďujeme aj geolokačné služby. Ide o služby, ktoré umožňujú užívateľom pomocou mobilného telefónu označovať miesta, kde sa práve nachádzajú a tieto miesta hodnotiť, komentovať, odporúčať, pridávať rady a tipy. Medzi najpoužívanejšie patria Google places alebo Facebook places. Užívatelia tak môžu odporučiť návštevu konkrétneho miesta, v ktorom sa nachádzajú (Jutková, 2012).

Na základe vyššie uvedeného textu môžeme zhrnúť, že obce a mestá hľadajú možnosti pre ich ekonomický rozvoj. Jedným z východísk pre riešenie tohto stavu je aktivizácia cestovného ruchu, podpora jeho rozvoja a služieb s tým súvisiacich. Rozvoj tohto odvetvia teda predurčuje aj rozvoj miestnej samosprávy. Marketingové výskumy a prieskumy verejnej mienky, realizované v českých a slovenských mestách ukazujú, že samotné mestá a miestni obyvatelia vkladajú

veľké nádeje do využitia cestovného ruchu. Aby boli mestá v tomto úspešné, musia sa predať. Preto sa čoraz viac významnejšou činnosťou stáva marketingová komunikácia, prostredníctvom ktorej informujú o svojich aktivitách, plánoch, zámeroch, výsledkoch. Veľká pozornosť sa venuje predovšetkým cieľovým skupinám, s úmyslom prilákať ich na dané územie a zviditeľniť sa. Zabezpečenie rozvoja cestovného ruchu v meste by malo byť predovšetkým úlohou mestských úradov. Pri jeho zabezpečení sa však nevyhnutne predpokladá spolupráca samosprávy, podnikov cestovného ruchu a miestneho obyvateľstva. V oblasti cestovného ruchu je potrebné stimulovať miestne a územné orgány k tomu, aby vytvárali priaznivé podmienky pre rozvoj kreatívneho marketingu a priemyslu. Mestá musia komunikovať tam, kde sa nachádza ich cieľová skupina, ktorá je v súčasnosti predovšetkým online. Kombináciou nových online médií (Mišúňová, 2010) je možné dosiahnuť netradičný komunikačný mix, ktorý zabezpečí komplexné pôsobenie na návštevníka a premení ho z potenciálneho pôsobenia na skutočné.

### **Inštitucionálne zabezpečenie marketingovej komunikácie mesta Banská Bystrica**

Banská Bystrica je destináciou, ktorá disponuje potenciálom turistických hodnôt, ako i množstvom ubytovacích, stravovacích, informačných a iných služieb. Spojením týchto doplnkových služieb do komplexného produktu a zabezpečením vhodnej prezentácie sa mesto môže stať významným cieľovým miestom cestovného ruchu. Charakteristika cestovného ruchu a potenciálu v meste vychádza z histórie, prírodných daností, tradícií, remesiel, z odkazu historických a súčasných osobností a z potenciálu organizovania rôznych spoločenských podujatí. Cestovný ruch sa orientuje na využívanie kultúrno-historického potenciálu formou kultúrneho a mestského turizmu. Medzi uskutočňované formy cestovného ruchu patrí aj aktívny domáci cestovný ruch, dlhodobý a krátkodobý cestovný ruch a jednodenné výlety. Pre letný cestovný ruch sú vytvorené dobré podmienky, pretože výhodou Banskej Bystrice a jej okolia je príroda ponúkajúca široké možnosti pre šport, rekreáciu a turistiku. V zime sa v okolí mesta rozvíja zimná turistika, keďže poloha Banskej Bystrice v horách poskytuje možnosti na zjazdové a bežecké lyžovanie a iné zimné športy.

Podľa dostupných štatistických údajov, poskytovalo ku koncu roka 2012 ubytovacie služby 527 ubytovacích zariadení so sídlom v Banskobystrickom kraji. Počas roka 2012 zariadenia cestovného ruchu ubytovali 401 869 návštevníkov, z toho 20,50 % bolo zahraničných. V prvom polroku 2012 podľa krajiny trvalého pobytu najviac cudzincov tvorili občania Českej republiky (7,1 % z celkového počtu návštevníkov) a Maďarska (2,6 %). Nad 1 % mali zastúpenie návštevníci z Nemecka a z Poľska. Priemerný počet prenocovaní na jedného návštevníka dosiahol 3,2 noci, pričom zahraniční návštevníci prenocovali 2,9 noci a domáci

3,3 noci. V roku 2012 bolo v meste 118 ubytovacích zariadení, ktorých služby využilo 84 344 návštevníkov. Z nich 75,40 % tvorili domáci a 24,60 % zahraniční návštevníci, ktorí pricestovali prevažne z Českej republiky, Maďarska a Južnej Kórey. Počet ubytovacích zariadení v okrese oproti polroku 2011 stúpol o 24, no celkový počet návštevníkov, ktorí ich využili, sa znížil o 831. Pokles nastal u domácich aj zahraničných návštevníkoch.

Informácie o meste a jeho aktuálnom dianí poskytujú v meste Banská Bystrica Odbor propagácie mesta na mestskom úrade, Informačné centrum Banská Bystrica (ďalej IC BB) a novovzniknutá agentúra Visit Banská Bystrica (ďalej Visit BB).

V rámci mestského úradu je vyčlenený **Odbor propagácie mesta** – oddelenie cestovného ruchu, ktorého hlavnou úlohou je koordinácia vzťahov v oblasti cestovného ruchu a marketing mesta – propagácia a vytváranie dobrých vzťahov s verejnosťou a návštevníkmi mesta. Oddelenie cestovného ruchu zodpovedá za marketing, propagáciu, štatistiky a analýzy v danej oblasti a vytvára partnerstvá medzi subjektmi pôsobiacimi na území mesta. Tento odbor analyzuje a koordinuje rozvoj kultúry, športu, informačného centra a cestovného ruchu.

**Informačné centrum Banská Bystrica** je útvarom mestského úradu. Zabezpečuje a plní úlohy turistickej informačnej kancelárie od roku 1992. IC BB je zakladajúcim členom Asociácie informačných centier Slovenska so sídlom v Liptovskom Mikuláši. Jeho zamestnanci poskytujú bezplatné informácie o meste a okolí najmä z oblasti cestovného ruchu osobne, písomne, elektronicky alebo telefonicky. IC BB ďalej zabezpečuje sprievodcovské služby mestom s výkladom kvalifikovaných sprievodcov v anglickom, nemeckom, maďarskom, francúzskom, poľskom, ruskom, talianskom a španielskom jazyku. Taktiež oboznamuje o možnostiach ubytovania v meste a blízkom okolí, podáva návštevníkom a turistom tipy na výlety, turistické možnosti a príležitosti trávenia voľného času. IC BB propaguje mesto na výstavách cestovného ruchu doma i v zahraničí, v odborných publikáciách, predáva propagačné materiály a reprezentačné publikácie, turistické mapy a sprievodcov, pohľadnice, darčkové predmety so zameraním na propagáciu mesta. Spolupracuje so subjektmi v oblasti cestovného ruchu a inými inštitúciami na území mesta Banská Bystrica.

Najnovším nástrojom marketingu mesta sa stala **agentúra Visit BB**, v ktorej mesto vystupuje ako menšinový spoluvlastník. Spoločnosť vznikla v septembri 2011 ako efektívny nástroj propagácie Banskej Bystrice v cestovnom ruchu. VISIT BB je agentúra, ktorej hlavnou úlohou je pomáhať rozvíjať cestovný ruch, kultúru a šport na území mesta a v jeho blízkom okolí, a to hlavne marketingovou podporou existujúcich a nových produktov cestovného ruchu a strategickým plánovaním komunikácie mesta dovnútra i vonok. Jej poslaním je propagovať mesto a jeho služby tak, aby bolo zaujímavé pre návštevníkov. Zámerom vstupu mesta do tejto spoločnosti bolo vytvorenie verejno-súkromného partnerstva, ktoré zastrešuje komunikáciu s rôznymi subjektmi. Cieľom agentúry je

rozvoj mesta ako centra cestovného ruchu, zaoberá sa reklamou a propagáciou kultúrnych, športových a iných spoločenských podujatí. Jej úlohou je vytvorenie značky mesta. Sleduje zviditeľnenie medzi návštevníkmi a zabezpečenie účasti na výstavách cestovného ruchu. Jej poslaním je lokalizovať a identifikovať služby, produkty, atrakcie mesta a katalogizovať ich. Následne pokladá za dôležité a nevyhnutné komunikovať cez webovú stránku, propagačné materiály mesta a týmto spôsobom ich podporovať, propagovať a sprístupňovať potenciálnemu návštevníkovi a obyvateľom Banskej Bystrice.

### **Účinnosť nástrojov marketingovej komunikácie na rozvoj cestovného ruchu v Banskej Bystrici**

Za účelom získania mienky návštevníkov o meste Banská Bystrica bol použitý dotazníkový prieskum, ktorého cieľom bolo spoznať názor vybranej reprezentatívnej zložky na účinnosť nástrojov marketingovej komunikácie mesta smerom k rozvoju cestovného ruchu. Skúmali sme, ako vnímajú návštevníci vybrané mesto, jeho atraktivitu, imidž, komunikáciu, odkiaľ získavajú všetky potrebné informácie o meste a udalostiach. Zámerom bolo identifikovať a zistiť názory častých návštevníkov na efektívnosť marketingovej komunikácie mesta, spoznanie postojov respondentov voči komunikačným médiám, ktoré mesto využíva na informovanie. Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 170 respondentov. Z vekových kategórií najpočetnejšiu skupinu respondentov tvorila veková kategória 19 – 25. V spomínanej vekovej kategórii bolo 135 respondentov (79 %). Veková kategória 26 – 39 rokov mala 27 respondentov (16 %), veková kategória 15 – 18 rokov mala zastúpenie 2 respondentmi (1 %), skupina 40 a viac rokov bola zastúpená 6 respondentmi (4 %). Z hľadiska najvyššieho dosiahnutého vzdelania bolo vytvorených 5 kategórií: 40 respondentov (24 %) dosiahlo stredoškolské vzdelanie aj s maturitou, 99 (58 %) malo ukončené vysokoškolské bakalárske vzdelanie, a zvyšných 27 respondentov (16 %) malo ukončené vysokoškolské vzdelanie (magisterské, inžinierske, doktorandské). Iba 1 % respondentov malo ukončenú základnú školu a zhodne 1 % dosiahlo stredoškolské vzdelanie bez maturity.

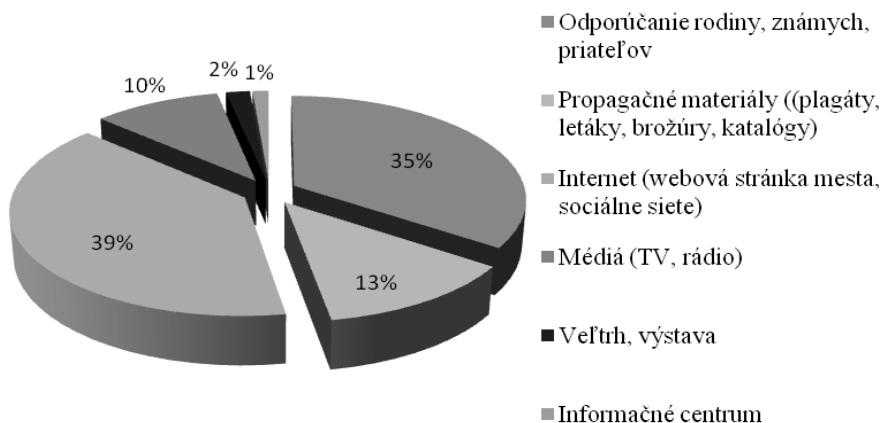
Prieskum ukázal, že respondentom ako prvé napadne pri zmienke o meste Banská Bystrica Múzeum SNP (29 %), námestie s fontánou v jadre mesta (20 %), Univerzita Mateja Bela (17 %) a Urpín (8 %). Väčšina respondentov však o meste ako o turistickej destinácii nevedela vôbec nič – nedokázali menovať takmer žiadnu konkrétnu atraktivitu okrem pamätníka SNP. Iba jeden respondent označil za súčasnú atrakciu najmodernejšiu plaváreň na Slovensku. Len malá časť respondentov si spája mesto so športovými aktivitami (3 %), prírodou a lesmi (4 %). Napriek tomu, že mesto organizuje a zúčastňuje sa množstva spoločensky prospešných podujatí, vďaka ktorým vstupuje do povedomia širokej verejnosti, ani jeden respondent si nespája mesto so žiadnou takouto udalosťou (festivalom,

podujatím).

Z informačných zdrojov, ktoré respondenti využívajú 39 % opýtaných uviedlo ako zdroj internet (webovú stránku mesta, sociálne siete), 35 % respondentov navštívilo mesto na základe odporúčania rodiny, známych alebo priateľov, 13 % opýtaných oslovili propagačné materiály (plagáty, letáky, brožúry, katalógy), 10 % získalo informácie z médií (TV, rádio), 2 % respondentov zaujali informácie z veľtrhov a výstav (graf 1). Služby turisticko-informačného centra využilo najmenej respondentov (1 %).

Graf 1: Zdroje informácií respondentov o možnosti navštíviť mesto a o jeho aktivitách

Graph 1: The information sources of respondents about possibilities to visit the city and its activities



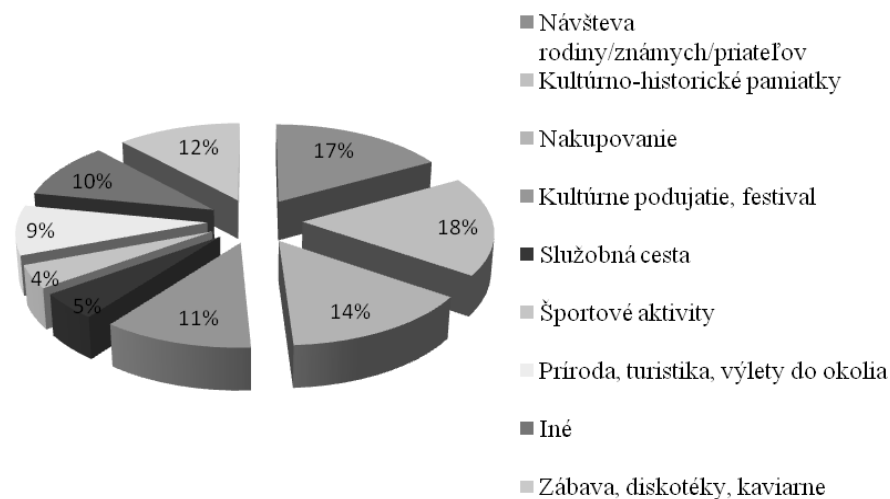
Zdroj: vlastný výskum, 2013

Hlavný dôvod návštevy mesta Banská Bystrica znázorňuje graf 2, z ktorého vyplýva, že najvyšší podiel 18 % respondentov sa zúčastnilo návštevy kultúrno-historických pamiatok, 17 % opýtaných prišlo do mesta stráviť čas so svojimi priateľmi, známymi a rodinou, 14 % využilo návštevu na nákupy, 12 % na zábavu a diskotéky, 11 % boli účastníkmi festivalov a kultúrnych podujatí, 10 a menej % uviedlo ako dôvod svojej návštevy iné záujmy (štúdium, vzdelanie, návšteva lekára).

Pri hodnotení informovanosti návštevníkov o činnosti a dianí v meste až 55 % opýtaných vyjadrilo svoju nespokojnosť, nakoľko sa cítia málo informovaní. Iba 6 % opýtaných sa cíti dostatočne informovaní, pričom iba k 8 % respondentov sa nedostávajú žiadne informácie. Zarážajúce je, že iba 1 % opýtaných vyjadrilo svoju maximálnu spokojnosť (graf 3).

Graf 2: Hlavný dôvod návštevy mesta Banská Bystrica

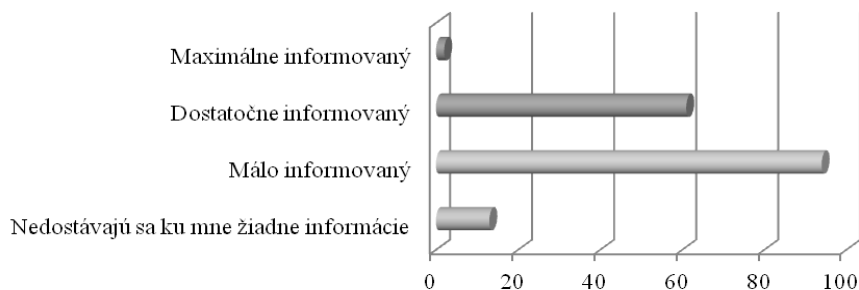
Graph 2: The main reason for visiting the city of Banská Bystrica



Zdroj: vlastný výskum, 2013

Graf 3: Stupeň informovanosti o dianí v meste Banská Bystrica

Graph 3: Level of awareness of what is happening in the city of Banská Bystrica



Zdroj: vlastný výskum, 2013

Z moderných komunikačných kanálov Internet a sociálnu sieť Facebook využíva 136 respondentov (80 %), ktorí poznajú a využívajú aj webovú stránku mesta Banská Bystrica. K hodnoteniu internetovej stránky mesta nás zaujímalo, do akej miery sú respondenti spokojní s jej úrovňou. V tejto otázke návštevníci hodnotili jednotlivé kritériá (vlastnosti) oficiálnej webovej stránky mesta – sekcia Návštevník (nepovinná otázka - odpovedať mali len respondenti znali

problematiky). Napriek tomu možnosť využilo všetkých 136 respondentov, ktorí v predchádzajúcej otázke označili, že webovú stránku poznajú a využívajú. Každému kritériu mohol respondent priradiť známku od 1 do 5, pričom jednotka znamenala, že respondent je úplne spokojný s danou vlastnosťou, známka 5 znamenala úplnú nespokojnosť (tab. 1).

