

UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE
CONSTANTINE THE PHILOSOPHER UNIVERSITY IN NITRA

FAKULTA PRÍRODNÝCH VIED
FACULTY OF NATURAL SCIENCES

GEOGRAFICKÉ INFORMÁCIE
GEOGRAPHICAL INFORMATION

Ročník / Volume: 24

Číslo / Issue: 2

Rok / Year: 2020

GEOGRAFICKÉ INFORMÁCIE
GEOGRAPHICAL INFORMATION

Časopis Katedry geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre
Journal of the Department of Geography and Regional Development FNS CPU in Nitra

Ročník / Volume: 24 Číslo / Issue: 2 Rok / Year: 2020

Vydavateľ / Publisher:

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra,
Slovenská republika

Constantine the Philosopher University in Nitra, Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra,
Slovak Republic

IČO: 00157716

Vydanie tohto čísla časopisu bolo financované z projektu VEGA č. 1/0169/18
Kreatívny cestovný ruch ako nový produkt cestovného ruchu na Slovensku.

This issue of the journal Geographical Information was financed by the VEGA
project no. 1/0169/18 Creative tourism as a new product of tourism in Slovakia.

Za jazykovú stránku príspevkov zodpovedajú autori.

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

© 2020 Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Evidenčné číslo: EV 2802/08

ISSN 1337-9453

OBSAH**CONTENTS****Michal Cirner, Gabriel Székely**

Migrácia a sociálna interakcia v slovensko-ukrajinskom pohraničí:
percepce lokálnych aktérov

Migration and Social Interaction in the Slovak-Ukrainian Borderlands: The
Perceptions of Local Actors.....

7

János Csapó

Exploring Creative Tourism As a New Tourism Product in Slovakia –
Analysis of the Primary Results.....

28

Emil Drápela

Making Secondary Geodiversity Sites Accessible: Example of the Method
Used in Northern Bohemia.....

43

Marek Havlíček, Ivo Dostál

Prívozy na Moravě a ve Slezsku v historickém kontextu

Ferry Boats in Moravia and Silesia in Historical Context.....

55

Petra Hencelová

Alternatíva ukrytá v debničkách

Alternative Hidden in Boxes.....

70

Alexandra Hladká, Lucia Petrikovičová

Transformácia kultúrnej krajiny a jej využitie pri tvorbe náučného chodníka
Bošáckou dolinou

Transformation of a Cultural Landscape and Its Use in Proposal of
Educational Trail through Bošáca Valley.....

83

Gergely Horváth

Spatial Distributions of the Hotel Developments and Creative Solutions To
Ensure the Unique Attractiveness of Hotels.....

97

Jarmila Hudáková, Marcela Korenková

Kreatívni umelci v cestovnom ruchu

Creative Artists in Tourism.....

110

Liběna Jarolímková

Interpretace přírodního dědictví: Preference návštěvníků přírodních památek

Interpretation of Nature Heritage: Visitor's Preferences to Nature

Monuments..... 119

Jiří Ježek, Renáta Ježková

Aktéři, strategie a faktory úspěšnosti revitalizace center malých měst v České republice

Actors, Strategies and Success Factors of Small Town Centers'

Revitalization in the Czech Republic..... 131

Jaromír Kolejka

Starobylé segmenty kulturní krajiny jako objekty cestovního ruchu

Segments of the Ancient Cultural Landscape as Objects of Tourism..... 146

Andrii Kuzyshyn

Departure From the Traditional Electoral Population Sympathies of the Western Ukrainian Region: Spatial Analysis of the Elections To the

Verkhovna Rada of 2019..... 158

Martin Lačný, Anna Polačková

Bariéry interakcie a cezhraničnej spolupráce v slovensko-ukrajinskom pohraničí: percepcie lokálnych aktérov

Barriers to Interaction and Cross-Border Cooperation in the Slovak-

Ukrainian Borderlands: The Perceptions of Local Actors..... 174

Marián Lukáč

Výskum antropogénne transformovanej krajiny Národného parku Nízke Tatry a možnosti jej využitia z pohľadu ekoturizmu

Research of Anthropogenic Transformed Landscape of the Low Tatras National Park and Possibilities of Its Use From the Perspective of

Ecotourism..... 191

Ludmila Mazúchová, Zuzana Sándorová, Barbora Profietová

Creative Activities Offered by Selected Hotels in Slovakia..... 207

Eva Michaeli, Martin Boltížiar, Vladimír Solár, Matúš Maxim

Charakter skládky z výroby niklu v meste Sered'

The Nature of the Landfill from the Nickel Production in Town Sered'..... 219

Michal Noga

Využitie instagramu ako nástroja na tvorbu obrazu regiónov cestovného ruchu
Using Instagram As a Tool for Regional Image Development.....

233

Markéta Novotná, Helena Kubičková

Kreativní nástroje pro udržitelný turismus (zkušenosti z Varšavy
a Budapešti)

Creative Tools for Sustainable Tourism (Experience from Warsaw and
Budapest).....

245

Tamás Nyári

For Medical or Industrial Purposes? Issues of the Utilization of Thermal
Waters in Southern Transdanubia in the Age of Socialism.....

257

Zuzana Palenčíková

The Concept of Creative Tourism As a Development Tool for Tourism
Destinations in Slovakia (Collaborative Networking of Creative Artists with
Tourism Stakeholders for the Future Growth of Destinations).....

270

Kristína Pompurová

Cestovné kancelárie na území Slovenska – charakteristika podnikov, ich
lokalizácie, produktu a výkonov

Tour Operators in Slovakia – Characteristics of Enterprises, Their
Localization, Product and Performance.....

285

Zuzana Sándorová, Norbert Beták

Tourism Undergraduates' As Creative Tourists' Experiences and Interests....

301

Hana Skokanová, Renata Pavelková, Marek Havlíček, Aleš Létal

Identification of Potential Localities for Restoring Former Historical Ponds:
Case Studies from the Czech Republic.....

315

Milena Švedová, Denisa Kurucová

Projekt Creative Cities of Media Arts Košice ako motivačný faktor
kreatívneho cestovného ruchu na Slovensku

Creative City of Media Art Košice Project As a Motivational Factor of
Creative Tourism in Slovakia.....

329

Marta Urbaníková, Michaela Štubňová Impact of the Covid-19 Coronavirus Pandemic on Tourism in the Regions of Slovakia.....	348
Ján Veselovský, Petr Chalupa Kreatívna Kuba Creative Cuba.....	361
Andrej Kóňa, Kristína Dzureková Functional Urban Areas in Nitra Region.....	377
Veronika Máliková, Martin Boltížiar Mapovania a analýza zmien krajinnej pokrývky vo vybranej časti Malej Fatry (Vrátna dolina) Mapping and Analysis of Land Cover Changes in a Selected Part of the Malá Fatra Mts. (Vrátna Dolina)	389

MIGRÁCIA A SOCIÁLNA INTERAKCIA V SLOVENSKO-UKRAJINSKOM POHRANIČÍ: PERCEPCIE LOKÁLNYCH AKTÉROV

Michal Cirner, Gabriel Székely

Abstract

The paper aims to present findings from the research on perceptions of local actors in terms of immigration, emigration and social interaction by Slovak and Ukrainian respondents. We were interested in the respondents' opinions on the extent to which they perceived these movements on the Slovak-Ukrainian border. Respondents answered three basic questions concerning the perception rate of immigration/emigration, the perception rate for work across borders and the perception rate of social interaction between Ukraine and the Slovak Republic. Respondents' responses to these variables were captured through a seven-point scale of responses.

Keywords: border studies, cross-border cooperation, local actors, barriers

Slovensko-ukrajinská hranica a jej prihraničné oblasti boli, sú a aj v budúcnosti budú atraktívnymi objektmi pre mnohoraký vedecký výskum, a to aj v oblasti cezhraničnej spolupráce.¹ V súčasnosti je stále fenoménom nielen východná schengenská hranica, ktorá kultúrne, historicky, ekonomicky² a inak blízke krajiny (Slovensko a Ukrajinu) rozdeľuje,³ ale sú to aj geopolitické odlišnosti a z nich vyplývajúce ekonomické či iné diferencie⁴, ktoré laikov vedú k úsudkom o „iných svetoch“. Určite sa za Vyšným Nemeckým nezačína iný svet, ale tým, že Ukrajina nepatrí do OECD, EÚ⁵ alebo NATO, kým Slovensko áno, to

¹ Výskumu cezhraničnej spolupráce medzi Slovenskom a Ukrajinou sa venujú autori Dudinský, Dančišin a Lačný (2017) v texte s názvom *Výskum cezhraničnej spolupráce medzi Slovenskou Republikou a Ukrajinou*.

² V *Journal of Economic Development, Environment and People* sa Lačný (2017) venuje problematike vzájomného obchodu a cezhraničnej ekonomickej spolupráci Slovenska a Ukrajiny.

³ Identifikáciu spoločných a konfliktných percepíí a stereotypov zisťovala Geremešová (2019) vo vedeckej štúdií o porovnaní národných identít Ukrajiny a Slovenska.

⁴ Dudinská a Maradyk (2018) rozoberajú rozdiely vo verejnej správe a porovnávajú reformu verejnej správy na Slovensku a na Ukrajine v texte s názvom *Porivňálny analiz reformy deržavneho upravlinňa v Ukrajiny ta Slovačyni*.

⁵ Duleba (2019) rozoberá v odbornom časopise *International Issues & Slovak Foreign Policy Affairs* príležitosti a problémy vo vzťahoch Ukrajiny a Európskej únie cez prizmu vnímania aktérov týchto vzťahov.

veľa vypovedá o ukrajinskej ceste po páde socialistického bloku, kedy z rôznych známych a logických príčin Slovensko a Ukrajina tiež neboli na rovnakej štartovacej čiare, ale aj zaostávajúca Ukrajina mala otvorené možnosti sama si vytvárať perspektívu „krajších zajtrajškov“. V každom prípade, je toho dosť čo nás spája, ale pre vedcov je fascinujúcejšie analyzovať bariéry, ktoré nás beletristicky povedané robia vzdialenými alebo nás oddeľujú. Zároveň, hnacou silou výskumníka je nachádzať východiská,⁶ ktoré by mali slúžiť na odstraňovanie rozličných bariér, pretože keď je toho viac čo nás spája ako rozdeľuje, tieto spojenia – interakcie by mali byť vzájomne prospešné, obohacujúce a mali by prinášať okrem určitých negatívnych väčšinou pozitívne externality.

Výskum hraníc (*border studies*) a vedecký prístup k cezhraničnej spolupráci (*cross-border cooperation*) posúvajú niekdajší prevažujúci geografický zorný uhol pohľadu na cezhraničnú spoluprácu do sféry väčšmi interdisciplinárnej, kde sa presadzujú aspekty kultúrne, ekonomické, politologické, právne, infraštruktúrne, historické, environmentálne⁷ a podobne. Tieto teoretické koncepty a praktické výstupy výskumov cezhraničnej spolupráce boli základom nášho výskumu. Ako vyplýva z názvu, v príspevku sa podrobnejšie venujeme migrácii (emigrácia/imigrácia) a spoločenskej interakcii v slovensko-ukrajinskej prihraničnej oblasti z pohľadu miestnych aktérov cezhraničnej spolupráce. Vyššie spomínané pozitívne a negatívne externality môžu byť akýmsi „vodítkom“ pri rozoberaní plusov a mínusov skúmaných cezhraničných stykov. Napríklad – migrácia môže mať prívlastky pracovná alebo nelegálna⁸ a necháme na posúdení čitateľov, ktoré aspekty skúmanej problematiky aj na základe výsledkov výskumu priradí k pozitívnym či negatívnym externalitám cezhraničnej spolupráce.

Teoretické aspekty a metodologické postupy

Získané dáta prezentované v tomto texte boli predmetom sondáže na lokálnej úrovni. Zber dát sa realizoval pomocou štandardizovaných dotazníkov. Cieľom výskumu na lokálnej úrovni bolo rekognoskovať postoje lokálnych aktérov (územná samospráva a štátna správa Prešovského kraja, Košického kraja a Zakarpatskej oblasti Ukrajiny) z pohľadu ich schopnosti zužitkovať takzvanú štruktúru politických príležitostí utvorenú vonkajšími činiteľmi pre etablovanie aparátov pre transnacionálnu kooperáciu, a to včítane posúdenia ostatných

⁶ Viac o príležitostiach a prekážkach rozvoja cezhraničnej spolupráce píše Lačný a Polačková (2018).

⁷ Environmentálne aspekty analyzovali Ivanová, Michaeli, Boltžiar a Fazekašová (2013).

⁸ V tejto súvislosti dávame do pozornosti štúdiu Polačkovej a Marcheuského (2018) o názoroch slovenských policajtov o problémoch legálnej migrácie na slovensko-ukrajinskej hranici vo vedeckom časopise *Annales Scientia Politica*.

skúseností. Pri zbere dát sme sa orientovali na zisťovanie percepcií, preferencií, taktík a motivačných faktorov miestnych aktérov na obidvoch stranách slovensko-ukrajinskej hranice pre prosperitu cezhraničnej spolupráce.

Pri zostavovaní štandardizovaného dotazníka sme sa inšpirovali z otázok, ktoré boli témou známeho rozsiahleho výskumu cezhraničnej spolupráce na vonkajšej hranici EÚ, ktorý bol uskutočnený v rámci projektu „Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions“ (EXLINEA), koordinovaný Nijmegen Centre for Border Research na Univerzite v Nijmegene (Holandsko). Komplexný výskum bol uplatnený na šiestich úsekoch vonkajších hraníc EÚ: fínsko-ruská hranica, estónsko-ruská hranica, poľsko-ukrajinská hranica, maďarsko-ukrajinská hranica, rumunsko-moldavská hranica a severná hranica Grécka (pozri Kramsch et al., 2004; Houtum a Scott, 2005; Scott a Matzeit, 2006a, 2006b).

Zaujalo nás, že výskum cezhraničných partnerstiev na slovensko-ukrajinskej hranici nebol realizovaný ani v jednom z relevantných výskumných projektov, ktoré sa za ostatné roky uskutočnili. To bolo logickým dôvodom, prečo si náš výskum vytýčil za cieľ vyplniť medzeru vo výskume a dodať súčasnému vedeckému výskumu v európskych podmienkach cez verifikovanie jestvujúcich teoretických východísk rozpracovaných v rámci výskumu hraníc (*border studies*) na podstate prípadovej štúdie výskumu cezhraničnej spolupráce medzi Slovenskom a Ukrajinou a paralelne sprostredkovať dáta, ktoré by boli adekvátne na porovnanie s už doposiaľ existujúcimi výskumami v predmetnej sfére, ale na odlišných úsekoch vonkajších hraníc EÚ. Na základe uvedeného, mnohé otázky v nami použitom štruktúrovanom dotazníku boli sformulované tak, aby boli porovnateľné s výsledkami z prípadových štúdií z iných skúmateľských lokalít, pochopiteľne reflektujúc miestne zvláštnosti, ktoré sa premietli aj do vecného rámca predmetného dotazníka.

Použitý dotazník bol štruktúrovaný do niekoľkých osnovných oblastí. V tomto príspevku sa venujeme výstupom, ktoré boli zamerané na migráciu a sociálnu interakciu (miera imigrácie/emigrácie medzi Ukrajinou a Slovenskom, miera dochádzania za prácou cez hranicu, miera sociálnej interakcie medzi Slovenskom a Ukrajinou). Jednotlivé položky v rámci konkrétneho okruhu otázok boli zároveň štruktúrované tak, aby vypovedali o tom istom konštrukte (napríklad o sociálnej interakcii, migrácii a podobne), a teda mohli nadobúdať obdobnú psychologickú významnosť u respondenta.

Prehľad respondentov

Dotazník bol zacielený na zmapovanie rozvoja cezhraničnej spolupráce na slovensko-ukrajinskej hranici a dopytovanie respondentov sa uskutočnilo

v pohraničných okresoch v Prešovskom a v Košickom kraji a na ukrajinskej strane v Zakarpatskej oblasti Ukrajiny. Zber dát⁹ sa uskutočnil v chronologickom horizonte november 2017 – január 2018 a bol primárne zacielený na zisťovanie stanovísk širšieho okruhu aktérov cezhraničnej spolupráce, a to vrátane obyvateľov miest a obcí v prihraničných územiach, miestnych ekonomických aktérov, predstaviteľov národnostných menšín a cirkví. Na základe predsavzatie projektu výskumu bolo súhrnne oslovených 200 respondentov tak na slovenskej, ako aj 200 respondentov na ukrajinskej strane hranice. V prípade slovenskej vzorky respondentov sa do výskumu zapojilo 94 mužov (47 %) a 106 žien (53 %), ukrajinskí respondenti boli v zastúpení 93 mužov (46,5 %) a 107 žien (53,5 %).

Najväčšiu vekovú prezenciu slovenských respondentov mali občania vo veku 41 – 60 rokov a to 39,5 %, po ktorej nasledovala veková kategória 26 – 40 rokov (36 %), viac ako 60 rokov malo 13,5 %, najmenej zastúpená veková kategória (11 %) bola vo veku 18 – 25 rokov. Iný stav bol v prípade vzorky na ukrajinskej strane hranice, kde najpočetnejšie zastúpenie (38 %) mali respondenti vo veku 18 – 25 rokov, nasledovala veková skupina 26 – 40 rokov (31,5 %). Veková kategória 41 – 60 rokov bola zastúpená 24,5 %, najmenej početnú skupinu (6 %) tvorili občania vo veku viac ako 60 rokov.

Pokiaľ ide o vzdelanosť, na ukrajinskej strane hranice prevažovali respondenti s vysokoškolským vzdelaním – 152 respondentov (76 %), stredoškolské malo 24 % zastúpenie v podobe 48 respondentov. V prípade slovenskej vzorky majoritu tvorili stredoškolsky vzdelaní respondenti, konkrétne 118 (59 %), z toho vysokoškolsky vzdelaných respondentov bolo 82 (41 %).

Slovenskí respondenti pochádzali z Prešovského a Košického kraja, zastúpenie mali tieto mestá a obce: Michalovce, Trebišov, Snina, Košice, Prešov, Strážske, Michalany, Kuzmice, Belá nad Cirochou, Tibava, Ložin, Veľký Kamenec, Cejkov, Veľké Trakany, Čičarovce, Čelovce, Vyšný Hrušov, Biel, Jasenov, Veľké Kapušany, Petrovce, Sečovce, Čierna nad Tisou, Pusté Čemerné, Parchovany, Papín, Kazimír, Kráľovský Chlmec, Pčoliné, Porúbka, Krásnovce, Zboj, Hlivišťa, Makovce, Lekárovce, Zalužice, Ruská Poruba, Bela nad Cirochou a Palín. V Zakarpatskej oblasti na ukrajinskej strane hranice pochádzali respondenti z obcí a miest Malý Berezny, Užhorod, Čop, Seredné, Synevyr, Mukačevo, Storožnica, Svaľava, Surty, Poliana, Draho, Kostry, Malé Slemence, Perečín, Baranynce, Ruski Komarivci, Koritnyany, Vynohradiv, Berehovo, Veľký Bočkov, Turie Remety a Lalovo.

⁹ Na slovenskej strane hranice zber dát zabezpečovala agentúra 2muse, s.r.o. (Záborského 45, 83103 Bratislava). Na ukrajinskej strane ich zber zabezpečili vedecko výskumní pracovníci z Fakulty spoločenských vied Užhorodskej národnej univerzity, konkrétne pracovníci z Katedry politológie a verejnej správy.

Popis dátových typov a spôsob postupu

Na základe opisnej povahy výskumu, primeraným spôsobom pre zber dát bol dotazníkový výskum, a to napriek limitom použitia takejto formy výskumu. Na zámery merania percepcií, stanovísk a presvedčení sme použili 7 bodovú Likertovu viacpoložkovú škálu (Walker, 2010) pre každú skupinu otázok. Takéto škálovanie tvorí intervalové premenné, ktoré umožňujú determinovať poradie (*ranking*) údajov, ktoré meriame, ale aj kvantifikovať a porovnávať rozsah rozdielov medzi nimi. Dodatočne povyratúvané priemerné hodnoty každej položky môžu byť vysvetľované ako odlišenia názorových nuáns medzi dvoma krajinami. Sedembodová škála umožňuje respondentovi pomerne široký rozsah odpovedí a umožňuje tak prezentovať precíznejšie informácie o tom, čo si respondenti myslia. Na vyhodnotenie odpovedí slovenských a ukrajinských respondentov na dané otázky bola aplikovaná deskriptívna analýza obsahujúca priemerné hodnoty a štandardné odchýlky.

Aby sme určili, či existovali štatisticky významné diferencie medzi dvoma nezávislými vzorkami, bol použitý T-test (Pacáková 2009, 139-142). V prípade každej otázky sme súčasne urobili test normality s cieľom spozorovať, či nároky a predpoklady T-testu boli splnené. Predpoklad zhodnosti rozptylu bol zhodnovený Levenovym testom (SPSS Tutorials, 2019a). V prípade porušenej normality dát boli navyše odlišnosti priemerných hodnôt medzi dvoma skupinami (slovenskí a ukrajinskí respondenti) rozoberané pomocou neparametrických alternatív ku T-testu (Mann-Whitney U test¹⁰ a Kolmogorov-Smirnov dvojvýberový Z test¹¹), ktoré sa nezakladajú iba na odhadnutí parametrov (napríklad priemer alebo štandardná odchýlka) pri deskripcii distribúcie danej premennej vo výskumnej vzorke (SPSS Tutorials, 2019b).

Predpokladali sme, že sa v majorite prípadov budú vyskytovať dištinkcie medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov. Na autentifikovanie najvýznamnejších rozdielností bolo zato využité štatistické testovanie. Hladina významnosti (p-hodnota) daná výsledkami T-testu predstavuje pravdepodobnosť chyby, ktorá je zahrnutá v prijatí výskumnej hypotézy o existencii rozdielu. V tomto prístupe diferencujeme medzi rozdielom a „štatisticky významným rozdielom“. Štandardná hladina významnosti používaná na opodstatnené tvrdenie

¹⁰ Mann-Whitney U test pre dve nezávislé vzorky je alternatívnou formou t-testu. Všeobecne sa používa na testovanie, či sú dve nezávislé vzorky významne odlišné v prípadoch ak testované dáta nemajú normálne rozloženie (ak je porušená normalita dát).

¹¹ Kolmogorov-Smirnov Z test pre dve nezávislé vzorky sa používa na testovanie, či je maximálny absolútny rozdiel v celkovej distribúcii hodnôt u oboch skupín štatisticky významný.

o významnom efekte v našom výskume je (tak ako to býva štandardne v sociálnych vedách) na úrovni 0.05. A preto, výraz štatisticky významný sa používa ak hodnota $p \leq 0.05$ (Pacáková, 2009).

Imigrácia a sociálna interakcia

Podľa Medzinárodnej organizácie pre migráciu (2020) je samotná migrácia definovaná ako „*proces, kedy jednotlivci i celé skupiny ľudí z rôznych dôvodov opúšťajú svoje domovy*“, pričom „*súčasná mobilita ľudí je vyššia ako kedykoľvek predtým v novodobej histórii a naďalej prudko stúpa, čím sa stáva jednou z určujúcich globálnych otázok 21. storočia*“. Výnimkou v tejto problematike nie je ani Slovenská republika, ktorá bezprostredne susedí s Ukrajinou a výraznou mierou ovplyvňuje prechod migrantov rôznych národností vrátane ukrajinskej na Schengenskej hranici do priestoru členských štátov Európskej únie.

V tejto štúdií sa zameriavame na názory respondentov, do akej miery uvedené pohyby na slovensko-ukrajinskej hranici vnímajú. Respondenti odpovedali na tri základné otázky týkajúce sa miery vnímania imigrácie/emigrácie, miery dochádzania za prácou cez hranicu a miery vnímania sociálnej interakcie medzi Ukrajinou a Slovenskou republikou. Odpovede respondentov na tieto premenné boli zachytené prostredníctvom sedemstuňovej škály odpovedí.

Vnímanie miery imigrácie/emigrácie medzi Ukrajinou a Slovenskou republikou

V rámci prvej otázky respondenti predkladali svoje odpovede vo vzťahu k tomu, ako vnímajú mieru imigrácie a emigrácie medzi Slovenskou republikou a Ukrajinou. Percepcie respondentov boli zachytené v škále od 1 (žiadni imigranti / emigranti – t. j. občania nevnímajú žiadne významnejšie migračné pohyby) po 7 (veľmi vysoká miera imigrácie / emigrácie – t. j. občania vnímajú výraznejšie migračné pohyby). Škálovanie odpovedí bolo zacielené na štyri okruhy (skupiny) obyvateľstva: a) Ukrajincov usídlených v blízkych regiónoch na Slovensku (v Košickom a Prešovskom kraji); b) Ukrajincov usídlených v iných, vzdialenejších regiónoch Slovenska; c) Slovákov žijúcich v blízkych regiónoch na Ukrajine (Zakarpatská oblasť) a d) Slovákov, ktorí sú usídlení v iných, vzdialenejších regiónoch na Ukrajine.

Výsledky dotazníkového výskumu preukazujú, že respondenti z oboch strán nevnímajú výraznejšiu mieru imigračných alebo emigračných pohybov medzi Slovenskou republikou a Ukrajinou. Vo všeobecnosti prevláda názor, že k imigrácii alebo emigrácii medzi oboma stranami dochádza skôr v minimálnej miere (TM = 3,17). Kým slovenskí respondenti nevnímajú takmer žiadne

výraznejšie migračné pohyby ($M = 2,77$; $SD = 1,29$), ukrajinskí respondenti vo vzťahu k týmto fenoménom pristupujú citlivejšie a vnímajú určité migračné pohyby avšak nie markantné ($M = 3,57$; $SD = 1,56$).

Štatisticky významné rozdiely medzi skupinou slovenských a ukrajinských respondentov sa ukázali iba vo vzťahu k vnímaniu migrácie prvých troch skupín obyvateľstva: *Ukrajincov usídlených v blízkych regiónoch na Slovensku* ($p = 0,000000$), *Ukrajincov usídlených v iných regiónoch Slovenska* ($p = 0,000000$) a *Slovákov usídlených v blízkych regiónoch na Ukrajine* ($p = 0,000044$). Vo vzťahu k vnímaniu migrácie *Slovákov usídlených vo vzdialenejších regiónoch na Ukrajine* sa významné štatistické rozdiely nevyskytli.

Tab. 1: Vnímanie miery imigrácie/emigrácie medzi Ukrajinou a Slovenskou republikou

Table 1: Perceptions of the extent of immigration/emigration between Ukraine and the Slovak Republic

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	2,77	3,57
Ukrajinci usídlení v blízkych regiónoch na Slovensku (Košický kraj, Prešovský kraj)	3,31	4,73
Ukrajinci usídlení v iných (vzdialenejších) regiónoch na Slovensku	2,95	3,98
Slováci usídlení v blízkych regiónoch na Ukrajine (Zakarpatská oblasť)	2,63	3,27
Slováci usídlení v iných (vzdialenejších) regiónoch na Ukrajine	2,18	2,29

Vychádzajúc z priemerných hodnôt uvedených v tab. 1 možno konštatovať, že miera vnímania imigrácie a emigrácie Slovákov a Ukrajincov sa vo všeobecnosti vychýľuje viac na strane ukrajinských ako slovenských respondentov. Iba v prípade vnímania migračných pohybov poslednej skupiny, t. j. Slovákov usídlených vo vzdialených regiónoch na Ukrajine, sa priemerné hodnoty u respondentov oboch strán výrazne nelíšia.¹² Znamená to, že obe strany nepozorujú takmer žiadne migračné pohyby u tejto skupiny obyvateľstva, čo môže byť dané napríklad nezaujmom alebo iba minimálnym záujmom Slovákov o dlhodobé usídlenie sa na Ukrajine z rôznych dôvodov. Z priemerných hodnôt všetkých respondentov sa oproti ostatným trom skupinám preukázali relatívne vyššie hodnoty migrácie najmä u skupiny Ukrajincov usídlených v blízkych regiónoch na Slovensku. Uvedená percepcia môže byť determinovaná

¹² SK: $M = 2,18$; $SD = 1,12$; UA: $M = 2,29$; $SD = 1,43$.

predovšetkým tým, že v rámci Košického a Prešovského kraja ukrajinskí občania nachádzajú lepšie možnosti k realizácii svojich rôznorodých záujmov, vyhovuje im lepšia infraštruktúra a relatívna blízkosť k svojej domovskej krajine.

Zo zozbieraných štatistických dát taktiež vyplýva, že aj napriek postupnému zavádzaniu legislatívnych opatrení v procese odstraňovania bariér na ukrajinsko-slovenskej hranici obyvatelia oboch strán vnímajú iba minimálnu mieru obojstrannej imigrácie či emigrácie. Ukrajinsko-slovenská hranica tak aj naďalej predstavuje bariéru k výraznejšej obojstrannej migrácii obyvateľstva, keďže respondenti z oboch strán nezaujali v takmer žiadnom prípade migrujúcich skupín obyvateľstva pozíciu, ktorá by znamenala aspoň stredne vysokú mieru migrácie.¹³

Vychádzajúc z uvedených ukazovateľov možno vysloviť záver, že v miere vnímania obojstrannej migrácie a emigrácie existujú u respondentov iba minimálne rozdiely. Zavedenie bezvízového styku s Ukrajinou nemalo na slovenských respondentov výraznejší vplyv pri posudzovaní celkovej miery imigrácie či emigrácie Ukrajincov na Slovensko, rovnako ani Slovákov na Ukrajinu. V takmer rovnakej pozícii sú aj ukrajinskí respondenti, ktorí aj napriek zavedeniu bezvízového režimu nevnímajú žiadnu masovú emigráciu Ukrajincov na Slovensko, a to ani do blízkych regiónov (Košický a Prešovský kraj). Ukrajinskí respondenti však na tieto migračné pohyby reagujú predsa len citlivejšie a z ich postojov je badateľný mierny príklon k stredne vysokej miere vnímania migrácie.

Je potrebné opätovne zdôrazniť, že uvedené percepcie boli zachytené v určitom časovom horizonte (november 2017 – január 2018), teda iba pomerne krátko po zavedení bezvízového styku. Ak porovnáme štatistické údaje (tab. 2) počtu pobytov udelených príslušníkom ukrajinskej národnosti na Slovensku podľa správ Úradu hraničnej a cudzineckej polície Prezídia Policajného zboru (ďalej ÚHCP P PZ) z roku 2018, 2017 a 2016, potom vnímanie imigrácie a emigrácie Ukrajincov respondentmi oboch strán už dnes nekorešponduje adekvátne so skutočným stavom migrácie Ukrajincov na Slovensko. Zo štatistických údajov vyplýva, že v roku 2018 bolo Ukrajincom udelených celkovo 20 543 pobytov na Slovensku, čo je takmer trojnásobný nárast udelených pobytov oproti roku 2017 (ÚHCP P PZ 2016, 2017, 2018).

Uvedené posuny pritom zreteľne súvisia so zrušením vízovej povinnosti pre Ukrajincov, o čom vypovedá aj porovnanie štatistických údajov (tab. 3) o celkovom znížení počtu žiadostí o udelenie víz a počtu udelených víz pre Ukrajincov v rokoch 2018 a 2017 (ÚHCP P PZ 2018). Z týchto údajov vyplýva, že

¹³ Výnimkou sú iba Ukrajinci dlhodobo usídlení v blízkych regiónoch na Slovensku, ktorých ukrajinskí respondenti spomedzi štyroch skupín považujú za relatívne najviac migrujúcu skupinu zo všetkých, pričom štatistická hodnota zodpovedá stredne vysokej miere imigrácie/emigrácie ($M = 4,73$; $SD = 1,45$).

oproti roku 2017 sa v roku 2018 jednoznačne znížil celkový počet žiadostí o udelenie víza ako aj počet udelených víz. Priamoúmerne tomu (až päťnásobne) sa znížil aj počet zamietnutých žiadostí o udelenie víz.

Tab. 2: Počet udelených platných pobytov pre štátnych príslušníkov Ukrajiny v SR k 31. decembru daného roka

Table 2: Number of valid stays granted for citizens of Ukraine in Slovakia as of 31 December of the given year

Pobyt	2018	2017	2016
Prechodný	20 543	12 135	9 398
Trvalý	4 369	3 923	3 582
Tolerovaný	1	44	44
Počet pobytov spolu	24 913	16 102	13 024
Rozdiel oproti minulému roku	+ 8 811	+ 3 078	+ 2 318

Zdroj: ÚHCP P PZ: Štatistický prehľad legálnej a nelegálnej migrácie v Slovenskej republike, vlastné spracovanie.

Tab. 3: Žiadosti Ukrajincov o udelenie víz a udelené víza podľa typu víz v rokoch 2018 a 2017

Table 3: Applications of Ukrainians for a visa and visas granted by visa type in 2018 and 2017

Rok	2018	2017	Rozdiel
Žiadosti o udelenie víz	1 782	16 551	- 14 769
Víza typu C	1 551	16 230	- 14 679
Víza typu D	231	321	- 90
Udelené víza	1 749	16 392	- 14 643
Víza typu C	1 530	16 077	- 14547
Víza typu D	219	315	- 96
Počet zamietnutých žiadostí	33	159	- 126

Zdroj: ÚHCP P PZ: Štatistický prehľad legálnej a nelegálnej migrácie v Slovenskej republike, vlastné spracovanie.

Vnímanie miery dochádzania za prácou cez hranicu

V druhej otázke zameranej na vnímanie miery dochádzania za prácou cez hranicu boli percepcie respondentov zachytené v škále od 1 (žiadne dochádzanie) po 7 (vysoká miera dochádzania). Respondenti zaujímali svoje stanoviská vo vzťahu k trom subfaktorom: a) dochádzanie za prácou ľudí žijúcich na Ukrajine a pracujúcich na Slovensku; b) dochádzanie za prácou ľudí žijúcich na Slovensku a pracujúcich na Ukrajine; c) jednodňové obchodné aktivity (lokálnych

obchodníkov predávajúcich produkty na druhej strane hranice v rámci krátkych výjazdov).

Z vyhodnotenia jednotlivých dát vyplýva, že ukrajinskí a slovenskí respondenti vo všeobecnosti vnímajú stredne vysokú mieru dochádzania za prácou cez slovensko-ukrajinskú hranicu hoci tieto percepcie úplne nedosahujú stredovú pozíciu (TM = 3,91). Tu možno pripomenúť, že kým slovenskí respondenti vnímajú slabšiu mieru dochádzania cez hranicu (M = 3,41; SD = 1,41), ukrajinskí respondenti vnímajú mieru dochádzania za prácou ako stredne vysokú (M = 4,40; SD = 1,35). Medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov existujú taktiež štatisticky významné rozdiely vo vzťahu k všetkým trom sledovaným subfaktorom. U *dochádzania za prácou ľudí žijúcich na Ukrajine a pracujúcich na Slovensku* ($p = 0,000000$), u *dochádzania za prácou ľudí žijúcich na Slovensku a pracujúcich na Ukrajine* ($p = 0,001373$) a u *jednodňových obchodných aktivít* ($p = 0,000285$).