Tab. 1: Vlastnosti oficiálnej webovej stránky mesta Banská Bystrica

Table 1: The features of official web page of the city of Banská Bystrica

| <b>Vlastnosti</b>        | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>Priemerná známka</b> |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------------|
| Orientácia               | 42       | 60       | 23       | 10       | 1        | 2,0                     |
| Vzhľad, dizajn           | 10       | 21       | 26       | 53       | 26       | 3,5                     |
| Aktuálnosť               | 38       | 62       | 27       | 5        | 4        | 2,1                     |
| Podujatia                | 38       | 56       | 36       | 5        | 1        | 2,1                     |
| Ubytovanie               | 8        | 7        | 36       | 43       | 42       | 2,5                     |
| Reštaurácie, nočný život | 16       | 42       | 48       | 30       | 0        | 2,7                     |
| História                 | 57       | 39       | 26       | 12       | 2        | 1,9                     |
| Voľný čas                | 26       | 44       | 50       | 16       | 0        | 2,4                     |
| Mapa mesta a okolia      | 43       | 37       | 38       | 16       | 2        | 2,2                     |

Zdroj: vlastný výskum, 2013

Ako vyplýva z hodnotenia kritérií oficiálnej webovej stránky mesta, celkovú úroveň webovej stránky respondenti vnímajú priaznivo, čomu nasvedčujú podstatne nízke priemerné známky, ktorými dané zvolené vlastnosti hodnotili. Jednoduchosť orientácie, aktuálnosť stránky, mapa mesta a okolia, informácie o konaných podujatiach boli hodnotené relatívne pozitívne. Všetkým týmto atribútom prislúchajú priemerné známky 2,1 – 2,2. Na prvom mieste boli respondenti spokojní s informáciami o histórii (priemerná známka 1,9). O niečo slabšie hodnotili informácie o ubytovaní, reštauráciách, nočnom živote a možnostiach využitia voľného času. Najviac nespokojní sú s grafickou úpravou stránky, čomu pripisujú priemernú známku 3,5. Aké ďalšie informácie by respondenti privítali na webovej stránke mesta 45, respondentov sa zhodlo na tom, že stránku by spopularizoval zoznam všetkých registrovaných organizácií a spoločností s adresou a kontaktom, informácie o príjazde autom (smery), aktuálne informácie o počasi v meste a aktualizovaná databáza hotelov a hostelov. Mesto Banská Bystrica sa snaží propagovať a zviditeľniť aj prostredníctvom sociálnej siete Facebook, až 84 % opýtaných však nie je fanúšikom tejto stránky, a tak sa k nim žiadne podstatné informácie ani nedostávajú.

Aktuálne informácie o meste môžu návštevníci a domáci obyvatelia v súčasnosti získať aj prostredníctvom novinky, ktorou je androidová aplikácia

VISIT Banská Bystrica. Aplikácia je mobilným sprievodcom pre každého návštevníka mesta. Po jej stiahnutí do mobilného telefónu majú používatelia k dispozícii informácie o meste, stravovaní, ubytovaní, športe, nakupovaní, doprave, kalendár akcií, mapu mesta. Z výskumu však vyplynulo, že až 91 % návštevníkov o tejto aplikácii nikdy nepočulo. Ani jeden respondent neoznačil možnosť, že aplikáciu pozná aj využíva.

Zaujímavý je poznatok využívania informácií informačného centra. Až 94 % opýtaných informácie nevyužíva, 6 % vyjadrilo kladnú odpoveď. Služby informačného centra využívajú len v nevyhnutných prípadoch, hlavne pri získavaní informácií o konaných podujatiach, historických pamiatkach, vstupenkách do divadla alebo na koncert. Propagačné materiály (Leto v Banskej Bystrici, Zima v Banskej Bystrici, Banská Bystrica – Stopy v histórii) pozná len 19 % respondentov, 81 % tieto propagačné materiály nikdy nevidelo. Účasť návštevníkov na akciách a podujatiach organizovaných mestom potvrdilo iba 6 % respondentov, 2 % sa zúčastňujú podujatí často a až 70 % iba príležitostne. Na akciách sa vôbec nezúčastňuje 22 % opýtaných. Zo znalostí respondentov o vybraných 14 podujatiach a akciách pripravovaných mestom o ich návštevnosť možno usúdiť, že najviac známymi a navštevovanými sú tradičné udalosti ako Veľkonočné a Vianočné trhy, Silvester na námestí, Radvanský jarmok. Napriek tomu, že Griliada je najviac propagovanou udalosťou, až 53 % opýtaných tento festival nepozná.

Dôležitým marketingovým komunikačným nástrojom sú aj veľtrhy a výstavy. Až 84 % oslovených nemá znalosť o veľtrhoch a výstavách, ktorých sa mesto Banská Bystrica zúčastňuje, 16 % sa vyjadrilo, že tieto veľtrhy a výstavy poznajú, pričom za najviac známy veľtrh považujú ITF Slovakiaitour.

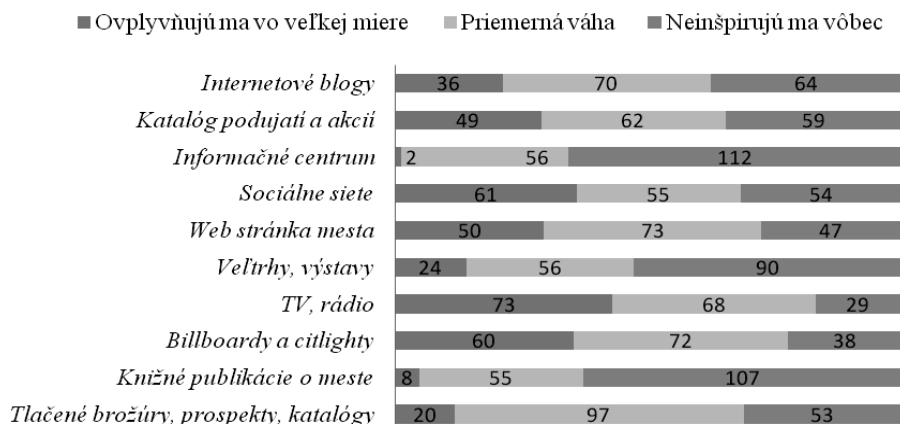
V roku 2011 vstúpilo mesto do spoločnosti VISIT BB, ktorej cieľom je rozvoj mesta ako centra cestovného ruchu. Podľa prieskumu 74 % opýtaných o agentúre ešte nikdy nepočuli, 24 % vedia o jej existencii, ale nemajú žiadne informácie. Len 2 % respondentov o agentúre vedia, avšak majú iba základné informácie. Ani jeden respondent neoznačil možnosť dostatku informácií o jej zámeroch a cieľoch. Z toho vyplýva slabá znalosť návštevníkov o tejto spoločnosti, preto je potrebné zvýšiť povedomie návštevníkov, aby dochádzalo k napĺňaniu jej hlavnej úlohy - vytvorenie značky mesta, zviditeľnenie medzi návštevníkmi a zabezpečenie účasti na výstavách cestovného ruchu.

Na zisťovanie miery vplyvu vybraných marketingových komunikačných nástrojov, ktoré sú pre návštevníkov určujúce k návšteve mesta, bolo vybraných 10 možností, ku ktorým sa mohli vyjadriť prostredníctvom trojstupňovej škály, ako ich dané nástroje ovplyvňujú (neovplyvňujú ma vôbec, ovplyvňujú ma vo väčšej miere, prikladám im priemernú váhu). Respondenti sa zhodli v tom, že najväčší určujúci vplyv pri návšteve mesta majú indikátory v nasledujúcom poradí: rádio a televízia, sociálne siete, billboardy a citylighty, webová stránka mesta. Prostriedky ako knižné publikácie o meste, informačné centrum, veľtrhy a výstavy

alebo tlačené brožúry neinspirujú respondentov k návšteve vôbec. Priemernú váhu prisudzujú najmä nástrojom ako tlačené brožúry, prospekty, katalógy, internetové blogy (graf 4).

Graf 4: Určujúce komunikačné nástroje k návšteve mesta

Graph 4: Determining communication tools to visit in the city of Banská Bystrica



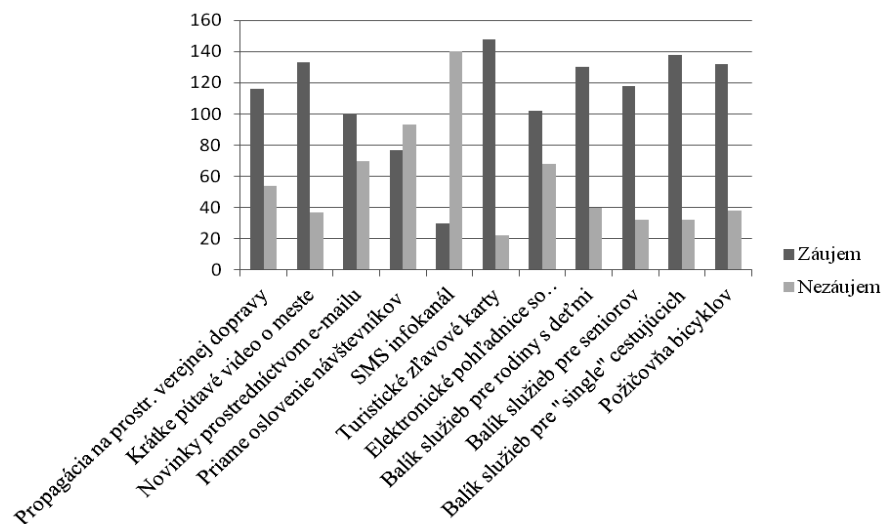
Zdroj: vlastný výskum, 2013

Dôležitou súčasťou dotazníka boli návrhy respondentov v oblasti inovácií a kreativity. Pri väčšine našich návrhov respondenti vyjadrili, že majú záujem o dané služby, avšak vyskytli sa aj také, o ktoré väčšina respondentov neprejavila záujem (priame oslovenie návštevníkov na rôzne podujatia, SMS infokanáľ). Najväčší záujem sme zaznamenali pri poskytovaní rôznych zliav a vytvorení balíka služieb pre „single cestujúcich“ a pri požičiavaní bicyklov. Návštevníci tiež prejavili záujem o propagáciu mesta prostredníctvom krátkoho pútavého videa.

Záver prieskumu patrilo otázke, či by respondenti odporučili návštevu mesta svojim blízkym. 96 % opýtaných vyjadrilo kladnú odpoveď, 4 % respondentov by návštevu mesta neodporúčali (graf 5).

Na základe informácií z uskutočnených rozhovorov a dotazníkového prieskumu medzi návštevníkmi mesta môžeme vyzdvihnúť niekoľko významných zistení. Pri zvyšovaní počtu návštevníkov mesto pripisuje najväčší význam nástrojom ako je reklama, internet a marketing udalostí. V menšej miere dochádza k využívaniu veľtrhov a výstav či osobnej komunikácie.

Graf 5: Vyjadrenie záujmu/nezáujmu o jednotlivé návrhy (inovácie)  
 Graph 5: Interest/disinterest on individual proposals (innovations)



Zdroj: vlastný výskum, 2013

V súčasnej dobe informačných technológií zaraďujeme medzi hlavné komunikačné nástroje internet. Tento fakt si uvedomujú aj mestá a obce, preto sa práve prostredníctvom tohto komunikačného kanálu snažia získať čo najviac návštevníkov. Oficiálnou internetovou stránkou mesta Banská Bystrica je webová stránka [www.banskabystrica.sk](http://www.banskabystrica.sk), ktorá informuje používateľov o všetkých oblastiach života mesta. Pozitívom stránky je vyhľadávanie podľa kľúčových slov, virtuálna prehliadka mestom, propagačné materiály (brožúry) priamo na stiahnutie, prepojenie na ďalšie relevantné internetové stránky ([www.icbb.sk](http://www.icbb.sk), [www.visitbanskabystrica.sk](http://www.visitbanskabystrica.sk)). Negatívom je, že stránka má iba anglickú mutáciu a napriek tomu, že prešla v roku 2009 grafickou úpravou, má málo grafických prvkov. Žiaľ, negatívne hodnotíme aj skutočnosť, že nie je presne zameraná na cieľové skupiny a chýbajú dôležité informácie o službách (ubytovanie, stravovanie, doprava a iné). Všetky tieto informácie nájde používateľ až „po preklikaní“ na stránke informačného centra. Webová stránka IC BB má však tak isto len anglickú mutáciu. Pozitívom je, že na rozdiel od oficiálnej stránky mesta obsahuje podrobné informácie o infraštruktúre cestovného ruchu na jednom mieste – orientačná mapa, cenníky, vstupenky, doplnkové služby (ubytovanie, stravovanie, doprava, sprievodcovské služby), kalendár akcií a podujatí, tipy na výlety, virtuálna prehliadka, pamiatky, kultúra, šport, propagačné materiály - možnosti ich

zakúpenia a iné praktické informácie. Úvodná stránka agentúry VISIT BB sa na prvý pohľad vyznačuje najatraktívnejším a najmodernejším vzhľadom z hľadiska grafického dizajnu. Webová stránka s doménou [www.visitbanskabystrica.sk](http://www.visitbanskabystrica.sk) sa nesie v znamení sloganu „Objavte, zažite, ochutnajte“. Na úvodnom paneli sa striedajú fotografie zobrazujúce mesto, atrakcie, lokality, podujatia, festivaly. Na stránke možno nájsť základné údaje o meste a okolí, kultúre, aktivitách a voľnom čase, podujatiach, gastronómii, ubytovaní. Okrem oficiálnej stránky mesto využíva ako spôsob prezentácie a reklamy sociálne siete (tab. 2).

Tab. 2: Využívané marketingové nástroje mesta Banská Bystrica

Table 2: Used marketing tools of the Banská Bystrica City

| <b>Reklamné a propagačné materiály</b> | <b>Outdoorová reklama</b> | <b>Informačné a komunikačné médiá</b> | <b>Marketing udalostí</b>    | <b>Public relations</b> | <b>Osobná komunikácia</b>          |
|----------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Katalóg „Vitajte v Banskej Bystrici“   | Stojany                   | Oficiálna webová stránka mesta        | Radvanský jarmok             | Veľtrhy a výstavy:      | Kontakt s návštevníkmi             |
| Brožúry                                | Pútače                    | Sociálna sieť Facebook                | Vianočné a veľkonočné trhy   | ITF Slovakia-tour       | Komunikácia so subjektmi mesta     |
| Knižné publikácie o meste              | Citylighty                | Androidová aplikácia                  | Silvester na námestí         | Utazás Budapest         | Komunikácia s partnerskými mestami |
| Mapa mesta a okolia                    | Billboardy                |                                       | Dni mesta, Grilliada         | Pro Region BB           |                                    |
| Suveníry                               |                           |                                       | Potulky mestom               |                         |                                    |
| Kalendár podujatí                      |                           |                                       | Bansko-bystrická stopa a iné |                         |                                    |

Zdroj: vlastný výskum, 2013

Najväčšej popularite sa tešia sociálne siete, z ktorých najpoužívanejšou je Facebook. Mesto sa preto rozhodlo v zmysle zvýšenia propagácie a bližšieho kontaktu s návštevníkmi na túto sociálnu sieť zaregistrovať. Na propagáciu využíva verejný profil s názvom „Mesto Banská Bystrica FB“, a momentálne má viac než 460 fanúšikov. Používatelia sú takýmto spôsobom informovaní o všetkých aktivitách a podujatiach, ktoré sa organizujú v meste a okolí. Nachádzajú sa tu fotografie z rôznych podujatí a akcií, veľtrhov, informácie o možnostiach turizmu a chystaných novinkách, komentáre návštevníkov a domácich obyvateľov, v ktorých

vyjadrujú svoju spokojnosť/nespokojnosť. Výhodou tohto nástroja marketingovej komunikácie je možnosť jednoducho a rýchlo komunikovať so svojimi potenciálnymi návštevníkmi. Sociálna sieť Facebook ponúka možnosť informovať a zároveň odpovedať na otázky, zisťovať názory, prípadne účast' na danom podujatí. Ďalšou výhodou je relatívne vysoký stupeň správneho zacielenia, pretože fanúšikom stránky sa stáva len ten, kto má záujem o jej obsah. Bohužiaľ, v súčasnosti sa tento profil používa len na oznamovanie podujatí a komunikácia prebieha skôr s miestnymi obyvateľmi, ktorí vyjadrujú svoju nespokojnosť. Na sociálnej sieti nájdeme aj verejný profil agentúry Visit BB pod názvom „Visit Banská Bystrica“, ktorá má momentálne len 140 fanúšikov. Možno tu nájsť aktuality, informácie a fotografie hlavne pre turistov a miestne obyvateľstvo o rôznych pripravovaných akciách (podobne ako profil mesta – obsahujú tie isté informácie). Fotogaléria však zahŕňa málo fotografií historických pamiatok, atraktívnych podujatí v meste a navyše sú nesystematicky usporiadané.

Androidová aplikácia VISIT BANSKÁ BYSTRICA je moderne a graficky veľmi zaujímavo spracovaná. Obsahuje podrobné informácie dôležité pre každého návštevníka. Napriek tomu v možnosti nastavenia jazyka aplikácie sa však v ponuke nachádza iba anglický jazyk – avšak táto možnosť je nefunkčná. Chýba teda cudzojazyčná mutácia, komplexné informácie o akciách prebiehajúcich v meste (aplikácia zahŕňa iba stručnú charakteristiku podujatia jednou vetou a mesiac konania), zameriava sa len na propagáciu hlavných podujatí v meste, pričom ostatným menším udalostiam a ich propagácii neprisuduje veľký význam. Obsahuje informácie o minulých podujatiach, čo je podľa nášho názoru zbytočná informácia, vzhľadom k tomu, že používatel'ov zaujímajú nastávajúce akcie. Mapa mesta v aplikácii je v podobe stiahnutého obrázku, čím je nečitateľná, bez textovej časti a vysvetliviek. Tým pádom sa stáva bezpredmetnou nielen pre miestnych obyvateľov, ale hlavne pre turistov. Za negatívum teda pokladáme hlavne oddelené propagovanie mesta a agentúry Visit BB prostredníctvom internetu a sociálnych sietí – ako už bolo v príspevku viackrát spomínané, návštevník vníma a hodnotí mesto ako celok, nezaujíma sa, ktoré konkrétne inštitúcie zastrešujú danú oblasť cestovného ruchu. Pri súčasnej situácii návštevník musí hľadať informácie a „preklikávať“ sa na stránke mesta, informačného centra a agentúry Visit BB.

## Záver

Na základe zrealizovaného dotazníkového prieskumu medzi návštevníkmi sme zistili, že prevažná väčšina respondentov využíva pri rozhodovaní o možnosti navštíviť mesto najmä odporúčania známych a internet, čo je spôsobilé hlavne dostupnosťou a rozvojom informačných technológií. Do úzadia sa tak dostávajú klasické zdroje informácií, ako sú propagačné materiály (katalógy, brožúry, prospekty). Najmenej respondentov získalo informácie z informačného centra, ktoré poskytuje potrebné informácie, rady, brožúry, mapy. Na základe tohto

zistenia je dôležité prehodnotiť efektivitu jednotlivých nástrojov marketingovej komunikácie a vykonať určité zmeny a opatrenia. Zistili sme zároveň, že až 94 % opýtaných vôbec nevyužíva služby IC BB. Takýto výsledok môže zodpovedať práve tomu, že väčšina návštevníkov si informácie zistí u známych alebo na internete. Informačné centrum by sa preto malo viac presadiť a dať o sebe vedieť širokej verejnosti, pretože práve zamestnanci môžu návštevníkov motivovať k návšteve rôznych podujatí, pamiatok, organizovaných prehliadok, čím sa zvyšujú príjmy z cestovného ruchu. Ako pozitívum však uvádzame snahu informačného centra zisťovať názory od miestneho obyvateľstva ohľadom spokojnosti so službami IC BB a čo by privítali. Výsledky dotazníkového prieskumu však nie sú nikde zverejnené a prieskum sa uskutočňuje iba raz za dva roky.

Ďalším zistením je fakt, že väčšina respondentov o meste ako o turistickej destinácii nevedela vôbec nič – nedokázali menovať takmer žiadnu konkrétnu atrakciu okrem pamätníka SNP. Len malá časť respondentov si spája mesto so športovými aktivitami, prírodou, lesmi. Aj keď mesto organizuje a zúčastňuje sa množstva spoločensky prospešných podujatí, vďaka ktorým vstupuje do povedomia širokej verejnosti, ani jeden respondent si nespája mesto so žiadnou takouto udalosťou (festivalom, podujatím). Napriek tomu, že sa mesto Banská Bystrica snaží propagovať a zviditeľniť prostredníctvom rôznych marketingových nástrojov, ako je napríklad sociálna sieť Facebook, androidová aplikácia VISIT Banská Bystrica, klasické propagačné materiály, vo všetkých prípadoch sme sa dopracovali k vysokému percentu neznalosti respondentov o týchto komunikačných aktivitách zo strany mesta. Z výsledkov prieskumu taktiež vyplýva slabé povedomie respondentov o podujatiach, výstavách a veľtrhoch, čo poukazuje na ich nedostatočnú propagáciu.

Na základe uskutočnených primárnych prieskumov a sekundárnej analýzy internetových a tlačených zdrojov môžeme skonštatovať, že mesto Banská Bystrica využíva z nástrojov marketingovej komunikácie hlavne reklamu, internet a marketing udalostí, čím sa snaží oslovovať potenciálnych návštevníkov a prilákať ich k návšteve. Napriek vyvíjaným komunikačným aktivitám zo strany mesta vyplynulo z prieskumu slabé povedomie návštevníkov o daných marketingových nástrojoch, čo poukazuje na ich nedostatočnú propagáciu. Efektívnemu spropagovaniu mesta by dopomohol marketingový výskum zameraný na cieľové segmenty, tvorba kreatívnych produktov cestovného ruchu, odstránenie nedostatkov internetovej stránky mesta a zatraktívnenie využívania najnovších nástrojov marketingovej komunikácie.

*Príspevok bol podporovaný Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-0101-10 v rámci projektu KRENAR - Kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly Katedry VS a RR NHF EU v Bratislave.*

## Literatúra

- Ackers, M. 2010.** Viral Marketing for Tourism. [online]. [cit. 17.03.2013]. Dostupné na internete: <<http://www.tourismindustryblog.co.nz/2010/03/viral-marketing-for-tourism/>>.
- Bernátová, M. 2001.** Marketing území. Banská Bystrica : Občianske združenie Ekonómia, 2001. 44 s. ISBN 80-8055-607-5.
- Bernátová, M. – Vaňová, A. 2000.** Marketing pre samosprávy I. Banská Bystrica : EF UMB, IROMAR, British Know - How Fund, 2000. 74 s. ISBN 80-8055-337-8.
- Dvořák, V. – Hasman, M. 2003.** Městský cestovní ruch v České republice a jeho sociálně-ekonomické aspekty. In Valorizácia prostredia pre služby cestovného ruchu : medzinárodná konferencia. Bratislava : NITVV, 2003. s. 71-73. ISBN 80-968342-4-X.
- Fiechtel, J. 2011.** Tourism & Commerce Marketing. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <[http://www.ehow.com/about\\_7253650\\_tourism-commerce-marketing.html](http://www.ehow.com/about_7253650_tourism-commerce-marketing.html)>.
- Florida, R. 2002.** The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. Dostupné na internete: [http://www.creativeclass.com/richard\\_florida/books/the\\_rise\\_of\\_the\\_creative\\_class](http://www.creativeclass.com/richard_florida/books/the_rise_of_the_creative_class)
- Foret, M. – Foretová, V. 2001.** Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha : Grada Publishing, 2001. s. 9. ISBN 80-247-0207-X.
- Friánová, V. 2011.** Marketingová komunikácia podnikov cestovného ruchu. In Ekonomická revue cestovného ruchu. ISSN 0139-8660, 2011, roč. 44, č. 1, s. 25-34.
- Gúčík, M. 2012.** Inovácie v cestovnom ruchu ako súčasť stratégie Európa 2020. In Ekonomická revue cestovného ruchu. roč. 45, č. 2, 2012, s. 72.
- Gúčík, M. a kol. 2004.** Krátky slovník cestového ruchu a hotelierstva. Výkladový slovník. Banská Bystrica : Slovak Swiss Tourism, 2004. 73 s. ISBN 80-88945-73-9.
- Hasprová, M. 2010.** Marketing miest a obcí. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2010. 132 s. ISBN 978-80-225-3038-5.
- Howkins, J. 2001.** The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London : Penguin Books.
- Ježek, J. – Rumpel, P. – Slach, O. 2007.** Manuál pro potřeby praxe: Marketingový management obcí, měst a regionů. Ostrava : Ostravská univerzita v Ostravě, 2007. s. 19. ISBN 978-80-7368-294-1.
- Jutková, J. 2012.** Máme Tatry, ale nie účet na Foursquare. [online]. [cit. 17.03.2013]. Dostupné na internete: <<http://blog.h1slovakia.sk/mame-tatry-ale-nie-ucet-na-foursquare/>>.
- Karlíček, M. – Král, P. 2011.** Marketingová komunikace. Praha : Grada Publishing, 2011. s. 9. ISBN 978-80-247-3541-2.

- Kavaratzis, M. 2008.** From city marketing to city branding: An interdisciplinary analysis with reference to Amsterdam, Budapest and Athens. University of Groningen, 2008. 205 p. ISBN 903-6736-20-X.
- Keller, P. 2005.** Introduction: Innovation in tourism. In *Innovation in Tourism—Creating customer value*. Publication of the Aiest, vol. 47, 2005, pp. 7-19. ISBN 3-95217223-6-7.
- Kiráľová, A. 2003.** Marketing destinace cestovního ruchu. Praha : EKOPRESS, 2003. s. 15. ISBN 80-86119-56-4.
- Koening, E. 2012.** The Definition of Tourism Marketing. [online]. [cit. 11.02.2012]. Dostupné na internete: <[http://www.ehow.com/about\\_6683884\\_definition-tourism-marketing.html](http://www.ehow.com/about_6683884_definition-tourism-marketing.html)>.
- Kolb, B. M. 2006.** Tourism marketing for cities and towns : using branding and events to attract tourism. Burlington : Elsevier, 2006. p. 4. ISBN 0-7506-7945-X.
- Kulčáková, M. 2003.** Marketing samosprávy v cestovnom ruchu. In *Valorizácia prostredia pre služby cestovného ruchu : medzinárodná konferencia*. Bratislava : NITVV, 2003. s. 86-87. ISBN 80-968342-4-X.
- Kutscherauer, A. a kol. 2006.** Regionální a municipální management : súhrnná výskumná správa. Ostrava : Ekonomická fakulta TU Ostrava, 2006. 185 s.
- Lorette, K. 2013.** What is the Role of Marketing Mix in Tourism? [online]. [cit. 14.02.2013]. Dostupné na internete: <<http://www.wisageek.com/what-is-the-role-of-marketing-mix-in-tourism.htm>>.
- Lubart, T. I. – Sternberg, R. J.** Creativity across time and place : Lifespan and cross-cultural perspectives, p. 60.
- Mišúnová, E. 2010.** IKT a ich využitie v regionálnom rozvoji cestovného ruchu. In *Úloha IKT pri podpore regionálneho rozvoja : recenzovaný zborník prác z vedeckého seminára* : Bratislava 23. 11. 2010 [elektronický zdroj]. Bratislava : Národohospodárska fakulta EU, 2010. ISBN 978-80-225-3143-6, s. 1-13.
- Page, S. J. 2003.** Tourism management : managing for change. Oxford : Butterworth – Heinemann, 2003. p. 3. ISBN 0-7506-5752-9.
- Palatková, M. 2006.** Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha : Grada Publishing, 2006. s. 16. ISBN 80-247-1014-5.
- Smyth, H. 1994.** Marketing the city : the role of flagship developments in urban regeneration. London : E & FN Spon, 1994. pp. 2-3. ISBN 978-0-419-18610-6.
- Stark, S. 2011.** Tourism Marketing Books. [online]. [cit. 13.02.2012]. Dostupné na internete: <[http://www.ehow.com/list\\_6622664\\_tourism-marketing-books.html](http://www.ehow.com/list_6622664_tourism-marketing-books.html)>.

## THE IMPORTANCE OF CREATIVITY IN MARKETING COMMUNICATION OF TOURISM IN CITIES

### Summary

Today increasing competition on tourism market it is not enough just to create an attractive offer – it must be mainly „sold“ to a wide range of target segments through effective marketing communication. Current marketing communication is different from traditional forms of communication used several years ago. It has become a complicated problem. Ongoing changes and innovation have expanded basic communication mix of a new creative trends and tools. If the towns want to promote themselves and success in competition, they have to demand different requirements and show specific creativity which is related especially in attracting new target segments.

It is necessary to point out that creativity is not the aim but the way how to achieve their interest. The most important aspect of creativity is to ensure imagination relating to brand in eyes of target segments.

Based on realized primary survey and secondary analysis of Internet and print sources we found that to most often used marketing communication tools in the city of Banská Bystrica belong promotion, Internet and event marketing. Through those ways the city tries to reach/obtain potential visitors and attract them to visit.

Despite of highly used communication activities we can point out to poor awareness of the visitors about mentioned marketing tools. It indicates to their insufficient promotion. The most effective ways of promotion/publicity in the city of Banská Bystrica are more precise marketing research to specific target segments, development of creative products of tourism, eliminate the weaknesses of official city web page and last but not least – more attractive of the latest marketing communication tools.

**doc. RNDr. Ema Mišúnová, CSc.**

Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja NHF EU v Bratislave

Dolnozemská 1, 852 35 Bratislava

E-mail: ema.misunova@gmail.com

**Ing. Daniela Kasaničová**

Johnson Controls, Inc.

Štúrova 4, 811 02 Bratislava

E-mail: daniela.kasanicova@gmail.com

## RÓMSKA KOMUNITA MESTA REVÚCA

Patricia Šefranová, Zuzana Rampašeková, Daša Oremusová

### Abstract

*The presented contribution is focused on a historical development of settlement of the Roma population in Europe as well as in Slovakia. It deals with the institutional and program ensuring that minorities through the regional offices of the Office of the Plenipotentiary for Roma communities, who to develop strategic documents bringing development concepts, plans and measures to solve the problems of the Roma minority. The contribution provides statistical information on numbers of Roma ethnitown district Revúca and town of Revúca within The census of population, houses and flats in years 2001 and 2011, which compares the same time. Cartographically processed locate the four settlements of the Roma minority in Revúca by categories of settlements and their infrastructure. It provides an overview of the specifications of this population, which are the image of their character, verbal as well as social expression. As some manifestations of the Roma population is social rules excluded, the Government of Slovak republic possibilities of solutions this situation proceeded by drafting the government documents in the education system, which the individual institutions presented in the article secured. The contribution on the results of the questionnaire the relations between the minority population and the Slovak nationality and also the possibilities of solutions this issue presented.*

**Keywords:** development of population, settlement, education, institutions for the Roma population

### Úvod

Rómska problematika je jednou z aktuálnych tém, ktorá je súčasťou aktivít orgánov Európskej únie, či inštitúcií a odborníkov v Slovenskej republike. Je to každodenná téma týkajúca sa majoritnej časti obyvateľstva v rôznych častiach Slovenska ako aj mesta Revúca.

Napriek tomu, že sa k rómskej národnosti v roku 2011 hlásilo len 360 obyvateľov mesta Revúca (2,8 %), neoficiálne štatistiky o ich počte a zvyšujúca sa potreba integrácie týchto obyvateľov medzi majoritu sa stali podnetom pre spracovanie témy.

Cieľom predkladaného príspevku je poskytnutie informácií o histórii vývoja počtu obyvateľstva, lokalizácii súčasného osídlenia a problematike vzdelávania rómskeho obyvateľstva na Slovensku a v meste Revúca. Zároveň sa pokúša navrhnúť riešenia sociálneho začlenenia prostredníctvom vzdelávania. Nakoľko

mesto Revúca patrí do Banskobystrického kraja, ktorý je počtom Rómov na 3. mieste v rámci Slovenska (Štatistický úrad SR, 2013), rozhodli sme sa sledovať túto problematiku práve v ňom.

### **Teoreticko-metodické východiská**

Dlhodobu a významne k problematike Rómov prispievajú svojimi publikáciami viacerí autori. Začiatky osídľovania Slovenska Rómami charakterizuje vo svojej publikácii Mann a kol. (2000). Ich osídľovanie sa spomína už v roku 1417, keď južným Slovenskom prechádzala veľká skupina Cigánov, ktorá sa na našom území rozdelila na viacero vetiev a ďalej pokračovala Európou. Autor uvádza vývoj počtu obyvateľstva rómskej národnosti, ako aj ich lokalizáciu v rámci osád, ktoré kartograficky znázorňuje.