Pri pohľade na konkrétne hodnoty zobrazené v tab. 4 je zrejmé, že miera vnímania dochádzania za prácou cez hranicu sa u oboch strán od seba výrazne neodlišuje. Najnižšiu mieru dochádzania za prácou cez hranicu respondenti oboch strán vnímajú u Slovákov, ktorí pracujú na Ukrajine, pričom rozdiely v miere vnímania respondentmi sú iba minimálne.¹⁴ Výraznejší posun v percepcii dochádzania za prácou cez hranicu je badateľný v prípade Ukrajincov, ktorí pracujú na Slovensku. Kým z pohľadu slovenských respondentov je miera dochádzania Ukrajincov za prácou stredne vysoká, ukrajinskí respondenti vnímajú mieru dochádzania svojich krajanov za prácou ako mierne vysokú až takmer vysokú.¹⁵ Z uvedeného dôvodu v tomto prípade dochádza k najvýraznejšiemu vychýleniu v percepciách respondentov. Napriek tomu možno povedať, že obe skupiny respondentov najviac vnímajú dochádzanie za prácou cez hranicu iba v prípade jednodňových obchodných aktivít, ktoré spadajú do portfólia cezhraničného, resp. prihraničného obchodu. Slovenskí respondenti túto mieru dochádzania hodnotia ako stredne vysokú, kým ukrajinskí ako mierne vysokú.¹⁶

Podobne ako v predošlej otázke, aj v tomto prípade nepoznáme presnejšie determinanty vplyvu na percepcie respondentov z oboch strán. Z jednotlivých ukazovateľov však možno dedukovať, že aj napriek „zvoľneniu“ hraničného režimu po zavedení bezvízového styku s Ukrajinou respondenti slovenskej strany naďalej vnímajú slovensko-ukrajinskú hranicu ako jeden z potenciálnych faktorov menšej miery dochádzania za prácou na Ukrajinu, a tiež hľadania si dlhodobého zamestnania na Ukrajine. Iná situácia je v prípade Ukrajincov, ktorí dochádzajú za prácou na Slovensko. V tomto prípade sú percepcie slovenských respondentov viac

¹⁴ SK: M = 2,07; SD = 1,11; UA: M = 2,49; SD = 1,44.

¹⁵ SK: M = 3,73; SD = 1,50; UA: M = 5,72; SD = 1,14.

¹⁶ SK: M = 4,43; SD = 1,61; UA: M = 4,99; SD = 1,46.

pozitívne, keďže nevnímajú masívnejší prílev Ukrajincov na slovenský pracovný trh. Čiastočne tým slovenskí respondenti dávajú najavo, že im prítomnosť Ukrajincov na slovenskom trhu neprekáža, resp. nevnímajú pracovnú migráciu Ukrajincov ako potenciálne „ohrozenie“ svojej pozície na slovenskom pracovnom trhu. Tento pozitívnejší pohľad Slovákov na pracovnú migráciu Ukrajincov na Slovensko hovorí zároveň o tom, že samotná hranica už nie je výraznejšou prekážkou pre Ukrajincov k migrácii motivovanej ekonomickými dôvodmi. Na druhej strane, vnímanie miery dochádzania za prácou zo strany ukrajinských respondentov je oproti slovenským respondentom odlišné vo všetkých troch subfaktoroch. Ukazuje sa, že ukrajinská strana vníma relatívne vyššiu mieru dochádzania za prácou cez hranicu, čo je najzreteľnejšie v prípade miery cestovania Ukrajincov za prácou na Slovensko, ktorá je považovaná za takmer vysokú. Tento trend súvisí najmä s motiváciou ukrajinských občanov získať v členskej krajine Európskej únie prechodný pobyt a tým aj možnosť presadiť sa na pracovnom trhu Slovenska, ktorý je pre nich v mnohých ohľadoch atraktívny. Zo všetkých troch subfaktorov sa najvyššia miera dochádzania za prácou ukázala u oboch strán respondentov v prípade jednoduchých obchodných aktivít. Respondenti oboch strán vnímajú stredne vysokú až mierne vysokú mieru dochádzania za prácou v rámci krátkych výjazdov. Z týchto percepcií sa ukazuje, že pre cezhraničný obchod a podnikanie spoločná slovensko-ukrajinská hranica nepredstavuje výraznú prekážku, skôr väčšiu príležitosť.¹⁷ Aj v tomto prípade však zohráva dôležitú úlohu viacero ďalších faktorov, ktoré prispievajú k danému trendu vývoja cezhraničnej pracovnej migrácie.¹⁸

V rovine cezhraničného obchodu a podnikania možno dodať, že ukrajinský trh predstavuje pre slovenské podnikateľské subjekty značný potenciál. Je známe, že Ukrajina je pre Slovenskú republiku významným a strategickým partnerom aj

¹⁷ Z tlačovej správy zo dňa 13. 6. 2018, ktorá zverejnila údaje poradenskej spoločnosti *Bisnode* vyplýva, že v roku 2018 (k 1. 6. 2018) bolo zaznamenaných 1830 ukrajinských podnikateľských subjektov, resp. firiem na Slovensku. Väčšina z týchto firiem podniká v oblasti obchodu, služieb, cestnej prepravy a stavebníctva. Podľa vyjadrenia analytičky spoločnosti (P. Štepánovej), samotný záujem ukrajinských podnikateľov o zakladanie firiem na Slovensku súvisí „so situáciou na miestnom trhu práce, ktorý [...] ovplyvňuje nedostatok kvalifikovaných zamestnancov“, a tiež s teritoriálnou blízkosťou územia Slovenska pre podnikateľov z Ukrajiny. Z údajov, ktoré spoločnosť *Bisnode* spracovala vyplýva, že v porovnaní s rokom 2017 (1666) došlo k nárastu počtu o 164 firiem, s rokom 2016 (1488) o 342 firiem (Ukrajinci a Rumuni 2018).

¹⁸ Podľa MZVaEZ SR možno medzi výhody a príležitosti podnikania na Ukrajine zaradiť veľkosť trhu, jeho geografickú blízkosť, vzájomnú konkurencieschopnosť tovarov a služieb lokálnych výrobcov, jazykovú príbuznosť, postupnú realizáciu ekonomických reforiem, snahu vlády Ukrajiny zlepšiť podnikateľské a investičné prostredie, likvidovať korupciu, realizovať komunálnu reformu a pod. (Bližšie pozri: MZVaEZ SR 2020).

z hľadiska dodávania surovín k ďalšiemu spracovaniu na Slovensku. Pre bilaterálnu spoluprácu Slovenskej republiky a Ukrajiny je kľúčová najmä oblasť energetiky a tranzitu surovín, keďže z hľadiska energetickej bezpečnosti zostáva pre Slovensko absolútnou prioritou zachovanie prepravného koridoru cez Ukrajinu v primeraných objemoch.

Tab. 4: Vnímanie miery dochádzania za prácou cez hranicu
Table 4: Perception of the extent of cross-border work migration

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	3,41	4,40
Dochádzanie za prácou (ľudia žijúci na Ukrajine a pracujúci na Slovensku)	3,73	5,72
Dochádzanie za prácou (ľudia žijúci na Slovensku a pracujúci na Ukrajine)	2,07	2,49
Jednodňové obchodné aktivity (lokálni obchodníci predávajúci produkty na druhej strane hranice v rámci krátkych výjazdov)	4,43	4,99

Vnímanie miery sociálnej interakcie medzi SR a Ukrajinou

Tretia výskumná otázka bola zameraná na indikovanie miery sociálnej interakcie medzi Slovenskou republikou a Ukrajinou prostredníctvom škálovaných odpovedí od 1 (žiadna interakcia) po 7 (vysoká miera interakcie). Miera obojstrannej sociálnej interakcie bola zacielená na tri sledované subfaktory: a) cezhraničné návštevy Slovákov v blízkych regiónoch (Zakarpatská oblasť) na Ukrajine zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.); b) cezhraničné návštevy Slovákov v ďalších vzdialenejších regiónoch na Ukrajine zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.); c) cezhraničné návštevy Ukrajincov z blízkych regiónov (Zakarpatská oblasť) v lokálnych destináciách na Slovensku (Košický kraj, Prešovský kraj) zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.).

Na základe spracovaných údajov dotazníkového výskumu možno povedať, že respondenti na oboch stranách slovensko-ukrajinskej hranice vnímajú vo všeobecnosti stredne vysokú mieru sociálnej interakcie ($M = 4,31$). V porovnaní percepcií jednotlivých strán (tab. 5) existujú iba minimálne rozdiely. Kým slovenskí respondenti vnímajú stredne vysokú mieru sociálnej interakcie ($M = 4,08$; $SD = 1,47$), u ukrajinských respondentov percepcie oscilujú medzi stredne vysokou až mierne vysokou mierou sociálnej interakcie ($M = 4,55$; $SD = 1,39$). Nízke štandardné odchýlky v slovenskej i ukrajinskej skupine respondentov naznačujú relatívne vysokú mieru zhody v odpovediach v rámci jednotlivých skupín.

Štatisticky významné rozdiely existujú medzi odpoveďami respondentov oboch strán v rámci prvého a tretieho subfaktora: *cezhraničných návštev Slovákov v blízkych regiónoch na Ukrajine zo súkromných dôvodov* ($p = 0,000036$) a *cezhraničných návštev Ukrajincov z blízkych regiónov v lokálnych destináciách na Slovensku zo súkromných dôvodov* ($p = 0,000000$). V prípade druhého subfaktora, t. j. *cezhraničných návštev Slovákov v ďalších vzdialenejších regiónoch na Ukrajine zo súkromných dôvodov* je štatistický rozdiel nevýznamný ($p = 0,331083$).

Tab. 5: Vnímanie miery sociálnej interakcie medzi SR a Ukrajinou

Table 5: Perceptions of the extent of social interaction between Slovakia and Ukraine

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	4,08	4,55
Cezhraničné návštevy Slovákov v blízkych regiónoch (Zakarpatská oblasť) na Ukrajine zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.)	4,46	5,09
Cezhraničné návštevy Slovákov v ďalších vzdialenejších regiónoch na Ukrajine zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.)	3,59	3,45
Cezhraničné návštevy Ukrajincov z blízkych regiónov (Zakarpatská oblasť) v lokálnych destináciách na Slovensku (Košický kraj, Prešovský kraj) zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.)	4,17	5,10

Miera sociálnej interakcie v prípade cezhraničných návštev Slovákov do blízkych regiónov (Zakarpatská oblasť) na Ukrajine zo súkromných dôvodov (príbuzní, nákupy, turistika atď.) je respondentmi na oboch stranách hranice vnímaná pomerne neutrálne, pričom ukrajinskí respondenti vnímajú túto mieru o čosi výraznejšie ako mierne vysokú.¹⁹ Podobné percepcie respondentov sa ukazujú aj vo vzťahu k miere sociálnej interakcie v rámci tretieho subfaktora, t. j. cezhraničných návštev Ukrajincov z blízkych regiónov (Zakarpatská oblasť) do lokálnych destinácií na Slovensku v Košickom a Prešovskom kraji zo súkromných dôvodov. Kým slovenskí respondenti vnímajú stredne vysokú mieru, odpovede ukrajinských respondentov indikujú mierne vysokú mieru sociálnej interakcie.²⁰ Pokiaľ ide o percepcie respondentov v rámci vnímania cezhraničných návštev Slovákov v ďalších vzdialenejších regiónoch na Ukrajine zo súkromných dôvodov,

¹⁹ SK: M = 4,46; SD = 1,58; UA: M = 5,09; SD = 1,43.

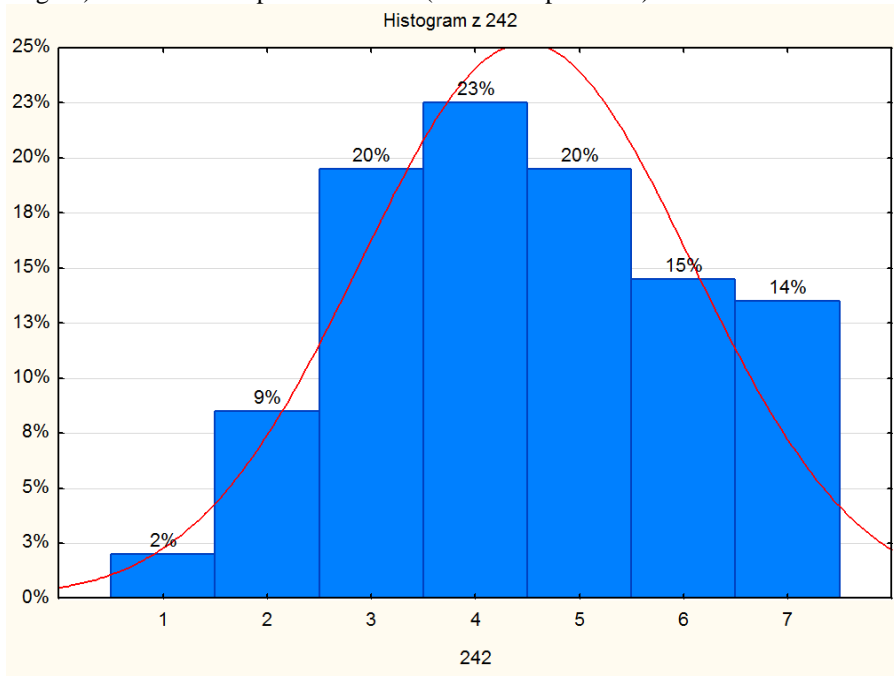
²⁰ SK: M = 4,17; SD = 1,46; UA: M = 5,10; SD = 1,36.

v tomto prípade jednotlivé hodnoty poukazujú na pomerne neutrálnu až slabšiu mieru sociálnej interakcie u oboch strán.²¹ V prípade tohto subfaktora nemožno konštatovať štatisticky významný rozdiel medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov.

Vnímanie stredne vysokej miery sociálnej interakcie zo strany slovenských respondentov je zrejme aj pri pohľade na relatívne početnosti odpovedí v grafoch 1 a 3, v ktorých sú viditeľné vysoké percentuálne podiely odpovedí pri hodnotách 3, 4 a 5. Naopak, v prípade ukrajinských respondentov (graf 2 a 4) prevládajú vysoké percentá v hodnotách 4, 5 a 6, ktoré indikujú v odpovediach respondentov vnímanie stredne vysokej až mierne vysokej miery sociálnej interakcie.

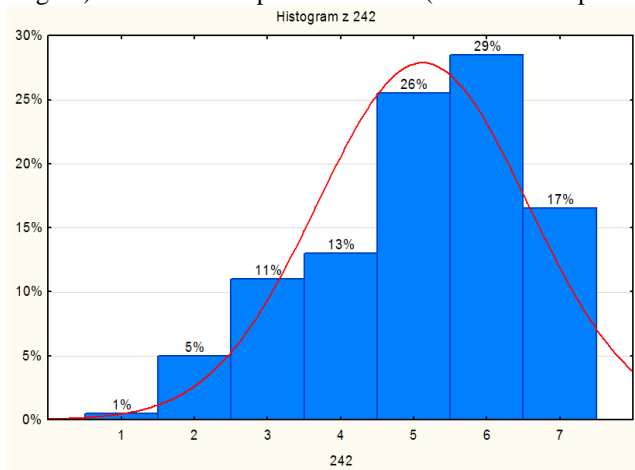
Graf 1: Cezhraničné návštevy Slovákov v blízkych regiónoch (Zakarpatská oblasť) na Ukrajine zo súkromných dôvodov (Slovenskí respondenti)

Graph 1: Cross-border visits of Slovaks to nearby regions (Transcarpathian Region) in Ukraine for private reasons (Slovak respondents)

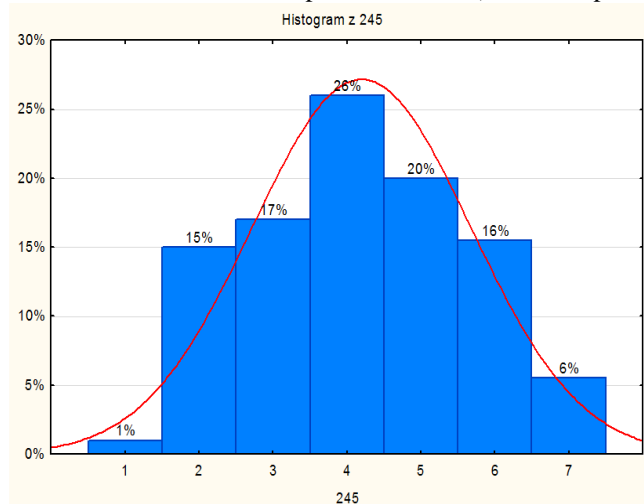


²¹ SK: M = 3,59; SD = 1,40; UA: M = 3,45; SD = 1,37.

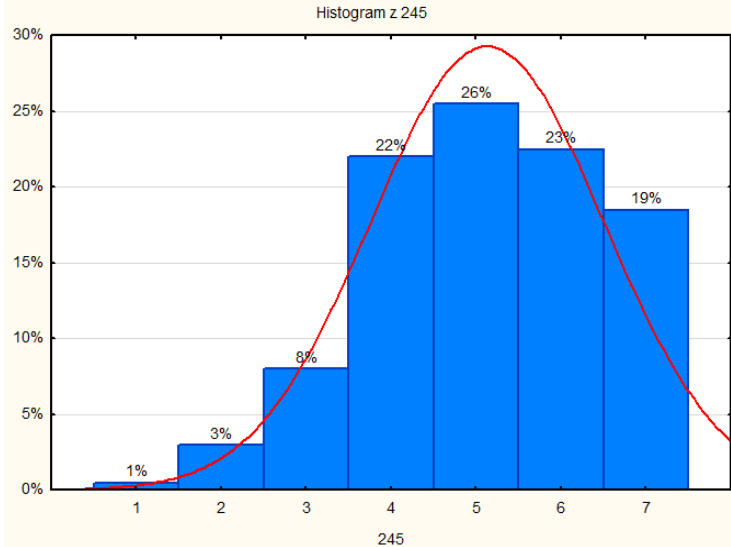
Graf 2: Cezhraničné návštevy Slovákov v blízkych regiónoch (Zakarpatská oblasť) na Ukrajine zo súkromných dôvodov (Ukrajinskí respondenti)
 Graph 2: Cross-border visits of Slovaks to nearby regions (Transcarpathian Region) in Ukraine for private reasons (Ukrainian respondents)



Graf 3: Cezhraničné návštevy Ukrajincov z blízkych regiónov v lokálnych destináciách na Slovensku zo súkromných dôvodov (Slovenskí respondenti)
 Graph 3: Cross-border visits of Ukrainians from nearby regions to local destinations in Slovakia for private reasons (Slovak respondents)



Graf 4: Cezhraničné návštevy Ukrajincov z blízkych regiónov v lokálnych destináciách na Slovensku zo súkromných dôvodov (Ukrajinskí respondenti)
 Graph 4: Cross-border visits of Ukrainians from nearby regions to local destinations in Slovakia for private reasons (Ukrainian respondents)



Z celkového pohľadu pri sumarizácii jednotlivých výsledkov v prvom okruhu otázok dotazníkového výskumu možno konštatovať, že migrácia a vzájomná sociálna interakcia medzi Slovenskom a Ukrajinou nedosahuje krajné hodnoty ani v jednom zo sledovaných subfaktorov či už v negatívnom alebo pozitívnom význame. Prevažne stredné až mierne vyššie miery priemerných hodnôt v odpovediach respondentov sú zrejším indikátorom pozitívnych výstupov a prínosov už realizovaných projektov cezhraničnej spolupráce, v neposlednom rade odzrkadľujú tendenciu zlepšovania možností k vzájomnej interakcii na oboch stranách hranice. Výsledky výskumu v tomto okruhu otázok avšak preukazujú, že v rámci cezhraničnej spolupráce ešte stále existujú určité deficity či nevyčerpané možnosti, ktoré môžu byť príležitosťou k zlepšovaniu vzájomných sociálnych interakcií na oboch stranách hranice.

Záver

Predkladaná štúdia prezentuje závery z výskumu percepcií lokálnych aktérov v slovensko-ukrajinskom pohraničí vo vzťahu k problematike migrácie a sociálnej interakcie. Respondenti prezentovali svoje stanoviská k trom základným

otázkam, resp. okruhom, a to vo vzťahu k miere vnímania imigrácie/emigrácie, miere dochádzania za prácou cez hranicu a miere vnímania sociálnej interakcie medzi Ukrajinou a Slovenskou republikou. Jednotlivé percepcie respondentov v období zberu empirických dát neindikujú markantné migračné pohyby na slovensko-ukrajinskej hranici. Vyplýva to aj z troch priemerných hodnôt (*total mean*) odpovedí všetkých respondentov, z ktorých iba jedna dosiahla stredne vysokú mieru (4,31) vo vzťahu k sociálnej interakcii. Výsledky realizovaného výskumu preto preukazujú, že v otázke migrácie a dopadov cezhraničnej spolupráce aj naďalej existujú určité bariéry ale aj príležitosti, resp. možnosti, ktoré môže slovenská a ukrajinská strana na vonkajšej hranici EÚ využiť. Možno preto konštatovať, že zavedenie bezvízového styku s Ukrajinou (2017) nemalo na lokálnych aktérov výraznejší vplyv pri posudzovaní celkovej miery migrácie Ukrajincov na Slovensko, rovnako ani Slovákov na Ukrajinu. Inak povedané, „zvoľnenie“ režimu na hraniciach s Ukrajinou neznamenalo automaticky masívnejšiu migráciu Ukrajincov na Slovensko. Tým sa iba potvrdzujú skoršie závery a názory expertov (napr. Vávrová, 2016; Čajka, Jaroszewicz, Strielkowsky, 2014; Drbohlav, Jaroszewicz, 2014), podľa ktorých zrušenie vízového režimu na krátkodobé cestovanie z krajín východnej Európy do krajín EÚ, prípadne V4 výrazne neovplyvní počet migrantov z týchto krajín.

Je potrebné pripomenúť, že režim bezvízového styku nedáva občanom Ukrajiny automaticky právo pracovať v rámci EÚ a ani neznamená úplné zvoľnenie či zrušenie hraničných kontrol na slovensko-ukrajinskej hranici. Hoci miera migrácie následne v priebehu rokov 2018 – 2019 výrazne stúpla, z odpovedí respondentov možno dedukovať, že v percepciách (predovšetkým slovenských) lokálnych aktérov migrácia nevzbudzuje významnejšiu pozornosť či obavy. Výraznejší rozdiel medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov konštatujeme v prípade citlivejšieho vnímania migračných pohybov zo strany ukrajinských respondentov, a to najmä vo vzťahu k usídľovaniu Ukrajincov v Prešovskom a Košickom samosprávnom kraji a dochádzaniu Ukrajincov za prácou na Slovensko. Z hľadiska sociálnej interakcie percepcie respondentov indikujú jej prirodzene vyššiu mieru v pohraničných oblastiach v porovnaní s interakciou s regiónmi vzdialenejšími od hranice. Sumárne je možné konštatovať, že aj keď zavedenie bezvízového režimu podporilo inkluzívne funkcie hranice zatiaľ len čiastočne, percepcie lokálnych aktérov poukazujú na primeranú (nie nadmernú) dynamiku migrácie a sociálnej interakcie v slovensko-ukrajinskom pohraničí.

PodĎakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu VEGA 1/0177/19 Výzvy a perspektívy cezhraničnej spolupráce v kontexte implementácie Asociačnej dohody EÚ

s Ukrajinou. Zber dát bol realizovaný v rámci projektu APVV-15-0369 Asociačná dohoda EÚ s Ukrajinou a cezhraničná spolupráca medzi Slovenskom a Ukrajinou: dôsledky a príležitosti.

Literatúra

- ČAJKA, P. – JAROSZEWICZ, M. – STRIELKOWSKY, W. 2014. Migration incentives and flows between Belarus, Moldova, Ukraine and European Union: a forecasting model. In *Economics and Sociology*. ISSN 2306-3459, 2014, vol. 7, no. 4, pp. 11-25.
- DRBOHLAV, D. – JAROSZEWICZ, M. 2014. The probable future development of international migration from Ukraine, Moldova and Belarus to Visegrad countries and the European Union – The Delphi method (the search for “subjective objectivity”). In Jaroszewicz, M., Lesinka, M. (eds.). *Forecasting migration between EU, V4 and Eastern Europe. Impact of visa abolition*. Varšava: Centre for Eastern Studies, 2014. ISBN 978-83-62936-47-2, pp. 20-53.
- DUDINSKÁ, I. – MARADYK, N. 2018. Porivňal'nyj analiz reformy deržavnoho upravlinňa v Ukrajinu ta Slovaččyni. In *Science Review*. ISSN 2544-9346, 2018, vol. 1, no. 5, s. 35-41.
- DUDINSKÝ, V. – DANČIŠIN, V. – LAČNÝ, M. 2017. Výskum cezhraničnej spolupráce medzi Slovenskou Republikou a Ukrajinou. In *Annales Scientia Politica*. ISSN 1339-0732, 2017, vol. 6, no. 1, pp. 46-56.
- DULEBA, A. 2019. Opportunities and problems in the EU–Ukraine relations: actors' perceptions. In *International Issues & Slovak Foreign Policy Affairs*. ISSN 1337-5482, 2019, vol. XXVIII, no. 1-2, pp. 47-72.
- GEREMEŠOVÁ, G. 2019. Porovnanie národných identít Ukrajiny a Slovenska (zistovanie spoločných a konfliktných percepcií a stereotypov). In *Annales Scientia Politica*. ISSN 1339-0732, 2019, vol. 8, no. 1, pp. 27-46.
- HOUTUM, H. V. – SCOTT, J. 2005. *Boundaries and the Europeanisation of Space: The EU, Integration and Evolving Theoretical Perspectives of Borders*. Berlin and Nijmegen: EXLINEA.
- KRAMSCH, O. et al. 2004. *Research on the Policy of the European Commission Towards Re-Bordering of the European Union*. Project Study Report. Nijmegen: EXLINEA.
- IVANOVÁ, M. – MICHAELI, E. – BOLTÍŽIAR, M. – FAZEKAŠOVÁ, D. 2013. The analysis of changes in ecological stability of landscape in the contrasting region of the mountain range and a lowland. In *13th International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM*, 16-22 June, 2013. Sofia: STEF 92 Technology. ISBN 978-6197105-04-9, ISSN 1314-2704. pp. 925-938.

- LAČNÝ, M. 2017. Mutual Trade and Cross-Border Economic Interaction of Ukraine and Slovak Republic. In *Journal of Economic Development, Environment and People*. ISSN 2285-3642, 2017, vol. 6, no. 3, pp. 92-102.
- MEDZINÁRODNÁ ORGANIZÁCIA PRE MIGRÁCIU. 2020. *Migrácia vo svete* [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <<https://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete.html>>.
- MZVaEZ SR, 2020. *Ekonomická informácia o teritóriu: Ukrajina*. [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <<https://www.mzv.sk/documents/746990/620840/Ukrajina+ekonomick%C3%A9+inform%C3%A1cie+o+terit%C3%B3riu+2020>>.
- PACÁKOVÁ, V. et al. 2009. *Štatistické metódy pre ekonómov*. Bratislava: IURA Edition, 2009. 411 s. ISBN 978-80-8078-284-9.
- POLAČKOVÁ, A. – LAČNÝ, M. 2018. Príležitosti a prekážky pre rozvoj cezhraničnej spolupráce. In Dudinská, I., Dunaj, L., Polačková, A. (eds.). *Dilema hraníc v interdisciplinárnej perspektíve*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2018. ISBN 978-80-555-2051-3, s. 29-38.
- POLAČKOVÁ, A. – MARCHEVSKÝ, O. 2018. Názory slovenských policajtov na problémy legálnej migrácie. In *Annales Scientia Politica*. ISSN 1339-0732, 2018, vol. 7, no. 1, pp. 15-28.
- SCOTT, J. – MATZEIT, S. eds. 2006a. *Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions*. Executive Summary. EXLINEA.
- SCOTT, J. – MATZEIT, S. eds. 2006b. *Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions*. Final Project Report. EXLINEA.
- SPSS Tutorials. 2019a. *How to Run Levene's Test in SPSS* [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <<https://www.spss-tutorials.com/levenes-test-in-spss/>>.
- SPSS Tutorials. 2019b. *Simple Overview Statistical Comparison Tests*. [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <<https://www.spss-tutorials.com/simple-overview-statistical-comparison-tests/>>.
- WALKER, I. 2010. *Research Methods and Statistics*. London: MacMillan.
- Ukrajinci a Rumuni zakladajú na Slovensku firmy raketovým tempom [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <<https://tlacovespravy.wordpress.com/2018/06/13/ukrajinci-a-rumuni-zakladaju-na-slovensku-firmy-raketovym-tempom/>>.
- ÚHCP P PZ: Štatistický prehľad legálnej a nelegálnej migrácie v Slovenskej republike (2016) [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <https://www.minv.sk/swift_data/source/policia/uhcp/rocnky/rok_2016/2016-rocenka-UHCP-SK.pdf>.

ÚHCP P PZ: Štatistický prehľad legálnej a nelegálnej migrácie v Slovenskej republike (2017) [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <https://www.minv.sk/swift_data/source/policia/hranicna_a_cudzinecka_policia/rocnky/rok_2017/2017-rocnka-UHCP-SK.pdf>.

ÚHCP P PZ: Štatistický prehľad legálnej a nelegálnej migrácie v Slovenskej republike (2018) [online]. [cit. 2020-09-09]. Dostupné na internete: <https://www.minv.sk/swift_data/source/policia/hranicna_a_cudzinecka_policia/rocnky/rok_2018/2018-rocnka-UHCP-SK.pdf>.

VÁVROVÁ, L. 2016. *Ekonomická migrácia Ukrajincov do krajín V4 a jej administratívne problémy*. Bratislava: Výskumné centrum Slovenskej spoločnosti pre zahraničnú politiku, n.o., 2016. ISBN 978-80-89356-47-8.

MIGRATION AND SOCIAL INTERACTION IN THE SLOVAK-UKRAINIAN BORDERLANDS: THE PERCEPTIONS OF LOCAL ACTORS

Summary

The study aims to present the findings of research on the perceptions of local actors in terms of respondents' perceptions of migration and cross-border social interaction. In the period of empirical data collection, respondents do not indicate marked migratory movements. The introduction of visa-free travel with Ukraine did not have a significant impact on local actors in assessing the overall rate of migration of Ukrainians to Slovakia, as well as Slovaks to Ukraine. The visa-free regime does not automatically give the citizens of Ukraine the right to work within the EU, nor does it mean the automatic relaxation or abolition of border controls at the Slovak-Ukrainian border. Although the migration rate subsequently increased significantly during the years 2018-2019, it can be deduced from the respondents' answers that migration does not arouse significant attention or concern in the perceptions of (especially Slovak) local actors. We note a significant difference between the answers of Slovak and Ukrainian respondents in the case of a more sensitive perception of migratory movements by Ukrainian respondents, especially as regards the settlement of Ukrainians in the Prešov and Košice self-governing regions and the commuting of Ukrainians to work in Slovakia. In terms of social interaction, respondents' perceptions naturally indicate a higher rate in border areas compared to interaction with regions farther from the border.

Visa-free travel and its impact on migration are a positive impetus for the prospective development of cross-border cooperation. Elsewhere (especially, but not only Ukrainian) respondents indicate in their answers a positive perception of

the effects of the visa-free regime, which according to them will expand opportunities for legal and illegal economic cooperation and support the influx of labour from Ukraine to the Slovak border areas positively (Ukrainian rather than Slovak local actors). In summary, it can be stated that although the introduction of the visa-free regime has only partially supported the inclusive functions of the border, the perceptions of local actors point to adequate (not excessive) dynamics of migration and social interaction in the Slovak-Ukrainian border.

Mgr. Michal Cirner, PhD.

Inštitút politológie Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove
Ul. 17. novembra 1, 08801 Prešov, Slovenská republika
E-mail: michal.cirner@unipo.sk

Mgr. Gabriel Székely, PhD.

Inštitút politológie Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove
Ul. 17. novembra 1, 08801 Prešov, Slovenská republika
E-mail: gabriel.szekely@unipo.sk

EXPLORING CREATIVE TOURISM AS A NEW TOURISM PRODUCT IN SLOVAKIA – ANALYSIS OF THE PRIMARY RESULTS

János Csapó

Abstract

In recent years, creative tourism became one of the most dynamically developing tourism products in global tourism and its role in Slovakia is also important, however not deeply discovered yet. Realizing this research gap, the Department of Tourism, Faculty of Central European Studies, University of Constantin the Philosopher launched a research (VEGA 1/0169/18 entitled Creative tourism as a new tourism product in Slovakia) in order to understand the place and role of creative tourism in Slovakia. The present study presents the primary results of the questionnaire survey of the demand side of Slovakia in terms of the attitude and the consumer habits of creative tourism. The primary results demonstrate that the place and role of creative tourism as a tourism product should be considered as important in terms of the tourism supply of the country and also from the point of view of the consumer attitudes and habits, however the development of this product is very much limited and further progress is needed in order to enhance the opportunities of this complex tourism product.

Keywords: creative tourism, Slovakia, demand side, questionnaire survey

Introduction

Due to the recent processes of international tourism trends the development and formation of cultural tourism created newer and newer segments of demand and so an increased fragmentation of cultural tourism. “One of the effects of the rapid growth in cultural tourism in recent decades has been a diversification of cultural tourism demand and the appearance of many ‘new’ forms of tourism within the general cultural tourism field.” (Richards, 2020, p. 229)

Realizing the importance of creative tourism as a tourism product and fulfilling a research gap of this topic, the Department of Tourism, Faculty of Central European Studies, Constantin the Philosopher University in Nitra launched a research (VEGA 1/0169/18 entitled Creative tourism as a new tourism product in Slovakia) in order to understand the place and role of creative tourism in Slovakia. The present study presents the primary results of the questionnaire survey of the demand side of Slovakia in terms of the attitude and the consumer habits of creative tourism.

Theoretical-methodical background

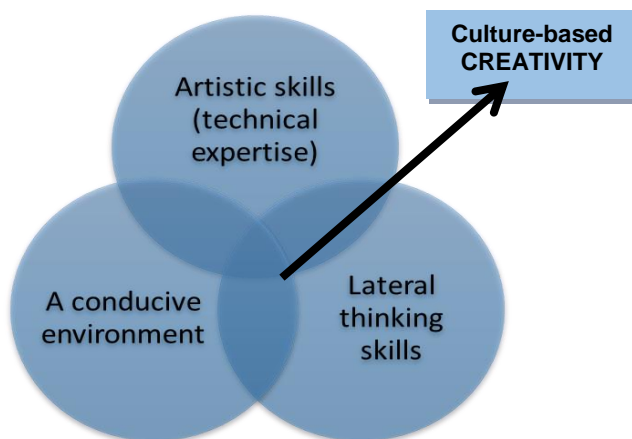
Creative Tourism, Creative Turn: Formation, Trends

As a result of the shift of cultural tourism (Figure 1), a new term appeared in the beginning of the 2000s first used by Richards and Raymond (2000), the so called creative tourism. Their definition for creative tourism is the following: “Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken” (Richards and Raymond 2000, p. 18).