Dôvodmi usadzovania sa Rómov na Spiši, ktorý bol v období osídľovania bohatým krajom, opisuje Horváthová (1964). Uvádza tiež vlastnosti a charakter spôsobu života Rómov, ktorí sa živili prevažne drobnými nestálymi zamestnaniami ako veštenie a krádeže. Na druhej strane poukazuje na ich nadanie, ktoré vynikalo predovšetkým hudobným umením.

Vývoj počtu obyvateľstva rómskej národnosti ako aj ich lokalizáciu v rámci osád priestorovo znázorňuje Kandráčová (2010). Uvádza, že v r. 1770 žilo na Slovensku 18 - 20 000 Rómov, najmä v južných oblastiach. V Bratislavskej stolici ich bolo okolo 2500, v Nitrianskej 2000, na Gemeri 1800, v Šariši 1500, v Trenčianskej župe 600, na Spiši 500 a v Turci okolo 100. Ak porovnáme tieto údaje so súčasnými hodnotami Štatistického úradu SR (ŠÚ SR, 2013), najväčší podiel Rómov je v krajoch východného Slovenska (Prešovský a Košický). Zmeny v lokalizácii nastali hlavne po roku 1918, keď bol Cigánom – Rómom priznaný štatút národnosti. Po tomto období nastal enormný nárast počtu obyvateľstva rómskej národnosti, čo sa prejavilo pri sčítaní ľudu v roku 1930. Súčasný stav lokalizácie tejto národnosti sa potvrdil práve pri uvedenom sčítaní, kedy pomer Rómov v častiach východ:stred:západ Slovenska bol v podiele 47:25:28. Autorka v uvedenom príspevku kartograficky spracováva geografické rozšírenie Rómov v roku 2000 z hľadiska lokalizácie a počtu osád na Slovensku. Rozoberá tiež niektoré základné demografické špecifiká rómskej populácie, ako je prirodzený a migračný pohyb obyvateľstva, veková štruktúra, religiózna štruktúra, vzdelanosť a sociopatologické javy.

Vybrané aspekty štruktúry rómskeho obyvateľstva v regiónoch východného Slovenska ako aj na Slovensku všeobecne rozoberajú Michaeli a kol. (2003) a Michaeli (2004). Ťažisko záujmu uvedených prác spočívalo v analýze demografických ukazovateľov, konfesionalnej a vzdelanostnej štruktúre, zamestnanosti a trestnej činnosti, ktoré sú pre rómsku národnosť charakteristické.

Chudobu rómskeho obyvateľstva, jej prejavy ale aj príčiny spracovávajú Veselovský (2012) a Šolcová (2012). Téma príspevku sa sčasti venovala aj

Šefranová (2013).

Pre splnenie cieľov práce boli použité viaceré metódy. Prostredníctvom *historicko-geografickej metódy* ako aj *metódy vysvetľujúceho opisu* boli spracované zmeny vo vývoji a lokalizácii obyvateľstva rómskej národnosti. *Štatistické a matematické metódy* boli využité pri spracovaní demografických údajov k roku 2001 a 2011, ktorých výstupom sa stali tabuľky a grafy. *Kartografickou metódou* boli vyhotovené mapy lokalizácie a dochádzky rómskeho obyvateľstva do mesta Revúca. Využitá bola tiež *dotazníková metóda*, ktorú sme zamerali na zisťovanie názorov obyvateľstva slovenskej národnosti, na spolužitie s obyvateľmi rómskej národnosti a tiež na riešenie problematiky vzdelávania sociálne znevýhodnených žiakov v meste Revúca.

### História osídľovania rómskym obyvateľstvom

Počet Rómov sa v súčasnosti podľa údajov Európskej únie odhaduje na 10 – 12 miliónov, pričom sú považovaní za najväčšiu etnickú menšinu v Európe. Je známe, že ich pravlast' nájdeme v Indii (Mann a kol., 2000), kde sa zaraďovali medzi chudobnú skupinu obyvateľstva žijúcu kočovným spôsobom. Predkovia dnešných Rómov opúšťali Indiu v priebehu 9. a 10. storočia, kedy putovali cez Perziu, Arméniu, Byzanciu až do Uhorska (mapa 1).

Pri prechode Perzskou ríšou pobudli v Arménii, odkiaľ jedna skupina postupovala cez dnešnú Sýriu, Gibraltársky prieliv až do Španielska. Druhá početnejšia skupina postupovala cez Malú Áziu do súčasného Grécka (Mann a kol., 2000). V období preberania nadvlády osmanskými Turkami nad kresťanskou Byzantskou ríšou z dôvodu šírenia moslimského náboženstva a zväčšovania svojho vplyvu, koncom 11. storočia, sa Rómovia v Európe objavujú po prvý krát (Hancock, 2005).

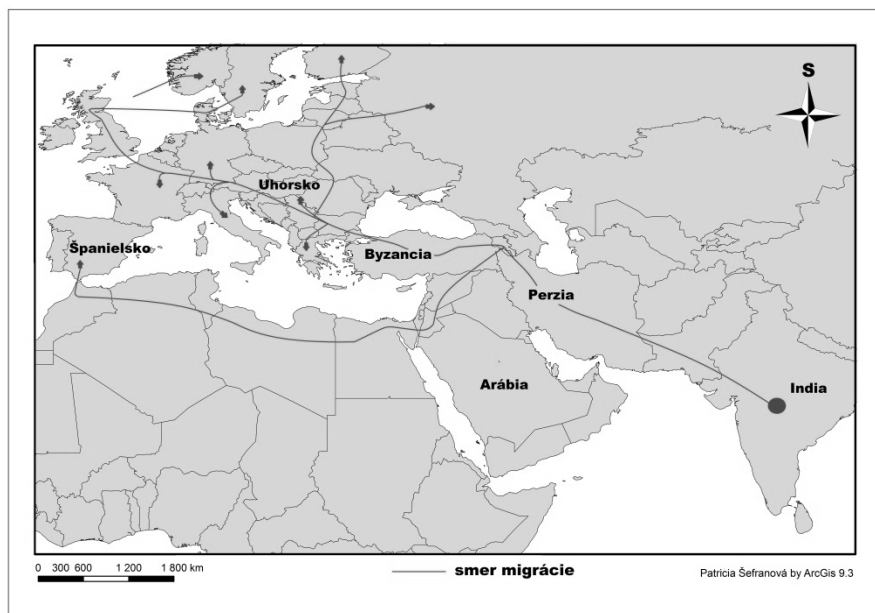
Do Európy prichádzali Rómovia v skupinách. V 15. storočí prechádzala jedna zo skupín územím Slovenska na čele s „kráľom“ Sidelom. Táto približne tristočlenná skupina sa v roku 1417 vydala do Košíc a odtiaľ južným Slovenskom do Bratislavy a ďalej na západ. Prezentovali sa ako pútnici z Malého Egypta v dôsledku čoho ich obyvatelia prijímali, dokonca vydávali ochranné listiny – glejty (Mann a kol., 2000). Od polovice 15. storočia sa však tento vzťah európskeho obyvateľstva k Rómom postupne menil. Cirkev upozornila, že správanie sa kočujúcich Rómov nie je v zhode s vtedajšou mienkou o kresťanských kajúcnikoch. Boli porušovateľmi kresťanskej morálky. Následkom tohto odsúdenia sa pohostinstvo zmenilo na otvorené nepriateľstvo, prenasledovanie, mučenie až popravy.

Prvá zmienka o pobyte Rómov na Slovensku pochádza z roku 1322, v ktorej spišskonovoveský richtár uviedol prítomnosť Cigánov v okolitých lesoch patriacich rodine Mariássyovcov (Mann a kol., 2000). K usadzovaniu rómskych rodín na okraji slovenských miest, ako aj k príchodu početných skupín Rómov zo

západnej Európy, došlo v priebehu 16. a 17. storočia. V 18. storočí žili Rómovia už na celom území Slovenska (Dubcová a kol., 2008). Pôsobili na našom území ako kováči, hudobníci i vojaci. V 18. storočí, počas vlády Márie Terézie a Jozefa II., boli vydané nariadenia so zameraním na asimiláciu Rómov.

#### Mapa 1: Migrácia Rómov do Európy

#### Map 1: Migration of Roma into Europe



Zdroj: Mann a kol., 2000

Obdobie druhej svetovej vojny je charakterizované ako najsmutnejšia kapitola súčasných dejín Rómov. Rómovia boli považovaní za menejcennú skupinu, ktorá nemá právo na život (Mann a kol., 2000) a stali sa súčasťou plánu „Európa bez Cigánov“. Nacisti nazvali Rómov pliahou, ktorú je potrebné zbaviť ľudskosti a vyčleniť zo zvyšku spoločnosti (Hancock, 2005). Počas vojny boli na Slovensku založené viaceré pracovné útvary pre Židov, ale aj asociálov, medzi ktorých patrili i „Cigáni bez pracovného pomeru“. Takýto tábor bol zriadený v roku 1943 v Revúcej, kde pracovali na budovaní železnice na trase Revúca – Tisovec (Mann a kol., 2000). Odhaduje sa, že v rokoch 1939 – 1945 bolo zavraždených trisotisíc Rómov (Mann a kol., 2000). Po skončení vojny nastalo presídľovanie Rómov zo Slovenska do Čiech, kde mali lepšie pracovné príležitosti ako aj možnosti bývania. V roku 1957 bolo zákonom prijaté opatrenie zamerané na

zamedzenie kočovania, ale aj zákazy na zakladanie rómskych folklórnych súborov, športových klubov, vydávanie rómskych kníh a časopisov. Vláda ČSSR v roku 1965 vydala uznesenie, v ktorom určila „konceptiu likvidácie cigánskych osád a rozptylu cigánskeho obyvateľstva“ do ostatných častí republiky. V roku 1969 vznikla Komisia vlády pre otázky cigánskych obyvateľov, v okresoch boli vybudované okresné komisie, v rámci ktorých bola vytvorená sieť sociálnych terénnych pracovníkov. Zmena postavenia Rómov na Slovensku v dôsledku politickej, ekonomickej a sociálnej zmeny nastala po roku 1989. V roku 1991 im vláda Slovenskej republiky priznala štatút národnostnej menšiny a bola vytvorená pozícia splnomocnenca vlády pre rómske komunity, ako aj samostatný úrad a to v dôsledku sociálnych vlastností Rómov a ich nízkej vzdelanostnej úrovne. V súčasnosti žijú Rómovia v izolovaných rómskych osadách a nedostatočne využívajú možnosti zdravotnej starostlivosti aj keď majú rovnaké možnosti ako obyvatelia majoritnej skupiny. Nevyužívajú možnosti vzdelávania, čo v mnohých lokalitách tiež prispieva k vysokej nezamestnanosti.

Vstupe Slovenska do EÚ v roku 2004 predišlo vytýčenie programov so zameraním na integráciu Rómov, ako jednej z prístupových podmienok. Problematika rómskych komunit sa od roku 2007 naplňa prostredníctvom integrácie projektov z operačných programov. Jednou z významných udalostí v rámci tejto problematiky bolo prihlásenie Slovenskej republiky k Dekáde začleňovania rómskej populácie 2005 – 2015 prostredníctvom ktorej Slovensko napomáha integrácii Rómov a to v oblastiach zamestnanosti, vzdelávania, bývania a zdravia.

### Inštitucionálne a programové zabezpečenie rómskej problematiky

Medzi inštitúcie, ktoré pôsobia v oblasti rómskej problematiky, patria regionálne kancelárie **Úradu splnomocnenca vlády SR pre rómske komunity (ÚSVSR)**, ktoré okrem poskytovania poradenstva metodicky usmerňujú implementovanie vládou schválených programov v oblastiach: bývanie, zdravie, vzdelávanie, sociálna oblasť a iné (krízové situácie, budovanie partnerstiev a pod.). V rámci Banskobystrického samosprávneho kraja sa tieto regionálne kancelárie nachádzajú v Banskej Bystrici a v Rimavskej Sobote.

- Z činnosti regionálnej kancelárie ÚSVSR v Banskej Bystrici možno spomenúť:
  - *projekt Šťastný život* zameraný na upevnenie sebapoznania, sebadôvery detí zo sociálne znevýhodneného prostredia počas víkendového tábora v obci Veľké Uherce,
  - *zriadenie stanice krízového bývania a osobnej hygieny*, komunitného centra v obciach Pustý Hrad a Stráže.
- Regionálna kancelária ÚSVSR v Rimavskej Sobote vykonáva činnosti zamerané na realizáciu **komunitnej práce** v rámci osvetu medzi rómskou

mládežou, odbúraním predsudkov prostredníctvom hudobného festivalu rómskych detí a detí z majority a i.

- Súčasťou priorít Národného strategického referenčného rámca 2007 – 2013 bola **horizontálna priorita Marginalizovane rómske komunity**, ktorej cieľom bolo zvýšiť ich vzdelanostnú úroveň, zamestnanosť a kvalitu životných podmienok príslušníkov marginalizovanej rómskej komunity. Podpora sa zameriavala na štyri prioritné oblasti: vzdelávanie, zamestnanosť, bývanie a zdravie a súčasne tri problémové okruhy: rodová rovnosť, diskriminácia a chudoba.
- Medzi **strategické dokumenty**, ktoré prinášajú rozvojové koncepcie, plány a opatrenia pri riešení problémov rómskej menšiny, patria:
  - *Strednodobá koncepcia rómskej národnostnej menšiny v SR*, ktorá vychádza z okruhu problémov v rámci spoločenskej integrácie Rómov a spolužitia majoritnej spoločnosti s Rómami (Uznesenie vlády č. 183/2008 k návrhu Strednodobej koncepcie rozvoja rómskej národnostnej menšiny v Slovenskej republike SOLIDARITA-INTEGRITA-INKLÚZIA 2008 - 2013),
  - *Stratégia SR pre integráciu Rómov do roku 2020*, ktorá reaguje na potrebu spoločenského a sociálneho začleňovania rómskych komunít,
  - *Revidovaný národný akčný plán Dekády začleňovania rómskej populácie 2005 – 2015*, ktorý definuje prioritné oblasti a je prílohou stratégie (Úrad splnomocnenca vlády SR pre rómske komunity, 2013).

### Vývoj počtu, lokalizácia a špecifiká rómskej menšiny

Podľa Sčítania obyvateľstva domov a bytov z roku 2001 (SODB, 2001) na Slovensku žilo 90 944 obyvateľov rómskej národnosti, pričom najviac Rómov, až 35,2%, pripadalo na Prešovský kraj. Podľa SODB 2011 ich počet od roku 2001 vzrástol o 15 639, pričom opäť najviac Rómov, 40,7%, žilo v Prešovskom kraji. Uvedené údaje (tab. 1) dokumentujú nárast počtu Rómov na Slovensku, ale aj v Banskobystrickom kraji, do ktorého mesto a teda aj okres Revúca patrí.

Podľa Sčítania obyvateľstva domov a bytov z roku 2001 (SODB, 2001) sa k rómskej národnosti hlásilo 2 797 (6,8%) obyvateľov okresu Revúca z celkového počtu 40 918 obyvateľov. Podľa SODB (2011) sa k rómskej národnosti hlásilo 2 538 (6,3%) obyvateľov z celkového počtu 40 419 obyvateľov, čo znamená, že sa podiel rómskeho obyvateľstva znížil o 259 (0,5%). Rómska národnosť zostáva naďalej treťou najpočetnejšou národnosťou okresu (Štatistický úrad SR, 2013).

Pri SOBD (2011) uviedlo z počtu 2 538 občanov rómskej národnosti rómčinu ako materinský jazyk len 2 220 obyvateľov okresu, čo predstavovalo 5,5% celkovej populácie okresu. Rozdiel medzi uvedenými hodnotami predstavuje 318 Rómov, o ktorých predpokladáme, uviedli maďarčinu ako materinský jazyk. Rómčinu ako najčastejšie používaný jazyk v domácnosti uviedlo len 465

obyvateľov, tj. 1,2 % celkovej populácie, čo je pomerne veľký rozdiel vzhľadom k údajom o počte k príslušnej národnosti. Je diskutabilné, prečo sa tieto údaje tak líšia.

Tab. 1: Počet obyvateľov rómskej národnosti v roku 2001 a 2011 podľa krajov  
Table 1: The number of Roma population in 2001 and 2011 by regions

| Územie               | Počet obyvateľov |            |                |            |
|----------------------|------------------|------------|----------------|------------|
|                      | 2001             |            | 2011           |            |
|                      | počet            | %          | počet          | %          |
| Bratislavský kraj    | 753              | 0,8        | 765            | 0,7        |
| Trnavský kraj        | 3 165            | 3,5        | 3 038          | 2,9        |
| Trenčiansky kraj     | 1 548            | 1,7        | 573            | 0,5        |
| Nitriansky kraj      | 4 738            | 5,2        | 3 984          | 3,7        |
| Žilinský kraj        | 2 799            | 3,1        | 2 264          | 2,1        |
| Banskobystrický kraj | 15 474           | 17         | 15 531         | 14,6       |
| Prešovský kraj       | 32 036           | 35,2       | 43 387         | 40,7       |
| Košický kraj         | 30 431           | 33,5       | 37 041         | 34,8       |
| <b>Spolu</b>         | <b>90 944</b>    | <b>100</b> | <b>106 583</b> | <b>100</b> |

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2013, upravila: Rampašeková

V meste Revúca sa v roku 2001 hlásilo k rómskej národnosti 557 obyvateľov (4,1 %) z celkového počtu 13 466 obyvateľov. V roku 2011 sa ich hlásilo menej, len 360, čo z celkového počtu 12 828 predstavuje 2,8 % obyvateľov. V tomto prípade ide opäť o pokles 197 obyvateľov, čo je 1,3 %. Napriek poklesu počtu rómskeho obyvateľstva, rómska národnosť zostáva druhou najpočetnejšou národnosťou v meste po slovenskej národnosti. Súčasne pri poslednom sčítaní obyvateľov uviedlo 450 obyvateľov rómčinu ako materinský jazyk (3,5 %) a 36 obyvateľov (0,3 %) rómčinu ako najčastejšie používaný jazyk na verejnosti (Štatistický úrad SR, 2013).

Aj keď štatistické údaje prezentujú pokles obyvateľov rómskej národnosti, príslušníkov rómskej menšiny neustále pribúda. Uvedené údaje zo sčítania preto nevystihujú reálny stav počtu obyvateľov rómskej menšiny, a to preto, že veľká časť Rómov sa nehlási k rómskej národnosti. Dôvodmi, ktoré tento jav zapríčiňujú, môžu byť viaceré - obava z diskriminácie, vnútorná rôznorodosť rómskej menšiny alebo dištancovanie sa od rómskej menšiny, keďže je spájaná so sociálnou zaostalosťou a pod.

Na území mesta Revúca podľa Juráskovej a kol. (2004) boli v roku 2004 i v súčasnosti **lokalizované štyri osídlenia rómskej menšiny** (mapa 2), pričom tri z nich sa nachádzajú v intraviláne a jedno v extraviláne mesta Revúca (Atlas rómskych komunít SR, 2013).

Mapa 2: Lokalizácia rómskych osídlení na území mesta Revúca

Map 2: Location of Roma settlements in the Revúca Town



Zdroj: Jurásková a kol., 2004

Z hľadiska polohy osídlenia tu nachádzame kategóriu osídlenie **mimo mesta**, ktorá predstavuje zoskupenie obydľí vzdialených 200 m od mesta, resp. od Kúpeľnej ulice. V prípade tohto prvého rómskeho osídlenia predstavuje absolútna početnosť 29 obydľí všetkých typov, v ktorých žilo 160 obyvateľov. V tomto osídlení predstavoval podiel obydľí s prípojkou na vodovod 89,7 %, na kanalizáciu 69,0 %, elektrinu 98,7 % a 0,0 % na plyn (tab. 2). Toto osídlenie sa nachádza vo vzdialenosti 200 m. Druhé rómske osídlenie mimo mesta je vzdialené 20 m od intravilánu mesta, pričom v 11 obydľiach žilo 50 obyvateľov bez inžinierskych sietí. Kategória **integrované/koncentrované osídlenie**, v ktorom podľa majority žije viac ako 80% Rómov, združovalo 119 obydľí so 796 obyvateľmi. Osídlenie bolo 100 % napojené na vodovod, kanalizáciu a elektrinu. Osídlenie sa nachádza v intraviláne mesta na ulici Prvého slovenského gymnázia. Poslednú kategóriu vyjadruje **integrované/rozptýlené** osídlenie, ktorého obyvatelia žijú rozptýlene medzi majoritou v počte 274 obyvateľov. Ide o rómskych obyvateľov žijúcich na uliciach Jilemnického, Okružná a Komenského ([http://www.minv.sk/?atlas\\_2013](http://www.minv.sk/?atlas_2013)).

Tab. 2: Údaje o rómskych osídleniach na území mesta Revúca v roku 2004  
 Table 2: Data of Roma settlements on the territory of the Revúca Town in 2004

| Osídlenie                             |             | 1          | 2          | 3                         | 4                      |
|---------------------------------------|-------------|------------|------------|---------------------------|------------------------|
|                                       | lokalizácia | intravilán | extravilán | intravilán                | intravilán             |
|                                       | poloha      | mimo mesta | mimo mesta | integrované-koncentrované | integrované-rozptýlené |
|                                       | vzdialenosť | 200 m      | 20 m       | -                         | -                      |
| Počet obydľí                          |             | 29         | 11         | 119                       | *                      |
| Podiel napojenia na inžinierske siete | vodovod     | 89,0 %     | 0,0        | 100,0 %                   | *                      |
|                                       | kanalizácia | 69,0 %     | 0,0        | 100,0 %                   | *                      |
|                                       | elektrina   | 98,0 %     | 0,0        | 100,0 %                   | *                      |
|                                       | plyn        | 0,0 %      | 0,0        | 0,0 %                     | *                      |
| Počet obyvateľov                      |             | 160        | 50         | 796                       | 274                    |

Zdroj: Jurásková a kol., 2004; upravila: Šefranová (2013)

\* nezistený údaj

Vzhľadom na identifikáciu **špecifik** Rómov je nevyhnutné skúmanie vzťahov medzi majoritným a minoritným obyvateľstvom, ktoré sa navzájom odlišujú, a to svojimi sociálnymi, kultúrnym, ekonomickými a etnickými charakteristikami predovšetkým zo strany minority.

Ako uvádza Valentín a kol. (2006), je na prvý pohľad možno identifikovať vonkajšiu odlišnosť Rómov. Môžeme sem zaradiť fyzický vzhľad, obliekanie, spôsob reči, hlučnosť v komunikácii a i. Táto odlišnosť je u majoritného obyvateľstva vnímaná skôr ako negatívna odlišnosť. *Antropologické špecifiká* Rómov, ktoré sú podmienené biologicky, sú tiež istým činiteľom pri vytváraní vzťahov medzi majoritou a rómskou menšinou. Medzi takéto špecifiká patria žltohnedá farba pleti a tmavá pigmentácia vlasov a očí. Ďalšími špecifikami sú *etnické špecifiká*, ku ktorým možno zaradiť ich vnútorné zákony, normy, pravidlá, hodnotový systém a následne ich spôsob života a kultúru. Za hlavnú etnickú charakteristickú črtu je považovaný rómsky jazyk, prostredníctvom ktorého sa Rómovia dorozumievajú napriek jeho rôznym dialektom. Najvýznamnejším *demografickým špecifikom* je vysoká pôrodnosť. Rómske etnikum sa vyznačuje relatívnou mladosťou, čo vidieť pri vekovej štruktúre obyvateľstva v podobe širokej základne detí, mladých ľudí a nízkym podielom najstarších vekových skupín. V rámci kategórie *ekonomických špecifik* možno spomenúť vysokú nezamestnanosť spôsobenú negramotnosťou, neodobornosťou, nezaujmom o prácu zo strany Rómov. Môžeme však konštatovať, že nezaujem o prácu je spôsobený diskrimináciou tohto obyvateľstva majoritným obyvateľstvom, práve na základe uvedených špecifik.

Mestské obyvateľstvo rómskej národnosti prinieslo do života majoritného

obyvateľstva špecifiká **kultúry** v prejave a to najmä tanečného a hudobného umenia. Minorita mesta Revúca si žije svojím kultúrnym životom v podobe organizovania pravidelného vystúpenia rómskych hudobných skupín na Dňoch mesta Revúca a zároveň sa zapájajú do rôznych projektov. V rámci projektu „*Romano dživipen*“ (Rómsky život), ktorý predstavuje už X. ročník, sa zapojili žiaci škôl mesta Revúca svojimi výtvarnými prácami zobrazujúcich Rómov žijúcich v minulosti i dnes, ich vzťah k hudbe, remeslám, ku kočovníctvu či odievaniu. Do projektu *RomaNet*, ktorého cieľom bolo podporiť spoluprácu rómskych neziskových organizácií, sa zapojilo občianske združenie (OZ) Lácho Drom z Revúcej. Toto OZ organizuje kultúrne podujatia, prehliadky mladých rómskych talentov a podporuje miestne nadané deti (<http://www.revuca.sk/>).

### Problematika vzdelávania Rómov

Zmena postavenia Rómov súvisí hlavne s rastom vzdelanosti. Vôľa zmeniť situáciu Rómov vo vzdelávacom systéme sa pretransformovala do podoby **vládných materiálov**. V roku 1998 programové vyhlásenie vlády SR riešilo otázky vzdelávania a výchovy rómskych detí s cieľom nasmerovať prostriedky na dlhoročný program vzdelávania a výchovy rómskych detí, podporu zamestnanosti Rómov i zvyšovanie jej kvality života. V roku 2002 programové vyhlásenie už presne určilo niektoré konkrétne opatrenia v rámci vzdelávania, a to dôraz na predškolskú výchovu a možnosť vzdelávania v materinskom jazyku. Problémy rómskych žiakov a ich nevhodné zaradovanie do špeciálnych škôl obsahuje Správa o stave realizácie štátnej politiky vo vzťahu k deťom a mládeži SR v rokoch 1990 – 2000 (<https://www.iuventa.sk/files/documents/legislativa/koncepcia%20do%20r.%202007.pdf>).

V roku 2000 bol schválený **Národný program výchovy a vzdelávania v SR** na najbližšie obdobie 15 – 20 rokov ako základný dokumenty determinujúci smer reformy vzdelávacieho systému. V rámci problematiky rómskych detí v školstve obsahuje len krátku časť, pretože v roku 2001 bola vypracovaná **Koncepcia výchovy a vzdelávania rómskych detí a žiakov** (<http://www.minedu.sk/data/att/944.pdf>). V koncepcii boli vytýčené hlavné ciele, krátkodobé až dlhodobé kroky na dosiahnutie cieľov, avšak bez očakávaných výsledkov a následne možnosti hodnotenia ich dosahovania. Ďalším materiálom bol **Súčasný stav vo výchove a vzdelávaní rómskych detí a žiakov** z roku 2003 (<https://www.minedu.sk/sucasny-stav-vo-vychove-a-vzdelavani-romskych-deti-a-mladeze-2003/>). Prvá časť popisuje situáciu v oblasti výchovy a vzdelávania rómskych detí a žiakov v predškolskej príprave a počas plnenia povinnej školskej dochádzky. Druhú časť materiálu tvoria prílohy – vyhodnotenie plnenia úloh v rezorte školstva za roky 2001 a 2002, problematiku zaradovania rómskych detí do špeciálnych základných škôl, grafické prehľady, zoznam materských, základných a špeciálnych základných škôl podľa obcí a rómskych osád. Informačná správa tvorila analytický podklad k

tvorbe dlhodobej *Koncepcii integrovaného vzdelávania rómskych detí a mládeže, vrátane rozvoja stredoškolského a vysokoškolského vzdelávania*. Z uvedeného vyplýva, že koncepcia je vypracovaná na základe požiadaviek a potrieb praxe. Skladá sa z troch základných častí: analýzy súčasného stavu, koncepčných zámerov a poslednú časť tvoria navrhované odporúčania a opatrenia na zlepšenie vzdelanostnej úrovne. Napriek tomu, že tieto materiály boli schválené vládou, ich spoločným problémom implementácie je, že nie sú dostatočne využívané nástroje vzdelávacej politiky, týkajúce sa predovšetkým otázky financovania. Preto nedochádza k žiadnemu dopadu na správanie škôl a súvisiacich inštitúcií, ktoré ako jediné ich môžu naplňať (Alexander a kol., 2004).

Za nedostatkom činností a aktivít na nápravu spomínanej situácie pri riešení rómskej problematiky vo vzdelávacom systéme možno vidieť ako jednu z hlavných príčin inštitucionálne zabezpečenie. Na dosiahnutie skutočného pokroku v tejto oblasti je nevyhnutná nielen politická podpora, ľudské zdroje, ale i prebratie zodpovednosti útvarov a orgánov s potrebnými kompetenciami v rómskej otázke.

V rámci medzinárodnej komunikácie a tvorby medzinárodných projektov vystupuje **Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR**. Za prípravu a realizáciu politiky školstva zodpovedá **Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR**. Vzhľadom na problematiku vzdelávania Rómov je orientovaný v sekcii regionálneho školstva – Odbor špeciálnych škôl, špeciálnych výchovných zariadení a poradenských zariadení a Oddelenie škôl s vyučovacím jazykom národnostných menšín a vzdelávania rómskych komunít, ktoré vydávajú viacero materiálov a koncepcií týkajúcich sa vzdelávania Rómov. Popri spomínanom ministerstve vystupuje ústredný orgán **Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR**, podľa ktorého sociálna reforma zvýšila motiváciu sociálne odkázaných v oblasti vzdelávania, čiastočne prispela k riešeniu dochádzky (sociálne štipendia). Prehľbovaním systematického riešenia kvality vzdelávania detí zo sociálne znevýhodneného prostredia sa zaoberá **Štátna školská inšpekcia**. Za zavádzanie rómskeho jazyka, výskum a vývojové úlohy v súvislosti s rómskymi deťmi zodpovedá **Štátny pedagogický ústav**. Aktivitu pre učiteľov zabezpečuje **Rómske vzdelávacie centrum Prešov**. Vysokoškolským vzdelávaním pedagógov pre rómskych žiakov sa zaoberá **Ústav romologických štúdií FSVaZ UKF v Nitre**.

V rámci mesta Revúca pôsobia inštitúcie **Centrum pedagogicko-psychologického poradenstva a prevencie**, ktorá poskytuje poradenstvo v oblasti vzdelávania, výchovy, správania a prevencie pre osoby od 3 rokov po dospelosť (Úrad práce, sociálnych vecí a rodiny, 2013). Ďalšou je **Špeciálno-pedagogická poradňa** zaoberajúca sa špeciálnymi potrebami detí a spolupracuje pri vzdelávaní týchto detí (Špeciálna základná škola v meste Revúca, 2013).

### Deti zo sociálne znevýhodneného prostredia so zameraním na Rómov

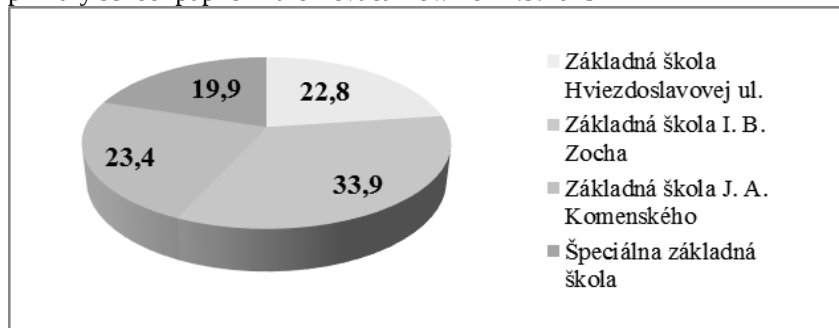
Podľa obsahu práva na súdnu a inú právnu ochranu uvedenú v čl. 46 ods. 1 Ústavy SR ([http://portal.concourt.sk/Zbierka/1994/2\\_94s.pdf](http://portal.concourt.sk/Zbierka/1994/2_94s.pdf)) nie je možné získavať informácie o národnosti dieťaťa inak ako na základe sebaidentifikácie, čiže keď sa dieťaťa, prípadne jeho rodičia, sami hlásia k rómskej národnosti. Každý iný spôsob môže viesť k diskriminačnému zneužitiu údajov a taktiež zasahuje do práv jednotlivca.

V praxi existujú alternatívne používané kategórie pre určenie prípadnej problémovosti dieťaťa, ktoré sa často používajú pri rómskych deťoch. Spravidla ide o pomenovanie „**deti zo sociálne znevýhodneného prostredia**“.

V meste Revúca sa nachádzajú štyri základné a štyri stredné školy, ktoré k 1.9.2013 navštevovalo v rámci obcí okresu Revúca 498 sociálne znevýhodnených žiakov (tab. 2). Vo všetkých školách sú vzdelávaní a vychovávaní sociálne znevýhodnení žiaci spolu s ostatnou populáciou. Podiel sociálne znevýhodnených žiakov na týchto štyroch základných školách predstavoval 68,7 %, pričom v rámci ZŠ najviac uvedených žiakov navštevovalo základnú školu I. B. Zocha (graf 1). Na SŠ bol podiel sociálne znevýhodnených žiakov 31,3 %, pričom najviac takýchto žiakov navštevovalo Združenú strednú odbornú školu obchodu a služieb (graf 2).