Another early definition was elaborated by Richards and Raymond (2000) stating that creative “Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken.” (Richards, Raymond, 2000, p. 17)

From the 2000s, the term creative culture and creative tourism was more and more widely used in cultural tourism trends researches and analyses. UNESCO’s (2006) working definition of creative tourism is the following: “travel directed towards an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place. It provides a connection with those who reside in this place and create this living culture.” (UNESCO, 2006)

Figure 1: Components of culture-based creativity



Source: KEA European Affairs (2009)

Based on the upper mentioned we can state that the most recent trends of cultural tourism investigate more and more on the topic of creative tourism. Of course, the link between creativity and culture is obvious and it is also natural that those people who are involved in creative industries (artists or professionals that are active in cultural/creative industries) will be in a way or other linked and connected to culture and cultural tourism as well. So as a driving force of the ever developing and diversifying cultural tourism “culture is taken to encompass traditional cultural and artistic activities (performing arts, visual arts, cultural heritage and literature) as well as cultural industries (printed works, multimedia, the press, cinema, audiovisual and phonographic productions, craft, design and cultural tourism)” (KEA European Affairs, 2009, p. 21).

The major driving factor for the formation of creative tourism was that tourists needed to discover more (other than what had been discovered by – cultural – mass tourism) during their travels, so participation and authenticity became the keywords including participation in different activities and acquisition of authentic experiences (Virginija, 2016). For this demand, the tourism destinations need to provide more authentic and genuine experiences.

As a conclusion we can state that the travelers’ needs increased in order to participate, learn and experience more during their travels: “[...] the shift from observation to immersion in travel has, and will continue to, grow the understanding and appreciation of cultural tourism in its broader (symbiotically tangible and intangible) sense. This is magnified in emerging destinations (especially the Asian region) which offer, and are overtly positioning, culture as one of their key differentiators and reasons for superior experience delivery. Cultural Tourism allows destinations which may be lacking in hard infrastructure to compete not just effectively, but assertively and sustainably, with their soft infrastructure offerings, i.e., inviting culture, heritage and community.” (UNWTO, 2018, p. 52)

As Richards and Marques (2012) lists creative tourism can be:

- A means of involving tourists in the creative life of the destination;
- A creative means of using existing resources;
- A means of strengthening identity and distinctiveness;
- A form of self expression/discovery;
- A form of edutainment – education as self-realisation and entertainment;
- A source of „atmosphere“ for places;
- A source for recreating and reviving places.

In Slovakia in a broad sense of investigating creativity and creative sectors, scientific studies dealing with the relationship between creative sectors and tourism have been published based on a project titled KRENAR (APVV-0101-10), focusing on the investigation of macroeconomic and regional conditions and stimuli of creative economy. One of the first researchers studying creative tourism

in the country is Mišúnová (2012) who dealt with theoretical and practical approaches in connection with the topic. In 2016 Palenčíková et al. (2016) also investigated in some theoretical researches on the possible role of creative tourism in the Slovakian tourist regions.

Methodology

The scientific goal of the research was to carry out complex investigations in order to map the conditions of creative tourism in Slovakia and to identify the possibilities of its further development in connection to the development of creative sectors and creative industries in the regions of Slovakia.

The necessary information was collected both from primary and secondary sources. The starting point was the review of the relevant domestic and especially foreign literature, as well as of official domestic and foreign electronic documents as current secondary sources of information with regard to the theoretical conceptualization and practical formulation of the initial phase of creative tourism development. The mentioned sources were investigated applying the method of content analysis and the analysis of cause.

Primary data for this publication was ensured using questionnaire survey to collect data from visitors/consumers (investigating the current state of demand for creative tourism in Slovakia and to set up the taxonomy of creative visitors). The primary research was carried out in 2018 and 2019. In case of the questionnaire survey a pre-test was developed in order to test the intelligibility of the questions with a selected sample of respondents.

The collected data was processed using mathematical methods of statistics as well as theoretical research methods. The former included descriptive characteristics, semantic differential, cluster analysis, Spearman's correlation coefficient and Cramér's V to measure the association between two nominal variables, as well as Friedman's and Wilcoxon's signed-rank test. The statistical tests were evaluated with 95 % reliability, i.e. at a significance level of 0.05.

Theoretical research methods contained analysis (primary and secondary sources of data), synthesis, induction, deduction (evaluation of the collected data), comparison (comparing findings of the primary research, comparison with the results of research conducted abroad) and analogy, for the lack of knowledge about creative tourism development.

Results and Discussion

During the survey, the research group received 876 responses out of which 41.44% were male and 58.56% female. The distribution of the generations was

split rather proportionally. According to the achieved education level, most of the respondents were having upper secondary education ending with school leaving examination (43.38%), followed by having Master's degree university diploma (22.49%) and upper secondary vocational education (not ending with school leaving examination) (11.99%). The distribution of the respondents is well balanced according to the economic activity, since the greatest group of the respondents were employees (46%) followed by students (26%) and retired persons (13%), but self-employed entrepreneurs, unemployed and homemakers (currently on maternity or paternity leave) were also targeted. Of course, regional distribution is also an important factor in order to receive a representative sample. Our respondents were represented in all the regions of Slovakia and a slight proportion of foreign citizens as well (0.7%). The greatest group of respondents were achieved in the Nitra Region (22%), followed by the Košice Region (15%), Trnava (15%), Banská Bystrica (14%), Prešov (13%) and Trenčín (12%). The fewest responses were collected in the Bratislava (6%) and Žilina Regions (3%) (Table 1.).

Table 1: Summary of the general data of the respondents of the questionnaire survey

Gender		
	Person	% (n=876)
Male	363	41,44%
Female	513	58,56%
Total	876	100,00%

Age		
	Person	% (n=876)
Between 15 - 20 years of age	109	12%
Between 21 - 35 years of age	298	34,02%
Between 36 - 55 years of age	253	28,88%
Between 56 - 75 years of age	216	24,66%
Total	876	100,00%

Highest achieved education level		
	Person	% (n=876)
2 nd grade of primary education (low)	73	8,33%
Upper secondary vocational education	105	11,99%
Upper secondary education ending with school leaving examination	380	43,38%
Post-secondary vocational education	24	2,74%
Bachelor's degree	74	8,45%
Master's Degree	197	22,49%
Doctoral degree or other, higher academic degree	23	2,63%
Total	876	100,00%

Economic activity		
	Person	% (n=876)
Student	226	25,80%
Employed for wages	405	46,23%
Self-employed	87	9,93%
Unemployed	17	1,94%
Homemaker/ currently on maternity/paternity leave	20	2,28%
Retired	112	12,79%
Unable to work	9	1,03%
Total	876	100,00%

Region of dwelling place		
	Person	% (n=876)
Bratislava	53	6,05%
Trnava	129	14,73%
Trenčín	106	12,10%
Žilina	28	3,20%
Nitra	191	21,80%
Banská Bystrica	123	14,04%
Prešov	113	12,90%
Košice	130	14,84%
Foreign citizen	3	0,34%
Total	876	Total

Source: own editing

The following part of the article contains the interpretation of the results of the primary analyses based on the results of the previously introduced

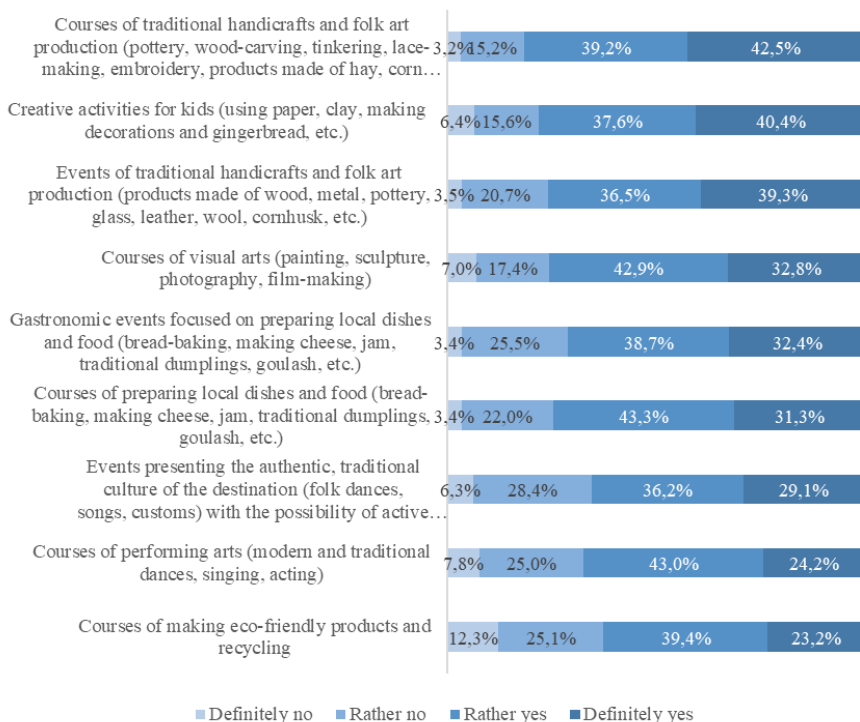
questionnaire survey on the demand side of the Slovakian population intending to survey the consumer habits and trends related to creative tourism.

Our first question intended to reveal how the respondents would define creativity (for this question, several answers could be indicated). According to the perception of the respondents, imagination, fantasy (66.2%) is the most important factor for creativity followed by, almost at the same frequency of mentions (61.5%), innovativeness and originality (more answers could be selected). Artistic skill or talent, in other words innate quality, was indicated by less than a third of the respondents (24.8%).

In the next question, we asked the respondents what they think the creative free time activity/event during their holiday should be like. According to the perception of the respondents (more answers could be selected) the creative holiday should first of all be interesting and inspiring (61.85%) and also entertaining (57.8%). More than 50% of the indications represented that this kind of holiday should also be relaxing and should enable the cultural tourist to escape from reality. Other, highly indicated, answers were associated with acquiring and developing new skills (43.5%) and that the holiday should be extraordinary and unique (36.1%). Quite surprisingly, being educated at this type of holiday, was only indicated by 30.1% of the respondents. The least popular aspects were that this holiday should be adequately demanding (15.5%), should enable the tourist to get to know local people (16.8%) and also that it should be eco-friendly (19.6%). This result also makes some difference compared to the general results on the consumer behaviour of cultural tourists.

The next question of the survey intended to reveal to what extent were the given activities creative in the opinion of the respondents. The answers could be indicated in a 4 grade scale from definitely no to definitely yes. According to the results, the most creative activities for the cultural tourists in Slovakia are the courses of traditional handicrafts and folk art production (pottery, wood-carving, tinkering, lace-making, embroidery, products made of hay, corn husk, etc.). This answer was indicated with “definitely yes” by 42.5% of the respondents. The two other highly important activities are creative activities for kids (using paper, clay, making decorations and gingerbread, etc.) and events of traditional handicrafts and folk art production (products made of wood, metal, pottery, glass, leather, wool, cornhusk, etc.). Similarly to the answers of the previous question, the least creative activity were the courses of making eco-friendly products and recycling and courses of performing arts (modern and traditional dances, singing, acting) were also indicated as less creative (Figure 2).

Figure 2: To what extent are the following activities creative in your opinion? (Please, select only one answer option in each line)



Source: own editing

According to the frequency of participants taking part in creative activities, the greatest group of respondents were the ones who never took part in such activities (46%). The second greatest group are those who took part in such activities for only 1-2 times so far, the smallest group of participants were the ones frequently involved in creative tourism activities, but only with 1.8% of the multitude. We believe, that this data clearly shows that there is still a huge potential in the product development and marketing activities related to creative tourism in Slovakia.

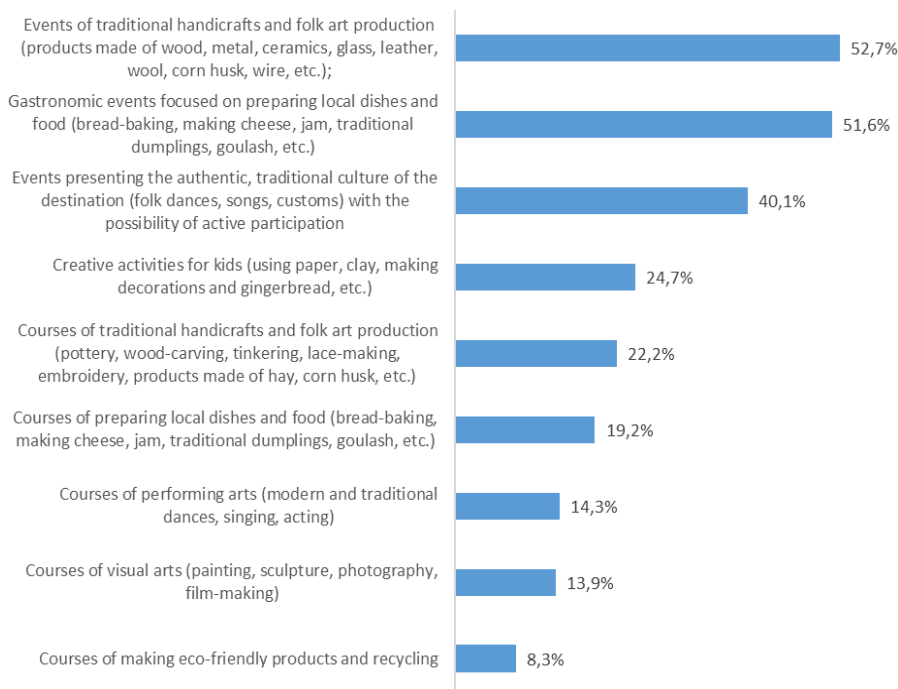
Since we expected similar results, during the creation of the questionnaire we were also curious about the reasons for the dropout from creative tourism. The next question surveyed these reasons.

According to the received answers, here again we can see that altogether the greatest group of respondents were not even curious and interested or did not have

enough courage in doing any creative activities during their holidays. The second and third group refers to the lack of knowledge about the creative opportunities and only a smaller amount of the respondents (11.8%) indicated that they were interested but there was no such supply at the location of the holidays.

The following questions of the survey intended to estimate the experiences that can be connected to creative tourism. Since one can receive several experiences, we let the respondents to choose from more answer options (Figure 3).

Figure 3: Which of the following creative activities have you attended during you holiday so far? (You can select more answer options)



Source: own editing

Based on the answers, we can see that the most popular activities concerning creative tourism are the events of traditional handicrafts and folk art production (52.7%) and also the gastronomic events focused on preparing local dishes and food (51.6%). The least desirable activities are connected to the involvement in visual arts

activities (13.9%) and making eco-friendly products and recycling (8.3%). Surprisingly, the eco-friendly activities again seem to be undesirable for the Slovakian population who are involved in creative activities, which might indicate that awareness raising and environmental consciousness is still an important issue to further develop in the education system and in the every-day activities as well.

The majority of the respondents took part in creative activities in their holidays during family trips (69.7%) and travelling with friends (43.1%), while only 13.9% indicated that they were involved during a team building activity that can be connected to the workplace.

According to the organisation of such travels, 64.8% took part in such activities alone where the route was organised by themselves and 35.2% with a group organised by a professional association (organising bureau, travel bureau, work place).

The greatest majority of the respondents (94.3%) indicated that creative tourism was not the main motivation for their travels, which proves that creative tourism is still a hardly known and utilised niche product in Slovakia so far. We also need to emphasize that of course the mentioned activities appear in the secondary travel motivations in a much higher extent.

Our next question was enquiring about how did the respondents get information about the creative activities offered at the given holiday destination. This time the respondents could indicate only one answer. Based on the received answers we can state that the majority of the respondents (42.6%) learnt about the possibilities of taking part in creative activities at the given destination by accident (on the Internet, social networking websites, at the reception of the hotel, from the tour guide, at a tourist information centre, etc.). There were 3 almost identical groups as well, with values around 20%, where the tourists looked for the possibilities of taking part in creative activities after their arrival to the given destination (20.9%), or searched for information about the possibilities of taking part in creative activities actively (on the Internet, social networking websites, etc.) before the holiday (18.1%). There were 17.1% where creative activities were purposely the part of the itinerary of their holiday and only a small minority indicated (1.3%) that they did not learn about any possibilities of taking part in creative activities at the given destination.

Later we were curious where exactly the travellers met with creative activities. At this question, naturally several answers could be indicated. According to the results, just as experienced at the previous questions, it seems that for the Slovakian creative tourism consumers the events are the most important occasions to meet with creative tourism, since 26.1% of all the respondents indicated that they met and practiced some form of creative tourism within organised events such as fairs and festivals.

Basically we could detect three other forms with around the same weight where tourists met with creative tourism, namely at folk architecture conservation reserves – characteristic rural settlements (in Slovakia for example Čičmany, Podbiel, Sebechleby, Špania Dolina, Veľké Leváre, Vlkolíneec, Ždiar, etc.) (24.9%), at castles, chateaux or manor houses (23.7%) and at open-air museums (in Slovakia for example Pribylina, Martin, Bardejov, Nitra, Vychylovka, Zuberec, Svidník, Humenné, Stará Ľubovňa, etc.) (23.5%). All the other opportunities proved to be less important than 14% out of which the low importance of ranches and farms, museums or galleries, small manufactures and creative centres are quite surprising since in practice usually these places or attractions provide a wide range of creative tourism opportunities for tourists.

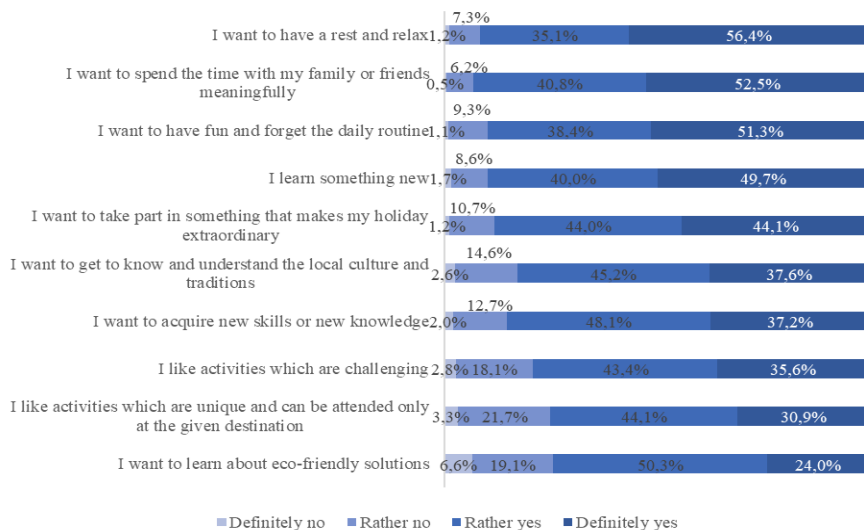
Our next question intended to reveal the location where the creative activities are experienced. According to the answers, the majority (54.4%) of the respondents practice creative tourism both in Slovakia and abroad, 36% only in Slovakia and a minority (9.6%) only abroad.

Seasonality is also a very important aspect if we analyse a tourism product, so in the next questions we were curious about when usually the tourists participate in creative activities. Based on the answers of the respondents, the greatest majority (84.2%) were involved in any kind of creative tourism experiences in the summer high season (June, July, August), only 12.4% in the spring and autumn period and just 3.4% in the winter period. These data mean that creative tourism cannot achieve any decrease in the high seasonality of Slovakia since the majority of the events and programmes are organised in the summer period. This result is a bit confusing since creative tourism is a typical tourism product and tool to extend the tourism season in a region attracting tourists not only in the high season.

The following set of questions of the survey revealed the consumer preferences of the domestic demand for creative tourism. In order to explore this information we asked about the exact motivation of the respondents to participate in creative activities during their holiday. The respondents indicated only one answer.

According to the received results, it can be seen that the general motivations for tourism are very characteristic to the creative consumers as well and the more creativity-oriented activities are less important (nevertheless, these values were valued high as well). Based on this, the most important activities – answering at least 50% with ‘definitely yes’ – are that the tourists want to have a rest and relax (56.4%), they want to spend the time with family or friends meaningfully (52.5%), they want to have fun and forget about the daily routine (51.3%). As mentioned earlier, the more creativity-oriented activities are less important if we consider the ‘definitely yes’ answers but these aspects are characterised with higher ‘rather yes’ ratios, explaining that altogether these aspects are considered to be important as well, but not really essential or primary (Figure 4.).

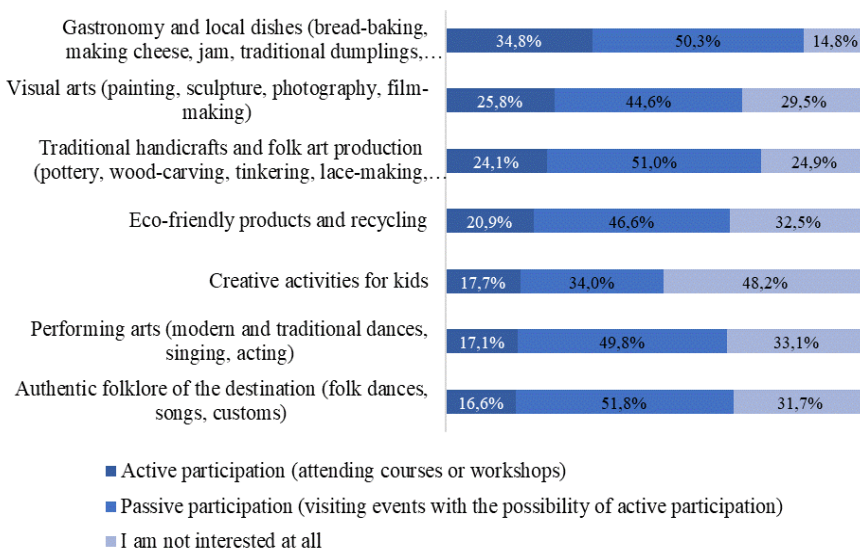
Figure 4: What is your motivation to participate in creative activities during your holiday? Please, select only one answer option in each line



Source: own editing

In the next question of the survey, we were interested in what kind of creative activities would the respondents like to take part during their next holiday. If we have a look at the answers for the active participation, gastronomy and local dishes (bread-baking, making cheese, jam, traditional dumplings, goulash, etc.) were the most desirable activities for the respondents, by 34.8 % fully agreeing to participate in such activities actively, followed by taking part in visual arts performances or activities (painting, sculpture, photography, film-making) (25.8%) and traditional handicrafts and folk art production (pottery, wood-carving, tinkering, lace-making, embroidery, products made of hay, corn husk) (24.1%). Interestingly, here the role of producing and learning how to make eco-friendly products seemed to be higher in the preferences than earlier, while creative activities for kids, participation in performing arts and getting to know better the authentic folklore of the destination seemed to be the least desirable activities. The most denied activity was creative activities for kids, which might be due to the social and family status of the respondents (having no children) (Figure 5.).

Figure 5: In which of the following creative activities would you like to take part during your next holiday? (Please, select only one answer option in each line)



Source: own editing

In order to reveal the peculiarities of a specific tourism product we also need to know who would like to practice or with whom the (possible) tourists would like to practice the certain activities. That is why we were intending to reveal in the next question, how the respondents would like to take part in creative activities during their holiday.

Based on the answers we can see that, according to the international standards as well, basically creative tourism is such a tourism product where the activities can be practiced together with the family (38.5%). Of course, this can be related to one of the most important aims of creative tourism, learning and education. It is also proven by the answers that creative tourism is a social and joint activity based tourism product, since and 29.9% would practice such activities with friends and 20.3% with their partner, and only 5.7% indicated that they would do the certain activity by themselves. The lowest motivation is to do these kind of activities together with strangers (5.6%).

To be able to further understand the importance of creative activities during the holidays we asked when the respondents plan to register for the chosen creative activity. Here the answers clearly indicate that creative tourism is not yet a primary motivation for the Slovakian travelers since only 21.2% would register in advance

for the certain activities that can be connected to creative tourism and a vast majority, 78.8%, would only register after their arrival to the given destination based on the actual supply.

The spending propensity is of course also a highly important issue in the understanding of the attractiveness and functioning of a tourism product. Our results show that a great proportion of the respondents would not spend greater amount of sums for shorter creative activities, since 43.4% would spend less than 15 euros 'for one or two-hour long creative activity per person during their holiday' and 32.2% would spend between 16-30 euros. The smallest ratio of respondents (5.8%) would spend more than 50 euros for short creative activities during their holiday.

According to the type of accommodations, the respondents would recommend to register at the greatest proportion at hotels (45.2%), followed by pensions (25.6%) and private accommodations (12.7%). The ratio of alternative accommodation types (Airbnb, couchsurfing), accommodation at friends' and relatives' homes and camping are rather low (6.4%, 5% and also 5%). Based on these answers we can state this kind of accommodation structure resembles the national average.

In the next topic, we were surveying the geographical scope of attractiveness related to creative activities during the holidays. Based on the answers, it seems to be proved that the greatest proportion of the possible creative tourists would participate in creative activities during their holidays rather in a national or even regional context, since 32.3% of the respondents would do such activities exclusively within Slovakia and a relatively great amount (8.1%) only within the boundaries of the local-government region where they live. 15.1% would travel for further distances but only to the neighbouring countries, and quite a great proportion indicated that they would travel within Europe for such activities during their holidays. It was 17.5% of the respondents, who indicated that they would be involved in such activities at any part of the world.

The last question of the survey was asking how, in what way of organisation the respondents travel the most often. According to the results, people travel at a higher extent with organised travels, so use the services of tour operators or travel agencies (58.1%) and in a smaller extent they plan their holidays on their own using the Internet, guidebooks or based on tourist references and recommendations of their friends (41.9%), which data is rather different from the international average where usually self-organised trips dominate.

Conclusion

The present research intended to give an introduction to the first findings and primary results of the demand side of creative tourism in Slovakia. This

exploratory research filled a gap in the research of creative tourism in the country since, according to our knowledge, no such comprehensive research has been carried out yet in Slovakia.

The primary results demonstrate that the place and role of creative tourism as a tourism product should be considered as important in terms of the tourism supply of the country and also from the point of view of the consumer attitudes and habits, however the development of this product is very much limited and further progress is needed in order to enhance the opportunities of this complex tourism product. In order to achieve this, the results of the mentioned VEGA project provides the first steps. Further publications from this research will cover the analysis of the supply side and the organization background of creative tourism in the country.

For further research, the research group of the Department of Tourism, Faculty of Central European Studies, Constantin the Philosopher University in Nitra plans to carry on with a research design focusing on the possible creation of value chains in Slovakia connected to creative tourism. The design and development of such planning will be able to create practical results both from the point of view of the benefits of the local entrepreneurs, regional development, economic contribution (both at the local, regional and national level) and the satisfaction of the new tourist demand in Slovakia.

Acknowledgements

The conference paper is part of the project entitled VEGA 1/0169/18 Creative tourism as a new tourism product in Slovakia, funded by Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research and Sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences.

References

- KEA EUROPEAN AFFAIRS (2009): *The Impact of Culture on Creativity*. A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), 240 p.
- MIŠŪNOVÁ, E. 2012. Kultúrne a kreatívne odvetvia a cestovný ruch - teoretické koncepcie a prax. In *Region Direct*. ISSN 1337-8473, 2012, roč. 5, č. 1, s. 112-125.
- PALENČIKOVÁ, Z. – HRUBALOVÁ, L. – REPÁŇOVÁ T. 2016. Creative Tourism - A Future Product of Slovak Tourist Regions? In *Geotur 2016: International Conference on Geotourism, Mining Tourism, Sustainable Development and Environmental Protection*, Firenze 18 - 20 October. Firenze: Università di Firenze, 2016, pp. 122-127.

- RICHARDS, G. 2002. From Cultural Tourism to Creative Tourism: European Perspectives. In *Tourism*. ISSN 1332-7461, 2002, vol. 50, no. 3, pp. 225-234.
- RICHARDS, G. – MARQUES, L. 2012. Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. In *Journal of Tourism Consumption and Practice*. ISSN 1757-031X, 2012, vol. 4, no. 2, pp. 1-11.
- RICHARDS, G. – RAYMOND, C. 2000. *Creative tourism*. ATLAS News no. 23, pp. 16-20.
- UNESCO. 2006. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion*. Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006.
- VIRGINIJA, J. 2016. Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries. In Butowski, L. (ed.): *Tourism - From Empirical Research Towards Practical Application*, pp. 137-157.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION. 2018. *Tourism and Culture Synergies*. Madrid: UNWTO, 2018. 160 p. DOI: 10.18111/9789284418978

Dr. habil János Csapó

Department of Tourism

Faculty of Central European Studies

Constantin the Philosopher University in Nitra

Dražovská 4, 949 01 Nitra, Slovakia

E-mail: jcsapo@ukf.sk

MAKING SECONDARY GEODIVERSITY SITES ACCESSIBLE: EXAMPLE OF THE METHOD USED IN NORTHERN BOHEMIA

Emil Drápela

Abstract

The landscape of northern Bohemia contains a number of localities of secondary (man-made) geodiversity, which may have a certain value in terms of tourism. As these sites are not the result of natural processes that have a long-term effect, but of human interventions in the natural environment, which can cause various instabilities, they need to be cared for if they are accessible to tourists. This need for care by municipalities is not very popular, as it costs certain resources. Therefore, many municipalities prefer to destroy these localities once, so that they do not have to spend these funds in the future. However, this leads to the irreversible loss of often very valuable localities, where it was possible to learn about the local geology and dexterity of our ancestors. For this reason, we have invented a simple methodology for evaluating geosites that would potentially be worth saving, intended for officials in cities and municipalities. This methodology is presented in the article at two localities from the Liberec region.

Keywords: geotourism, geodiversity, anthropogenic landforms, regional development, geosite assessment

Introduction

Secondary geodiversity sites can be an interesting tourist destination if they are properly cared for. There are a number of them in Czechia, but only some of them have the potential to be tourist destinations. These are usually former quarries, old mining works, and remnants of various landscaping or specific economic activities. In addition to the scientific value, they also have cultural, historical and aesthetic value. In terms of their use, their tourist and educational value can be also defined. Due to their artificial nature (they are created by man), these geosites are not usually in the interest of nature conservation authorities. Unfortunately, this means that they are often destroyed by loading garbage, using it as warehouses or industrial sites. However, many of them are rich mineralogical or paleontological sites, a proof of the skill of our ancestors and aesthetically valuable habitats.

In order to prevent the destruction of these geosites, it is necessary to activate local associations, non-profit organizations, mayors or municipal and

regional officials. Their activity can save the geosite and make it accessible to the public. On the other hand, it is necessary to distinguish which of the many hundred geosites is worth investing the time and money that this activity requires. For this purpose, we have developed a methodology for the above-mentioned target group, which will comprehensively assess the sites of secondary geodiversity.

There are currently several dozen methods for assessing geosites. Among the best known are methods published by Panizza (2001), Brilha (2016), Ruban (2010), Reynard et al. (2016), Vujicic et al. (2011) or Kubalíková and Kirchner (2016). However, there are far fewer methods that address secondary geodiversity and take into account the cultural and historical aspects of geosites. In this case, it is possible to refer to the works of Petrovic et al. (2017), Gravis, Nemeth and Procter (2017), Oyarzun et al. (2018), Sallam et al. (2020) and Kubalíková, Kirchner and Bajer (2017). However, it is important to mention that, as Štrba et al. (2015) demonstrates, more different methods also mean more different assessment results. This is due to the somewhat subjective choice of input factors based on which the assessment is made. Therefore, it is possible that although the authors strive for maximum objectivity in the evaluation, the results are still subjectively influenced. In addition, Štrba, Kršák and Sidor (2018) points out in their article that while most authors evaluate the qualities of geosite from a scientific (representativeness of phenomena, uniqueness, etc.) or technical (condition of the site, its location, etc.), little attention is paid to the users of geotourism products - the general public. The criteria of general public affecting their visits differ from criteria used within most of the methods (Štrba, 2019).

Another factor that needs to be taken into account in the assessment is the impact on the development of the territory. The aim of making geosite accessible is not only its protection and use for tourism and education, but especially the sustainable development of the landscape and local communities. This need is very intense in northern Bohemia, where the negative socio-economic consequences of the border effect are strongly manifested (Drápela, Bašta, 2018; Drápela, Kárníková, 2018). The development of tourism is one of the ways in which municipalities can overcome this geographical disadvantage. In addition, there are many suitable objects for potential geotourism - the declaration of a Czech-German-Polish geopark here is even being considered (Drápela, Büchner, 2019). Taking into account the development goals of local regions as one of the goals of sustainable development of geotourism is necessary; for example, the works of Farsani, Coelho and Costa (2011), Burlando et al. (2011), Olafsdottir and Dowling (2014) and Kubalíková et al. (2019) deal with this topic.

For the reasons mentioned above, the following requirements have been set for the geosites assessment methodology: (a) the method must take into account the specifics of secondary geodiversity, in particular its cultural, historical and artistic

or aesthetic value; (b) the method must be sufficiently specific in the assessment system to minimize the impact of subjective evaluation; (c) the method serves primarily to develop geotourism and not to protect geodiversity (d) the method is intended for the target group of local officials and non-profit organizations, so it must be sufficiently understandable even to a person who is not a professional geologist. As none of the above methodologies met the above requirements, a new one was created - in which, however, procedures and indicators are used, which are also used by other authors. This is completely understandable, as the professional public agrees on the basic qualitative features of geosites.

Data and methods

The methodology used is based on an updated and extended method, presented in the article Drápela (2020). It was originally developed to assess the value of abandoned quarries. However, this article presents an extended and improved version that can be applied to all types of man-made geosites. The limits of this method lie in its application to former mining works, as in their case the issue of making it accessible to the public is much more complicated. In addition, different types of former mining operations present different types of risks, for which I consider it inappropriate to create a uniform methodology. The method explained below can therefore be applied to various types of sites of secondary geodiversity, but as far as former mining works are concerned, it can be used more for the assessment of surface residues after mining (heaps, dumps, transport structures, etc.).

The method itself is based on the existence of 30 indicators, grouped into 6 thematic areas - the so-called synthetic indicators. These 6 synthetic indicators express the 6 main values of geosite in terms of public access, namely the scientific, cultural-historical, artistic and aesthetic, educational and tourist value and the last safety and vulnerability. The numerical value of each of these six synthetic indicators is calculated as the arithmetic mean of the five sub-indicators. An overview of synthetic indicators and their sub-indicators is given in Table 1.

The first step in assessing the value of each indicator is to use the guidelines that are defined for each indicator. These guidelines say what quality of the site the indicator assesses and what numerical value it corresponds to. The Cantril's scale (0-10) is used for this operation. While some sub-indicators describe only one variable (e.g. stability of landforms), most sub-indicators are made up of two or three variables that together give the final value (e.g. car accessibility combines distance, capacity and equipment of the nearest car park). Due to the scope of this article, it is not possible to provide complete guidelines for all indicators here, but these will soon be published on the website of the Department of Geography of the Technical University of Liberec, where they will be freely downloadable.

The second step in the assessment process is the calculation of the values of the synthetic indicators. The result of the assessment is therefore 6 values, which does not make sense to further average further, because they express completely different qualities of our chosen geosite.

Table 1: Methodology of geosites evaluation: sub-indicators and synthetic indicators

Synthetic indicator	Sub-indicator	Abbreviation
Scientific value	Uniqueness	SU
	Scientific knowledge	SK
	Integrity	SI
	Diversity	SD
	Ecological value	SE
Cultural-historical value	Uniqueness	CU
	Knowledge of history	CK
	Integrity	CI
	Diversity	CD
	Cultural value	CC
Artistic and aesthetic value	Uniqueness	AU
	Integrity	AI
	Diversity	AD
	Landscape value	AL
	Artistic value	AA
Educational value	Representativeness	ER
	Interpretative potential	EI
	Possibility to touch	ET
	Experience potential	EE
	Possibility of own investigation	EP
Tourist value	Accessibility by car	TC
	Accessibility by public transport	TA
	Tourist facilities	TF
	Tourist safety	TS
	Tourist products	TP
Safety and vulnerability	Stability of landforms	VS
	Vulnerability of geological phenomena	VG
	Vulnerability of biota	VB
	Tourist capacity	VC
	Resistance of tourist facilities	VR

Source: Drápela 2020, extended and modified by author

The main source of input data for the assessment is a field survey, supplemented by information from professional sources - literature, the database of the Czech Geological Survey and historical materials. In addition to the geosite itself, it was also necessary to visit local infrastructure facilities, nearby villages, information centres, etc. The advantage is the knowledge of the local environment and local experts who can help with faster evaluation of some more specialized sub-indicators. The target group (mayors of municipalities, local officials or geopark workers) has this local knowledge and contacts, which is important.

Results and discussion

The above-mentioned methodology was used for the purposes of this article on two interesting geosites located in northern Bohemia (Figure 1). The first of them is Rasova rokle near Český Dub, which is a locality that is part of a complex of so-called Devil's Walls. The Devil's Walls were formed during the oldest phase of Alpine orogenesis 80-50 million years ago. These are plate-shaped bodies filling the Saxon faults, formed by ultrabasic rocks, especially melilitic olivine nephelinite - the so-called polzenite according to the river Ploučnice. These veins penetrate the calcareous sandstones of the middle Turonian, which are rich in fossils. Devil's walls south of Ještěd form a system of parallel morphologically significant ridges, which are up to tens of kilometres long.

Devil's walls form resistant ultrabasic volcanics, which are more resistant to weathering than the surrounding sandstone, so they originally protruded up to a few meters above the surrounding terrain (hence the "walls"). The local people began to use them as cheap and affordable building materials and thus gradually mined the walls. Currently, only about 4 km long part of one vein, which is located in the least accessible terrain, protrudes above the terrain. However, in many cases, mining did not stop even after the local people had mined the vein to ground level. In the region of soft sandstones, hard polzenite was so valued that its mining continued on some to a depth of many meters. Thus was created Rasova rokle, where the polzenite vein was excavated to a depth of about 20 m.

Rasova rokle is extraordinary from the point of view of geotourism for several reasons. It is a locality where a relatively unusual form of volcanism can be seen, moreover formed by a rare rock, named after the local deposits. The site was created by spontaneous mining using minimal mechanization, yet there is visible experience with stone mining - for example, leaving the struts formed by polzenite so that the walls of the gorge do not collapse. The walls of the gorge formed by sandstone are literally full of fossils - most of them are ichnofossils, but you can also find various shells of bivalves (Figure 2A). At the contact between the polzenite and the sandstone, there was a contact metamorphism, which can be seen

here best at the struts. Finally, the geosite is very aesthetic and its tour is a great experience that will delight every excursion (Figure 2B). Despite all the above advantages, however, it is a relatively unknown site where there is a lack of tourist infrastructure.

The second analysed geosite is the sandstone butte Stohánek located in the northern part of the Ralsko National Geopark. The top layer is more resistant to weathering than the layers below it (both, however, form calcareous sandstones of the Middle Turonian). It is a remnant of an old structural platform, which was created by separation from the rest of the platform by reverse erosion. The location differs from other similar rock formations in the area in that it has been used by humans since the Middle Ages. First, in the 15th century, the aristocratic Vartenberk family built a wooden guard castle here, of which only the modifications of the rock relief have been preserved to this day, namely a long staircase and a cellar space. However, the history of the castle did not last long, so hermits began to use these spaces. The hermits first arranged the remains of the castle cellar for living and then carved a series of niches along the staircase, into which they placed paintings of the Stations of the Cross. Stohánek thus became a place for walks, because in addition to the Stations of the Cross, it also offered a beautiful view from the top of the hill. One of the short stories by the popular local writer Karolina Světlá (1830 - 1899) also takes place in the environment of hermits at Stohánek.

In the 20th century, the site became part of a military area in which the Czechoslovak Army, the German Wehrmacht, the Czechoslovak People's Army and the Soviet Army took turns. In particular, the activities of the Soviet army in the years 1968 - 1991 had a destructive effect on the site, as there is still a number of inscriptions in Cyrillic. The paintings of the Stations of the Cross were gradually destroyed, and today only carved niches remain in the rock by the staircase (Figure 2C). For its high natural value and ecosystem services, the geosite was declared a natural monument in 1996. Today it is a popular destination for climbers.

From the point of view of geotourism, it is an aesthetically valuable rock formation with a very nice view of many dominants of the Ralsko National Geopark. However, the most interesting part is undoubtedly the remnants of human activity in the last 600 years. In addition to the turbulent history, the visitor can admire both the remains of the rock castle, of the activities of hermits or the Soviet army. Thanks to the distant view, the lines of the Devil's Walls can be observed from the site. In the vicinity of the geosite you can look for fossils, the richest site is located southeast. And last but not least, numerous microforms typical for sandstone can be observed on the walls of the mountain. A green and blue tourist sign leads to the locality, but the number of visitors is relatively low.

Figure 1: Location of geosites Rasova rokle and Stohánek within the Liberec region (Czechia)

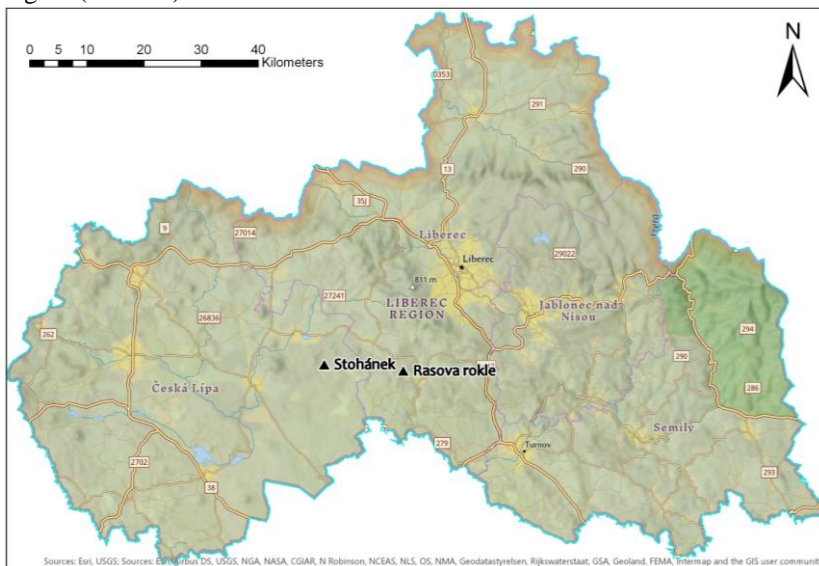
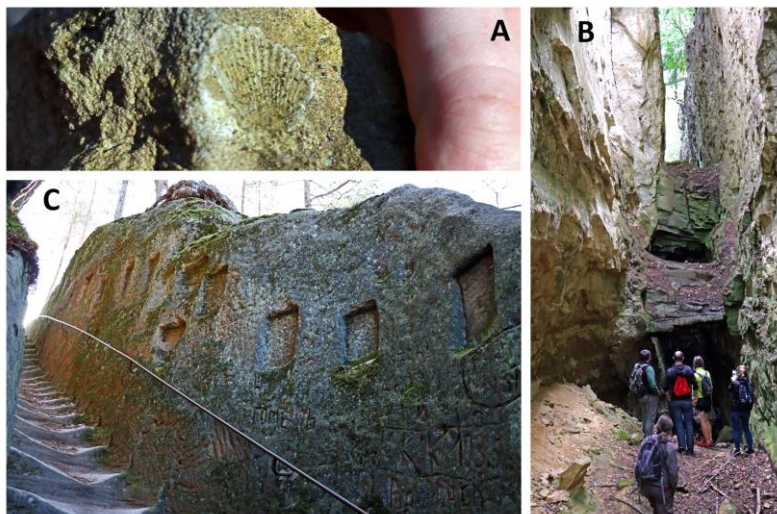


Figure 2: (A) Example of fossil abundant in both localities: *lima canalifera*, (B) Rasova rokle, (C) Stohánek



Both geosites are located in a region that has some tourist potential, but there are relatively few tourists compared to other surrounding regions. Local mayors are coming up with new ways to increase their numbers. Investing in tourism infrastructure on selected geosites could be an opportunity to create new tourist destinations. But are these suitable sites? This should reveal the assessment of geosites according to the above methodology. The results are shown in Table 2.

Table 2: Geosites evaluation: Rasova rokľe and Stohánek

Synthetic indicator	Rasova rokľe	Stohánek	Indicator abbreviation	Rasova rokľe	Stohánek
Scientific value	7,6	7,0	SU	8	7
			SK	7	7
			SI	8	7
			SD	9	6
			SE	6	8
Cultural-historical value	6,2	7,0	CU	7	7
			CK	6	8
			CI	7	7
			CD	5	7
			CC	6	6
Artistic and aesthetic v.	7,0	7,2	AU	8	7
			AI	7	7
			AD	7	7
			AL	6	8
			AA	7	7
Educational value	8,6	7,2	ER	8	7
			EI	9	8
			ET	9	7
			EE	9	8
			EP	8	6
Tourist value	4,0	4,6	TC	6	5
			TA	6	5
			TF	2	6
			TS	4	5
			TP	2	2
Safety and vulnerability	6,0	6,0	VS	5	8
			VG	7	5
			VB	7	6
			VC	6	6
			VR	5	5

The results shown in Table 2 show that both geosites have a relatively high scientific value, with Rasova rokle achieving a better result. For the synthetic indicator cultural-historical value, Rasova rokle achieves a rather average result, while Stohánek slightly above average. The values of another synthetic indicator, artistic and aesthetic values, are slightly above average for both geosites. However, Rasova rokle achieves an excellent result in its educational value - this is mainly due to the uniqueness of the locality and the number of phenomena that can be seen or directly touched on the locality. Both geosites are below average in terms of tourist value, but it should be noted that this is an assessment of the current state, not its potential. In terms of security and vulnerability of the site, both geosites are average.

One of the strengths of Rasova rokle is its educational and scientific value, while its biggest weakness is the lack of tourist infrastructure. Stohánek does not reach such high values as Rasova rokle, but again it does not have such great weaknesses - there is a certain tourist infrastructure here, the problem is mainly the remoteness of the locality from parking lots or public transport.

So what do the results of the assessment tell us? Are the selected geosites suitable for geotourism and can they attract more tourists to the area? The first three synthetic indicators give us information about the "objective" parameters of geosites. From this point of view, geosites are slightly above average interesting for the average tourist. It is therefore not a locality that would attract tourists to the region, but together with other objects in the region they form an offer of interesting tourist destinations. In order for the geosite to be a highlight attracting tourists, it is necessary that the numerical value of the synthetic indicator artistic and aesthetic value be at least 8. The educational value indicates how interesting a story a tourist can discover here and what he can experience here. From this point of view, it would be a shame not to use the potential of the Rasova rokle, the exploration of which is a great experience. Tourist value assesses the current state of the tourist infrastructure in the place; both geosites have major weaknesses, which can be improved in the future. For this synthetic indicator, it is always up to consider how much its value will change if we improve a certain parameter of the tourist infrastructure. Ideally, it should be at least 7. The last synthetic indicator tells us how serious are the threats that threaten either tourists or geosites. From this point of view, both geosites are a bit problematic: securing the walls of Rasova rokle can be challenging, as can ensuring the safety of tourists at the top of Stohánek.

The final recommendation is that both sites are suitable for geotourism and are able to attract a certain number of tourists to the region. After suitable modification, Rasova rokle could be a visited locality, very valuable for possible educational activities. Stohánek is already relatively frequented, activities here should focus on improving the tourist infrastructure and preventing damage to the site by trampling and engraving on the rocks.

Conclusion

The main goal of the article was to present the methodology of assessment of secondary geodiversity sites in order to make them accessible to the public on two examples. The first case was Rasova rokle, a remnant of spontaneous volcanic vein mining in fossiliferous limestone sandstones, which formed a gorge up to 20 m deep. The second site was Stohánek, a sandstone butte that was used in the past to build a medieval castle, as a hermitage and a place of pilgrimage, or as a guard post in a military area. Both geosites combine elements interesting both from the point of view of natural sciences and cultural-historical.

The assessment found that although both geosites are interesting tourist destinations that make sense to further protect and prevent their destruction, their potential in terms of tourism is limited. Every mayor or official who would like to invest in these sites should understand this. On the other hand, these are localities that can co-create the offer of tourist destinations in the region and as such can be successfully presented. In addition, the great educational potential of Rasova rokle is worth mentioning.

The author of the methodology hopes that in the future, thanks to its relative simplicity and comprehensibility, it will be possible to map secondary geodiversity in the entire Liberec region with limited resources in order to identify valuable sites that need to be saved and made accessible to the public. Czechia is very rich in secondary geodiversity sites, the most famous of which are, for example, Panská skála near Kamenický Šenov, flooded quarries “America” near Karlštejn, the Hády quarry in Brno, the Ema heap in Ostrava, quarries in the Prokop Valley in Prague, or Kaňk near Kutná Hora. All these places are very popular, so it is clear that people have a positive perception of secondary geodiversity, if it is continuously cared for and if it is properly presented. It would be a shame not to use their tourist, educational and experiential potential.

Acknowledgment

This article was created thanks to the project SGS-2020-4052 “Evaluation of the tourist potential of secondary geodiversity in northern Bohemia”.

References

- BRILHA, J. 2016. Inventory and Quantitative Assessment of Geosites and Geodiversity Sites: a Review. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2016, vol. 8, iss. 2, pp. 119-134.
- BURLANDO, M. et al. 2011. From Geoheritage to Sustainable Development:

- Strategies and Perspectives in the Beigua Geopark (Italy). In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2011, vol. 3, no. 2, pp. 63-72.
- DRÁPELA, E. 2020. Geotouristic Potential of Former Quarries in Northern Bohemia. In *7th World Multidisciplinary Earth Sciences Symposium*, 2020, in print.
- DRÁPELA, E. – BAŠTA, J. 2018. Quantifying the power of border effect on Liberec region borders. In *Geografické informácie*. ISSN 1337-9453, vol. 22, no. 1, pp. 51-60.
- DRÁPELA, E. – BÜCHNER, J. 2019. Neisseland Geopark: concept, purpose and role in promoting sustainable tourism. In *Public recreation and landscape protection - with sense hand in hand...* Brno: Mendel University Brno, 2019. ISBN 978-80-7509-659-3, pp. 268-272.
- DRÁPELA, E. – KÁRNÍKOVÁ, N. 2018. Methodological issues of using the gravity model to determine the power of border effect. In *Useful geography: transfer from research to practice*. Brno: Masaryk University, 2018. ISBN 978-80-210-8907-5, pp. 367-375.
- FARSANI, N. T. – COELHO, C. – COSTA, C. 2011. Geotourism and Geoparks as Novel Strategies for Socio-economic Development in Rural Areas. In *International Journal of Tourism Research*. ISSN 1099-2340, 2011, vol. 13, no. 1, pp. 68-81.
- GRAVIS, I. – NEMETH, K. – PROCTER, J. N. 2017. The Role of Cultural and Indigenous Values in Geosite Evaluations on a Quaternary Monogenetic Volcanic Landscape at Ihumatao, Auckland Volcanic Field, New Zealand. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2016, vol. 9, no. 3, pp. 373-393.
- KUBALÍKOVÁ, L. et al. 2019. Cultural functions and services of geodiversity within urban areas (with a special regard on tourism and recreation). In *Public recreation and landscape protection - with sense hand in hand...* Brno: Mendel University Brno, 2019. ISBN 978-80-7509-659-3, pp. 84-89.
- KUBALÍKOVÁ, L. – KIRCHNER, K. 2016. Geosite and Geomorphosite Assessment as a Tool for Geoconservation and Geotourism Purposes: a Case Study from Vizovicka vrchovina Highland (Eastern Part of the Czech Republic). In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2016, vol. 8, no. 1, pp. 5-14.
- KUBALÍKOVÁ, L. – KIRCHNER, K. – BAJER, A. 2017. Secondary geodiversity and its potential for urban geotourism: a case study from Brno city, Czech Republic. In *Quaestiones Geographicae*. ISSN 0137-477X, vol. 36, no. 3, pp. 63-73.
- OLAFSDOTTIR, R. – DOWLING, R. 2014. Geotourism and Geoparks-A Tool for Geoconservation and Rural Development in Vulnerable Environments: A Case Study from Iceland. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2014, vol. 6, no. 1, pp. 71-87.

- OYARZUN, R. et al. 2018. Gossans, Slates, and the Red and Black Hamlets of Segovia (Spain): Interrelated Geological and Architectural Features. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2016, vol.10, no. 1, pp. 109-121.
- PANIZZA, M. 2001. Geomorphosites: Concepts, methods and examples of geomorphological survey. In *Chinese Science Bulletin*. ISSN 1001-6538, 2001, vol. 46, pp. 4-6.
- PETROVIC, M. D. et al. 2017. "Urban geosites" as an alternative geotourism destination - evidence from Belgrade. In *Open Geosciences*. ISSN 2391-5447, 2017, vol. 9, no. 1, pp. 442-456.
- REYNARD, E. et al. 2016. Integrated Approach for the Inventory and Management of Geomorphological Heritage at the Regional Scale. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2016, vol. 8, no. 1, pp. 43-60.
- RUBAN, D. A. 2010. Quantification of geodiversity and its loss. In *Proceedings of the Geologists Association*. ISSN 0016-7878, 2010, vol. 121, no. 3, pp. 326-333.
- SALLAM, E. S. et al. 2020. Geological heritage of Luxor and its vicinities, Egypt: a new assessment and geotourism perspectives. In *Arabian Journal of Geosciences*. ISSN 1866-7511, 2020, vol. 13, no. 2, article number 76.
- ŠTRBA, Ľ. et al. 2015. Geosite assessments: comparison of methods and results. In *Current Issues in Tourism*. ISSN 1368-3500, 2015, vol. 18, no. 5, pp. 496-510.
- ŠTRBA, Ľ. 2019. Analysis of Criteria Affecting Geosite Visits by General Public: a Case of Slovak (Geo)Tourists. In *Geoheritage*. ISSN 1867-2477, 2019, vol. 11, no. 2, pp. 291-300.
- ŠTRBA, Ľ. – KRŠÁK, B. – SIDOR, C. 2018. Some Comments to Geosite Assessment, Visitors, and Geotourism Sustainability. In *Sustainability*. ISSN 2071-1050, vol. 10, no. 5, article number 2589.
- VUJICIC, M. D. et al. 2011. Preliminary geosite assessment model (GAM) and its application on Fruska Gora mountain, potential geotourism destination of Serbia. In *Acta geographica Slovenica – Geografski zbornik*. ISSN 1581-6613, 2011, vol. 51, no. 2, pp. 361-376.

Mgr. Emil Drápela, Ph.D.

Department of Geography

Faculty of Science, Humanities and Education

Technical University of Liberec

Komenského 2, 460 05 Liberec, Czechia

E-mail: emil.drapela@tul.cz

PŘÍVOZY NA MORAVĚ A VE SLEZSKU V HISTORICKÉM KONTEXTU

Marek Havlíček, Ivo Dostál

Abstract

This article deals with the use of ferry boats on the main rivers in Moravia and Silesia. Old topographic maps available from the second half of the 18th century to the middle of the 20th century were used to evaluate the operated ferry boats in the historical context. In addition to the very existence of ferry boats, the methods of connection to the transport infrastructure, types of individual ferry boats and their potential for economic development in the region were also monitored. A total of 26 ferry boats were registered in the territory of Moravia on the basis of a study of old topographic maps. Most of them were operated on the largest river in Moravia, a larger number of ferry boats were also on the river Odra. The paper is supplemented by specific map examples of ferry boats from different time periods.

Keywords: ferry boat, old topographic map, river, Moravia, Czech Silesia

Úvod

Dálková i místní doprava byla již od dávnověku limitována přírodními podmínkami. Jednou ze zásadních překážek při pohybu zboží či osob byly v minulosti významné a vodnaté řeky (Martínek et al., 2014). U menších vodních toků, případně středně velkých řek byly kromě mostů využívány hojně i brody. U vodnatějších toků však pro potřeby pravidelné dopravy bylo nutné využívat stabilní mostní konstrukce nebo přívozy. Mosty na nejvýznamnějších vodních tocích byly v historickém kontextu ohrožovány povodněmi, proto byly na některých místech provozovány přívozy, někdy i řádově desítky či stovky let.

Pro studium přívozů v tomto příspěvku bylo vybráno modelové území historické Moravy a přilehlá část Slezska, nacházející se v České republice. Cílem bylo zmapovat jednotlivé přívozy na významných tocích, zjistit jaké je jejich napojení na dopravní komunikace v okolí, případně k jakému účelu sloužily. Zároveň si tento příspěvek klade za cíl metodicky vyhodnotit potenciál starých topografických map, včetně revize použitých mapových legend a popisů na mapách. Obdobně byl vyhodnocen potenciál starých topografických map při studiu přívozů i u největších řek světa, např. u Žluté řeky s využitím japonských topografických map (Junxiang, 2020). Taktéž v regionu Slovenska byly pro vyhledávání mostů, přívozů a brodů na dolním toku řeky Moravy použity staré

topografické mapy (Kovačevičová, 1994). V časti řešeného území, konkrétně v Dolnomoravském úvalu byla provedena studie o využití přívozů a brodů (Půlkrábková, 2018). Při studiu přívozů u řek jsou využívány jak geografické přístupy a metody, tak i částečně historické, vodohospodářské a dopravní (Jedlička et al., 2019, Havlíček et al., 2020).

Metodika

Základní metodický postup spočíval v podrobné rešerši všech mapových klíčů z dostupných starých topografických map, přičemž důraz byl kladen na detailní členění mapových klíčů v částech věnujících se říční síti, případně dopravní síti. Rozbor mapových klíčů, konkrétních mapových značek a popisů na mapách byl proveden pro následující mapování:

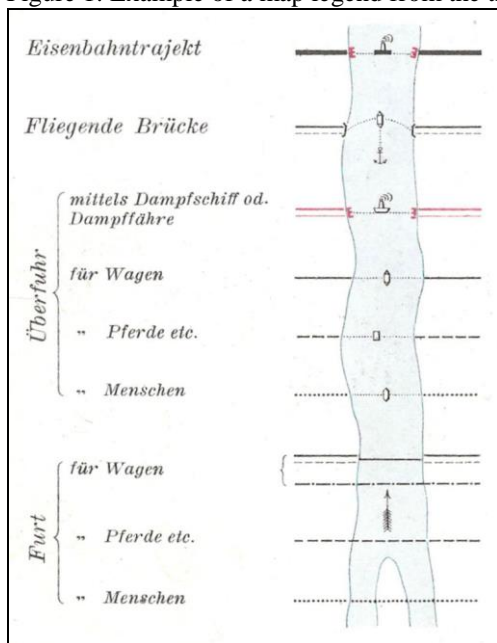
- první rakouské vojenské mapování 1:28 800 (1763-1768)
- druhé rakouské vojenské mapování 1:28 800 (1836-1852)
- třetí rakouské vojenské mapování 1:25 000 (1876-1880)
- vojenské topografické mapy Československa 1:25 000 (1953-1957)
- reambulované mapy Československa 1:25 000 (1921-1952)
- pruské mapování 1:25 000 (1825)
- pruské mapování 1:25 000 (1877)

Na základě rozboru všech mapových klíčů, konkrétních mapových značek a popisů bylo rozhodnuto, že budou sledovány tyto uvedené objekty s konkrétním využitím či charakteristikou: přívozy pro pěší, přívozy pro koně, přívozy pro vozy s nákladem, létající most. Létající most (Fliegende Brücke) využíval pevného kotvení člunu nebo prámu uprostřed řeky – viz obr. 1. Ukázka legendy z třetího rakouského vojenského mapování zobrazuje celou šíři mapových značek pro přívozy (Überfuhr), včetně možnosti využití trajektu pro železnici (Eisenbahntrajekt), přívozu na parní pohon (Dampfähre), všechny tři typy brodů (Furt).

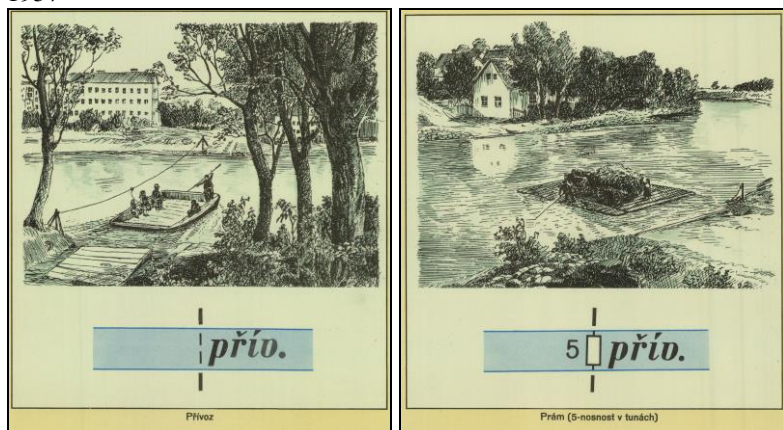
Na topografických mapách z roku 1953-1957 jsou taktéž zobrazovány přívozy, které se však liší na základě nosnosti (malé přívozy, velké přívozy nebo prámy s uvedenou nosností v tunách). Pro tvorbu tohoto mapového díla byly vytvořeny nákresy s vyobrazením objektů v reálném prostředí (obr. 2).

Při zjišťování výskytu zkoumaných objektů byly využity geografické informační systémy a jednotlivá mapová díla v georeferencované rastrové podobě v souřadnicovém systému S-JSTK. Systematicky byla prozkoumána oblast významných vodních toků na Moravě a ve Slezsku, jmenovitě šlo o řeky Morava, Bečva, Dyje, Odra, Olše a Opava. K několika vybraným objektům pak byly doplněny konkrétní informace o využití přívozů z archivních pramenů.

Obr. 1: Ukázka mapovej legendy z tretieho rakouského vojenského mapovania
 Figure 1: Example of a map legend from the third Austrian military mapping



Obr. 2: Nákresy typů přívozů pro zpracovatele map z období 1953-1957
 Figure 2: Illustration of ferry boats types for map processors from the period 1953-1957

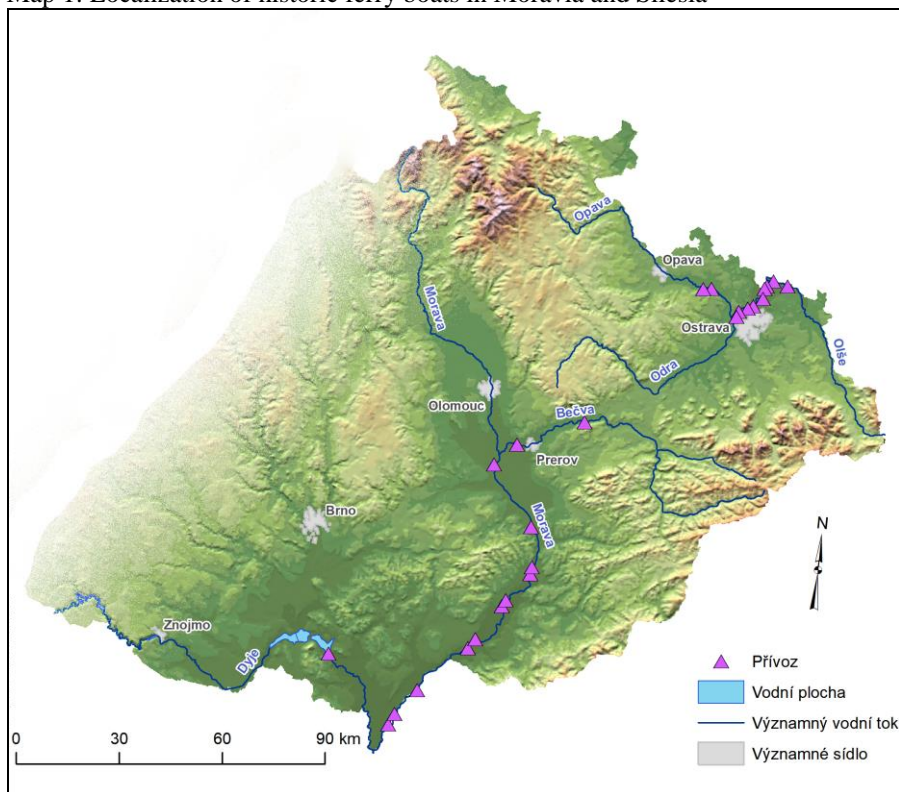


Výsledky a diskuze

V povodí řeky Moravy bylo identifikováno na základě studia starých topografických map celkem 15 přívozů (tab. 1, mapa 1).

Mapa 1: Lokalizace historických přívozů na území Moravy a Slezska

Map 1: Localization of historic ferry boats in Moravia and Silesia



Podkladová data: ArcČR 500

Mezi nejvýznamnější přívozy z hlediska dálkové dopravy patří hned prvně uvedený přívoz spojující v oblasti Lanžhota a Brodského tehdejší Moravu s Uhrami (tab. 1). Význam tohoto spojení přetrval i do dneška, kdy tudy v těsné blízkosti probíhá jak původní bývalá silnice I. třídy ve směru Brno – Bratislava, tak i dnešní dálnice spojující tato dvě města. Snahy o vybudování funkčního mostu byly v této lokalitě evidovány již historicky (Anonymous, 2011), ovšem ještě

v roce 1926 popisují ve vlastivědném dotazníku místní stav dopravní komunikace takto: „Středem obce prochází okresní silnice Břeclav – Brodské, která bývá za povodní na několika místech úplně ztrhána. Přes řeku Moravu nevede žádný most, a proto u Přívozu převládá se lidé i povozy prámem (kompou) na druhý břeh – do Bratislavy“. V celém okrese Břeclav bylo na základě vlastivědné práce z roku 1911 uváděno využití pouze dvou přívozů přes řeku Moravu, konkrétně přívozu Lanžhot-Brodské a Moravská Nová Ves – Kopčany (Noháč, 1911). V 50. letech 20. století byly již na obou lokalitách provozovány mosty, ovšem pouze lanžhotský je využíván pro automobilovou dopravu i do současnosti. Od roku 2019 je v lokalitě 1 km severně od původního mostu mezi Moravskou Noví Vsí a slovenskou obcí Kopčany zprovozněna nová lávka pro pěší a cyklisty. Jejím novým účelem je v současnosti spojení dvou významných lokalit z období Velké Moravy (památník v Mikulčicích a kostelík v Kopčanech). Na mapě z roku 1953 je zaznamenán v lokalitě Hlina přívoz na Moravě s nosností 2 tun, nacházel se mezi loukami a lužními lesy, mohl tedy sloužit k převozu dřeva a sena do obce.

Tab. 1: Lokality přívozů v povodí řeky Moravy a jejich přítoků

Table 1: Localities of ferry boats in the Morava river basin and their tributaries

Řeka	Lokalita	1760	1840	1880	1950
Morava	Lanžhot – Brodské	ano	ano	ano	most
Morava	Lanžhot Hlina	ne	ne	ne	ano
Morava	Moravská N. Ves – Kopčany	ano	ano	ano	most
Morava	Strážnice-jih	ne	ne	ano	ne
Morava	Strážnice-přívoz	ano	ano	ano	most
Morava	Nedakonice	ne	ne	ne	ano
Morava	Kostelany	ne	ne	ano	most
Morava	Babice	ne	ne	ne	ano
Morava	J od Spytihněvi	brod	brod	ano	most
Morava	Kvasice	ano	ano	most	most
Morava	Lobodice	ne	ne	ne	ano
Bečva	Vrbovec u Dluhonic	most	ne	ano	ano
Bečva	Rokytnice	ne	ne	ne	ano
Bečva	Slavič	ne	ne	ne	ano
Dyje	Nové Mlýny	ne	ano	ne	most

Ve Strážnici se nacházely dva přívozy s odlišným typem dopravy. Tradičně více využívaným přívozem na řece Moravě byl přívoz spojující dvě významná historická města - Strážnici a Bzenec, v severnější poloze v dnešní lokalitě Bzenec-Prívóz (mapa 2, obr. 3). Význam přívozu stoupl mezi lety 1907 až 1909, kdy bylo nedaleko vybudováno nádraží KFNB (Pamětní kniha železniční stanice Bzenec-Prívóz), dnes nesoucí název Bzenec-přívóz (dříve též Strážnice-přívóz a ještě dříve Liděřovice). Most přes řeku Moravu byl v tomto místě otevřen až v roce 1938 (kronika Bzence, 1938). Podle mapové značky na mapě z roku 1876 byl však určen především pro převoz osob, zatímco jižněji položený přívoz byl podle mapové značky využíván pro převoz vozů a těžších nákladů (mapa 3).

Mapa 2: Přívoz u Strážnice s osobní dopravou na mapě z roku 1876

Map 2: Ferry boat near Strážnice with passenger transport on the map from 1876



Obr. 3: Přívoz mezi Strážnicí a Bzencem z 1. pol. 20. století

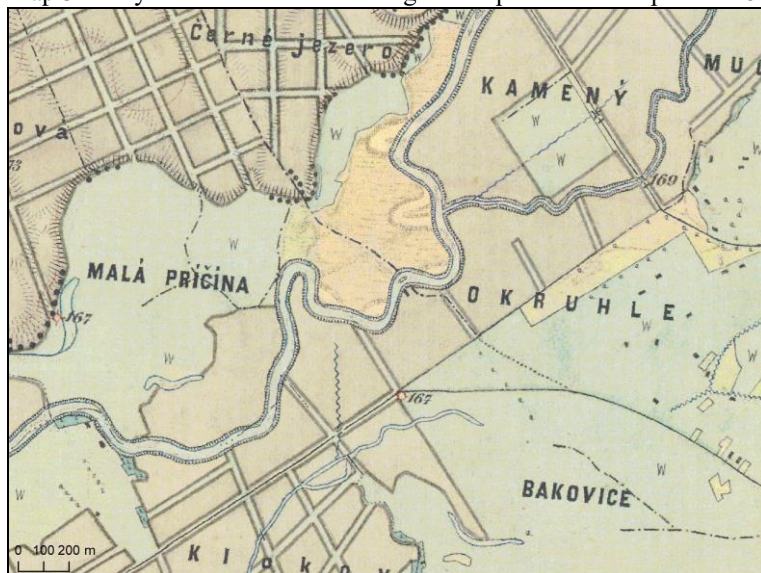
Figure 3: Ferry boat between Strážnice and Bzenec (first half of the 20th century)



Zdroj: <http://www.starybzenec.cz/historicke-fotografie/doprava/>

Mapa 3: Prívoz u Strážnice s nákladní dopravou na mapě z roku 1876

Map 3: Ferry near Strážnice with freight transport on the map from 1876



V některých lokalitách na řece Moravě severně od Strážnice byly přívozy evidovány pouze v posledním sledovaném období 1953-1957. Jednalo se buď o přívozy s významem pro místní hospodářství, anebo přívozy nahrazující nefunkční mosty zničené na konci druhé světové války, v případě Nedakoníc šlo o změnu trasy místní komunikace z důvodu regulace vodního toku Moravy (mapa 4).