Graf 1: Podiel sociálne znevýhodnených žiakov z celkového počtu žiakov základných škôl mesta Revúca k 1.9.2013

Graph 1: Proportion of socially disadvantaged students of the total number of primary school pupils in the Revúca Town on 1.9.2013

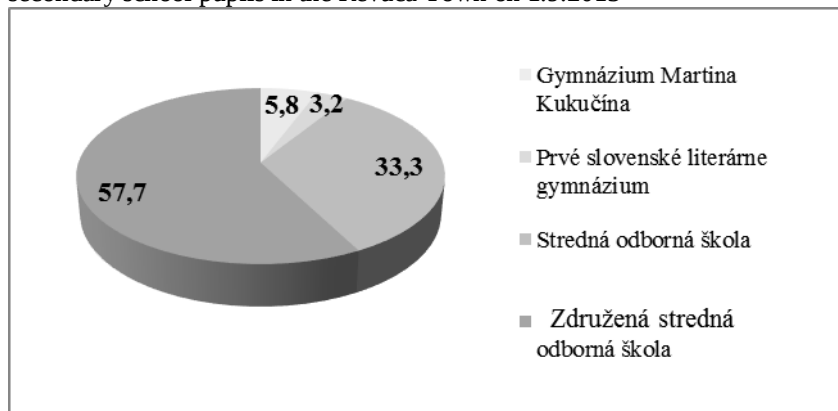


Zdroj: Interné materiály základných a stredných škôl mesta Revúca (2013)

Spracovala: Šefranová (2013)

Graf 2: Podiel sociálne znevýhodnených žiakov z celkového počtu žiakov stredných škôl mesta Revúca k 1.9.2013

Graph 2: Proportion of socially disadvantaged students of the total number of secondary school pupils in the Revúca Town on 1.9.2013



Zdroj: Interné materiály základných a stredných škôl mesta Revúca (2013);  
Spracovala: Šefranová (2013)

V rámci ZŠ celkový počet žiakov navštevujúcich Špeciálnu základnú školu bol 90 a z toho je 68 (61%) sociálne znevýhodnených. Tento vysoký podiel zastúpenia sociálne znevýhodnených rómskych detí v jedinej špeciálnej škole často súvisí s ich neúspechom na bežných školách i s tým, že súčasný vzdelávací systém im nedokáže pomôcť a poradiť si s nimi. I keď väčšina žiadnym mentálnym postihnutím netrpí, sú zaradovaní do príslušnej školy. Vývojový trend poukazuje na každoročný pokles celkového počtu žiakov na jednotlivých školách a rast počtu sociálne znevýhodnených žiakov (Ústav informácií a prognóz školstva, 2013).

Základné školy mesta Revúca slúžia pre vzdelávanie detí aj z okolitých obcí. Sociálne znevýhodnení žiaci dochádzajú celkovo z 15 obcí. Najviac sociálne znevýhodnených žiakov pochádza priamo z mesta Revúca v počte 373. V rámci ostatných obcí okresu Revúca najviac sociálne znevýhodnených žiakov dochádza z obce Muránska Dlhá Lúka (28) a najmenej v počte 3 z obce Mokrý Lúka (tab. 3, mapa 3).

Medzi najčastejšie problémy sociálne znevýhodnených žiakov možno zaradiť:

- problém dochádzky,
- nedostatočné výsledky vo všetkých etapách vzdelávacieho procesu,
- nízka početnosť štúdií na stredných školách a minimálna na vysokých školách,
- vysoký podiel v špeciálnom školstve (triedy pre deti s ľahkým mentálnym postihnutím).

Tab. 3: Zoznam obcí v rámci okresu Revúca, z ktorých dochádzajú sociálne znevýhodnení žiaci do základných a stredných škôl mesta Revúca k 1.9.2013

Table 3: List of municipalities within the Revúca District, of which the socially disadvantaged pupils into primary and secondary schools to commute in the Revúca Town on 1.9.2013

| Názov obce         | Počet sociálne znevýhodnených žiakov |
|--------------------|--------------------------------------|
| Gemerské Teplice   | 4                                    |
| Hucín              | 9                                    |
| Jelšava            | 14                                   |
| Kameňany           | 10                                   |
| Lubeník            | 6                                    |
| Magnezitovce       | 9                                    |
| Mokrú Lúka         | 3                                    |
| Muráň              | 4                                    |
| Muránska Dlhá Lúka | 28                                   |
| Muránska Zdychava  | 13                                   |
| Rákoš              | 9                                    |
| Revúca             | 373                                  |
| Revúcka Lehota     | 6                                    |
| Sirk               | 5                                    |
| Šivetice           | 5                                    |
| Spolu              | 498                                  |

Zdroj: Interné materiály základných a stredných škôl mesta Revúca (2013)

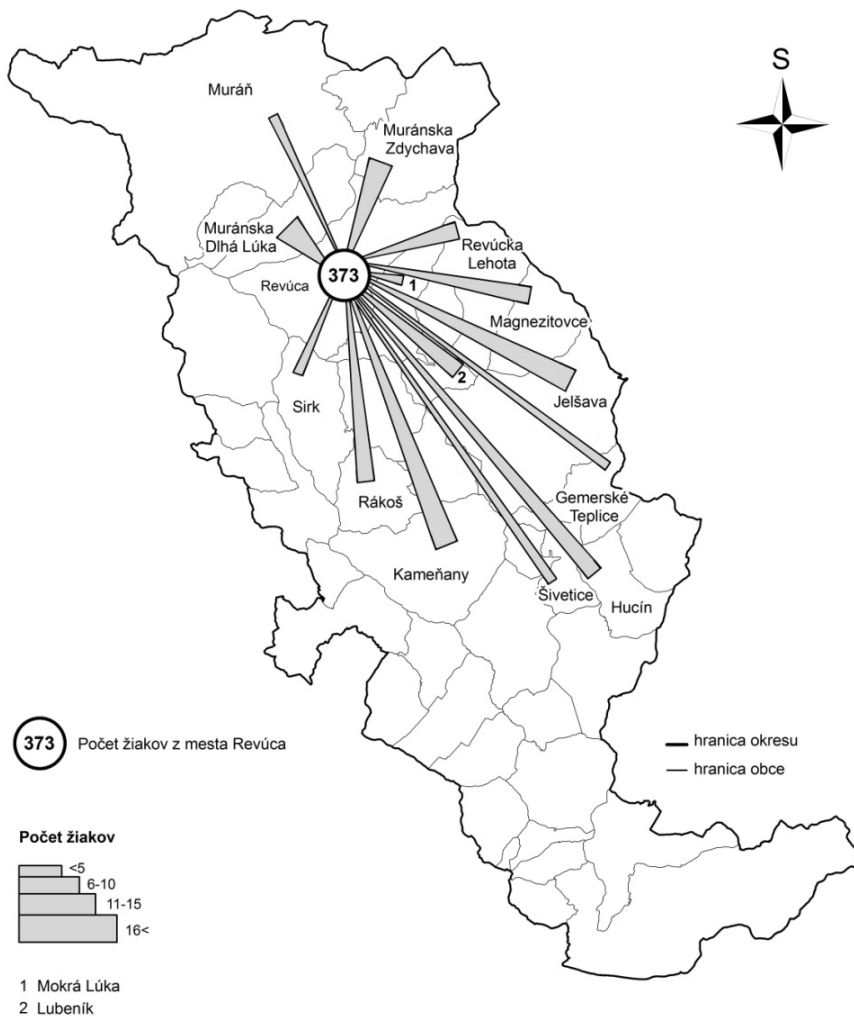
### Rómska komunita vo vzťahu ku majorite

V rámci zisťovania miery spolužitia majority s obyvateľmi rómskej národnosti sme zrealizovali prieskum verejnej mienky formou dotazníka. Dotazníky boli určené majoritnému obyvateľstvu mesta. Na prieskume sa zúčastnilo 120 respondentov, z toho 61 žien (50,8 %) a 59 mužov (49,2 %). Podľa veku tvorili najpočetnejšiu skupinu obyvatelia v kategórii 40 – 49 rokov (22,5 %), najnižší podiel účasti tvorili obyvatelia nad 60 rokov (10,0 %). Z hľadiska najvyššieho ukončeného vzdelania bolo najviac respondentov so stredným vzdelaním s maturitou (47,5 %), najmenej so základným vzdelaním (8,3). V rámci ekonomickej aktivity prevažovali respondenti kategórie zamestnaný (51,7 %) a minimálny podiel tvorili respondenti kategórie na materskej dovolenke (6,7 %).

Respondenti sa stotožnili s názorom, že Rómovia sú zvyhodňovaní, pričom túto kategóriu si zvolilo všetkých 120 opýtaných. Podľa charakteru vzťahov 64,2 % respondentov nemá s rómskou komunitou žiadny vzťah.

Mapa 3: Dochádzka sociálne znevýhodnených žiakov z obcí okresu Revúca do okresného mesta

Map 3: Attendance of the socially disadvantaged pupils from municipalities of the Revúca District to the district town



Patricia Šefranová by ArcGis 9.3

Zdroj: Interné materiály základných a stredných škôl,  
Spracovala: Šefranová (2013)

Až 78,3 % opýtaných považuje prítomnosť Rómov v meste za nebezpečnú, pričom najčastejšími dôvodmi podľa respondentov je:

- ničenie verejného a súkromného majetku Rómami,
- krádeže,
- ohrožovanie života a zdravia ostatných obyvateľov,
- vulgárnosť a nedisciplinovanosť.

Podľa 30,8 % respondentov je najdominantnejšou vlastnosťou Rómov ich neprispôsobivosť. Z hľadiska riešenia problematiky vzdelávania rómskych detí by bolo podľa opýtaných najvýhodnejším riešením zriadenie reedukačného centra (27,5 %), ktoré by vedelo poskytnúť mravnú, sociálnu i emocionálnu nápravu sociálne neprispôsobivým. Ako ďalšiu možnosť uviedli poskytovanie základného a špecializovaného poradenstva (20,8%), ktorého aktivity by boli zamerané na oblasť hygieny, dochádzky do školy a riadenia financií domácností (Šefranová, 2013).

### Návrhy na riešenie vzdelávania rómskych žiakov

V súčasnosti možno vidieť trend rastu počtu rómskych matiek v nižšom veku ako 16 rokov. Dievčatá v tomto veku nie sú po stránke mentálnej a ekonomickej pripravené na materstvo. Deti takýchto mladistvých matiek sa rodia do sociálneho prostredia s nevytvorenými rodinnými podmienkami, určitým zázemím a istotami. Takéto deti sprevádza pri vývoji nekontrolované správanie a konanie, ktoré, očakávame, že sa prejaví vo vyššej miere kriminality a nevhodnom spoločenskom správaní a v spolunažívaní s majoritou.

Riešenie tejto problematiky nie je jednoduché. Najväčšie možnosti vidíme vo vytvorení reedukačného centra a v multikultúrnom vzdelávaní. **Reedukačné centrum** by bolo určitým prostriedkom na zlepšenie tejto situácie v rámci podpory a pomoci s cieľom sociálneho začlenenia alebo prevencie sociálneho vylúčenia. Vhodný priestor pre zrealizovanie výstavby centra sa nachádza na ul. Litovelská, v blízkosti integrovaného rómskeho osídlenia. Zriadením centra môže byť poskytovaná výchova a vzdelávanie deťom s poruchami psychického a sociálneho vývinu, u ktorých sa takéto poruchy nedokážu zvládnuť bežnými spôsobmi. Zároveň centrum môže umožniť prípravu na povolanie, výchovu k prosociálnemu správaniu, či vzdelávanie so zameraním na prípravu materstva a rodičovstva.

Nami preferovanou možnosťou riešenia je **multikultúrna výchova**, poskytovaná už v predškolskom zariadení, na ktorú by nadväzovala multikultúrna výchova na základnej škole. Poskytovanie multikultúrnej výchovy v materskej škole pre rómske deti, je najdôležitejším prvkom samotného úspechu v rámci zaradenia do spoločnosti.

### Záver

Vývojový trend počtu obyvateľstva rómskej národnosti má neustále rastúcu

tendenciu, v dôsledku čoho vláda neustále vytvára koncepcie a programy zamerané na ich integráciu do spoločnosti. Vzdelanie je jedným z kľúčových prvkov riešenia problematiky Rómov. Konštatujeme, že stupeň vzdelanosti je stále nízky. Dôvodom je školský systém nerešpektujúci kultúru rôznorodost' tejto národnosti. V súčasnosti je preferované riešenie vzdelávania rómskych detí ich zaradovaním do špeciálnych škôl, ktoré negatívne ovplyvňuje ich samotnú budúcnosť. Finančné prostriedky vynaložené na súčasný spôsob vzdelávania neprinášajú požadovaný efekt. Väčší dôraz je potrebné dať na transformáciu vzdelávacieho systému, ktorý by rómskym deťom poskytol prostredie na vzdelávanie prispôbené ich kultúrnym, jazykovým či psychickým požiadavkám. Efektivita transformačného vzdelávacieho systému môže spočívať v zriadení multikultúrnej základnej a materskej školy pre deti rómskej národnosti.

Aj samotné výsledky prieskumu verejnej mienky upozornili na to, že spôsob života a správanie sa Rómov sú brzdiacimi faktormi v ich integrácii medzi majoritu. Majoritná spoločnosť upozorňuje však na to, že Rómovia tvoria národnosť, ktorá má isté práva, ale je potrebné plniť si aj povinnosti a mať zodpovednosť voči spoločnosti.

## Literatúra

**Alexander, J. a kol. 2004.** Rómske deti v slovenskom školstve. Bratislava : Inštitút pre dobre spravovanú spoločnosť, 2004. 94 s. ISBN 80-89041-81-7.

**Atlas rómskych komunít na Slovensku 2013.** Bratislava : Ministerstvo vnútra SR. [http://www.minv.sk/?atlas\\_2013](http://www.minv.sk/?atlas_2013) (2013-02-11)

**Dubcová, A. a kol. 2008.** Geografia Slovenska. Nitra : Fakulta prírodných vied UKF v Nitre, 2008. 351 s. ISBN 978-80-8094-422-3.

**Hancock, I. 2005.** My rómsky národ. Bratislava : Petrus, 2005. 261 s. ISBN 80-88939-97-6.

**Horváthová, E. 1964.** Cigáni na Slovensku. Bratislava : Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1964. 396 s. ISBN 71-066-64.

[http://portal.concourt.sk/Zbierka/1994/2\\_94s.pdf](http://portal.concourt.sk/Zbierka/1994/2_94s.pdf)

<http://www.minedu.sk/data/att/944.pdf>)

<https://www.minedu.sk/sucasny-stav-vo-vychove-a-vzdelavani-romskych-deti-a-mladeze-2003/>)

[http://www.minv.sk/?atlas\\_2013](http://www.minv.sk/?atlas_2013)

<https://www.iuventa.sk/files/documents/legislativa/koncepcia%20do%20r.%202007.pdf>

<http://www.revuca.sk/>.

**Jurásková, M. a kol. 2004.** Atlas rómskych komunít na Slovensku 2004. Bratislava : Inštitút pre verejné otázky, 2004. 191 s. ISBN 80-88991-27-7

**Kandračová, V. 2010.** Rómske osídlenie Slovenska. In Geografické poznatky bez hraníc, Košice : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, 2010, s. 127-144.

ISBN 978-80-7097-836-8.

**Mann, A. a kol. 2000.** Rómsky dejepis. Bratislava : Kalligram, 2000. 56 s. ISBN 80-7149-316-3.

**Michaeli, E. a kol. 2003.** Vybrané aspekty štruktúry rómskej komunity v niektorých regiónoch východného Slovenska. In: Zborník štúdií z grantu VEGA č. 1/0493/03: Podnikateľské prostredie a regionálne aspekty rozvoju, Prešov, ManaCon.

**Michaeli, E. 2004.** Vybrané regionálnogeografické aspekty rómskej komunity v Slovenskej republike. In Acta Facultatis Rerum Naturalium Universitatis Matthiae Belli, Reflexie geografických výskumov v strednej Európe s dôrazom na ich využitie v praxi (medzinárodná vedecká konferencia), Banská Bystrica, p. 70 – 75

**Sčítanie obyvateľstva domov a bytov z roku 2001.** <http://sodb.infostat.sk/sodb/sk/2001/oscitani2001.htm>

**Sčítanie obyvateľstva domov a bytov z roku 2011.** <http://sodb.infostat.sk/sodb/sk/2011/oscitani2011.htm>

**Správa o stave realizácie štátnej politiky vo vzťahu k deťom a mládeži SR v rokoch 1990 – 2000.** [https://www.iuventa.sk/files/documents/1\\_eurodesk/import/Dokumenty%20pre%20stranku/narodna%20sprava.pdf](https://www.iuventa.sk/files/documents/1_eurodesk/import/Dokumenty%20pre%20stranku/narodna%20sprava.pdf) (2013-02-11)

**Šefranová, P. 2013.** Regionálny rozvoj mesta Revúca. Nitra : FPV UKF, Katedra geografie a regionálneho rozvoja, 2013. Manuskript.

**Solcová, L. 2012.** Roma ethnitown and poverty in the Nitra region In Geography and Geoinformatics: Challenge for Practise and Education : Proceedings of 19th International Conference. Brno, 8. - 9. September 2011. Brno : Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5799-9, p. 386-395.