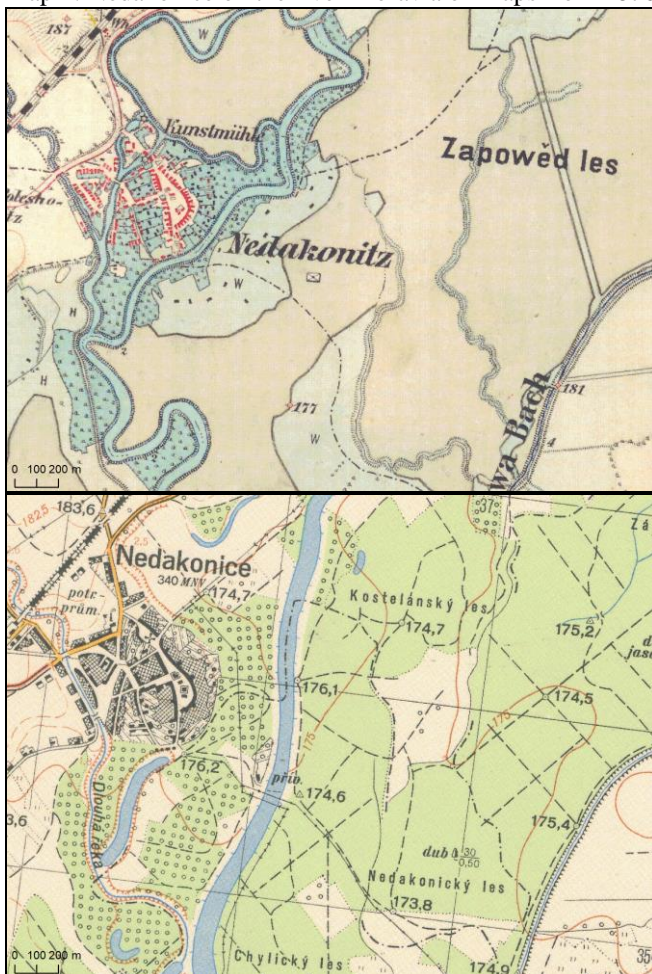
V Kvasicích byl provozován přívoz v prvních dvou sledovaných obdobích. Jak složité bylo jednání o výstavbě a provozování a údržba mostů je zřejmé z dostupné literatury o vývoji obce Kvasice (Klapil, Koutňáková, 2005). Roku 1764 předložili kvasičtí obyvatelé vrchnosti žádost k postavení mostu přes řeku Moravu z důvodu častých nehod osob a dobytka při převážení přes řeku. Tato žádost byla zamítnuta, stejně jako plán na stavbu dřevěného mostu z roku 1838. Až roku 1864 (tedy po 100 letech) dal majitel kvasického cukrovaru Emanuel Proskowetz na své náklady postavit dřevěný most se třemi pilíři. Vybudován byl během šesti týdnů a sloužil do roku 1891 (Klapil, Koutňáková, 2005). V Kvasicích došlo také k poškození mostu během druhé světové války a tak byl krátce v jeho těsné blízkosti provozován dočasný přívoz (obr. 4).

V povodí Moravy byly provozovány v minulosti přívozy i na řece Bečvě (tab. 1), v okolí osady Vrbovec v blízkosti obce Rokytnice byly na mapě z roku 1956 zachyceny dva způsoby přepravy přes řeku Bečvu, dva přívozy a dva

sousední brody s hloubkou 1,0 m a 0,8 m (mapa 5). Přívoz u Slavíče ukazuje spíše na hospodářský význam, protože spojuje okolní obce se zalesněným svahem Maleníku. Na řece Dyji byl provozován v minulosti přívoz v okolí obce Nové Mlýny. S jeho lokalitou je spojená jedna z největších tragédií z období první republiky na jižní Moravě. V roce 1936 se zde potopila pramice s 52 dětmi ze školního výletu, přičemž 31 z nich zemřelo v rozvodněné Dyji (Průdková, 2019).

Mapa 4: Nedakonice na řece Moravě na mapách z roku 1876 a 1953

Map 4: Nedakonice on the river Moravia on maps from 1876 and 1953

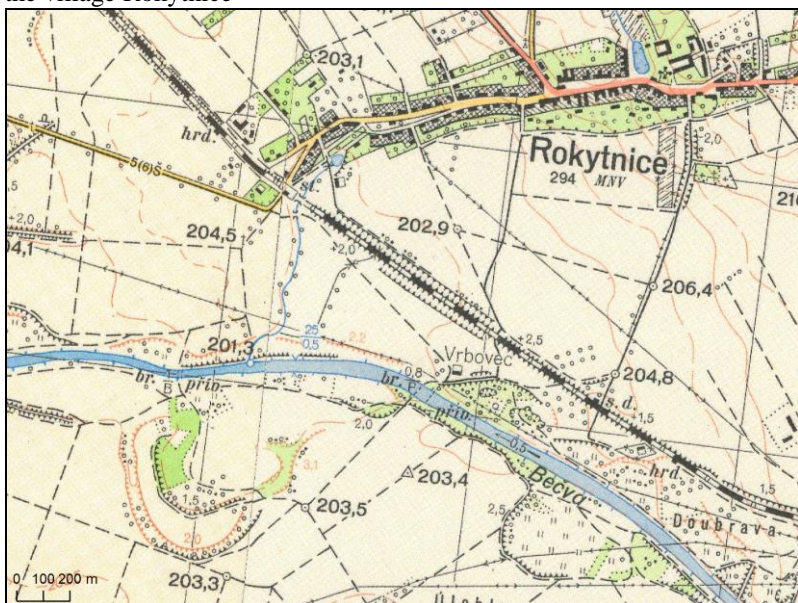


Obr. 4: Dočasný prívoz v Kvasicích u zboženého mostu v roce 1945
Figure 4: Temporary ferry boat in Kvasice near the demolished bridge in 1945



Zdroj: https://www.geocaching.com/geocache/GC2XE5F_kvasicke-mosty?guid=7c02f3e8-f406-464b-8b8d-1df8c3115d91

Mapa 5: Prívozy a brody na rieke Bečve u osady Vrbovec a obce Rokytnice
Map 5: Ferry boats and fords on the river Bečva near the settlement Vrbovec and the village Rokytnice



Tab. 2: Lokality přívozů v povodí řeky Odry a jejich přítoků

Table 2: Ferry boats locations in the Odra river basin and their tributaries

Řeka	Lokalita	1760	1840	1880	P 1825	P 1870	1950
Odra	S od Bohumína	ne	ano	ne	ne	ne	ne
Odra	Bohumín - Chaňupki	most	ano	most	most	most	most
Odra	Pudlov	ne	ano	brod	ne	brod	ne
Odra	Hrušov - Koblov	ne	ano	ano	ne	ano	most
Odra	Přívoz - Petřkovice	ano	ano	most	ano	most	most
Odra	Mar. Hory - Hluč. Lhotka	ne	ano	ne	ne	ano	ne
Odra	Mar. Hory - Hostálkovice	ne	ano	ne	ne	ano	most
Opava	Chabičov - D. Benešov	brod	ne	ne	ano	ano	ne
Opava	Smolkov - Zábřeh	ne	ne	ne	ano	ne	ne
Olše	Kopytov - Olza	brod	ano	ne	ne	ne	brod
Olše	Věřňovice	most	ano	ano	ne	ne	brod

V povodí řeky Odry a jejich přítoků na území Moravy a části Slezska bylo na starých topografických mapách evidováno celkem 11 přívozů (tab. 2, mapa 1). Kromě tradičně využívaných mapových podkladů rakouských vojenských mapování bylo nutné využít i mapy pruského mapování, zejména v oblasti Hlučínska, které nebylo v 18. ani 19. století součástí Habsburské monarchie. Díky mapovým zdrojům z jiných mapování z přibližně stejného období bylo zjištěno, že některé lokality jsou nejednotně zpracovány na území náležejícímu Rakousku a Prusku. Nejvíce přívozů je evidováno v tomto povodí na mapách druhého rakouského vojenského mapování z roku 1840 (9 přívozů). Zajímavostí je přístup k mapování u pruského mapování z roku 1825, kdy většina přívozů je značena pouze slovně popisem Kahn Fähre (převoz čluny), obdobně jako je tomu u přívozů v okolí Smolkova na řece Opavě (mapa 6).

Řada přívozů v těchto územích byla provozována již před rozmachem těžby uhlí a těžkého průmyslu v oblasti dnešní části severní Moravy a Slezska. Přívozy sloužily k propojení dvou samostatných státních útvarů, Habsburské monarchie a Pruska pohraničními řekami Odra, Opava a Olše. Zajímavostí je zdvojení přívozů v lokalitě Hrušov - Koblov, kde v jedné lokalitě byly provozovány dva přívozy, jak pro pěší, tak i pro koně a vozy (mapa 7).

Mapa 6: Prívozy na řece Opavě u Smolkova na pruském mapování (1825)
 Map 6: Ferry boats on the river Opava near Smolkov on Prussian mapping (1825)



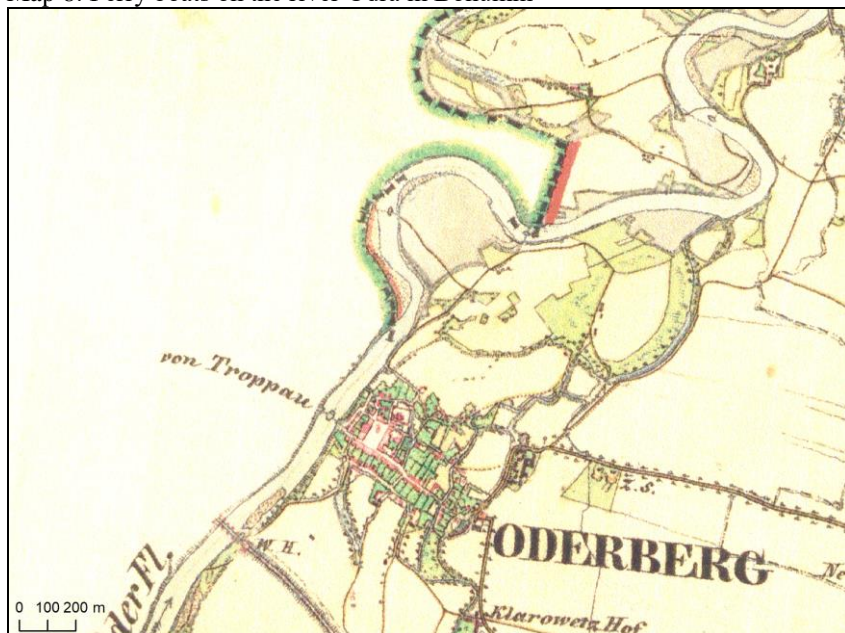
Mapa 7: Prívozy na řece Odře spojující obce Hrušov a Koblov
 Map 7: Ferry boats on the river Odra connecting the villages of Hrušov and Koblov



V Bohumíně byly v období roku 1840 taktéž provozovány na řece Odře 2 přívozy, přičemž významnějším přívozem byl přívoz spojující centrum města se zámekem na druhém břehu (mapa 8). V 50. letech 20. století už nebyly v povodí Odry provozovány žádné přívozy. Výrazná industrializace území a růst ostravské aglomerace v období první poloviny 20. století vedly k větším požadavkům na kvalitu dopravní sítě a její kapacitu. Proto byly v regionu vybudovány mosty přes všechny významné toky.

Mapa 8: Přívozy na řece Odře v Bohumíně

Map 8: Ferry boats on the river Odra in Bohumín



Závěr

Staré topografické mapy jsou cenným zdrojem pro evidenci přívozů na významných tocích na území České republiky. V zájmové oblasti historického území Moravy a Slezska bylo evidováno celkem 26 přívozů. Jejich význam byl dán jak návazností na dálkové trasy (zejména na řece Moravě u Lanžhota, případně u Strážnice), tak i pro hospodaření v regionu (dnešní Ostravsko), případně pro lokální převoz osob a materiálu (např. zemědělské komodity, včetně cukrovky, sena, dřeva). Podle typu mapových značek převažovaly přívozy pro přepravu osob,

ovšem dá se předpokládat na některých lokalitách i kombinace s převozem menších nákladů. U několika významnějších sídel byly dostupné dva typy přívozů, jak pro povozy s náklady, tak i pro pěší (např. Strážnice, Bohumín). V současnosti není na území Moravy a Slezska provozován žádný pravidelný přívoz přes řeku. Přibližně na polovině lokalit bývalých přívozů se v současnosti nachází mosty pro automobilovou dopravu, ne vždy jsou však lokalizovány přímo na místě původního přívozu (nejčastěji ve vzdálenosti do 0,5 km). Provozování přívozů patřilo k poměrně rizikovému způsobu přepravy, kdy zejména při zvýšených průtocích docházelo k nehodám a bohužel i tragédiím.

Poděkování

Tento článek byl vytvořen za finanční podpory Ministerstva kultury z projektu NAKI DG18P02OVV019 Historické vodohospodářské objekty, jejich hodnota, funkce a význam pro současnou dobu a Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR v rámci programu Národní program udržitelnosti I, projektu Dopravní VaV centrum (LO1610) na výzkumné infrastruktuře pořizené z Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace (CZ.1.05/2.1.00/03.0064).

Literatura

- ANONYMOUS, 2011. Zpravodaj Městského úřadu Lanžhot. roč. 2011, č. 3, s. 50.
- HAVLÍČEK, M., SVOBODA, J., SKOKANOVÁ, H., DZURÁKOVÁ, M., PAVELKOVÁ, R., VYSKOČIL, A., 2020. Potential of historical water management objects in tourism. Public Recreation and Landscape Protection - With Sense Hand in Hand? Conference Proceedings, p. 349-352.
- JEDLIČKA, J. – HAVLÍČEK, M. – DOSTÁL, I. – HUZLÍK, J. – SKOKANOVÁ, H. 2019. Assessing relationships between land use changes and the development of a road network in the Hodonín region (Czech Republic). In *Quaestiones Geographicae*. vol. 38, no. 1, pp. 145-159.
- JUNXIANG, W. 2020. Ferry distribution at the lower reaches of the yellow river on the former Japanese military maps. In *Japanese Journal of Human Geography*. vol. 72, no. 1, pp. 21-38.
- KOVAČEVIČOVÁ, S. 1994. *Mosty a prievozy cez rieku Moravu*. In: *Historické podmienky formovania sa regionálnej kultúry*. Malacky: Záhorské centrum kultúry, 1994. s. 24-29.
- KLAPIL, P. – KOUTNÁKOVÁ, K. 2005. *Kvasice*. Hýsly: Alcor Puzzle, 242 s.
- MARTÍNEK, J. – LÉTAL, A. – MÍŘIJOVSKÝ, J. – ŠLÉZAR, P. – VÍCH, D. – KALÁBEK, M. 2014. *Poznáváme historické cesty: Discovering historical roads*. 1. vyd. Brno: Centrum dopravního výzkumu, 2014. 238 s.

- NOHÁČ, J. 1911. *Vlastivěda moravská. Břeclavský okres: II. Místopis: Musejní spolek v Brně*, 1911. 276 s.
- PRŮDKOVÁ, T. 2019. *Tragédie na Dyji. Školní výlet 26. května 1936 v historickém kontextu*. Diplomová práce. Masarykova univerzita: Filozofická fakulta, Historický ústav, 2019. 51 s.
- PŮLKRÁBKOVÁ, V. 2018. *Významné brody a mosty v oblasti Dolnomoravského úvalu*. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Přírodovědecká fakulta, Katedra geografie, 2018. 154 s.

Internetové zdroje:

- KRONIKA BZENEC Z ROKU 1938 – dostupné ze stránek
<http://www.starybenec.cz/kroniky/kronika-1938/>
- PAMĚTNÍ KNIHA ŽELEZNIČNÍ STANICE BZENEC-PRÍVOZ
<http://www.starybenec.cz/zeleznice/pametni-kniha-stanice-bzenec-privoz/>

FERRY BOATS IN MORAVIA AND SILESIA IN HISTORICAL CONTEXT

Summary

This paper deals with the topic of the historical ferry boats on the main rivers in Moravia and Silesia. Old topographical maps available from the second half of the 18th century to the mid-20th century were used to evaluate the operating ferry boats in different historical periods. Not only the existence but also the methods of connection to transport infrastructure, the types of each ferry boats and their potential for the development of the economy in the region were taken into account. Old topographic maps have proven to be a valuable resource for registering ferries on important watercourses. A total of 26 ferry boats were registered in the model area Moravia and Silesia. Their importance was given by both, the linkage with long-distance routes and local transport of people and goods (e.g. agricultural commodities, including sugar beet, hay, wood). Most of the ferry boats were operated on the largest river Morava, the significant number of ferry boats was also existing on the Odra river. For several major settlements, two types of ferry boats were available, one for wagons with goods and one for pedestrians or horse-riders (e.g. Strážnice, Bohumín). There is no regular ferry boats currently operating in the model area, but about half of the the former ferry boats was replaced by bridges for automobile transport. Accidents and even tragedies occurred often while ferry boats were operating, especially during increased discharge. The text of the paper is accompanied by specific map examples of ferry boats from different time periods. Based on the study of old topographic maps, a total of 15

ferry boats were identified in the Morava river basin. 11 ferry boats were located on the Morava River in the middle and lower part of the watercourse, 3 ferry boats on the Bečva River and 1 ferry boat on the Dyje River. Three ferry boats on the Morava River were operated according to maps in the period 1760, 1840, 1880, so long-term continuity can be documented. In the catchment area of the river Odra and its tributaries in the territory of Moravia and part of Silesia, a total of 11 ferry boats were registered on old topographic maps. The ferry boats were operated on the river Odra (7) and their tributaries Opava (2) and Olše (2). The continuity of the use of the ferry in this basin was interrupted in historical periods by temporarily functioning bridges or fords.

Mgr. Marek Havlíček, Ph.D.

Výzkumný ústav Silva Taroucy pro krajinu a okrasné zahradnictví, v.v.i.

Lidická 25/27, 602 00 Brno

E-mail: marek.havlicek@vukoz.cz

Mgr. Ivo Dostál

Centrum dopravního výzkumu, v. v. i.

Líšeňská, 33a, 63600 Brno

E-mail: ivo.dostal@cdv.cz

Katedra ekológie a environmentalistiky

Fakulta prírodných vied

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Tr. A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

ALTERNATÍVA UKRYTÁ V DEBNÍČKÁCH

Petra Hencelová

Abstract

The aim of this paper is to characterize the newly form of alternative food networks – box schemes in Slovakia. The main idea of the box schemes is to speed up the distribution process and bring the freshest possible food to the consumer. This paper deals with the mapping of eco farmers and box sellers through box schemes in terms of the spatial organization in Slovakia. The results of the research show that most of the analyzed alternative food producers are located directly in the cities, especially 54% are located in district cities. The expansion of box schemes in Slovakia can be dated 2013. This paper seeks to contribute to the research literature on the potential of box schemes in Slovakia.

Keywords: box schemes, alternative food networks, spatial organisation, Slovakia

Úvod

Za ostatných 30 rokov sa maloobchod a spotreba výrazne transformovali (Križan a kol., 2020). Na Slovensko začali prenikať rôzne globalizačné trendy, ktoré ovplyvňovali a stále ovplyvňujú správanie spotrebiteľov (Danielová a Trembošová, 2020; Fertaľová, 2007; Mitriková a kol., 2012; Križan a Bilková, 2019; Trembošová, 2009). Spolu s globalizáciou, komodifikáciou a delokalizáciou môžeme pozorovať podstatný posun v relokalizácii. Ako protiklad globalizačným trendom začali vznikať rôzne alternatívy v maloobchode a spotrebe (Spilková 2016). Mnohé nové trendy majú viac ekonomický a marketingový charakter, ktoré sú mimo výskumných aktivít geografov. Preto je naša pozornosť zameraná na vybrané trendy, ktorých prejav je možné skúmať aj v priestorových súvislostiach. V ostatných dekádach možno najmä v mestách pozorovať zintenzívnenie vzťahov medzi spotrebiteľmi a lokálnymi producentmi potravín (Guthman, 2003; Renting et al., 2003; Schermer, 2015). V tejto súvislosti možno diskutovať o alternatívnych potravinových sieťach, kde distribúcia potravín prebieha v čo najužších (sociálnych) väzbách, producenti sú zároveň konzumenti a kde kvalita, čerstvosť a lokálny pôvod potravín zohráva dôležitú úlohu v potravinovom systéme.

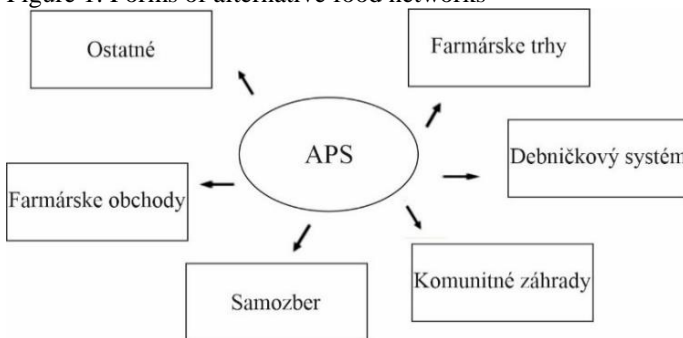
Teoreticko-metodické východiská

Koncept alternatívnych potravinových sietí (APS) zahŕňa širokú škálu

iniciatív, akými sú farmárske trhy, debničkový systém, predaj z dvora, komunitné záhrady, družstvá s predajom potravín a poľnohospodárstvo podporované spoločenstvom (Dansero a Puttilli, 2014; Thorsøe a Kjeldsen, 2016; Tregear, 2011). K formám APS možno zaradiť aj predajné automaty potravín (výrobkov) alebo vlastný zber (samozber sezónnych potravín) viď obr. 1. Pri skúmaní alternatívnych potravinových sietí – debničkového systému, možno vychádzať zo všeobecného konceptu APS, ktoré sú charakterizované v zmysle úsilia o resocializáciu a relokáciu výroby, distribúcie a spotreby potravín. APS možno podľa Jarosza (2008) definovať štyrmi hlavnými charakteristikami: i) kratšou vzdialenosťou medzi výrobcami a spotrebiteľmi, ii) veľkosťou a rozsahom výroby malými farmami a využívaním metód ekologického alebo holistického poľnohospodárstva, ktoré sú v rozpore s priemyselným poľnohospodárstvom veľkého rozsahu, iii) existenciou predajných miest nákupu potravín, ako sú družstvá či farmárske trhy, iv) záväzkom k sociálnemu, hospodárskemu a environmentálnemu rozmeru udržateľnej výroby, distribúcie a spotreby potravín (Carolan, 2006; Kloppenburg et al., 2000; Renting et al., 2003).

Obr. 1: Formy alternatívnych potravinových sietí

Figure 1: Forms of alternative food networks



Zdroj: vlastné spracovanie autora

Marsden (2000) zdôrazňuje, že APS predstavujú alternatívny model dodávok potravín s potenciálom skrátiť dlhé, zložité a racionálne organizované priemyselné potravinové reťazce. Goodman (2004) tvrdí, že formy APS a ich produkty, ako napríklad organické, lokálne a kvalitné potraviny sa líšia od tých, ktoré zvyčajne poskytujú výrobcovia bežných potravín a v maloobchodných prevádzkach. Sonnino a Marsden (2006, s. 181) definujú APS ako „[...] Rôzne a voľne definované, pokiaľ ide o „kvalitu“, „transparentnosť“ a „miesto“, takéto novovznikajúce siete (trochu sporne) signalizujú posun od priemyselného a bežného potravinárskeho odvetvia k opätovnému premiestňovaniu potravín a poľnohospodárskemu režimu [...]“.

Vznik iniciatív ako sú debničkový systém, komunitné záhrady alebo farmárske trhy je dôkazom rastúceho záujmu o vytváranie miestnych potravinových systémov pre rozvoj (urbánnej) spoločnosti (Kita a Kollár, 2017). Donald (2009) tvrdí, že ústredným dôvodom pre realizáciu foriem APS je dopyt spotrebiteľov po vyššej kvalite potravín, vzhľadom na meniace sa vnímanie spotrebiteľov v súvislosti s odmietaním mainstreamových potravín a nárokmi na dodávky potravín (Paül a McKenzie, 2013). Ilbery a Kneafsey (2000a,b) uvádzajú, že kvalita potravín je sociálne konštruovaná a definovaná z hľadiska miesta pôvodu potravín, špecifikácie potravín (suroviny, recepty alebo výroba), prítlačivosti (chuť, textúra) a certifikácie (značka kvality).

Cieľom príspevku je zhodnotiť tému debničkového systému v zmysle zodpovedania výskumnej otázky: Je debničkový systém predaja potravín zastúpený na území Slovenska? Ide o zmapovanie priestorového rozmiestnenia alternatívnych producentov potravín na Slovensku. Príspevok predstavuje pilotnú štúdiu mapovania a charakteristiky debničkového systému na Slovensku, kedy naša pozornosť vedie k priestorovému rozmiestneniu alternatívnych producentov na Slovensku. Keďže doposiaľ nie je evidovaný príspevok na danú tému v slovenskej geografii, možno hovoriť o úvode do problematiky témy debničkového systému, novodobej formy alternatívnych potravinových sietí.

V príspevku boli použité dve skupiny metód zberu dát. Prvú skupinu tvorí rešerš literatúry, na ktorú boli využité dve databázy – Web of Science a Scopus. Databáza Web of Science vykazuje na tému "*box schemes*" 66 článkov (vrátane článkov z konferencií), z čoho iba 3 príspevky (4,54%) sú zaradené do kategórie Geografia od autorov Chiffolleau (2009), Torjusen et al. (2008), Venn et al. (2006). Výskumom debničkových systémov sa zaoberajú napr. Vittersø et al. (2019) v Poľsku alebo Kummer a Milestad (2020) v Rakúsku. Podľa databázy Web of Science v slovenskej akademickej obci doposiaľ nikto nevenoval pozornosť téme debničkových schém. V databáze Scopus je na tému "*box schemes*" evidovaných 439 všetkých príspevkov, z toho 337 článkov. Príspevky na tému debničkových schém nemajú zastúpenie v kategórii Geografia v databáze Scopus, avšak spadajú pod skúmané oblasti ako Enviromentálna veda a Poľnohospodárske a biologické vedy. Je nutné poznamenať, že v databáze Scopus nie je evidovaný žiadny príspevok na danú tému zo Slovenska.

Druhú skupinu metód zberu dát predstavuje mapovanie priestorového rozloženia jednotlivých poskytovateľov debničiek, t.j. alternatívnych producentov (poskytovateľov debničiek). Zber dát pozostával z vyhľadávania poskytovateľov debničiek a farmárov, producentov (v niektorých prípadoch samotných predajcov debničiek) prostredníctvom webových stránok (napr. www.svetbedniciek.sk, www.debnickari.sk, www.predajzdvora.sk, www.freshbox.sk a iné).

Benefity debničiek

Súčasný výskum debničkových schém a vzťahov medzi producentom a konečným spotrebiteľom je sústredený na prostredie rozvinutých krajín (Brown et al., 2009; Haldy, 2004; Torjusen et al., 2008). O debničkových schémach možno diskutovať ako o novodobej alternatíve vo vzťahu malých farmárov (producentov) a spotrebiteľov prostredníctvom priameho predaja (Milestad et al., 2017; Tregear, 2011).

Debničkové schémy tvoria družstvá, podnikatelia, farmári alebo spoločnosti, ktoré distribuujú potraviny spotrebiteľom a zaručujú, že potraviny a výrobky sú čerstvé, kvalitné a lokálne. Debničky (prepravky) sa zvyčajne distribuujú týždenne s vopred dohodnutou cenou. V kontexte USA sa dojednanie medzi farmárom a spotrebiteľom niekedy nazývalo „predplatené farmárčenie“ (*subscription agriculture*), zatiaľ čo v Európe sa nazýva debničkový systém (*box schemes*); (Ostrom et al., 2017).

Hlavnou myšlienkou debničkového systému je urýchliť distribučný proces a priniesť spotrebiteľovi čo najčerstvejšie potraviny. Potraviny sa zároveň vyhýbajú množstvám prekladacích miest, ktoré zdražujú ich cenu (Spilková 2016). Lobey et al. (2009) tvrdia, že vzostup a sila tejto alternatívnej formy maloobchodu vo Veľkej Británii a Walese priamym marketingom konkuruje konvenčným trhom. Dôležité je, aby spotrebiteľ mal znalosť o pôvode potravín, ktoré si v debničke vyskladá. Spilková (2016) dodáva, že debničkový systém má množstvo podôb: niektorí poskytovatelia spolupracujú s jedným lokálnym farmárom, iní naopak preferujú viacerých farmárov, vďaka čomu sú alternatívni spotrebiteľia naisto zásobovaní a dostáva sa im širšia ponuka z rôznych regiónov. Debničky obsahujú sezónne potraviny, prípadne sú dopĺňané exotickými druhmi ovocia, avšak v bio kvalite a na základe princípov fair trade (Spilková, 2016).

Spotrebiteľia chcú vedieť čo nakupujú, čo konzumujú. V prípade, že spotrebiteľia majú relevantné obavy o pôvode potravín a výbere ekologických potravín v maloobchodných prevádzkach, debničkové schémy sa pokladajú za alternatívu voči konvenčnému predaju. Debničky sa stali symbolom čerstvosti, kvality, lokálneho pôvodu potravín a prirodzenej chuti. Možno tvrdiť, že rozvoj debničiek je najrýchlejšia cesta čerstvých potravín od malovýrobcov priamo k spotrebiteľom. Hinrichs (2000) diskutuje o debničkových schémach ako vyjadrenie „blízkości“ potravín, ktoré spotrebiteľom ponúka pocit záväzku voči lokálnym producentom a prejav k miestnej komunite a životnému prostrediu. Debničkový systém poskytuje mestám príležitosť rozvíjať malé obchodné prevádzky, ktoré môžu vytvárať pracovné miesta pre nezamestnaných, a to prostredníctvom pestovania plodín a výroby produktov (Thom a Conradie, 2013).

Renting et al. (2012) spomína debničkový systém ako systém iniciovaný spotrebiteľmi spolu s farmármi a/aj farmárskymi trhmi. Spilková (2016) dodáva, že farmárske trhy a debničkový systém sa v rámci priameho predaja vhodne dopĺňajú. Debničky zložené z lokálne pestovaných produktov, tvorené zeleninou, ovocím či čerstvými mliečnymi potravinami ponúkajú spôsob, ako na malom objeme získať trhovú prémiiu od klientov, ktorí túžia práve po týchto atribútoch (Bolwig et al., 2010). Debničkové schémy ponúkajú spotrebiteľom praktickú alternatívu poskytovaním vysoko kvalitných výrobkov v kombinácii s pohodlím. To posilňuje možnosť úspešne kombinovať atribúty „lokálny“ a „organický“ (Hashem et al., 2018). Ďalším benefitom je, že debničky môžu ponúknuť väčší prístup k lacnejším produktom prostredníctvom priamej trhovej alternatívy k maloobchodnému nákupu (Thom a Condradie, 2013).

Aj keď sa zdá, že systém debničiek predstavuje skôr benefity ako pre farmárov, tak aj spotrebiteľov, Spilková (2016) diskutuje o nevýhodách, ktoré prinášajú spomínané schémy: i) nutnosť dodržiavať variabilitu a komplexnosť debničky (pestosť výberu potravín), ii) náročnosť na priestor (pestovateľský, uskladňovací, baliaci) a logistiku a iii) organizácia debničkového systému (objednávky, platby, doručenie).

O debničkách na Slovensku

Spotrebiteľia na Slovensku majú samozásobiteľskú tradíciu. Tradícia pestovania plodín v záhradách popri domoch alebo záhradkárskejších kolóniách prebiehala už počas socializmu (Hencelová a kol., 2020). Výsledky tohto výskumu naznačujú, že na území Slovenska sa objavujú nové alternatívne iniciatívy vo forme debničkových schém.

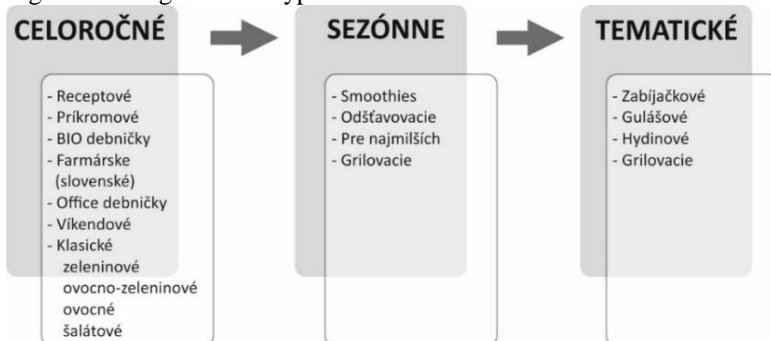
Na území Slovenskej republiky sa debničkový systém predaja stal novodobou alternatívnou formou maloobchodu. Prvá ponuka debničkového dovozu sa na Slovensku objavila v roku 2009 od firmy Frou Frou v Trnave. Najväčší rozmach debničkového dovozu však nastal v roku 2013, kedy vzniklo viacero debničkových e-shopov (napr. Lokapetit, Debničkári, Svet debničiek, Liptovská debnička a iné). V ďalších rokoch sa na alternatívnom potravinovom trhu ponuka debničkových schém rozširovala (napr. Kukkonía, Farmárske debničky, Debnička od babyčky, Freshbox a pod.).

U spotrebiteľov si debničkový predaj získal dôveru najmä vzhľadom na kvalitné a čerstvé potraviny od miestnych (lokálnych) farmárov a producentov. Podstatou konceptu debničkového dovozu je udržateľnosť, šetrenie životného prostredia, podpora lokálnych farmárov a výrobcov, domácich produktov a zdravšieho stravovania. Spotrebiteľ má možnosť voľby typu a charakteru debničiek, frekvenciu dodávok alebo si môže sám debničky vyskladať. V ponuke

sú debničky rôznej veľkosti a hmotnosti. Kupujúci si prostredníctvom e-shopu vyberá z celoročného výberu debničiek, sezónnej zeleniny a ovocia, prípadne si môže si zameniť plodiny a pod. Často sú v ponuke aj ďalšie farmárske produkty, ako napríklad vajcia, klobásy, syry, ryby, domáce džemy, med, mäso a iné. V súčasnosti sú teda v ponuke rôzne kategórie a typy debničiek (obr. 2).

Obr. 2: Kategórie a typy debničiek

Figure 2: Categories and types of boxes

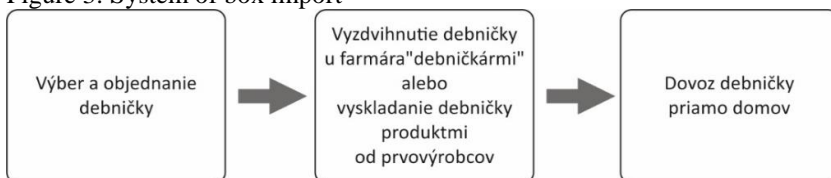


Zdroj: www.svetbedniciek.sk, www.debnickari.sk, www.kukkoniashop.sk [14.08.2019]

Debničkový dovoz funguje na jednoduchej logistike. Stačí si vybrať debničku, prípadne si ju vyskladať, zadať adresu a termín doručenia (obr. 3). Trend doručenia potravín v debničkách sa rozšíril na celom území Slovenskej republiky, najviac je zastúpený na Západnom Slovensku (obr. 4). Miestne produkty, vyskladané v debničke pochádzajúce z ekologicky založených fariem, malých rodinných fariem a lokálnych prvovýrobcov, sa tak pohodlne dostanú až ku spotrebiteľskému stolu prostredníctvom dovozu. Debničkový systém možno preto nazvať ako alternatívu voči nakupovaniu v konvenčných maloobchodných predajniach.

Obr. 3: Systém debničkového dovozu

Figure 3: System of box import



Zdroj: www.svetbedniciek.sk, www.debnickari.sk [14.08.2019]

Všetky potraviny, ktoré sú vypestované od lokálnych, malých producentov a rodinných fariem možno charakterizovať ako domáce, gazdovské či tradičné výrobky predávané z dvora. Debničkový dovoz, ako aj spolupráca s lokálnymi prvovýrobcami sa začleňuje do celkového systému „predaja z dvora“. Spotrebiteľia pri každom kúpenom produkte vedia, kto, kde a akým spôsobom zeleninu a ovocie vypestoval. Obr. 4 znázorňuje rozmiestnenie poskytovateľov debničiek a „EKO farmárov“ na území Slovenska.

Obr. 4: Rozmiestnenie vybraných alternatívnych poskytovateľov na území Slovenska v roku 2018

Figure 4: Distribution of selected alternative food providers in Slovakia in 2018



Zdroj: vlastné spracovanie podľa www.predajzdvora.sk [14.08.2019]

Väčšina analyzovaných alternatívnych producentov potravín je lokalizovaných priamo v mestách. V prípade 37 poskytovateľov debničiek pôsobiacich na Slovensku je to až 95 %, z toho 54 % je lokalizovaných v krajských mestách. V prípade 28 EKO farmárov pôsobiacich na Slovensku má pôsobisko v mestách 25 % z nich, z toho 7 % v krajských mestách.

Záver

V ostatnom období sa na Slovensku, obdobne ako v iných rozvinutých krajinách rozmáha skupina spotrebiteľov, ktorí preferujú alternatívnu spotrebu pred konvenčnou. To má za následok rozvoj alternatívnych potravinových sietí najmä v podobe komunitných záhrad, farmárskych trhov a debničkových schém. Predkladaný príspevok je zameraný na zhodnotenie témy debničkových schém ako novodobej formy alternatívnych potravinových sietí na území Slovenska. Úlohou debničkového schémy je urýchliť distribučný proces a priniesť spotrebiteľovi čo najčerstvejšie potraviny. Takéto systémy zároveň podporujú malovýrobcov, lokálnych pestovateľov a farmárov, ktorí dbajú o kvalitu svojich produktov. Možno diskutovať o viacerých benefitoch debničiek ako potravinovej sebestačnosti (najmä) počas sezónnosti, o sociálnych, environmentálnych benefitoch spojených s ekosystémovými službami či udržateľnej spotrebe. Poskytovatelia debničiek spotrebiteľom zaručujú, že potraviny a produkty sú čerstvé, kvalitné a lokálne. Všeobecne sa potraviny v debničkách vyhýbajú množstvám prekladacích miest, ktoré by znížili ich kvalitu.

Debničkový systém predaja potravín je zastúpený na území Slovenska už od roku 2009. Najväčší rozmach poskytovateľov debničiek na území Slovenska nastal v roku 2013, kedy vzniklo viacero debničkových e-shopov. Realizácia, logistika a distribúcia debničkových schém sa líši od dodávateľov. Spoločným znakom debničkových schém však ostáva, že spotrebiteľia odoberajú zväčša sezónne ovocie a zeleninu. Debničkové systémy na území Slovenska majú v ponuke aj iné farmárske produkty ako vajcia, klobásky, syry, ryby, domáce džemy, med, mäso alebo exotické ovocie. Dodávatelia debničkových schém doručia spotrebiteľmi vyskladanú debničku priamo na adresu spotrebiteľa. Je zrejmé, že cena potravín vyskladaných v debničke môže byť vyššia ako tá, ktorú by spotrebiteľ zaplatil v supermarkete. Zárukou však ostáva kvalita a čerstvosť potravín. Poskytovatelia debničiek sú zastúpení na celom území Slovenska (vo všetkých krajoch) a rozmáhajú sa vo všetkých krajoch.

Pre analýzu správania spotrebiteľov využívajúcich debničkový systém, ich motívy a faktory ovplyvňujúce výber a kúpu debničky je potrebný ďalší výskum. Kto sú spotrebiteľia debničiek, preferujú alternatívne nakupovanie voči mainstreamovému nakupovaniu? Zaujímajú alternatívnych konzumentov kvalita

alebo cena potravín? Je vyskladanie debničky finančne rovnaké ako nákup v konvenčných predajniach? Výskum debničkových schém ponúka široký priestor pre analýzu spotrebiteľského správania ako aj skúmanie týchto schém vo vzťahu s environmentálnym povedomím, problémami agropotravinárskeho systému z geografického, sociálneho a ekonomického aspektu.

PodĎakovanie

Príspevok bol podporovaný Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-16-0232 a projektom VEGA 2/0113/19.

Literatúra

- BOLWIG, S. et al. 2010. Integrating poverty and environmental concerns into value-chain analysis: a conceptual framework. In *Development Policy Review*. ISSN 1467-7679, 2010, vol. 28, no. 2, pp. 173-194.
- BROWN, E. – DURY, S. – HOLDSWORTH, M. 2009. Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France. In *Appetite*. ISSN 0195-6663, 2009, vol. 53, no. 2, pp. 183-188.
- CAROLAN, M. S. 2006. Ecological Citizenship and Tactile Space: The Epistemic Significance of the Lived Experience. In *Sustainable Consumption and Society: An International Working Conference for Social Scientist*.
- DANIELOVÁ, K. – TREMBOŠOVÁ, M. 2020. Spotrebiteľské preferencie a správanie spotrebiteľov pri nákupe potravín v meste Trenčín. In Križan, F. et al. (eds.). *Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme: lokality maloobchodu a spotreby a správanie spotrebiteľov*. Bratislava: Univerzita Komenského, ISBN 978-80-223-4861-4, s. 131-154.
- DANSERO, E. – PUTTILLI, M. 2014. Multiple territorialities of alternative food networks: six cases from Piedmont, Italy. In *Local Environment*. ISSN 1469-6711, 2014, vol. 19, no. 6, pp. 626-643.
- DONALD, B. 2009. Contested notions of quality in a buyer-driven commodity cluster: The case of food and wine in Canada. In *European Planning Studies*. ISSN 1469-5944, 2009, vol. 17, no. 2, pp. 263-280.
- FERTAĽOVÁ, J. 2007. Nákupné správanie sa spotrebiteľov veľkoplošných predajní (empirický príklad z Prešova a Košíc). In Kraft, S., Mičková, K., Rypl, J., Švec, P., Vančura, M. (eds.). *Česká geografie v evropském prostoru: XXI. sjezd České geografické společnosti*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, s. 29-35.
- GOODMAN, D. 2004. Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. In *Sociologia Ruralis*. ISSN 1467-9523, 2004,

- vol. 44, no. 1, pp. 3-16.
- GUTHMAN, J. 2003. Fast food/organic food: Reflexive tastes and the making of yuppie chow. In *Social & Cultural Geography*. ISSN 1470-1197, 2003, vol. 4, no. 1, pp. 45-58.
- HALDY, H. M. 2004. Organic food subscription schemes in emerging organic markets: TEI-KEI, CSA and Box-Schemes. In *Proceedings of the 6th IFAOM-Asia Scientific Conference*. Research Institute of Organic Agriculture. pp. 174-189.
- HASHEM, S. et al. 2018. Motives for buying local, organic food through English box schemes. In *British Food Journal*. ISSN 0007-070X, 2018, vol. 120, no. 7, pp. 1600-1614.
- HENCELOVÁ, P. – KRIŽAN, F. – BILKOVÁ, K. 2020. Klasifikácia a funkcia komunitných záhrad v meste (Prípadová štúdia z Bratislavy). In *Sociológia*. ISSN 1336-8613, 2020, roč. 1, č. 52, s. 51-81.
- HINRICHS, C. C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. In *Journal of Rural Studies*. ISSN 0743-0167, 2000, vol. 16, no. 3, pp. 295-303.
- CHIFFOLEAU, Y. 2009. From politics to co-operation: the dynamics of embeddedness in alternative food supply chains. In *Sociologia Ruralis*. ISSN 1467-9523, 2009, vol. 49, no. 3, pp. 218-235.
- ILBERY – M. KNEAFSEY 2000a. Niche markets and regional speciality food products in Europe: towards a research agenda. In *Environment and Planning A*. ISSN 1472-3409, 2000, vol. 31, pp. 2207-2222.
- ILBERY, B. – KNEAFSEY, M. 2000b. Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England. In *Journal of Rural Studies*. ISSN 0743-0167, 2000, vol. 16, no. 2, pp. 217-230.
- JAROSZ, L. 2008. The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. In *Journal of Rural Studies*. ISSN 0743-0167, 2008, vol. 24, no. 3, pp. 231-244.
- KITA, P. – KOLLÁR, P. 2018. Food Purchasing Behavior of Consumers on Farmers' Markets: a Case Study from the Region Dunajská Streda. In *INPROFORUM*. ISSN 2336-6788, 2018, pp. 229-235.
- KLOPPENBURG, JR, J. et al. 2000. Tasting food, tasting sustainability: Defining the attributes of an alternative food system with competent, ordinary people. In *Human organization*. ISSN 0018-7259, 2000, vol. 59, no. 2, pp. 177-186.
- KRIŽAN, F. – BILKOVÁ, K. 2019. *Geografia spotreby: úvod do problematiky*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2019. 120 s. ISBN 978-80-223-4676-4.
- KRIŽAN, F. – BILKOVÁ, K. – HENCELOVÁ, P. 2020. *Kde nakupujeme, čo nakupujeme a prečo nakupujeme: lokality maloobchodu a spotreby a správanie spotrebiteľov*. Bratislava: UK, 2020. 264 s. ISBN 978-80-223-4861-4.

- KUMMER, S. – MILESTAD, R. 2020. The Diversity of Organic Box Schemes in Europe—An Exploratory Study in Four Countries. In *Sustainability*. ISSN 2071-1050, 2020, vol. 12, no. 7, article number 2734.
- LOBEY, M. et al. 2009. *Alternative food networks. Knowledge, practice, and politics*. Exeter: University of Exeter.
- MARSDEN, T. 2000. Food matters and the matter of food: towards a new food governance?. In *Sociologia Ruralis*. ISSN 1467-9523, 2000, vol. 40, no. 1, pp. 20-29.
- MILESTAD, R. – KUMMER, S. – HIRNER, P. 2017. Does scale matter? Investigating the growth of a local organic box scheme in Austria. In *Journal of Rural Studies*. ISSN 0743-0167, 2017, vol. 54, pp. 304-313.
- MITRÍKOVÁ, J. – TOMČÍKOVÁ, I. – LUKÁČOVÁ, A. 2012. Trávenie voľného času obyvateľmi Košíc v nákupných centrách ako nový druh víkendového cestovného ruchu. In *Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji. Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji*. Podhájska: EEDA, s. 69-90. ISBN 978-80-89608-06-5.
- OSTROM, M. et al. 2017. What's Going into the Box? An Inquiry into the Social and Ecological Embeddedness of Large-scale EU and US Box Schemes. In *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*. ISSN 0798-1759, 2017, vol. 24, no. 1, pp. 113-134.
- PAÜL, V. – MCKENZIE, F. H. 2013. Peri-urban farmland conservation and development of alternative food networks: Insights from a case-study area in metropolitan Barcelona (Catalonia, Spain). In *Land Use Policy*. ISSN 0264-8377, 2013, vol. 30, no. 1, pp. 94-105.
- RENTING, H. – MARSDEN, T. K. – BANKS, J. 2003. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. In *Environment and Planning A*. ISSN 1472-3409, 2003, vol. 35, no. 3, pp. 393-411.
- RENTING, H. – SCHERMER, M. – ROSSI, A. 2012. Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. In *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*. ISSN 0798-1759, 2012, vol. 19, no. 3, pp. 289-307.
- SCHERMER, M. 2015. From “Food from Nowhere” to “Food from Here:” changing producer–consumer relations in Austria. In *Agriculture and Human Values*. ISSN 1572-8366, 2015, vol. 32, no. 1, pp. 121-132.
- SONNINO, R. – MARSDEN, T. 2006. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. In *Journal of Economic Geography*. ISSN 1468-2710, 2006, vol. 6, no. 2, pp. 181-199.
- SPIPKOVÁ, J. 2016. *Alternativní potravinové sítě: Česká cesta*. Praha: Charles University in Prague, Karolinum Press, 184 s. ISBN 978-80-246-3307-7.

- THOM, A. – CONRADIE, B. 2013. Urban agriculture's enterprise potential: exploring vegetable box schemes in Cape Town. In *Agrekon*. ISSN 2078-0400, 2013, vol. 52, no. 1, pp. 64-86.
- THORSØE, M. – KJELDTSEN, C. 2016. The constitution of trust: Function, configuration and generation of trust in alternative food networks. In *Sociologia Ruralis*. ISSN 1467-9523, 2016, vol. 56, no. 2, pp. 157-175.
- TORJUSEN, H. – LIEBLEIN, G. – VITTERSØ, G. 2008. Learning, communicating and eating in local food-systems: the case of organic box schemes in Denmark and Norway. In *Local Environment*. ISSN 1469-6711, 2008, vol. 13, no. 3, pp. 219-234.
- TREGEAR, A. 2011: Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. In *Journal of Rural Studies*. ISSN 0743-0167, 2011, vol. 27, no. 4, pp. 419-430.
- TREMBOŠOVÁ, M. 2009. Nákupné správanie nitrianskej populácie. In *GEO Information*. ISSN 2220-9964, 2009, roč. 5, s. 130-133.
- VENN, L. et al. 2006. Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. In *Area*. ISSN 1475-4762, 2006, vol. 38, no. 3, pp. 248-258.
- VITTERSØ, G. et al. 2019. Short Food Supply Chains and Their Contributions to Sustainability: Participants' Views and Perceptions from 12 European Cases. In *Sustainability*. ISSN 2071-1050, 2019, vol. 11, no. 17, article number 4800.

ALTERNATIVE HIDDEN IN BOXES

Summary

The box schemes are another form of alternative food networks, which has been working in the countries for a long time with experience with small farmers, local producers and small producers and direct sales at all. The purpose of the box scheme is to speed up the distribution process and bring the freshest possible food the consumer. At the same time, such systems support small-scale producers, local growers and farmers who care about the quality of their products. The presented paper is focused on the evaluation of the topic of box schemes as a modern form of alternative food networks in Slovakia.

The box scheme of food sales has been represented in Slovakia since 2009. The largest expansion of box scheme imports in Slovakia occurred in 2013, when several box scheme e-shops were created. Box providers guarantee consumers that food and products are fresh, high quality and local. In general, food in boxes avoids a number of transfer points, which would reduce their quality. For every product purchased, consumers thus know who, where and how they grew

vegetables and fruits. The logistics of the system consists of selecting the box or fill the box, entering the address, payment and delivery date.

From the mapping of the spatial distribution of individual box providers, it can be determined that the box system is represented throughout Slovakia and is spreading in all regions. The research results show that the trend of food delivery in boxes is the most represented in Western Slovakia. This fact can be determined by social trends such as higher standards of living or higher salaries in the western part of Slovakia.

We can assume that the high number of box providers in Western Slovakia is related to the capital city of Bratislava, where residents do not have access to gardening and self-sufficiency with food. Up to 37 box providers operate in Slovakia in cities, it is up to 95%, of which 54% are located in regional cities. We can assume that there is a higher demand for boxes in regional cities that provide suitable location for their logistics and distribution.

Using the method of reviewing the literature, the research showed that the Web of Science database shows only 3 articles (4.54%) on the topic of "box schemes", which are included in the category Geography. There are no articles in the category Geography in Scopus database on the topic of "box schemes". None of the databases shows a paper on the topic of the box schemes from the Slovak environment. Therefore, it can be argued that in the Slovak academic community there is no interest in the topic and issues related to the box schemes, despite the social impact of this alternative form.

Further research is needed to analyze the behavior of consumers using the box schemes, their motives and the factors influencing the choice and purchase of the box.

Mgr. Petra Hencelová

Katedra regionálnej geografie, ochrany a plánovania krajiny

Prírodovedecká fakulta

Univerzita Komenského v Bratislave

Ilkovičova 6, 842 15 Bratislava

E-mail: hencelova10@uniba.sk

TRANSFORMÁCIA KULTÚRNEJ KRAJINY A JEJ VYUŽITIE PRI TVORBE NÁUČNÉHO CHODNÍKA BOŠÁCKOU DOLINOU

Alexandra Hladká, Lucia Petrikovičová

Abstract

A contribution deals with the educational trail through Bošáca valley and its use in teaching geography of local country. The educational trail as a marked excursion trail allow of visit various attractions and provides basic information about them. At present, the educational trail has insufficient application in field teaching. The aim is to propose educational trail through Bošáca valley which thematically focused on fruit growing and scattered settlements. Pupils can acquainted with the country in which they live by nontraditional way. In 2018, pupils of Gymnázium M. R. Štefánika in Nové Mesto nad Váhom was given a questionnaire about the Bošáca valley. Based on their answers, it was found that the pupils do not have sufficient knowledge about Bošáca valley. An opportunity put into attention of pupils to the Bošáca valley is to take an excursion through the educational trail.

Keywords: Bošáca valley, educational trail, local landscape geography, excursion, terrain teaching

Úvod

Bošácka dolina sa nachádza v Trenčianskom kraji, v severozápadnej časti okresu Nové Mesto nad Váhom. Nachádzajú sa tu obce Trenčianske Bohuslavice, Haluzice, Bošáca, Zemianske Podhradie a Nová Bošáca (Bradáč, 2013). Medzi Novou Bošácou a Březovou sa nachádza cestný hraničný priechod. Do Bošáckej doliny je možné dostať sa cestou I/61 (www.visittrencin.sk).

Bošácka dolina má rozlohu 7 116 ha a dlhá je viac ako 20 km. V južnej časti sa nachádza najnižšie položené miesto, ktorého nadmorská výška je menej ako 190 metrov. Najvyššie položením bodom je vrch Veľký Lopeník s nadmorskou výškou 912 metrov. Najvýznamnejším vodným tokom je Bošáčka, ktorý pramení na moravskej strane Bielych Karpát a patrí do povodia rieky Váh (Ochodnícký, Dzurák, 1996). Špecifickým prvkom krajinnej štruktúry je rozptýlené osídlenie (kopanice). Ide o osobitý typ osídlenia, ktorý sa nachádza aj v Bošáckej doline. Kopanice vznikli v určitom historickom období, kedy bolo pre ľudí výhodnejšie osídliť pôdu v hornatej krajine. Územie, na ktorom sa nachádza kopaničiarske osídlenie, má pôvodné prírodné, kultúrne a historické hodnoty, ktoré

ukazujú život obyvateľov a ich aktivity. Súčasnú tendenciu môžu zničiť územia s prvkami historickej štruktúry, preto je dôležité ich zachovanie (Petrovič, 2004).

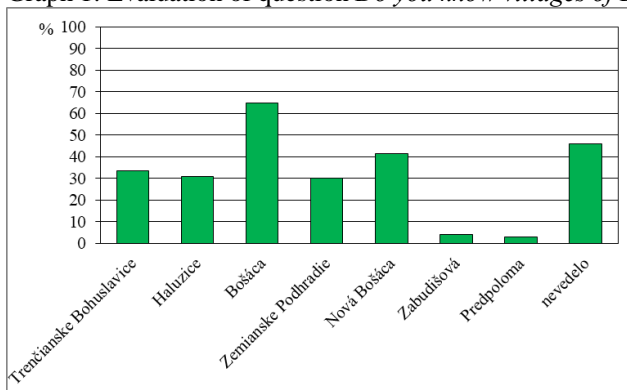
V súčasnosti sa v Bošáckej doline nachádzajú 2 náučné chodníky, ale ani jeden z nich sa nezaobera záujmovým územím komplexne. Prírodnou pamiatkou Haluzická tiesňava vedie rovnomenný lesnícky náučný chodník. Haluzická tiesňava je zároveň aj lesnícky významné miesto. Trasa má dĺžku asi 1,1 km a odhadovaný čas jej prejdania je 1,5 hodiny. Nachádzajú sa na nej 4 náučno-informačné panely a jej začiatok je pri ruinách románskeho Kostola Všetkých svätých v Haluziciach. Cieľom náučného chodníka je prezentovať Haluzickú tiesňavu ako prepojenie technického diela človeka a prírodného výtvoru. V Haluzickej tiesňave bolo ako protierózne opatrenie vybudovaných 8 kamenných prehrádzok. *Lesnícky náučný chodník Haluzická tiesňava* bol otvorený v roku 2012 (www.lesy.sk).

Druhý náučný chodník sa nazýva *Spoznaj, chráň a zachovaj krásy našej prírody*. Začína sa v obci Haluzice a končí v Novej Bošáci. Prechádza cez Zabudišovú (miestna časť Bošáce) do Chránenej krajinskej oblasti Biele Karpaty. Trasa má dĺžku 12 km a jej absolvovanie trvá 3 – 3,5 hodiny. Náučný chodník bol otvorený v roku 2016 a je zameraný na tému ochrany prírody a tradíciu ovocinárstva (naucnehodniky.eu).

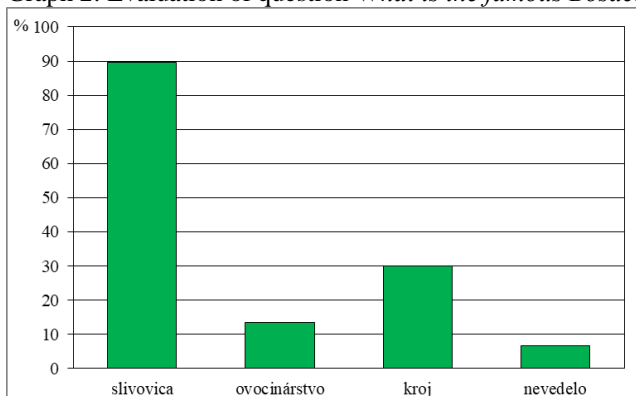
Teoreticko-metodické východiská

V roku 2018 sme uskutočnili dotazníkový prieskum, prostredníctvom ktorého sme zisťovali poznatky žiakov o Bošáckej doline a ich záujem o toto územie. Z dotazníka sme vybrali 5 otázok a vyplnilo ho 194 žiakov Gymnázia M. R. Štefánika v Novom Meste nad Váhom. Túto školu sme si vybrali preto, pretože sme chceli zahrnúť aj žiakov, ktorí nebyvajú v Bošáckej doline. Spolu bolo takýchto žiakov 3,61% (bývali v obciach Trenčianske Bohuslavice, Bošáca a Zemianske Podhradie). Najviac žiakov uviedlo, že býva v Novom Meste nad Váhom (51,51%). Ide o gymnázium so štvorročným (45,88% respondentov), ale aj osemročným štúdiom (46,39% respondentov), čo nám umožnilo zahrnúť do prieskumu žiakov vo veku 11 (6,70%) až 18 rokov (14,95%). Dotazník vyplňalo 60,82% dievčat a 30,41% chlapcov.

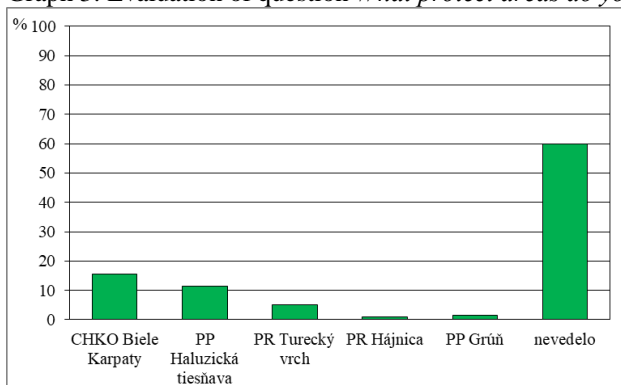
Z obcí, ktoré sa nachádzajú v Bošáckej doline (graf 1), bola respondentom najznámejšia obec Bošáca (64,95%) a Nová Bošáca (41,24%). Môžeme predpokladať, že v niektorých prípadoch išlo o dedukciu. Z ostatných obcí záujmového územia boli žiakom najznámejšie Trenčianske Bohuslavice (33,51%) a Haluzice (30,93%). Niektorí opýtani uviedli aj Zabudišovú (4,12%), čo je miestna časť Bošáce, a Predpolomu (3,09%), ktorá je súčasťou Novej Bošáce. Na otázku neodpovedalo alebo uviedlo nesprávnu odpoveď 45,88% opýtaných.

Graf 1: Vyhodnotenie otázky *Vymenujete obci Bošáckej doliny?*Graph 1: Evaluation of question *Do you know villages of Bošáca valley?*

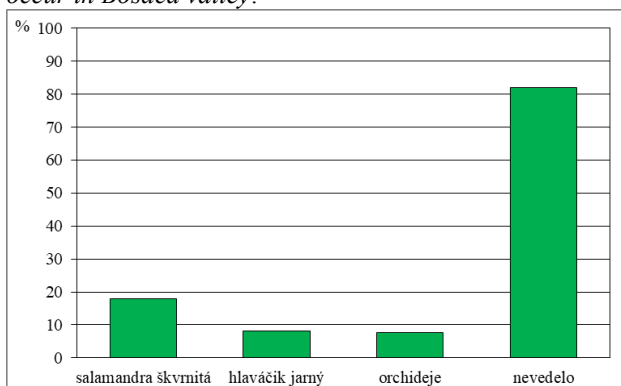
Podľa opýtaných je z Bošáckej doliny najznámejšia produkcia slivovice (89,69%) a kroj (29,90%). Ovocinárstvo, ktorú tu má dlhú tradíciu, uviedlo iba 13,40% žiakov. Na túto otázku nevedelo odpovedať 6,7% respondentov (graf 2).

Graf 2: Vyhodnotenie otázky *Čím je známa Bošácka dolina v zahraničí?*Graph 2: Evaluation of question *What is the famous Bošáca valley in abroad?*

Žiakov sme sa opýtali, aké chránené územia v Bošáckej doline poznajú (graf 3). Na túto otázku nevedelo odpovedať (59,79%). Z veľkoplošných chránených území im bolo najznámejšie CHKO Biele Karpaty (15,49%) a z maloplošných chránených území najznámejšie bola PP Haluzická tiesňava (11,34%).

Graf 3: Vyhodnotenie otázky *Aké chránené územia v Bošáckej doline poznáte?*Graph 3: Evaluation of question *What protect areas do you know in Bošáca valley?*

Okrem chránených území nás zaujímalo, či žiaci poznajú chránené rastliny a živočíchy, ktoré sa vyskytujú v Bošáckej doline (graf 4). Na túto otázku nevedelo odpovedať až 81,95% z nich. Z chránených rastlín bola žiakom známi hlaváčik jarný (8,25%) a z chránených živočíchov salamandra škvrnitá (18,04%).

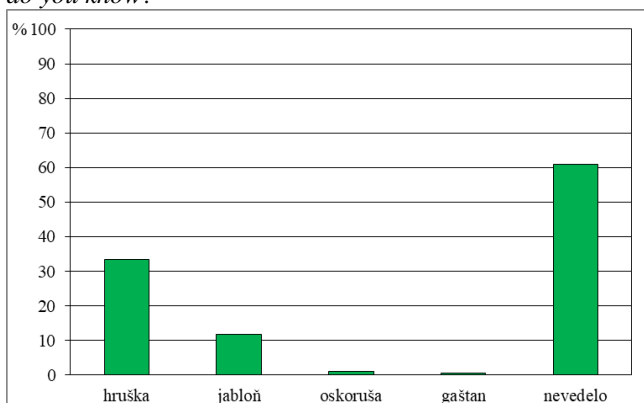
Graf 4: Vyhodnotenie otázky *Poznáte chránené rastliny a živočíchy, ktoré sa vyskytujú v Bošáckej doline?*Graph 4: Evaluation of question *Do you know protected plants and animals that occur in Bošáca valley?*

V Bošáckej doline sa nachádzajú stromy, ktoré boli prihlásené do ankety Strom roka. Z tohto dôvodu sme sa opýtali žiakov, či vedia uviesť stromy, ktoré sú zaujímavé (graf 5). Vyhodnocovanie tejto otázky bolo problematické v tom, že

žiaci neuvádzali celé druhové meno. Z tohto dôvodu nevieme určiť, či mali na mysli hrušku planú prihlásenú do súťaže v roku 2006 alebo hrušku obyčajnú prihlásenú do súťaže v roku 2015. Zo stromov žiaci najčastejšie uviedli hrušku (33,51%) a jablňo (11,86%).

Graf 5: Vyhodnotenie otázky *V Bošáckej doline sa nachádzajú zaujímavé stromy, aké poznáte?*

Graph 5: Evaluation of question *Interesting trees are located in Bošáca vally, how do you know?*



Vyučovanie miestnej krajiny môže nájsť uplatnenie vo vyučovaní geografie využitím náučného chodníka ako nehmotného didaktického prostriedku. Žiaci majú možnosť pozorovať objekty a javy v prirodzenom prostredí. Týmto spôsobom získavajú informácie záživnou formou, čím sa pre nich stávajú trvácnejšie. Náučný chodník ako nehmotný didaktický prostriedok môže slúžiť aj na zopakovanie a prehĺbenie získaných vedomostí z viacerých predmetov (naucnehodniky.eu). Najvhodnejší spôsob absolvovania náučného chodníka so žiakmi je zorganizovanie exkurzie (Likavský, 2006). Žiaci môžu počas nej riešiť úlohy samostatne alebo v skupinách.

Nami navrhnutý náučný chodník je vhodný pre všetky ročníky žiakov a študentov základných, stredných a vysokých škôl. Vyučovanie geografie miestnej krajiny je zaradené aj v Inovovanom štátnom vzdelávacom programe (IŠVP). Vo 8. ročníku základných škôl (ISCED 2) a 3. ročníka gymnázií (ISCED 3A) sa vyučuje geografia Slovenska. V týchto ročníkoch sa vzdelávacie štandardy venujú výučbe regiónov na úrovni samosprávnych krajov Slovenska. Napriek tomu, že by to bolo vhodné, v týchto ročníkoch nie je podľa IŠVP zahnutá exkurzia alebo terénne vyučovanie miestnej krajiny (Nogová, 2010a,b).

Odstránenie tohto nedostatku vidíme práve v zaradení náučného chodníka do vyučovania geografie miestnej krajiny.

Náučný chodník (NCH) sa v krajine vyznačuje ako turistická alebo exkurzná trasa, ktorá má rôznu dĺžku a zameranie. Na nej sú vybrané objekty, fenomény alebo zaujímavosti, ktoré sú vysvetlené najčastejšie prostredníctvom náučno-informačných panelov. Prostredníctvom náučného chodníka môžu návštevníci spoznávať prírodné, krajinársky, kultúrne a historicky zaujímavé miesta (Pachinger a kol., 2016). Náučný chodník zároveň umožňuje prepájať prírodné a kultúrne fenomény, čím sa zabezpečuje spätosť histórie s ekologickými, krajinkárskymi a estetickými hodnotami územia. Tým sa prispieva k rozličným podmienkam a formám života, ktoré sú súčasťou prírodného a kultúrneho dedičstva Slovenska (Špulerová a kol., 2017; Kočišová, Kramáreková, 2016).

Náučný chodník

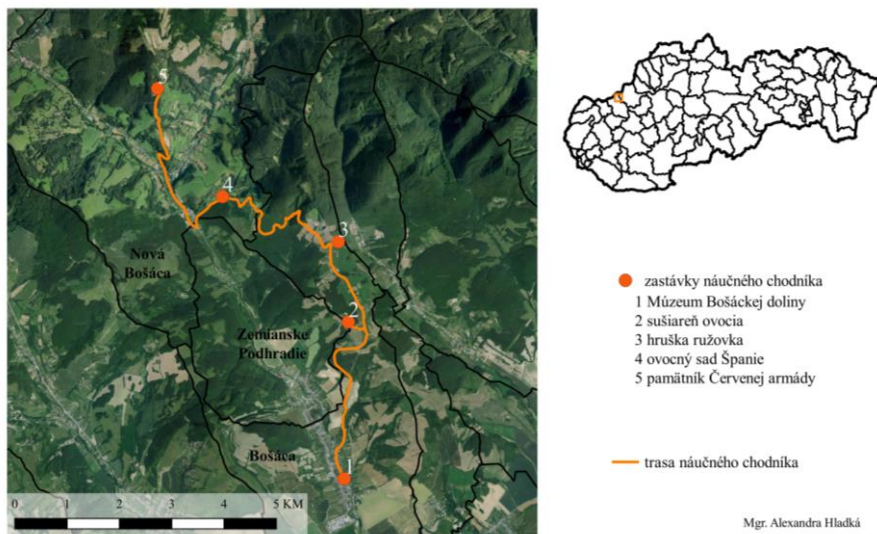
Navrhnutý náučný chodník má dĺžku 14 km a 5 zastávok (mapa 1). Odhadovaný čas prejdenia je asi 5 hodín. Ide o stredne dlhú trasu so stredne ťažkou náročnosťou. Trasa je určená pre peších návštevníkov, ale je možné prejsť ju aj na bicykli. Náučný chodník umožňuje učiteľovi prepájať poznatky z viacerých vyučovacích predmetov a takýmto spôsobom uplatniť vyučovanie medzipredmetových vzťahov (dejepis, biológia, slovenský jazyk a literatúra, občianska náuka, environmentálna výchova), čím žiaci získavajú poznatky v širšom kontexte. Trasu je možné prejsť počas jednodňovej exkurzie. Zároveň si žiaci budujú pozitívny vzťah k regiónu (miestnej krajine), v ktorom žijú.

Náučný chodník začína pri Múzeu Bošáckej doliny (obr. 2A) v Bošáci. Ide o múzeum skanzenového typu, ktoré bolo zriadené prostredníctvom darov od občanov. V pôvodnom sedliackom dome je expozícia zachytávajúca kultúrno-historický obraz života v Bošáckej doline na začiatku 20. storočia. V obytnej časti sú vystavené bošácke kroje, ale aj pôvodné izba s pôvodným nábytkom, kuchyňa s murovanou pecou. V hospodárskej časti sú vystavené hospodárske náradie a zariadenia, ktoré v minulosti slúžili na vykonávanie rôznych poľnohospodárskych prác. Žiaci sa môžu zoznámiť, akým spôsobom sa na poli využívala sečkovica alebo mláťačka (bosaca.sk).