**Špeciálna základná škola Revúca, 2013.** Centrum špeciálnopedagogického poradenstva. <http://www.specialnaze.ferdonet.sk/poradna.html> (2013-05-14)

**Štatistický úrad SR, 2013.** <http://www.statistics.sk/> (2013-11-27)

**Úrad práce, sociálnych vecí a rodiny v Revúcej, 2013.** Zamestnávateľské subjekty v územnej pôsobnosti ÚPSVR Revúca. [http://www.upsvar.sk/buxus/docs/urady/RA/Zamestnavatelske\\_subjekty/Zamestnavatelske\\_subjekty\\_RA\\_2012.pdf](http://www.upsvar.sk/buxus/docs/urady/RA/Zamestnavatelske_subjekty/Zamestnavatelske_subjekty_RA_2012.pdf) (2013-05-14)

**Úrad splnomocnenca vlády pre rómske komunity, 2013.** <http://www.romovia.vlada.gov.sk/> (2013-12-10)

**Ústav informácií a prognóz školstva, 2013.** Prehľad základných a stredných škôl. <http://www.uips.sk/prehlady-skol/> (2013-05-10)

**Uznesenie vlády č. 183/2008 k návrhu Strednodobej koncepcie rozvoja rómskej národnostnej menšiny v Slovenskej republike SOLIDARITA-INTEGRITA-INKLÚZIA 2008-2013.** <http://www.rvp.sk/doc.php?n=41>

**Valentín, J. a kol. 2006.** Prierez socio-kultúrnymi vrstvami identity Rómov. Nitra : UKF, 2006 146 s. ISBN 80-8050-981-6.

**Veselovský, J. 2012.** Chudoba na príklade Nitrianskeho kraj. Nitra : UKF, 2012, 206 s. ISBN 978-80-558-0056-1.

## ROMA COMMUNITY OF THE REVÚCA TOWN

### Summary

Revúca Town is an area with a growing of Roma community, which is necessary the majority to integrate. Evidence of this need are the unofficial statistics, which 10 until 20,0 % of the Roma population in the total population of the town to present. One of the key factors in addressing the Roma issue is education, which 25.0 % of socially disadvantaged pupils in schools to confirm. Another argument is also the opinion poll, according to which the behavior and way of life of the Roma their integration to prevent and therefore is necessary the education of Roma children to focus. The solution of education problem can be found in build the re-education centre, pre-school education for Roma children and the multicultural elementary school to build.

### **Mgr. Patricia Šefranová**

E-mail: patricia.sefranova@gmail.com

### **RNDr. Zuzana Rampašeková, PhD.**

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra

E-mail: zrampasekova@ukf.sk

### **RNDr. Daša Oremusová, PhD.**

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra

E-mail: doremusova@ukf.sk

## ŽIVNOSTNÍCI AKO JEDEN Z INDIKÁTOROV CHUDOBY NA PRÍKLADE NITRIANSKEHO SAMOSPRÁVNEHO KRAJA

Ján Veselovský

### Abstract

*Natural persons - contractors, not recorded in the business register contain sole tradesmen, self-employed farmers, and persons with liberal profession (e.g. doctors, lawyers, artists). Trades in the cities are characterized by doctors, artists or workers working on a trade. In municipalities trade services and self-employed farmers dominate. It is expected that licensed trade increases income, reduces unemployment and increases the quality of life thereby reducing the threat to the slide to the risk of poverty. The aim of this paper is to present and assess the number of tradesmen in the Nitra Region as one of the indicators of poverty.*

**Keywords:** poverty, indicator, district, region, tradesmen

### Úvod

Živnostníkov zaraďujeme medzi podnikateľov, pričom sú spravidla menej vystavení riziku chudoby ako zamestnanec prípadne nezamestnaná osoba. Pri tomto ukazovateli sme sledovali počet živnostníkov na 100 obyvateľov produktívneho veku. Fyzické osoby – podnikatelia, nezapísaní v obchodnom registri, zahŕňajú živnostníkov, samostatne hospodáriacich roľníkov a osoby so slobodným povoláním (napr. lekári, advokáti, umelci). V mestách sú živnosťami charakteristickí predovšetkým lekári, umelci, rôzne slobodné povolania alebo robotníci pracujúci na živnosť. Vo vidieckych obciach dominujú živnostenské služby a samostatne hospodáriaci roľníci.

Zaradenie do živnostenského stavu umožňuje osobám výrazne zvýšiť ich finančný príjem a tým odvrátiť ich prípadný prepád do skupiny obyvateľstva ohrozeného chudobou. Táto skutočnosť platí dovtedy, kým si živnostník počas svojho produktívneho veku odvádza dostatočné množstvo finančných prostriedkov poisťného do fondov. Pred zmenou legislatívy (v roku 2013) až 80% samostatne zárobkovo činných osôb v Slovenskej republike (cca 200 000 pracujúcich) vykazovalo príjem na úrovni minimálneho vymeriavacieho základu (cca 320 €/mesiac). To zapríčiňuje nízky finančný príjem v dôchodkovom veku a reálnu možnosť zaradiť sa do skupiny obyvateľstva ohrozeného chudobou. Zmena legislatívy - zvýšenie minimálnej sadzby poisťného (zabezpečenie dôstojnejšieho dôchodku) spôsobila výrazný pokles počtu živnostníkov (rok 2012 – 367 506 živnostníkov, rok 2013 – 342 369 živnostníkov) na úkor následného nárastu počtu spoločností s ručením obmedzeným z 145 128 v roku 2012 na 162 562 v roku 2013.

Indikátor chudoby vychádza z možnosti zvýšenia príjmov (počas vykonávania živnosti), zníženia nezamestnanosti a následne zvýšenie kvality života a tým znížením hrozby sklúzuť k riziku chudoby.

Rôznym zmenám a premenám chudoby sa venoval Džambazovič (2000). Problematike merania chudoby, nerovnosti ako aj sociálneho vylúčenia sa zaoberali Džambazovič (2004) a Mareš (1999). Chudobou rómskeho etnika, ich nezamestnanosťou ako aj kvalitou života v priestore Československa ako aj Slovenskej republiky sa venovali autori Radičová (2001), Chalupa, Hübelová (2008) a Šolcová (2012). Chudobou v priestoroch okresoch Slovenskej republiky ako aj meraním chudoby, popisom konceptov a atribútov chudoby sa zaoberal Michálek (2000, 2004, 2005). Chudobou na príklade Nitrianskeho samosprávneho kraja sa zaoberal Veselovský (2012).

Cieľom príspevku je poukázať na počet živnostníkov v Nitrianskom samosprávnom kraji ako jeden z indikátorov chudoby.

### Vývoj počtu živnostníkov

V Nitrianskom samosprávnom kraji (NSK) pripadá v priemere na 100 obyvateľov v produktívnom veku 8,93 živnostníkov, pričom ich počet má v posledných rokoch stagnujúci trend. Kým v roku 2001 na 100 obyvateľov pripadalo približne 7,78 živnostníkov, tak v roku 2008 to bolo o 2,13 viac a to 9,91. Celkovo sa počet živnostníkov zvýšil z 35 411 v roku 2001 na 44 856 v roku 2008 (tab. 1), čiže bol zaznamenaný nárast o 9 445, čo je z pohľadu chudoby pozitívny jav.

Najvyššie hodnoty živnostníkov nad priemerom NSK sú v okresoch Nitra (10,2% - 11 050 živnostníkov), Topoľčany (9,1% - 4 384), Zlaté Moravce (8,97% - 2 462) a Šaľa (9% - 3 148 živnostníkov). Podpriemerné hodnoty zaznamenali okresy Komárno (8,9% - 6 092), Levice (8,3% - 6 176 živnostníkov) a Nové Zámky (8% - 7 461 živnostníkov) (tab. 1 a 2).

V období rokov 2001 – 2008 bola dosiahnutá najnižšia hodnota v roku 2002 v okrese Levice (6,72%, t.z. 5 041 živnostníkov) a najvyššia v roku 2006 v okrese Nitra (11,46%, t.z. 12 138 živnostníkov), čo poukazuje na významný rozdiel (4,72%). Medzi týmito okresmi možno vidieť narastajúci trend tohto indikátora s výnimkou roku 2002, kedy zaznamenali všetky okresy pokles. Priestorové rozmiestnenie sledovaného javu dokumentuje mapa č. 1. Ako je z nej vidieť, najvyššie podiely živnostníkov sa koncentrujú v severnej (okres Topoľčany), severovýchodnej (okres Zlaté Moravce), západnej (okres Šaľa) a centrálnej (okres Nitra) časti kraja. Naopak nízke hodnoty, umožňujúce vytváranie chudoby, sú najvýraznejšie zastúpené vo východnej (okres Levice) a juhovýchodnej (okres Nové Zámky - obvod Štúrovo) časti kraja. Fragmentovite ich môžeme nájsť aj v okresoch Komárno, Nitra, Zlaté Moravce a Topoľčany - no ich početnosť nie je výrazná (1 až 2 obce v okrese).

Tab. 1: Počet živnostníkov v okresoch Nitrianskeho samosprávneho kraja (NSK) (2001 - 2008)

Table 1: Number of tradesmen in the districts of the Nitra Self-governing Region (NSR) (2001 - 2008)

| Okres/kraj | 2001          | 2002          | 2003          | 2004          | 2005          | 2006          | 2007          | 2008          | Ø 2001-2008   |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>NR</b>  | 9 781         | 9 260         | 10 369        | 11 172        | 11 524        | 12 138        | 12 132        | 12 029        | <b>11 050</b> |
| <b>ZM</b>  | 1 890         | 1 927         | 2 231         | 2 469         | 2 625         | 2 852         | 2 861         | 2 843         | <b>2 462</b>  |
| <b>TO</b>  | 3 680         | 3 683         | 3 986         | 4 289         | 4 510         | 4 956         | 4 959         | 5 009         | <b>4 384</b>  |
| <b>SA</b>  | 2 815         | 2 635         | 2 906         | 3 192         | 3 294         | 3 476         | 3 470         | 3 399         | <b>3 148</b>  |
| <b>NZ</b>  | 6 586         | 6 296         | 7 097         | 7 673         | 7 808         | 8 073         | 8 086         | 8 072         | <b>7 461</b>  |
| <b>KN</b>  | 5 488         | 5 170         | 5 719         | 6 059         | 6 235         | 6 633         | 6 721         | 6 712         | <b>6 092</b>  |
| <b>LV</b>  | 5 171         | 5 041         | 5 687         | 6 472         | 6 472         | 6 842         | 6 855         | 6 872         | <b>6 176</b>  |
| <b>NSK</b> | <b>35 411</b> | <b>34 012</b> | <b>37 995</b> | <b>41 326</b> | <b>42 468</b> | <b>44 933</b> | <b>44 905</b> | <b>44 856</b> | <b>40 783</b> |

Zdroj: Rakovská, 2009

Tab. 2: Počet živnostníkov na 100 obyvateľov (%) v NSK (2001 - 2008)

Table 2: Number of tradesmen for 100 inhabitants (%) in the NSR (2001 - 2008)

| Okres/kraj | 2001        | 2002        | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        | 2007        | 2008        | Ø 2001-2008  |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>NR</b>  | 9,41        | 8,86        | 9,87        | 10,6        | 10,91       | 11,46       | 11,45       | 11,40       | <b>10,26</b> |
| <b>ZM</b>  | 7,09        | 7,23        | 8,34        | 9,21        | 9,76        | 10,57       | 9,62        | 10,01       | <b>8,97</b>  |
| <b>TO</b>  | 7,81        | 7,77        | 8,38        | 8,98        | 9,44        | 10,39       | 9,38        | 10,66       | <b>9,1</b>   |
| <b>SA</b>  | 8,17        | 7,6         | 8,33        | 9,11        | 9,38        | 9,91        | 9,98        | 9,55        | <b>9</b>     |
| <b>NZ</b>  | 7,04        | 6,73        | 7,57        | 8,18        | 8,32        | 8,62        | 8,68        | 8,61        | <b>8</b>     |
| <b>KN</b>  | 8,01        | 7,55        | 8,35        | 8,85        | 9,11        | 9,7         | 9,72        | 9,99        | <b>8,9</b>   |
| <b>LV</b>  | 6,92        | 6,72        | 7,56        | 8,58        | 8,58        | 9,1         | 9,21        | 9,47        | <b>8,3</b>   |
| <b>NSK</b> | <b>7,78</b> | <b>7,49</b> | <b>8,31</b> | <b>9,07</b> | <b>9,36</b> | <b>9,94</b> | <b>9,46</b> | <b>9,91</b> | <b>8,93</b>  |

Zdroj: Rakovská, 2009

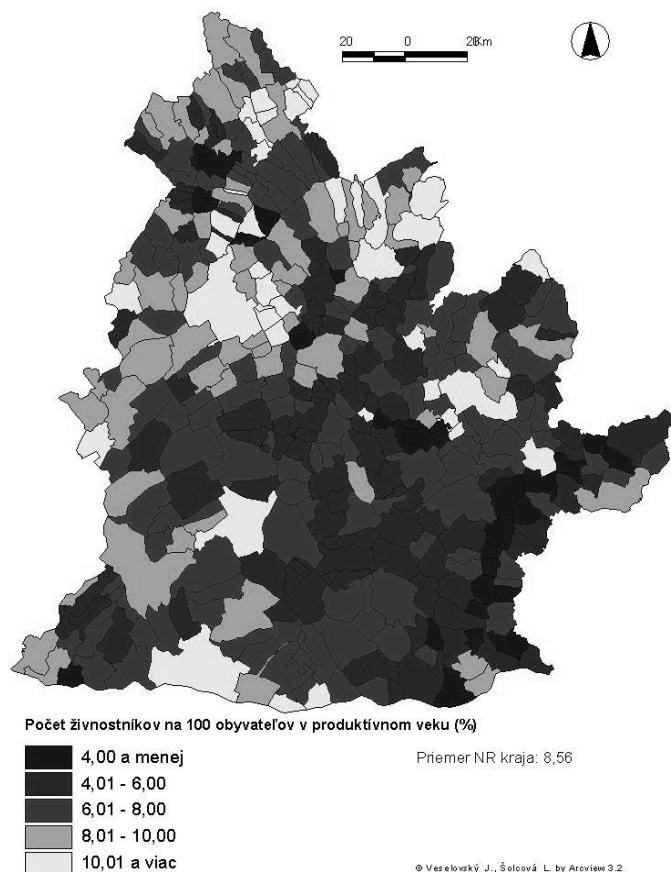
### Živnostníci ako indikátor chudoby

Pre lepšie hodnotenie obcí sme počty živnostníkov rozdelili do piatich intervalov (tab. 3). Pozitívne hodnoty pre zníženie chudoby (nadpriemerné počty živnostníkov) v sebe generuje piaty interval obsahujúci 39, t.z. 11% obcí kraja.

Najrozšírenejší je v severnej (okres Topoľčany – 10 obcí), severovýchodnej (okres Zlaté Moravce - 6), severozápadnej (okres Nitra - 10) a východnej (okres Levice - 8 obcí) časti kraja. V okrese Topoľčany sem patria obce napr. Solčianky (10,84%), Jacovce (11,06%), Rajčany (11,6%), Belince (13,19%), Tovarníky (14%), Krušovce (10,45%). V okrese Nitra dosahujú najvyšší počet živnostníkov obce napr. Golianovo (10,12%), Výčapy-Opatovce (10,82%), Pohranice (10,78%), Nitra (11,93%), Báb (12,06%), Veľký Lapáš (13,01%), Malý Lapáš (17,41% - najvyššia hodnota v kraji) živnostníkov. V okrese Levice okrem mesta Levíc (10,24%) do tohto intervalu možno zaradiť obce Horná Seč (10,3%), Vyšné nad Hronom (10,95%).

Mapa 1: Živnostníci v obciach NSK

Map 1: Tradesmen in the municipalities of the NSR



Tab. 3: Intervalové zastúpenie živnostníkov v okresoch NSK

Table 3: Interval representation of tradesmen in the districts of the NSR

| Okres/kraj | Interval  |           |            |           |           |
|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|
|            | I.        | II.       | III.       | IV.       | V.        |
| <b>NR</b>  | 4         | 15        | 14         | 18        | 10        |
| <b>ZM</b>  | 1         | 10        | 7          | 9         | 6         |
| <b>TO</b>  | 1         | 8         | 22         | 13        | 10        |
| <b>SA</b>  | 0         | 2         | 4          | 6         | 1         |
| <b>NZ</b>  | 9         | 25        | 23         | 4         | 1         |
| <b>KN</b>  | 1         | 11        | 21         | 5         | 3         |
| <b>LV</b>  | 14        | 27        | 35         | 5         | 8         |
| <b>NSK</b> | <b>30</b> | <b>98</b> | <b>126</b> | <b>60</b> | <b>39</b> |

Zdroj: vlastné výpočty, 2009

Obce piateho intervalu sa vyznačujú zastúpením malých obcí (Belince, Solčianky) ako aj miest (Levice, Nitra). Je tu dvanásť obcí do 499 obyvateľov, (9 obcí 500-999 obyvateľov), desať od 1000-1999 obyvateľov a päť miest kraja.