Na prvej zastávke odporúčame vyhradiť si čas aj na návštevu múzea a prezretie si expozície, ku ktorej obec zabezpečuje aj komentovaný výklad. Žiaci tak získajú lepšiu predstavu o živote obyčajných ľudí v minulosti, ale aj o začiatkoch mechanizácie poľnohospodárstva. Po návšteve múzea učiteľ alebo žiaci spomedzi seba vyberú jedného žiaka, ktorý bude myslieť na jednej vystavený predmet. Ostatní žiaci mu kladú otázky, pomocou ktorých sa snažia zistiť, na ktorý predmet žiak myslí. Otázky musia byť uzatvorené, musí sa dať na ne odpovedať

iba áno alebo nie. Ak niektorý zo žiakov položí otázku, ktorá toto kritériu nespĺňa, vypadáva z hry. Z vypadáva žiak, ktorý sa pokúsi uhádnuť predmet, ale nepodari sa mu to. Učiteľ môže obmedziť počet kladných otázok (Sieglová, 2019; upravené, Grežo, Petrovič, 2019).

Mapa 1: Trasa náučného chodníka a poloha Bošáckej doliny
Map 1: Route of educational trail and location of Bošáca valley



Od múzea vedie asfaltová cesta do miestnej časti Zabudišová. V roku 2015 tu bola obnovená tradičná sušiareň ovocia (obr. 2B), ktorá je funkčná aj v súčasnosti (bosaca.sk). Ovocie sa v sušiarni umiestňuje na systém drevených rámov zoradených v niekoľkých radoch, ktoré mali výplet z lieskových alebo svíbových prúdov zabezpečujúcich vzdušnosť. V *šiše* sa hromadilo teplo z pece, ktoré postupovalo k sušiacemu sa ovociu. Kôstkové a drobné jadrové ovocie sa sušilo celé. Väčšie jadrové ovocie ako jablká alebo hrušky sa poltilo alebo štvrtilo, takéto ovocie sa nazývalo *štiepky* (Ochodnícky, Dzurák, 1996).

Sušiareň je možné pozrieť z vnútra, čo umožňuje vytvoriť si lepšiu predstavu o procese sušenia ovocia. Pred začiatkom aktivity sa môže učiteľ opýtať žiakov, aké druhy ovocia je možné sušiť v takejto sušiarni. Túto otázku môže rozšíriť úlohou, aby vymenované ovocné druhy zaradili podľa plodov do troch skupín (malvice, kôstkovice, bobule). Po tejto úlohe môže nasledovať diskusia, akým spôsobom je možné spracovať uvedené ovocie (sušenie, destilácia a pod.).

Na záver môžu žiaci napísať recept (postup), v ktorom použijú niektoré ovocie. Cieľom aktivity je, aby si žiaci ľahšie zapamätali, akým rôznym spôsobom je možné využiť ovocné plody.

Obr. 2: Múzeum Bošáckej doliny v Bošáci (A) a sušiareň ovocia (B) na Zabudišovej (autor: A. Hladká, 2017, 2018)

Figure 2: Museum of Bošáca valley in Bošáca (A) and dry house of fruit (B) in Zabudišová



Od sušiarne ovocia pokračuje trasa k hruške ružovke (obr. 3A), ktorá v roku 2015 vyhrala v ankete Strom roka. V nasledujúcom roku postúpila do európskeho kola, kde sa umiestnila na 3. mieste. Ide o starú miestnu odrodu, ktorá sa rastie v Bošáci a v Novej Bošáci. Jej vek sa odhaduje na 200 rokov. Najmä v 19. storočí a na začiatku 20. storočia tu vznikali ovocné sady, ale mnoho ovocných sádov muselo ustúpiť kolektívizácii, kedy došlo k sceľovaniu pôdy (bosaca.sk).

Pred aktivitou by mal učiteľ vysvetliť, čo je to krajinná (miestna) odroda a stará (historická) odroda. Ak žiaci niektoré odrody poznajú, môžu ich vymenovať. Počas aktivity žiaci pracujú v dvojiciach alebo v trojiciach. Ich úlohou je umelecky zachytiť hrušky ružovky. Žiaci sa môžu pokúsiť načrtnúť na papier, ako by upravili priestor okolo stromu, vymyslieť o ňom krátku básničku alebo pesničku, krátku povesť alebo rozprávku. Cieľom aktivity je, aby si žiaci uvedomili, aký je estetický význam hrušky ružovky ako solitéru v krajine a rozvíja ich umelecké cítenie.

V Novej Bošáci, v osade Španie, bol obnovený jablono-slivkový sad. Je obhospodarovaný podľa trvalo udržateľných prírodných princípov s cieľom zachovať geofond, zvyšovať biologickú ochranu a rozmanitosť (www.tradiciebk.sk). V Bošáckej doline sa do 16. storočia pestoval vinič, ale v dôsledku napadnutia vinohradov perenospórou celkom zanikol v polovici 19. storočia. V tomto storočí sa rozhodol Gejza Ostrolúcky s pomocou Ľudovíta Vladimíra Riznera a Františka Regentína založiť najväčší sad v Trenčianskej župe. Bošácka dolina sa tak stala významným producentom ovocia, ktoré sa vozilo

plťami, neskôr vlakmi do Budapešti a Viedne. Dlhá tradícia ovocinárstva upadla následkom kolektivizácie v 2. polovici 20. storočia (naucnechodniky.eu).

Počas návštevy sadu je možné k nemu zabezpečiť komentovaný výklad. Po ňom sa žiaci pokúsia napísať krátky novinový článok do školského časopisu, pričom môžu spomenúť, kde sa nachádza sad, aké odrody sa v ňom pestujú, ako prebieha starostlivosť o sad alebo zhrnúť stručnú históriu ovocinárstva v Bošáckej doline. Cieľom aktivity je, aby sa žiaci oboznámili s miestnymi odrodami a vedeli stručne opísať celoročnú starostlivosť o ovocný sad.

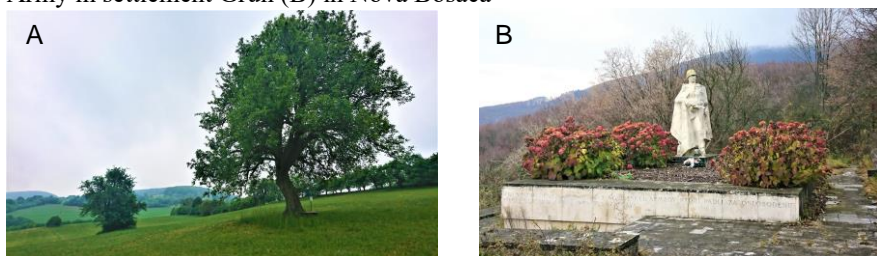
Nová Bošáca vznikla v roku 1950, čím sa stala najmladšou obcou v okrese Nové Mesto nad Váhom. V tomto roku sa od obce Bošáca odčlenili kopaničiarske osady odčlenením kopaničiarskych osád od obce Bošáca. V tomto období bol počet obyvateľov Bošáckych kopaníc vyšší ako počet obyvateľov obce Bošáca. Počas II. svetovej vojny predstavovali kopanice útočisko pre partizánske skupiny. Pôsobila tu kapitán Miloš Uher alebo Il'ja Danielovič Dibrov. V osade Grúň bol postavený pamätník 250 vojakom Červenej armády (obr. 3B), nad spoločným hrobom je socha sovietskeho vojaka s puškou v ruke (Bradáč, 2013). Po II. svetovej vojne, v čas budovania socializmu, nastala kolektivizácia (zakladanie JRD) a mechanizácia poľnohospodárstva, čím došlo v tejto oblasti k uvoľneniu pracovných síl. Obyvatelia kopaníc sa sťahovali do jadrových obcí a okolitých miest, aby našli prácu v priemysle. Tým zanikla ich poľnohospodárska funkcia. Odchod obyvateľ za prácou spôsobil pokles ľudí žijúcich na kopaničiach, čím sa zmenila ich funkcia. Od 90. rokov minulého storočia sa obytná funkcia mení na funkciu druhotného bývania (chalupárstvo, chatárstvo). Mnohé kopaničiarske osady boli postupne od 2. polovice 20. storočia elektrifikované, plynofikované a bola v nich zavedená kanalizácia. Napriek tomu sa tu sa kopanice vyľudňujú, dochádza k pustnutiu stavieb a pozemkov (Omasta, 2008).

Na poslednej zastávke trasy je možné využiť metódu kocky, ktorá sa využíva k analýze vybranej témy, na ktorú sa nazerá zo 6 rôznych pohľadov. Žiaci sa rozdelia do menších skupín (asi 6 – 8 žiakov) a každá skupina dostane hraciu kocku. Každý žiak hádže kockou a podľa toho, aké číslo mu padne, rozoberá tému rozptýleného osídlenia. Pri jednotke uvádza základné informácie, ktoré má o kopaničiarskom osídlení, môže sa pokúsiť vytvoriť na základné získaných poznatkov vlastnú definíciu roztrúseného osídlenia. Pri čísle dva môže hľadať podobnosti alebo odlišnosti v živote na kopaničiach a jadrovej obci alebo porovnať život v minulosti a súčasnosti. Pri čísle tri môže opísať, ako vyzerá život na kopaničiach, pričom sa môže sústrediť na minulosť alebo súčasnosť. Ak padne číslo štyri, pokúsi sa rozobrať historický vývoj kopaníc a zmeny, ktoré nastali. Pri čísle päť sa môže zamerať na súčasné využívanie krajiny kopaničiarskeho osídlenia. Keď padne číslo šesť, žiak hľadá výhody a nevýhody života na kopaničiach. Ak žiak nevie odpovedať, vypadáva z kola. Na záver aktivity by malo

nastať vyhodnotenie aktivity a učiteľ by spolu so žiakmi mal prejsť jednotlivé aspekty kocky (Sieglová, 2019; upravené, Boltziar a kol., 2016). Cieľom aktivity je, aby si žiaci uvedomili, akými zmenami prechádza kopaničiarske osídlenie a porovnať život ľudí v minulosti a v súčasnosti.

Obr. 3: Hruška ružovka – Strom roka 2015 (A) a pamätník Červenej armády v osade Grúň (B) v Novej Bošáci (autor: A. Hladká, 2020; 2017)

Figure 3: Peer tree, kind ružovka – Tree of year 2015 (A) and monument of Red Army in settlement Grúň (B) in Nová Bošáca



Záver

Navrhnutý náučný chodník Bošáckou dolinou prináša informácie o regióne, ktorý má vhodné podmienky na pestovanie ovocia a formovanie roztrúseného osídlenia. Nachádza sa tu mnoho zaujímavostí, ale žiaci o ne neprejavujú záujem. Príčinou môže byť nedostatok zdrojov informácií o jedinečnosti tohto územia. Na vyučovacej hodine nie je vždy dostatok času a priestoru venovať sa bližšie geografii miestnej krajiny. Ani samotní žiaci nie sú dostatočne podnecovaní, aby sami pátrali po informáciách týkajúcich sa regiónu, v ktorom žijú. Následkom tohto žiaci získavajú pocit, že v blízkosti domova sa nenachádzajú žiadne pozoruhodnosti. Nedokážu ich dostatočne oceniť a môžu mať problém vytvoriť si pozitívny vzťah k miestu, v ktorom vyrastajú.

Jednou z možností, ako podporiť záujem žiakov a rozšíriť ich vedomosti o miestnom regióne, je absolvovanie trasy náučného chodníka. Takouto formou vyučovania, ktorá sa neuskutočňuje v triede, sa môžu pútavou formou dozvedieť nové informácie o miestnej krajine. Takto získané poznatky sa pre nich stávajú ľahšie zapamätateľné a trvácnejšie. Prostredníctvom zážitkov získavajú kladný vzťah k danému miestu, ale spoločné spomienky pomáhajú k lepšiemu pochopeniu medzi žiakmi a učiteľom a medzi žiakmi navzájom.

Navrhovaný náučný chodník Bošáckou dolinou sa zameriava na tradíciu ovocinárstva a formovaniu kopaničiarskeho osídlenia. Trasa sa začína v Bošáci, prvou zastávkou je Múzeum Bošáckej doliny. Expozícia múzea približuje život

a prácu obyvateľov doliny na začiatku 20. storočia. Z Bošáce vedie trasa na Zabudišovú, kde bola obnovená sušiareň ovocia, ktorá je funkčná a približuje spôsob spracovania ovocných plodov. Na Zabudišovej rastie aj hruška ružovka. Je to stará, miestna odroda hrušky, ktorá v roku 2015 vyhrala anketu Strom roka a postúpila do európskeho kola. Zo Zabudišovej pokračuje náučný chodník do osady Španie v Novej Bošáci. Bol tu vysadený jablono-slivkový sad, ktorý je obhospodarovaný podľa trvaloudržateľných princípov s cieľom zachovať genofond. Náučný chodník končí v Novej Bošáci pri pamätníku Červenej armády v osade Grúň. Nová Bošáca vznikla odčlenením kopaničiarskych osád od Bošáce a zachovala si svoj kopaničiarsky vzhľad. V súčasnosti dochádza k strate poľnohospodárskej a obytnej funkcie a menia sa na miesta rekreácie a chalupárčenia.

Navrhnutá trasa náučného chodníka môže prebudiť u žiakov záujem o miestny región. Prostredníctvom návštevy vybraných miest môžu získať potrebné informácie. Je dôležité, aby si učiteľ vymedzil na exkurziu dostatok času. Počas návštevy územia by žiaci mali získať viacero perspektív na danú problematiku. Zároveň majú možnosť zoznámiť sa s problémami konkrétneho územia. To môže u žiakov podnieť záujem o dianie v obci, v ktorej žijú. Náučný chodník je zároveň aj vhodný prostriedok propagácie obcí. To môže byť nápomocné pri rozvoji turizmu v regióne a získavaním financií pre ich obyvateľov.

PodĎakovanie

Tento príspevok bol vypracovaný v rámci projektov Horizon 2020 – SPOT (Social and innovative Platform On cultural Tourism and its potential towards deepening Europeanisation) a túto prácu podporila aj Slovenská agentúra pre výskum a vývoj na základe zmluvy č. APVV-18-0185/2019-2022 Transformácia využívania kultúrnej krajiny Slovenska a predikcia jej ďalšieho vývoja. PodĎakovanie patrí aj PaedDr. Danielovi Bradáčovi za jeho odbornú pomoc, podporu a trpezlivosť pri tvorbe tohto príspevku.

Literatúra

- BOLTIŽIAR, M. – OLAH, B. – GALLAY, I. – GALLAYOVÁ, Z. 2016. Transformation of the Slovak cultural landscape and its recent trends. In *Landscape and landscape ecology: proceedings of the 17th International Symposium on Landscape Ecology. Proceedings*. Bratislava (Institute of Landscape Ecology SAS), 2016, pp. 57-67.
- BRADÁČ, D. 2013. *Bošácka dolina na historickej fotografii*. Bošáca: Obec Bošáca, 2013. 176 s. ISBN 978-80-971440-8-1.

- BOŠÁCKA DOLINA – RODISKO BOŠÁCKEJ SLIVOVICE. 2009. <http://www.visittrencin.sk/objekt/bosacka-dolina-rodisko-bosackej-slivovice> [cit. 2020-09-10].
- GREŽO, H. – PETROVIČ, F. 2019. How open source can expand teacher's horizons. In 12th Annual International Conference of Education, Research and Innovation. Sevilla. DOI: 10.21125/iceri.2019.2029.
- KOČIŠOVÁ, N. – KRAMÁREKOVÁ, H. 2016. The impact of physical-geographical elements of landscape on regional development of the Handlova valley microregion. In *Geografické informácie*. ISSN 1337-9453, 2016, vol. 22, no.1, pp. 523-537.
- LESNÍCKY NÁUČNÝ CHODNÍK HALUZICKÁ TIESŇAVA. 2018. https://www.lesy.sk/files/aktivity/naucne-chodniky/2014/Inch_haluzicka-tiesnava-inf_int.pdf [cit. 2020-09-10].
- LÍKAVSKÝ, P. 2006. *Všeobecná didaktika geografie*. Bratislava: Vydavateľstvo UK Bratislava, 2006. 80 s. ISBN 80-223-2254-7.
- MÚZEUM BOŠÁCKEJ DOLINY. 2012. www.bosaca.sk/nasa-obec/pamiatky-a-zaujímavosti/282-muzeum-boackej-doliny [cit. 2020-09-10].
- NÁUČNÝ CHODNÍK SPOZNAJ, CHRÁŇ A ZACHOVAJ KRÁSY NAŠEJ PRÍRODY. 2020. <http://naucnehodniky.eu/naucny-chodnik-spoznaj-chran-a-zachovaj-krasy-nasej-prirody/> [cit. 2020-09-08].
- NOGOVÁ, M. 2010a. *Geografia (Vzdelávacia oblasť: Človek a spoločnosť)* – príloha ISCED 2. Bratislava: Štátny pedagogický ústav, 2010. 21 s.
- NOGOVÁ, M. 2010b. *Geografia (Vzdelávacia oblasť: Človek a spoločnosť)* – príloha ISCED 3A. Bratislava: Štátny pedagogický ústav, 2010. 14 s.
- OCHODNÍCKÝ, D. – DZURÁK, P. 1996. *Bošacka dolina*. Bošáca: Obecný úrad v Bošáci a Miestny odbor Matice Slovenskej v Bošáci, 1996. 248 s. ISBN 80-967154-0-2.
- OMASTA, Š. 2008. Zmena funkčnosti kopaníc regiónu Veľkej Myjavy v 2. polovici 20. storočia. In *Študentská vedecká konferencia – zborník príspevkov, 2. zväzok*. 1. vyd. Bratislava: IRIS, 2008. 308 s. ISBN 978-80-89238-17-0.
- OVOCINÁRSTVO. 2020. <https://bosaca.sk/ovocinarstvo/> [cit. 2020-09-10].
- OVOCNÝ SAD ŠPÁNIE V NOVEJ BOŠÁCI. 2015. <http://www.tradiciebk.sk/produkty/obcianske-sdruzenie-pangaea> [cit. 2020-09-10].
- PACHINGER, P. et al. 2016. *Náučný chodník – príprava, realizácia, starostlivosť*. Banská Bystrica: Slovenská agentúra životného prostredia, 2016. 48 s. ISBN 978-80-89503-61-2.
- PETROVIČ, F. 2004. Zmeny využitia krajiny s rozptýleným osídlením. In *Životné prostredie*. roč. 38, č. 2, s. 103-106.
- SIEGLOVÁ, D. 2019. *Konec školní nudy – didaktické metody pro 21. století*.

Praha: Grada Publishing, a. s., 2019. 336 s. ISBN 978-80-271-2254-7.
ŠPULEROVÁ, J. et al. 2017. *Historické štruktúry poľnohospodárskej krajiny*.
Bratislava: VEDA, Vydavateľstvo SAV, 2017. 144 s. ISBN 978-80-224-1570-5.

TRANSFORMATION OF A CULTURAL LANDSCAPE AND ITS USE IN PROPOSAL OF EDUCATIONAL TRAIL THROUGH BOŠÁCA VALLEY

Summary

A proposed educational trail through the Bošáca valley brings information about the region, which has suitable conditions for fruit growing and the formation of scattered settlements. There are many attractions, but pupils are not interested in them. The reason may be the deficient of information about the uniqueness of this area. There is not always enough time and space in class to focus more closely on geography of local country. Even the pupils themselves are not encouraged enough to search for information about the region in which they live. Following pupils gain feeling that there are no notabilities near home. They cannot appreciate them enough and may have difficulty build up a positive relationship with the place where they grow up.

One of the ways to support the interest of students and expand their knowledge of the local region is to pass the piping line of the educational trail. In this form of teaching, which does not take in the classroom, new information about the local country can be learned in an engaging way. The knowledge gained in this way becomes easier for them to remember and more long-time. Through experiences, they gain a positive attitude to the place, but common memories help to better understand between pupils and the teacher and between pupils themselves. The proposed educational trail through Bošáca valley focuses on the tradition of fruit growing and the formation of the scattered settlement. The trail starts in Bošáca, the first stop is the Museum of Bošáca valley. The exposition of the museum presents the life and work of the inhabitants of the valley at the beginning of the 20th century. The trail leads from Bošáca to Zabudišová, where a fruit dryer in service and shows the way of process fruit. The pear tree (variety ružovka) also grows on Zabudišová. It is an old, local pear variety that won inquiry the Tree of Year 2015 and advanced to the European round. The educational trail continues from Zabudišová to the settlement Španie in Nová Bošáca. An apple-plum orchard was planted here, which is managed according to sustainable principles with the aim of save the genetic fund. The educational trail ends in Nová Bošáca near the war memorial of Red Army in the settlement Grúň. Nová Bošáca was established by separating the scattered settlements from Bošáca and it save physiognomy of

scattered settlement. At present, agricultural and residential functions are being lost and they are being transformed into recreation and arrive cottagers.

The proposed educational trail route can prepossess of pupils' interest about local region. They can gain the necessary information by visiting selected places. It is important for the teacher to allocate enough time for the excursion. During the visit area, pupils should gain more perspectives on the problem. At the same time, they have the opportunity to become acquainted with the problems of a specific area. It can stimulate pupils' interest about happening in the community in which they live. The educational trail is also a suitable tool of promoting municipality. This can be helpful in developing tourism in the region and financial funds for their inhabitants.

Mgr. Alexandra Hladká

Ústav krajinej ekológie, Slovenská akadémia vied

Akademická 2, 949 01 Nitra

E-mail: alexandra.hladka@savba.sk

Katedra ekológie a environmentalistiky FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

E-mail: alexandra.hladka@ukf.sk

RNDr. Lucia Petrikovičová, PhD.

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

E-mail: lpetrikovicova@ukf.sk

SPATIAL DISTRIBUTIONS OF THE HOTEL DEVELOPMENTS AND CREATIVE SOLUTIONS TO ENSURE THE UNIQUE ATTRACTIVENESS OF HOTELS

Gergely Horváth

Abstract

The aim of the current study is to present the spatial and temporal distributions of Hungarian hotel developments in the last few years, as well as to present one or two creative hotel service developments. It is often very difficult for a company to come up with the right form of development for consumers in order to be fully satisfied with the hotel. Generally, the biggest problem with improvements in services is subjectivity, which means that often companies are not able to fully satisfy all consumers when it comes to service improvements, no matter how good the new service is. For this reason, development is important for a company as it can provide serious opportunities for the company to improve their services for greater future success.

Keywords: tourism development, hotel development, spatial distribution, creative solutions

Introduction

In today's world, ownership and the rights of operators are becoming more and more separate, which is a significant influencing factor both internationally and domestically in terms of the various developments and accommodation investments. These rights also influence the development of the given destination through investments. In the last decade it has become typical that hotel industry developments are no longer carried out directly by the hotel organization itself but by a real estate development company (e.g., Real Estate Investment Trusts). These developments affect the hotel owners the most, in case they think long-term about their investments where the main profile is hotel management and hospitality. If we are thinking about a new hotel investment, it is certain that it will mean some kind of a development for the municipality (Bodnár, 2005). If the people obtain any discretionary income, that makes it possible to actively take part in tourism, which means that over time, they will be able to visit more and more high-quality accommodations and hotels, which will also require the development of the accommodations, hotels and destinations. Developments in the tourism sector usually mean the development of the offered services. In most cases, this means

attraction development, infrastructure development, and tourism product development (Albert-Tóth, 2018). The attraction and the appeal give the target area the experience as well. Based on these, we can say that attraction is the basis of a tourism product, as this is why the consumer will travel (Gonda, 2016). In connection with an accommodation investment, the following aspects arise upon planning:

1. In the case of an investment it is important that the volume and composition of accommodation demand be predictable and measurable, regardless of the costs that arise based on volume.
2. The demand to be lasting, as the investment must pay for itself in a certain amount of time. For this to happen the tourism product or service must be easily sellable.
3. The product or service should meet all demand needs, so we can say that the product or service should be good quality.
4. The place of installation of the accommodation or hotel (meaning the space) must be in a suitable place that meets the needs (Kátay, 2016).

Based on these, the aim of the study is to present the significance of hotel industry developments within tourism development, as well as one or two actual examples of developments. The study is mainly of a literary nature, so the peculiarities and examples of accommodation development are to be presented with the help of various international and domestic literature.

Investigation of hotel developments in the past few years

Different topics such as tourism, the development of tourist reception areas, tourism planning or sustainable tourism are often interlinked in the literature. This means that one theme is related to another; it only depends on the approach how we connect the themes, but the main goal is always to develop a tourist area. According to Gunn (1994), a successful tourism development requires 12 main elements, but none of these elements provide complete certainty for success. If any item is missing, that already reduces success. The elements are the following: natural resources, cultural endowments, local acceptance of tourism, accessibility, availability of services, appropriate market, favorable development opportunities, business-friendly municipal environment, available area for developments, existing enterprises and professionals, adequate workforce, financial funding opportunities (Walker, 2011). According to Mundruczó and Stone (1996), for the development of tourism the transformation of the economic structure and the development of areas are important aspects. They stress the importance of infrastructural development in a given destination, which possibly means the foundations of new businesses which has a positive effect on employment, income and tax revenues. In

terms of a hotel, this means investment opportunity. Lengyel (2004) is on the opinion that tourism has now become a recognized factor in regional development, which is a determining factor within international tourism.

According to Michalkó (2002), regional development focuses on the development of the less developed areas, which means that where the conditions necessary for industrial or agricultural production do not exist, more efficient use of active tourism should be targeted. Csapó (2009) examined the spatial processes and trends in tourism in the European Union from which he carried out a detailed analysis of the tourism aspects of EU regional and territorial development policy. He examined the intensity of tourism based on Eurostat statistics, where the main focus was the proportions of guest nights spent in the accommodation and the local population. Within the EU, he identified two countries (Cyprus and Malta) where hotel capacity stood out compared to the non-resident population. A hotel should be built where people use at least one night's accommodation and service to spend their free time (Kátay, 2011). Conrad Hilton (1887-1979) named the location of the hotel as one of the three success factors. According to Gray and Liguori (1990), the installation of a hotel requires the existence of the appropriate geographical factors (e.g., existing public utilities, accessibility, plot size, etc.), which was later supplemented with the appropriate view and the compliance with the relevant legal requirements to ensure that all hotels are fully integrated into the environment.

The tourism sector was also affected by the economic crisis in the autumn of 2008, which also had a major impact on the outcome of tourism investments and hotel developments. As a result, many postponed their investments in light of better conditions to come. The start of many investment projects was also postponed between 2009 and 2010 due to the unfavorable conditions caused by the crisis (e.g., it was only possible to get a loan at a high interest rate to start the investment) (Albert-Tóth 2010). Hungary has undergone significant changes in the last few years regarding accommodation investments and developments. Analyzing these years, we get contradictory results. The reason for this is that our environment is constantly changing, even currently, and we have to adapt to it. On the one hand, development is visible, but due to the effects of the constantly changing economic environment many negative trends can also be detected. Before our accession to the European Union (May 1, 2004), the tourism sector received support in the amount of HUF 30 billion in the context of the Széchenyi Plan, which was sufficient to finance 1,600 projects. It was then that spa developments began in various parts of the country. These projects did not support other types of developments other than spa development (e.g., attraction or accommodation development) which resulted in guests not staying in a reception area for too long. After joining the EU, it was possible to resort to EU subsidies between 2004 and 2006 thanks to the Regional Development Operational Program, which also

supported the development of tourism with HUF 30 billion which could be used mainly for attraction development and accommodation development (MTÜ, 2017). The Hungarian Office of Tourism has prepared the National Tourism Development Strategy (2005-2013) in which the main development directions for the 7 tourism regions have been better defined compared to its predecessor (MTH, 2005). With regard to accommodation improvements, the document stated that accommodation improvements in a tourist destination can be used to extend the length of stay of the guests (MTH 2005, NTS 151).

With regard to accommodation developments, he highlighted the development of youth accommodation and tourist accommodation as a priority. Key ideas for improvements are summarized in Table 1.

There have been many obstacles to the implementation of accommodation developments. These included e.g., the economic crisis of 2008 and the consequent legislative changes, or the difficulties associated with previous hotel investments financed in francs or euros. These difficulties were more of a problem in implementing the pace of future developments, which is why investors and banks did not really recommend hotel projects as investment targets. Successful developments can also be recorded, e.g., Development of Egerszalók, where the number of guest nights increased sixfold between 2008 and 2014 thanks to five EU projects. In Gyula, the number of guest nights increased by 76% due to the spa development, the development of the castle and the accommodation developments. In addition, the accommodation developments in Mórahalom, Sümeg and Celldömölk were also successful (Ruszinkó, 2016).

In 2017 a new National Tourism Development Strategy was published again where the developments made in the previous period were evaluated more precisely. Regarding the applications of the regional operational programs, it was found that no territorially complex tourism developments were established (MTÜ 2017, NTS 2030). With regard to accommodation developments, the Office found that the proportion of commercial accommodations had increased leading to market distortions and tensions. In the case of new commercial accommodations, the development was often not professionally well reasoned, so the construction of new accommodations in the future can only be supported if there is a strong justification (mainly attachment to an attraction) (MTÜ 2017, NTS 2030).

Hotel developments have also had a good impact on the development of tourist destinations. Tourist regions have developed significantly which can be seen clearly from the so-called REVPAR indicator (Table 2).

Table 1: Summary of the accommodation development parts of the National Tourism Development Strategy (2005-2013)

Tools name	Explain the tool	Affected	Affected type	Nature of the device	Time, deadline
Encouragement of accommodation development	Development of a coordinated, family-friendly accommodation offer in line with product development strategies	National Destination Management Organization. Regional Destination Management Organization. Municipalities. Entrepreneurs.	Tourism state management. Regional organization. Local Authorities. Entrepreneurial sector.	Planning. Organization. Support. Tender system.	2005
Providing modern heating and cooling system in seasonal accommodations.	In order to reduce objective barriers to seasonal prolonging – whether alternative, or environmentally friendly – introduction of heating and cooling systems support in the form of a tender	Tourism state management. Regional Destination Management Organization. Entrepreneurs.	Tourism state management. Regional organization. Entrepreneurial sector.	Investment. Aid. Tender system.	2007
Youth accommodations Tourist houses	Accommodation/system supporting hiking and youth tourism developments according to demand in line with international standards.	Youth portfolio. Entrepreneurs. Regional Destination Management Organization. Civilian sphere. Municipalities.	Central public administration. Regional organization. Local authorities. Entrepreneurial sector. Civilian sphere.	Investment. Planning. Organization. Aid. Tender system.	2010

Source: Albert-Tóth 2018. National Tourism Development Strategy (2005-2013) pp. 184-211.

Table 2: Extent (proportions) of changes in the hotel industry by tourist regions, between 2008 and 2016 (2008 = 100; 2016 = Base Index)

Tourist regions	Capacity of hotel rooms	Guest nights	Accommodation fee revenue	REVPAR*	Life cycle of the Destination
Budapest - Central Danube region	125	152	168	138	Developing
North-Hungary	143	217	264	172	Developing
Northern Great Plain	136	121	156	136	Developing
Tisza Lake	104	139	189	185	Consolidation Slow development
Southern Great Plain	142	183	234	160	Developing
Central Transdanubia	127	180	207	162	Developing
Balaton	104	124	164	151	Consolidation Slow development
Southern Transdanubia	122	153	166	131	Developing
Western Transdanubia	122	143	170	138	Developing
Hungary in Total	122	148	174	142	Developing

Source: Albert-Tóth (2018)

Analyzing the performance of touristic regions separately, it can be seen that all but two regions have undergone significant development over the past nine years. In fact, each and every region developed, but the rate of development was different for each region. In the present case when it comes to improvements, we are not only talking about expanding accommodation capacity but also about

improving the quality of attractive hotel services and better marketing and branding of the destinations. Lake Balaton and Lake Tisza are strong mainly in domestic tourism, where exploiting the potential of the Széchenyi Leisure Card is also a significant influencing force. In these regions the proportion of other types of accommodations is much higher than in the rest of the areas. Of course, seasonality and weather greatly affect the performance of the two regions, and thus, the willingness of hotel investors as well.

The value of investments in the tourism sector in 2018 was almost HUF 86 billion, which was a 23.4% increase compared to the previous years. While the consumer price level in the whole national economy increased to a lesser extent (by 2.8%) compared to the previous year, the tourism companies realized a significant price increase of 4.5% (KSH, 2018). Table 3 shows the REVPAR changes for 2017-2018 for different hotel types

Table 3: The REVPAR changes between 2017-2018 (HUF, GROSS)

	2017	2018	b. index	2017	2018	b. index	2017	2018	b. index
	January -	November		December	December		January -	December	
Total	11 955	12 875	107.7%	10 713	11 463	107.0%	11 858	12 759	107.6%
5-star	27 611	29 627	107.3%	27 046	30 210	111.7%	27 569	29 664	107.6%
4 -star	13 715	14 305	104.3%	12 216	13 267	108.6%	13 578	14 243	104.9%
3-star	8 214	8 263	100.6%	6 396	6 594	103.1%	8 057	8 138	101.0%
Healing	12 720	12 351	97.1%	11 805	11 899	100.8%	12 642	12 313	97.4%

Source: HAH.hu 2018

The gross REVPAR was HUF 12,759, which was 7.6% higher than in the previous year. Examining the certain hotel categories, it can be stated that the largest increase took place in the 5- star category. For these the occupancy rate was 64.8% (which was 0.5 percentage points lower than the base). Until the end of December, the gross TREVPAR (total hotel sales per rentable room) was HUF 21,739 on average (base 109%).

At national level, the occupancy rate of hotels was 52% (this is 0.4 percentage points higher than last year's), the gross average room price was HUF 22,024 (b. index 106.1%), and the gross REVPAR was HUF 11,463 (b. index 107%). The number of domestic guest nights was 2.5% and that of foreigners 0.8% higher than in last year (hah.hu, 2018). Table 4 shows the REVPAR changes for 2018-2019 for different hotel types.

Table 4: The REVPAR changes between 2018-2019 (HUF, GROSS)

	2018 2019			2018 2019			2018 2019		
	January - November		b. index	December		b. index	January - December		b. index
Total	12 836	13 901	108,3%	11 429	13 120	114,8%	12 717	13 836	108,8%
5-star	29 628	32 739	110,5%	30 203	36 062	119,4%	29 667	32 960	111,1%
4-star	14 314	15 931	111,3%	13 111	14 999	114,4%	14 235	15 844	111,3%
3-star	8 266	9 084	109,9%	6 636	8 129	122,5%	8 150	9 006	110,5%
Healing	12 355	13 381	108,3%	11 897	12 694	106,7%	12 312	13 322	108,2%

Source: HAH.hu 2019

In 2019, the performance of 4-star hotels improved the most nationwide. The gross REVPAR (HUF 15,844) of these was an 11.3% improvement compared to the previous year. Regarding the occupancy of 4-star hotels, 69.4% was reached, which is a 0.5% point of increase. Examining the gross average of room prices, it can be stated that HUF 22,814 was reached (which is a 110.4% change compared to the base). In the 5-star category, the gross REVPAR was HUF 32,960 (index: 111.1%). The HUF 9,006 REVPAR achieved in the 3* category was an improvement of 10.5% compared to last year (hah.hu, 2019).