Štvrtý (60 obcí, t.z. 17% obcí kraja), tretí (126 obcí, t.z. 35,7% obcí kraja) a druhý (98 obcí, t.z. 27,8%) interval je rovnomerne rozptýlený v celom kraji, pričom sa v nich nachádza desať miest.

Z hľadiska chudoby najviac s chudobou korelujú obce prvého intervalu. Je v ňom koncentrovaných 30 obcí kraja (8,5%). Spomedzi okresov má jednoznačne výrazne najvyššie zastúpenie okres Levice (13 obcí). Početne je zastúpený aj okres Nové Zámky (9) a aj okres Nitra (4 obce). Z okresu Levice sú zastúpené predovšetkým malé obce, napr. Šalov (2,14% - najnižšia hodnota v kraji), Ondrejovce (2,25%), Lontov (2,86%), Zalaba a Sikenica (2,89%), Dolné Semerovce (3,06%), Slatina (3,77%). Obce z okresu Nové Zámky sa sústreďujú do obvodu Štúrovo - Malé Kosihy, Malá nad Hronom, Sikenička, Obid, Ľubá, Pavlová, Leľa, Bajtava, ... . Až 67% obcí (20) tohto intervalu patrí do veľkostnej kategórie malých obcí. Ich koncentrácia vytvára výrazný pás tiahnuci sa z južnej a juhovýchodnej časti obvodu Štúrovo pozdĺž hraníc SR do priestorov juhovýchodnej časti okresu Levice. Obce sú typické vysokým podielom nezamestnaných (Obid 33,52%, Ľubá 37,19%, Bajka 49,51%, Šalov 54,15%, Ondrejovce 44,03%, Sikenica 43,02%, Zalaba 48,24% nezamestnaných), vysokým priemerným vekom (Leľa 46,04, Pavlová 42,67 rokov), nízkou mierou ekonomickej aktivity (Dolné Semerovce 34,67%, Leľa 39,65%), nízkou intenzitou obnovy bytov (Bajka, Dolné Semerovce, Slatina, Šalov, Zalaba – žiadna bytová výstavba), vysokou úmrtnosťou (Leľa 46,02‰, Malé Kosihy 19,1‰, Pavlová 18,2‰, Lontov 18,93‰) a rovnako vysokým podielom primárneho stupňa vzdelania (Šalov 64,2%, Bajka 61,86%, Sikenica 57,94%), (Veselovský, 2012).

Z celkového počtu 354 obcí NSK bolo 14,4% (51 obcí kraja) „veľmi

bohatých obcí“ s rozpätím živnostníkov od 3,33% až po 14,00% (Lužany 3,33%, Tovarníky 14,00%), s priemernou hodnotou živnostníkov 8,04%. „Bohatých obcí“ je v kraji dvakrát viac (115 obcí – 32,6%) ako „veľmi bohatých obcí“. Rozpätie živnostníkov pri „bohatých obciach“ sa zvýšilo na 14,27%, pričom je v rozmedzí 3,14 – 17,41% čo je najväčšie rozpätie zo všetkých typov obcí. Priemerný počet živnostníkov sa znížil o 0,36% na 7,68%.

Predovšetkým u veľmi „bohatých obcí“ zohrávajú iné indikátory chudoby významnejšiu úlohu ako počet živnostníkov (Bodza – neúplné rodiny 5,56%, Šrobárová – miera nezamestnanosti 19,84%, Hul - viacdetné domácnosti 10,02%). Pri veľmi „bohatých obciach“ a s častí aj pri „bohatých obciach“ je zväčša počet živnostníkov druhoradý z pohľadu významnosti ku chudobe.

Spomedzi obcí v oboch intervaloch (166 obcí) sa nájdu aj obce s malým počtom živnostníkov (pod 8,56%) (Lubá 3,14%, Devičany 4,21%). Priemerný počet živnostníkov „veľmi bohatých obcí“ a „bohatých obcí“ dosahuje 7,86%, čo je pod priemernou hodnotou počtu živnostníkov v NSK 8,56% (tab. 4 a 5).

„Prechodný typ“ obcí s počtom 111 obcí reprezentuje 31,4% obcí kraja. Obce prechodného typu mierne znížili spodnú hranicu (o 0,04%) a hornú hranicu rozpätia (o 5,35%) na 3,10 – 12,06% s priemerným počtom živnostníkov 6,85%.

Nízkym počtom živnostníkov sa vyznačovali „chudobné obce“, ktorých bolo 53 (15,1% obcí kraja) s počtom živnostníkov v rozsahu 2,75 – 11,12% (Farná 4,5%, Slatina 3,77%). Horný interval živnostníkov sa pri „chudobných obciach“ znížil a priemerný počet živnostníkov dosiahol 5,9%. Spomedzi všetkých obcí kraja dosahovali najvyššiu hodnotu nezamestnanosti „veľmi chudobné obce“ ktorých bolo v kraji 23 (6,5% obcí kraja). Aj keď hodnota rozpätia počtu živnostníkov v spodnom intervale mierne poklesla o úroveň 0,61% oproti „chudobným obciam“, hodnota horného intervalu sa zvýšila o 0,73% a rozpätie dosiahlo úroveň od 2,14 po 11,85% (Zalaba 2,89%, Šalov 2,14%). Priemerný počet živnostníkov pri „veľmi chudobných obciach“ dosiahol hodnotu len 4,68%, čím sa potvrdilo prepojenie chudoby s počtom živnostníkov.

## Záver

Živnosťou sa zvyšuje príjem, znižuje nezamestnanosť a následne zvyšuje kvalita života a tým sa znižuje hrozba sklznúť k riziku chudoby. Živnostníci, na rozdiel od zamestnancov a pracovníkov na dohodu, majú na osobu výrazne vyšší finančný príjem. Práve chudoba je často spájaná s tými, ktorí sú vylúčení z pracovného trhu, práve preto sú chudobou ohrození predovšetkým nezamestnaní a najmenej ohrození sú zamestnanci a podnikatelia. Podnikateľ je spravidla menej vystavený riziku chudoby ako zamestnanec, prípadne nezamestnaná osoba. Podnikanie umožňuje osobám výrazne zvýšiť ich finančný príjem a tým odvrátiť ich prípadný prepád do skupiny obyvateľstva ohrozeného chudobou a následne zvýšiť kvalitu života.

Tab. 4: Počet živnostníkov a chudoba v „chudobných“ a „veľmi chudobných obciach“ NSK (2001 - 2008)

Table 4: Number of tradesmen and poverty in „poor“ and „very poor“ municipalities of the NSR (2001 - 2008)

| obec             | živnostníci<br>% | chudoba<br>(body) * | obec               | živnostníci<br>% | chudoba<br>(body) * |
|------------------|------------------|---------------------|--------------------|------------------|---------------------|
| Šalov            | 2,14             | 24,876              | Svrbice            | 5,42             | 20,172              |
| Ondrejovce       | 2,25             | 20,907              | Bíňa               | 5,46             | 20,572              |
| Malé Kosihy      | 2,30             | 20,545              | Veľké Ludince      | 5,55             | 19,980              |
| Malá nad Hronom  | 2,75             | 19,515              | Málaš              | 5,58             | 18,933              |
| Lontov           | 2,86             | 21,095              | Volkovce           | 5,60             | 18,229              |
| Klížska Nemá     | 2,87             | 21,084              | Telince            | 5,70             | 18,782              |
| Zalaba           | 2,89             | 21,029              | Lok                | 5,78             | 22,394              |
| Sikenica         | 2,89             | 21,034              | Veľké Lovce        | 5,81             | 19,877              |
| Sikenička        | 3,02             | 20,363              | Bielovce           | 5,95             | 19,453              |
| Dolné Semerovce  | 3,06             | 24,334              | Vyškovce nad Ipľom | 5,96             | 19,170              |
| Bajka            | 3,08             | 24,716              | Starý Hrádok       | 6,02             | 19,201              |
| Obid             | 3,08             | 19,195              | Vinodol            | 6,09             | 18,539              |
| Pavlová          | 3,34             | 18,180              | Jabloňovce         | 6,18             | 19,355              |
| Choča            | 3,55             | 18,964              | Mýtné Ludany       | 6,28             | 20,195              |
| Turá             | 3,64             | 19,025              | Neded              | 6,37             | 20,228              |
| Leľa             | 3,74             | 20,717              | Dolná Seč          | 6,39             | 18,456              |
| Slatina          | 3,77             | 19,885              | Kubáňovo           | 6,42             | 19,164              |
| Bajtava          | 3,81             | 20,311              | Čata               | 6,49             | 19,418              |
| Selice           | 4,37             | 21,055              | Nesvady            | 6,58             | 18,999              |
| Kamenín          | 4,40             | 19,889              | Mudroňovo          | 6,59             | 19,716              |
| Farná            | 4,50             | 19,567              | Modrany            | 6,60             | 19,753              |
| Nový Tekov       | 4,50             | 19,215              | Čaka               | 6,63             | 18,760              |
| Holiare          | 4,52             | 18,330              | Marcelová          | 6,83             | 18,814              |
| Bruty            | 4,53             | 19,680              | Šarovce            | 6,92             | 23,102              |
| Plavé Vozokany   | 4,62             | 20,297              | Salka              | 7,03             | 18,545              |
| Rúbaň            | 4,64             | 18,281              | Zemné              | 7,05             | 19,597              |
| Melek            | 4,70             | 18,320              | Pastovce           | 7,13             | 19,559              |
| Tehla            | 4,70             | 19,383              | Zlatná na Ostrove  | 7,18             | 19,766              |
| Kukučínov        | 4,71             | 19,312              | Drženice           | 7,44             | 19,009              |
| Bajč             | 4,75             | 19,730              | Pohronský Ruskov   | 7,45             | 18,114              |
| Dulovce          | 4,75             | 20,234              | Dedinka            | 8,06             | 19,573              |
| Vrbová nad Váhom | 4,81             | 19,745              | Ardanovce          | 8,31             | 18,866              |
| Beša             | 4,82             | 19,913              | Tekovský Hrádok    | 8,53             | 18,214              |
| Hronovce         | 5,14             | 19,121              | Vlčany             | 9,38             | 18,616              |
| Orešany          | 5,17             | 19,169              | Vyšné nad Hronom   | 10,95            | 20,126              |
| Malé Zálužie     | 5,20             | 19,550              | Uhľiská            | 11,07            | 18,897              |
| Nýrovce          | 5,21             | 19,383              | Jesenské           | 11,12            | 18,804              |
| Hájske           | 5,38             | 19,149              | Žemliare           | 11,85            | 21,232              |

Zdroj: vlastné výpočty, 2009; \* hodnoty úrovne chudoby (Veselovský, 2012)

Tab. 5: Živnostníci v NSK (2001 - 2008)

Table 5: Tradesmen in the NSR (2001 - 2008)

|                     | počet<br>obcí | počet<br>obcí<br>(%) | intervalové rozpätie<br>počtu živnostníkov<br>(%) | Ø počet<br>živnostníkov<br>(%) |
|---------------------|---------------|----------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|
| veľmi bohaté obce   | 51            | 14,4                 | 3,33 - 14,00                                      | 8,04                           |
| bohaté obce         | 115           | 32,6                 | 3,14 - 17,41                                      | 7,68                           |
| prechodný typ       | 111           | 31,4                 | 3,10 - 12,06                                      | 6,85                           |
| chudobné obce       | 53            | 15,1                 | 2,75 - 11,12                                      | 5,9                            |
| veľmi chudobné obce | 23            | 6,5                  | 2,14 - 11,85                                      | 4,68                           |
| Spolu NSK           | 354           | 100                  | 3,33 – 17,41                                      | 6,63                           |

Zdroj: vlastné výpočty, 2009

## Literatúra

**Džambazovič, R. 2000.** Metamorfózy chudoby. In Slovo II, 49, s. 6-17.

**Džambazovič, R. 2004.** Posun od merania chudoby k meraniu sociálneho vylúčenia. In Otázky merania chudoby. Bratislava, 2004, s. 11-24. ISBN 80-89149-02-2.

**Džambazovič, R. 2007.** Chudoba na Slovensku Bratislava : Univerzita Komenského, 2007. 232 s. ISBN 978-80-223-2428-1.

**Chalupa, P. – Hübelová, D. 2008.** Rómske etnikum na našom území. Biologie-Chemie-Zeměpis, Praha : SPN, roč. 17, 2008, č. 2, s. 99-102. ISSN 1210-3349.

**Mareš, P. 1999.** Sociologie nerovnosti a chudoby. Praha : Sociologické nakladatelství SLON, 1999. 241 s. ISBN 80-85850-61-3.

**Michálek, A. 2000.** Chudoba, jej koncepty a geografické dimenzie. In Geografický časopis, roč. 52, 2000, č. 3, s. 231-242. ISSN 0016-7192.

**Michálek, A. 2004.** Meranie chudoby územných celkov na príklade okresov SR. In Sociológia, roč. 36, 2004, č. 1, 104 s.

**Michálek, A. 2005.** Koncentrácia a atribúty chudoby v Slovenskej republike na lokálnej úrovni. In Geografický časopis, roč. 57, 2005, č. 1, s. 3-22. ISSN 0016-7192.

**Radičová, I. 2001.** Chudoba Rómov vo vzťahu k trhu práce v Slovenskej republike. In Sociológia, roč. 33, 2001, č. 5, s. 439-456.

**Rakovská, E. 2009.** Organizačná štruktúra hospodárstva – Fyzické osoby [elektronická pošta]. Správa pre: Jána Veselovského. 2009-08-12 [cit. 2013-18-11]. Osobná komunikácia.

**Šolcová, L. 2012.** Roma ethnicity and poverty in the Nitra Region. In Geography and Geoinformatics: Challenge for Practise and Education : Proceedings of 19th

International Conference, Brno : Masarykova univerzita, 2012. pp. 386-395. ISBN 978-80-210-5799-9.

**Veselovský, J. 2012.** Chudoba na príklade Nitrianskeho kraja. Nitra : UKF, 2012. 206 s. ISBN 978-80-558-0056-1.

## **TRADESMEN AS ONE OF THE INDICATORS OF POVERTY ON THE EXAMPLE OF THE NITRA SELF-GOVERNING REGION**

### **Summary**

In the Nitra Region, there are on average 8.56 tradesmen for 100 inhabitants in productive age and their number has an increasing trend. While in 2001, there were 7.21 tradesmen for 100 inhabitants and in 2006 it was 2.71 more which is 9.94. Overall, the number of tradesmen increased from 35,411 in 2001 to 44,933 in 2006. There was an increase of 9,445 which is a positive phenomenon in terms of poverty.

The highest number of tradesmen (above the average of the region) is in the districts of Nitra (10.26% - 11,060 tradesmen), Topoľčany (9.1% - 4,384), Zlaté Moravce (8.97% - 2,462) and Šaľa (9% - 3,148 tradesmen).

Below average values, less favorable for the development of the area, had the districts of Komárno (8.9% - 6,092), Levice (8.3% - 6,176 tradesmen) and Nové Zámky (7.74% - 7,255 tradesmen). During the period of 2001 - 2008, the lowest value was reached in 2002 in the district of Levice (6.72% - 5,041 tradesmen) and the highest value in 2006 in the district of Nitra (11.46% - 12,138 tradesmen) indicating a significant difference (4.72%). Among these districts, we can see an increasing trend of this indicator with the exception of the year 2002 when a decline was recorded in all districts. The highest proportions of tradesmen are concentrated in the north (Topoľčany District), northeast (Zlaté Moravce District), west (Šaľa District) and central (Nitra District) parts of the region. Conversely, low values allowing the creation of poverty are most represented in the east (Levice District) and southeast (Nové Zámky District - Štúrovo Territory) parts of the region. As a fragments, they can also be found in the districts of Komárno, Nitra, Zlaté Moravce, and Topoľčany - but their number is not significant (1-2 municipalities in the district).

**RNDr. PaedDr. Ján Veselovský, PhD.**

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 74 Nitra

E-mail: jveselovsky@ukf.sk



Názov diela / Title: Geografické štúdie 17, 2/2013

Vydavateľ / Editor: Fakulta prírodných vied UKF v Nitre

Hlavný redaktor / Editor-in-Chief: doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc.

Výkonný redaktor / Executive editor: doc. PhDr. RNDr. Martin Boltžiar, PhD.

Technický redaktor / Computer typesetting: Mgr. Matej Vojtek, PhD.

Redakčná rada / Editorial board:

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.  
RNDr. Hilda Kramáreková, PhD.  
doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.  
prof. RNDr. Peter Spišiak, CSc.

Dátum vydania / Date of publishing: september 2014

Periodicita vydávania / Publication periodicity: 2x ročne

Poradie vydania / Order of edition: 2.

Počet strán titulu / Pages: 84

Počet výtlačkov / Number of copies: 150 ks

© UKF v Nitre

ISSN: 1337-9445