Examples of development of hotel services

Today, different municipalities have to have an ever-widening range of services in order to attract tourists. It is also necessary to have innovative services in the service offers of a town, because these have a great impact on the evolution of tourism. In recent years, people have begun to look for alternative tourist opportunities in a destination. These products and services are designed to meet the “extreme” needs of people. In this case, consumers can participate in the programs individually or in smaller groups, which can often take place in areas far from the destination itself (Michalkó, 2012; Zátori, 2014). The various services, associated with creative tourism, offer many opportunities for areas they would like to develop with new services in addition to the existing traditional services (Richards, 2009). Creative tourism is important for a destination for two reasons: on the one hand, it contributes to the expansion of the range of tourism services with the new service, and on the other hand, due to the changed needs of tourists they extend their stay in the destination. (Smith, 2006). In the present case, the escaping rooms have appeared as a new service in the last 1-2 years. According to Fels and Seaborn (2015), the game has determined rules and its own strategy; participation is voluntary; and it always ends with some kind of a result or an outcome. The

activity of the participants has a particular importance in the game. The service first appeared in Japan in 2007 and then began to appear continuously on all continents. (Nicholson, 2015). The point of the game is to get from being locked into a room to opening it by solving various tasks (for example, through action, adventure, puzzle, role-playing, simulation tasks). In the meantime, participants are actively involved in the game. The most common themes are horror, fantasy, and some form of science. (Nicholson, 2016). Rooms are often designed with decorations and tools to match the theme of the game. In addition to giving experience, the service also has a role to play. These include e.g., that participants need to work together to escape; mutual knowledge and insight sharing is also needed (Neustaedter et al., 2017). A similar service to escape rooms is the alternate reality games, which take place not in a closed room, but in the open air, in outdoor areas and open urban spaces. The great advantage of the service is that it is easy to implement, and it is flexible, so traditional tourism companies can use it well for development purposes. Nowadays, accommodations, museums and catering establishments also provide this service. It appears e.g., in the Gellért Hotel in low-season, in the King's Bath, in the Hungarian Museum of Natural History, in the Hungarian National Museum, in the Gozsdu Courtyard and in the ruined pubs called Gondozó and Füge Udvar (Origo, 2017). Although the service is no longer completely unique, a quality rating system for this game has also been launched successfully. In addition to the interests of the service provider, this is also justified by the constantly growing demand. In 2014 the game was only potentially rated at 13 locations with a five-point Likert scale where the game could be rated by topic/creativity/difficulty. Significant progress was made in the spring of 2016: now players were able to express their opinions on social media sites and blogs as well, and more and more service providers were already asking for reviews of the game. In recent years, this service has already appeared in the offer of rural towns. We can find the service mainly in county capitals and larger towns. Among the rural sites, there are two other unique elements that can be found: the "Farm Escape" in Sarlópuszta and the "Sabotage at the Mine Plant" on the site of a former mine in Oroszlány (Egedy et al., 2018).

Another example: Development of „A” Hotel – Unify and related systems

From the very beginning, the „A” Hotel's services have been distinguished from their competitors by low failure rates, high availability and flexibility. The problem was that the old system (despite its good operation) no longer had manufacturer support that would have provided adequate security for hotel guests. Because of this problem, modernization and improvement was required, and some new solutions were developed. Efforts have been made to create a personalized

system in the hotel that can meet all needs. Thus, in April 2016, the development of the hotel software began. The current switchboard of the Hotel was put into operation in 2002 so it was necessary to replace it with a more modern device after 13 years, due to the spread of new technologies and the need to develop the related systems. Innovation meant not only technological expansion, but also a change in appearance. The proposed solution was an upgrade of telephony and its systems. With the replacement of the switchboard, the operating devices have also been renewed. They were given a more modern look that was simpler and easier to handle. During the development, a solution was also found with which the hotel staff could receive calls from guests on their mobile phones so that they could see the guest's name and possibly their room number on their display. The new system also provides the possibility for a colleague of the hotel to log in to the system abroad and make a call from a Hungarian extension. („A” Hotel, 2016)

Conclusion

The aim of the study was to present a comprehensive picture of tourism development and thus hotel development. Accordingly, the significance of developments in the tourism sector were presented and their relationship to hotel developments; various statistics on hotel developments over the last few years; and some examples that serve the improvement of a hotel for the greater consumer experience and longer stays. Regarding the developments, it can be stated that the various economic and health issues in the world and in Hungary constantly make it difficult to strive for improvements, which also means that compared to the planned developments, there are always far fewer actual and new ones that are realized. This has been proven in the literature. A review of the various international and domestic literature has shown that alternative tourism and creative tourism are very important in connection with various hotel developments. The range of services for creative tourism include the so-called escape rooms, which have also undergone tremendous development in recent years. An increasing number of tourists are taking advantage of the program opportunities provided by this service. The service is characterized by the diversity of themes used, the variety of games, the wide range of venues, and the flexibility and mobilizability of the service. These aspects suggest that it is easy for any accommodation to fit it into its range of services, which also means that it is a development opportunity to provide guests with additional experiences thereby increasing their stay at the accommodation, which means additional revenue for the accommodation. These services are currently available mostly in Budapest and Lake Balaton, and the games also appear in larger cities (regional centers and state capitals).

References

- ALBERT-TÓTH, A. 2009. *Szállodaipari fejlesztések a turisztikai régiókban. „A tudomány felelőssége gazdasági válságban. IV.* KHEOPS Tudományos Konferencia kiadványa, Mór. pp. 484-495.
- ALBERT-TÓTH, A. 2010a. *A magyar szállodaipar területi struktúrájának változása a fejlesztések hatására.* Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola Évkönyv, 2010/2. köt. pp. 283-295.
- ALBERT-TÓTH, A. 2010b. *A szállodaipari termékfejlesztések jelentősége a turisztikai területfejlesztésben.* Nyugat-magyarországi Egyetem, Apáczai Csere János Kar. XIII. Apáczai napok, tudományos konferencia, Győr. pp. 123-131.
- ALBERT-TÓTH, A. 2018. *A szállodaipar fejlődésének területi dimenziói,* Doktori értekezés, Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr, pp. 1-240.
- BODNÁR, L. 2005. *Az idegenforgalom hazai és nemzetközi vonatkozásai.* Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- CORINTHIA HOTEL. 2016. *Esettanulmány: Corinthia Hotel Budapest Unify és hozzá kapcsolódó rendszerek fejlesztése projekt.* <https://enterprisegroup.hu/hirek/esettanulmany-corinthiahotelbudapestunify-es-hozza-kapcsolodo-rendszerek-fejlesztese-projekt>, Letöltve: 2020. július 20.
- CSAPÓ, J. 2009. *Az Európai Unió turizmusának térbeli folyamatai és trendjei.* Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet
- EGEDY, T. – KISS, D. D. – NAGY, A. – PETYKÓ, CS. 2018. *Kreatív turizmus Budapesten – Szabadulósobák az innovatív turisztikai piacon.* In *Turizmus Bulletin.* vol. 18, no. 4, pp. 1-11.
- FELS, D. I. – SEABORN, K. 2015. *Gamification in theory and action: A survey.* In *International Journal of Human-Computer Studies.* vol. 74, pp. 14-31.
- GONDA, T. 2016. *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai,* PTE KPVK, Szekszárd.
- GRAY, S. W. – LIGUORI, C. S. 1990. *Hotel and Motel Management and Operations.* New Jersey: Prentice Hall.
- GUNN, A. C. 1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.* London: Taylor & Francis.
- KÁTAY, Á. 2011. *Sikertényező-e a wellness szállodák telepítési helye?* In Michalkó G., Rátz, T. (eds.). *A turizmus dimenziói: humánium, ökonómikum, politikum.* Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. pp. 207-221.
- KÁTAY, Á. 2016. *A szállodaipar térbeli és időbeli expanziójának vizsgálata Magyarországon,* Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs, pp. 1-229.

- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL. 2019. Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2018. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur18.pdf>. Letöltve: 2020. július 20.
- LENGYEL, M. 2004. *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Főiskola, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest.
- MAGYAR SZÁLLODÁK ÉS ÉTTERMEK SZÖVETSÉGE. 2020. Trendriport 2018. <http://www.hah.hu/elemlzesek/trend-riport/trendriport-archiv-2010-2019>. Letöltve 2020.07.20
- MAGYAR SZÁLLODÁK ÉS ÉTTERMEK SZÖVETSÉGE. 2020. Trendriport 2019. <http://www.hah.hu/elemlzesek/trend-riport/trendriport-archiv-2010-2019>. Letöltve 2020.07.20
- MAGYAR TURISZTIKAI HIVATAL. 2005. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013. (NTS 2005) Készítették: Eöry, E., Fábíán, E., Kovács, B., Mártonné Máthé, K., Müller, M., Soproni, Gy.-Víg, T., Záhonyi, T. <http://www.mth.gov.hu>. Letöltve 2020.07.20
- MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG, (MTÜ). 2017. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030.
- MICHALKÓ, G. 2002. Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In Dávid, L. (ed.). *Aktív turizmus, Lifelong Learning Füzetek*, Debreceni Egyetem. p. 13.
- MICHALKÓ, G. 2012. Turizmológia. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MUNDRUCZÓ, GY. – STONE, G. 1996. *Turizmus. Elmélet és gyakorlat*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- NEUSTAEDTER, C. – LO, H. – PAN, R. 2017. Collaboration, awareness, and communication in real-life escape rooms. In *DIS Conference paper, Edinburgh, UK*. pp. 1353-1364.
- NICHOLSON, S. 2015. *Peeking Behind the Locked Door: A Survey of Escape Room Facilities*. White Paper. <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf>. Letöltve: 2020. július 20.
- NICHOLSON, S. 2016. *The state of escape: Escape room design and facilities*. <http://scottnicholson.com/pubs/stateofescape.pdf>. Letöltve: 2020. július 20.
- ORIGO. 2017. Azért fizetnek, hogy bezárják őket. <http://www.origo.hu/gazdasag/20171004-meg-mindigjovedelmezoek-aszabaduloszobak.html>. Letöltve: 2020. július 20.
- RICHARDS, G. 2009. Creative tourism and local development. In Pattakos, A., Pratt, S., Wurzbürger, R. (eds.). *Creative Tourism: A global conversation*. Sunstone Press, Santa Fe. pp. 78-90.
- RUSZINKÓ, Á. 2016. Turizmusfejlesztési tapasztalatok az uniós támogatások tükrében. In Bánhidai, CS. (ed.). *Turizmus a régiófejlesztés szolgálatában*. pp. 78-81.

- SMITH, W. L. 2006. Experiential tourism around the world and at home: definitions and standards. In *International Journal of Services and Standards*. vol. 2, no. 1, pp. 1-14.
- WALKER, R. J. – WALKER, T. J. 2011. *Tourism - Concepts and Practices*. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education Inc.
- ZÁTORI, A. 2014. Alternatív városnéző túrák Budapesten. In Jászberényi, M. (ed.). *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest. pp. 275-288.

Gergely Horváth

IPHD Program of Business Administration

Faculty of Business and Economics

University of Pécs

H – 7622 Pécs, Rákóczi út 80, Hungary

E-mail: gerisson21@gmail.com

KREATÍVNI UMELCI V CESTOVNOM RUCHU

Jarmila Hudáková, Marcela Korenková

Abstract

Creative tourism is growing significantly in the world. Despite the fact, that creativity and creative industries in Slovakia have become a part of many concepts and strategies, Slovakia lags far behind the world in this industry. The aim of the article was to analyse the involvement of creative artists and craftsmen in creative tourism. The research involved 169 creative artists and craftsmen. We have found that their number has been growing in recent years and that they are aware they are a part of the creative industry. Their customers come mainly from Slovakia, only to a minimal extent from other countries, which is related to the promotion of their products. Recently, they have even registered an increased interest in their products.

Keywords: creative tourism, creative tourist, creative artists, craftsmen

Úvod

Koncept kreatívneho cestovného ruchu bol vyvinutý už niekoľko rokov v mnohých krajinách (Siow-Kian Tan, Shiann-Far Kung, Ding-BangLuh). Aj keď rôzne miesta majú svoje vlastné definície kreatívneho cestovného ruchu, existujú medzi nimi spoločné znaky, ako napríklad „aktívna účasť“, „autentické zážitky“, „rozvoj kreatívneho potenciálu“ a „rozvoj zručností“ (Richards, 2011). Tieto skúsenosti väčšinou súvisia s každodenným životom a „tvorivá základňa“ tvorivého cestovného ruchu zahŕňa tradičné remeslá/remeselnú výrobu, gastronómiu, maľovanie na porcelán a tanec (Richards, Wilson, 2006).

Teoretické východiská

Pod kreatívnym cestovným ruchom rozumieme cestovný ruch, ktorý ponúka turistom príležitosť rozvíjať svoj tvorivý potenciál prostredníctvom aktívnej účasti na kurzoch a vzdelávacích aktivitách, ktoré sú charakteristické pre cieľovú destináciu, kde sa uskutočňujú (Richards, 2011). Turisti môžu napríklad tkať koše, variť tradičné jedlá danej destinácie, učiť sa tancovať, maľovať, mať skúsenosti s rezbárstvom či sochárstvom a podobne.

Aktivity spojené s kreatívnym cestovným ruchom umožňujú turistom dozvedieť sa viac o miestnych zručnostiach, znalostiach, tradíciách a jedinečných

kvalitách miest, ktoré navštevujú (Richards, Wilson, 2006). Turisti dnes hľadajú skôr interaktívnejšie a plnohodnotnejšie zážitky a chcú byť aktívnymi spoluvorcami svojich zážitkov (Siow-Kian Tan, Ding-BangLuh, Shiann-Far Kung, 2014).

Raymond (2007) definuje tvorivé trávenie voľného času ako udržateľnejšiu formu cestovného ruchu, ktorá poskytuje autentický pocit z miestnej kultúry prostredníctvom neformálnych, praktických workshopov a tvorivých zážitkov. Tie umožňujú návštevníkom preskúmať ich tvorivosť a priblížiť sa miestnym ľuďom.

Kreatívny cestovný ruch upriamil pozornosť aj vďaka trendom spojeným so zmysluplnými a autentickými zážitkami, tvorivou aktivitou pre osobný blahobyt (Duxbury, Silva, De Castro, 2019) ako aj túžbou cestujúcich po aktívnom zapojení do kultúry a kontakte so „skutočnými ľuďmi“. Tento segment zahŕňa mnoho konceptov, ako sú kreativita, rozvoj kapacít, zapojenie miestnych obyvateľov, miestna kultúra, aktívna účasť a autentické skúsenosti (Remoaldo, Matos, Gôja, Alves, Duxbury, 2020).

Kreatívne trávenie voľného času využíva tvorivý a kultúrny potenciál destinácie na zabezpečenie autentických zážitkov, ktoré uspokojia potrebu sebarealizácie turistov (Ohridska-Olson, Ivanov, 2010). Richards a Wilson (2006) navrhli, aby sa kreatívni turisti aktívne zúčastňovali na spoznávaní kultúry destinácie a aplikovali tieto poznatky na svoj vlastný sebarozvoj a vytváranie identity.

Kreatívny cestovný ruch v posledných rokoch vo svete rastie na popularite. Na Slovensku sa však preukázal slabý záujem slovenských turistov o kreatívny cestovný ruch a preto ho môžeme považovať za nový produkt cestovného ruchu (Hrubalová, Palenčíková, 2017). Podľa autorov Madudová, Palenčíková (2019), turisti na Slovensku uprednostňujú skôr aktivity spojené so vzdelávaním, ktoré sú zábavné, relaxačné, autentické, jedinečné a náročné. To potvrdzuje aj význam podpory kreatívnych aktivít cestovného ruchu, ktoré sú spojené so vzdelávaním, napríklad kurzy tradičných remesiel a ľudového umenia, nekonvenčné kurzy varenia, kurzy scénického umenia a kurzy vizuálneho umenia v Slovenskej republike (Madudová, Palenčíková, 2019).

Pretože sa požiadavky spotrebiteľov neustále vyvíjajú (Della Lucia et al., 2017), poskytovatelia služieb cestovného ruchu by mali integrovať do svojich ponúk rôzne aktivity, ktoré turistom poskytnú rôzne autentické zážitky.

Z manažérskeho hľadiska musia poskytovatelia služieb cestovného ruchu, pokiaľ ide o destinácie ako priestor pre kreatívne turistické ciele, ponúknuť turistom príležitosti na uspokojenie psychologických potrieb (Stojanovic et al., 2012) prostredníctvom ukážky tradičných remesiel ako napríklad hrnčiarstva, košíkárstva, kováčstva, čipkárstva, tokárstva, tkáčstva a podobne, prípravy regionálneho jedla, rôznych workshopov a iných tvorivých aktivít v interakcii

s miestom, miestnymi ľuďmi a tradičnou kultúrou. Pridanie a vývoj kreatívnych produktov na trávenie voľného času môže prilákať do danej destinácie rôzne segmenty trhu (Fernandes, 2011).

Cieľ a metodika

Na úrovni SR neexistuje súhrnná štatistika, ktorá by mapovala kreatívny cestovný ruch nielen z pohľadu počtu kreatívnych umelcov a remeselníkov ale ani z pohľadu ich ďalších aktivít. Existujú čiastkové údaje, ktoré si zbierajú neziskové organizácie zaoberajúce sa problematikou kreatívnej tvorby, remesiel a ľudovo-umeleckej výroby, ktoré sú na Slovensku štátne aj súkromné, ako napríklad krajské osvetové strediská, ústredia ľudovej umeleckej výroby, občianske združenia a podobne. Preto sme o pomoc požiadali tieto organizácie o zdieľanie online dotazníka medzi kreatívnymi umelcami a remeselníkmi, s ktorými spolupracujú. Súčasne sme aj priamo e-mailom oslovili niektorých kreatívnych umelcov a remeselníkov z kategórie kreatívnych a kultúrnych odvetví podľa kódov SK NACE. Naším cieľom bolo prostredníctvom dotazníkového prieskumu zistiť nielen základné údaje o kreatívnych umelcoch a remeselníkoch ale aj informácie o pôvode zákazníkov a ich záujme o remeselné produkty, o mieste realizácie predaja ako aj o spôsobe propagácie. Našho výskumu sa zúčastnilo 169 respondentov (kreatívnych umelcov a remeselníkov). Získané informácie boli následne spracované popisnou štatistikou.

Výsledky

Na základe výsledkov je možné povedať, že v posledných rokoch na Slovensku narastá počet kreatívnych umelcov a remeselníkov. Z celkového počtu našich respondentov, len 9 % začalo svoju činnosť do roku 1989, v rokoch 2010-2019 ich bolo 40 %.

Z hľadiska právnej formy najviac respondentov podniká ako FO – SZČO (35 %) a ako FO – slobodné povolania (28 %). Formou právnickej osoby ako s.r.o. alebo a.s. podniká len 3,7 % respondentov.

93 % respondentov vyrába pre konečného spotrebiteľa a 7 % pre iné firmy. 32,54 % respondentov vykonáva kreatívnu činnosť popri hlavnom zamestnaní a 67,46 % respondentov má z kreatívnej činnosti hlavný príjem.

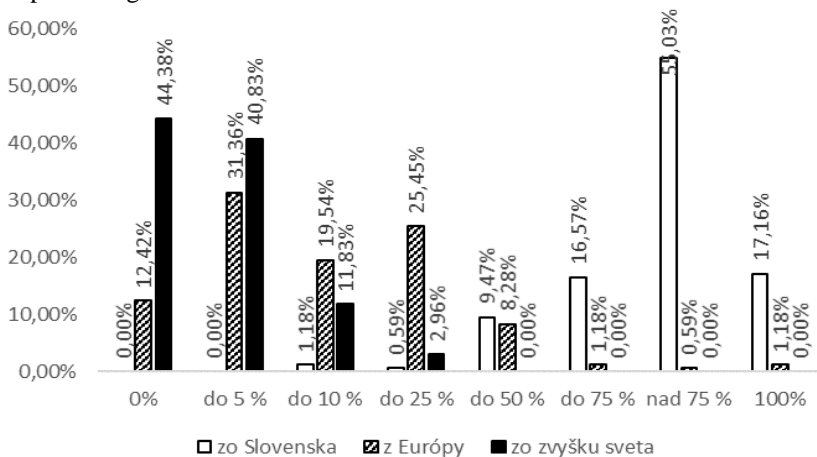
55,03 % respondentov vedelo, že sú súčasťou kreatívneho priemyslu, zvyšných 44,97 % o tom nevedelo. S pojmom kreatívny cestovný ruch sa ešte nikdy nestretlo až 73,96 % respondentov.

Zaujímalo nás, odkiaľ pochádzajú zákazníci našich respondentov (kreatívnych umelcov, remeselníkov). Na základe výsledkov uvedených v grafe 1

je možné povedať, že väčšina zákazníkov našich respondentov pochádza zo Slovenska a len v minimálnej miere z Európy či zvyšku sveta.

Graf 1: Pôvod zákazníkov

Graph 1: Origin of customers



Zdroj: vlastné spracovanie

Môže to súvisieť aj s tým, že väčšina respondentov predáva svoje produkty len v rámci Slovenskej republiky, ako to uvádzame aj na nasledovnom grafe 2. Za pozitívne považujeme, že 27,22 % respondentov predáva svoje produkty aspoň v okolitých štátoch, čím prispieva k šíreniu slovenskej kultúry za hranicami krajiny.

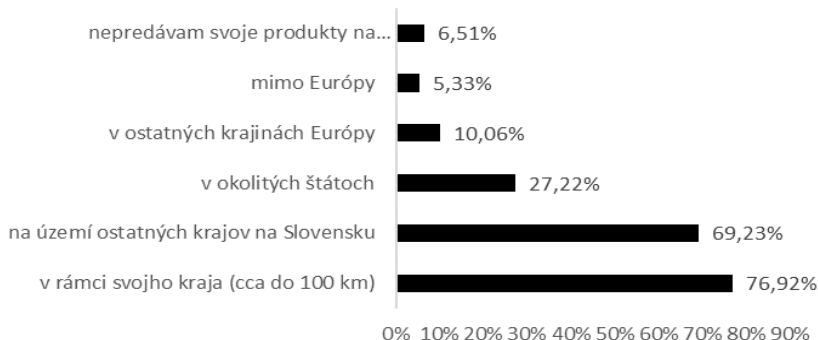
Z dôvodu, že podľa autorov Madudová, Palenčíková (2019) je na Slovensku nedostatočná propagácia kreatívneho cestovného ruchu, zaujímali sme sa o to, akým spôsobom naši respondenti propagujú svoje produkty. Na základe výsledkov, ktoré uvádzame v nasledovnej tab. 1 môžeme povedať, že naši respondenti sa v najväčšej miere propagujú prostredníctvom účasti na rôznych organizovaných podujatiach, ako sú festivaly remesiel, jarmoky, slávnosti, tematické podujatia na hradoch, zámkoch, v skanzenoch, múzeách a podobne. Viac ako polovica respondentov sa propaguje prostredníctvom sociálnej siete Facebook, následne na internete prostredníctvom rôznych stránok zameraných na predaj ručne robených produktov. 32,54 % respondentov disponuje vlastnou webovou stránkou. 4,73 % respondentov si zvolilo aj možnosť „iné“, kde uviedli nasledovné spôsoby propagácie:

- organizovanie vlastnej predajnej výstavy Remeslo & Umenie 4 krát ročne,
- publikačná činnosť,

- spolupráca s turistickým informačným centrom,
- reklamná potlač na vlastnom vozidle.

Graf 2: Realizácia predaja produktov

Graph 2: Implementation of product sales



Zdroj: vlastné spracovanie

Tab. 1: Spôsob propagácie produktov

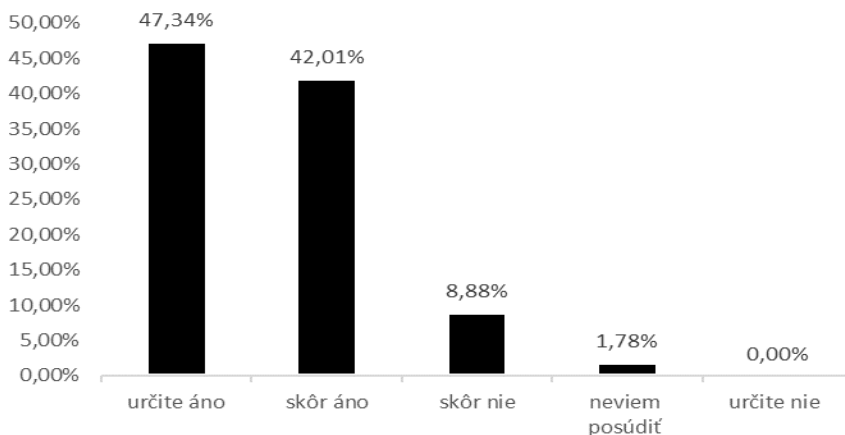
Table 1: Products promotion method

na internete - sprostredkovateľské stránky zamerané na predaj ručných ručne robených vecí (napr. SASHE)	45,56%
na vlastnej webovej stránke	32,54%
na sociálnej sieti Facebook	57,40%
na sociálnej sieti Instagram	19,53%
formou letákov	10,06%
na organizovaných podujatiach, ktorých sa zúčastňujem (festivaly remesiel, jarmoky, slávnosti, tematické podujatia na hradoch, zámkoch, v skanzenoch, múzeách a pod.)	84,02%
inzerciou v miestnych periodikách	4,73%
iné	4,73%

Zdroj: vlastné spracovanie

Za pozitívne považujeme, že väčšina respondentov, ako je uvedené v grafe 3, registruje zo strany zákazníkov/návštevníkov zvýšený záujem o remeselné, resp. ručne vyrábané produkty, alebo umelecké služby.

Graf 3: Záujem zákazníkov o remeselné produkty a umelecké služby
Graph 3: Customer interest in craft products and artistic services



Zdroj: vlastné spracovanie

Záver

Globálny trh cestovného ruchu zažíva v poslednom desaťročí obrovské zmeny, hlavne z dôvodu globalizácie a technologického pokroku. Zmeny vytvárajú veľa nových príležitostí, ako aj výziev pre všetky zainteresované strany v cestovnom ruchu (Palenčíková, 2018). Podľa autorov (Remoaldo et al., 2020 a Duxbury, Richards, 2019) sa za posledné dve desaťročia kreatívny cestovný ruch rozšíril na medzinárodnú úroveň. Lepším riešením pre udržateľnejšiu formu cestovného ruchu je kreatívny cestovný ruch, pretože má bližšie ku komunitám a je zameraný na endogénne zdroje, čo je v rozpore s masívnou formou kultúrneho cestovného ruchu (Remoaldo et al., 2020).

Výskumom sme zistili, že v posledných rokoch na Slovensku narastá počet kreatívnych umelcov a remeselníkov. Remeselníci sú dôležitou súčasťou kreatívneho cestovného ruchu pretože stelesňujú a odovzdávajú kultúrny prejav národa. Remeslá tradičnej ľudovej a mestskej kultúry prispievajú k šíreniu kultúrneho dedičstva. Viac ako polovica respondentov si je vedomá toho, že je súčasťou kreatívneho priemyslu. Väčšina zákazníkov kreatívnych umelcov a remeselníkov pochádza zo Slovenska, čo môže súvisieť s predajom ich produktov len v rámci danej krajiny. Propagáciu produktov naši respondenti realizujú prevažne prostredníctvom organizovaných podujatí a sociálnej siete Facebook. V poslednom období registrujú aj zvýšený záujem o ich produkty.

Kreatívny cestovný ruch sa používa ako efektívna stratégia na zvýšenie atraktivity destinácie a na dosiahnutie konkurenčných výhod pre turistov pri hľadaní pútavých a interaktívnych zážitkov (Richards, Marques, 2012).

V ďalšom výskume by sme sa mohli zamerať na spoluprácu kreatívnych umelcov a remeselníkov napr. s ubytovacími zariadeniami a zariadeniami stravovania pôsobiacimi v cestovnom ruchu alebo spoluprácu s cestovnými kancelárkami.

PodĎakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu VEGA č. 1/0169/18 Kreatívny cestovný ruch ako nový produkt cestovného ruchu na Slovensku.

Literatúra

- DELLA LUCIA, M. – TRUNFIO, M. – GO, F. M. 2017. Heritage and urban regeneration: Towards creative tourism. In Bellini, N., Pasquinelli, C. (eds.). *Tourism in the City*. pp. 179-191.
- DUXBURY, N. – RICHARDS, G. 2019. Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In *A Research Agenda for Creative Tourism*; Duxbury, N., Richards, G., Eds.; Edward Elgar Publishing: London, UK, 2019; pp. 1–14.
- DUXBURY, N. – SILVA, S. – DE CASTRO, T. V. 2019. Creative Tourism Development in Small Cities and Rural Areas in Portugal: Insights from Start-Up Activities. In *Creating and Managing Experiences in Cultural Tourism*. pp. 291-304.
- FERNANDES, C. 2011. Cultural planning and creative tourism in an emerging tourist destination. *International Journal of Management Cases*. vol. 13, no. 3. pp. 629-636.
- HRUBALOVÁ, L. – PALENČÍKOVÁ, Z. 2017. Demand for creative tourism in Slovakia. In *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2017*. Sofia, Bulgaria. pp. 205-212.
- MADUDOVÁ, E. – PALENČÍKOVÁ, Z. 2019. Creative activities valuation using a topsis – based decision support algorithm. In *Facta Universitatis: Economics and Organization*. vol. 16, no. 4, pp. 377-387.
- OHRIDSKA-OLSON, R. V. – IVANOV, S. H. 2010. Creative tourism business model and its application in Bulgaria. In *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum Cultural Tourism – The Future of Bulgaria*.
- PALENČÍKOVÁ, Z. 2018. Creative Tourism Development in Slovakia and its Potential for Strengthening the Tourism Destination Competitiveness. In

- Csapó, J., Gerdesics, V., Töröcsik, M. (eds.). *Generációk a turizmusban, Nemzetközi turizmusmarketing konferencia*, Pécs, Hungary: Pécsi Tudományegyetem, pp. 531-541.
- REMOALDO, P. – MATOS, O. – GÔJA, R. – ALVES J. – DUXBURY, N. 2020. Management Practices in Creative Tourism: Narratives by Managers from International Institutions to a More Sustainable Form of Tourism. In *Geosciences*. vol. 10, article number 46.
- RICHARDS, G. 2011. Creativity and tourism: The state of the art. In *Annals of Tourism Research*. 2011. vol. 38, pp. 1225-1253.
- RICHARDS, G. – MARQUES, L. 2012. Exploring creative tourism: Editors introduction. In *Journal of Tourism Consumption and Practice*. vol. 4, no. 2, pp. 1-11.
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? In *Tourism Management*. vol. 27, pp. 1209-1223.
- TAN, S. K. – KUNG, S. F. – LUH, D. B. 2013. A model of „creative experience“ in creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. vol. 41, pp. 153-174.
- TAN, S. K. – LUH, D. B. – KUNG, S. F. 2014. A taxonomy of creative tourists in creative tourism. In *Tourism Management*. vol. 42, pp. 248-259.
- STOJANOVIC, M. – PETKOVIC, N. – MITKOVIC, P. 2012. Culture and creativity as driving forces for urban regeneration in Serbia. In *International Journal of Social, Human Science and Engineering*. vol. 6, no. 7, pp. 18-23.
- HUANG, Y. C. – CHENG, J. S. – CHANG, L. L. 2020. Understanding Leisure Trip Experience and Subjective Well-Being: an Illustration of Creative Travel Experience. In *Applied Research in Quality of Life*. vol. 15, pp 1161-1182.

CREATIVE ARTISTS IN TOURISM

Summary

Creative tourism is growing significantly in the world. Despite the fact, that creativity and creative industries in Slovakia have become a part of several concepts and strategies, Slovakia lags far behind the world in this industry. The aim of the article was to analyse the involvement of creative artists and craftsmen in creative tourism. The research involved 169 creative artists and craftsmen who were addressed at various organized events in Slovakia or via an online questionnaire. We have found that their number has been growing in recent years and that more than a half of creative artists and craftsmen are aware that they are a part of the creative industry. In terms of legal form, most respondents run their business as natural person - self-employed person and as natural person - liberal

professions. Most respondents produce for the final consumer, only 7% for other companies. We found that 32.5% of creative artists and craftsmen perform these activities in addition to their main job. Their customers come mainly from Slovakia, only to a minimal extent from other European countries and the rest of the world. This may be related to the fact that most respondents sell their products within the Slovak Republic only. Our respondents promote their products mainly through organized events and the social network Facebook. Recently, they have even registered an increased interest in their products.

Mgr. Jarmila Hudáková, PhD., MBA

Ing. Marcela Korenková, PhD.

Ústav ekonomiky a manažmentu FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

E-mail: jhudakova@ukf.sk, mkorenkova@ukf.sk

INTERPRETACE PŘÍRODNÍHO DĚDICTVÍ: PREFERENCE NÁVŠTĚVNÍKŮ PŘÍRODNÍCH PAMÁTEK

Liběna Jarolímková

Abstract

The article presents the results of the first phase of research related to the Erasmus + project "Methodology of Interpretation of European Nature Heritage in Tourism". This phase of research was carried out in 2020 and was focused on identifying the most frequently offered methods of interpretation of nature monuments in the Czech Republic, identifying trends in the interpretation and visitors' experiences and preferences in relation to interpretation methods. Preferences of methods of interpretation were examined in two segments - seniors and young adults. Seniors prefer nature trails, films and printed materials, young people prefer visitor centres, films and workshops. In both segments, there is a relatively small preference for methods based on ICT technologies. The interpretation of nature heritage is prepared for most nature monuments in the Czech Republic, but it is not fully appreciated and used by visitors; they usually pay only partial attention to it. The reason is not the insufficient quality of the interpretation, but visitors do not feel a strong enough need to use the interpretation.

Keywords: interpretation, nature heritage, visitor preferences, interpretation panels, nature trails, visitor centers

Úvod

Zájem o výlety do přírody je dlouhodobě vysoký. V průběhu roku 2020 se počet návštěvníků mnoha přírodních lokalit v České republice výrazně navýšil a částečně se změnila struktura návštěvníků – do přírodních lokalit zaměřili častěji i tzv. kulturní turisté, tj. ti, kteří v minulých letech navštěvovali místa vázaná na kulturní dědictví. Projevil se tak důsledek opatření proti šíření covid-19: omezení nabídky kulturních zařízení a zároveň preference mnoha cestovatelů pohybovat se v přírodním prostředí, ve kterém je nižší riziko nákazy. Overtourismus, který v minulých letech sužoval městské destinace, se v létě roku 2020 přesunul do některých přírodních destinací. Tato situace přináší nové podněty a perspektivy pro interpretaci přírodního dědictví a podtrhuje význam kvalitní interpretace přírodního dědictví. Správně pojatá interpretace nejen seznámí návštěvníky s přírodním dědictvím a jeho hodnotami a poučí je o žádoucím chování v přírodě. Podnětí také jejich dlouhodobý zájem o přírodu a o ochranu přírodního dědictví.

Článek shrnuje výsledky výchozí studie k projektu Metodologie interpretace evropského přírodního dědictví v cestovním ruchu zahájenému na podzim roku 2020. Cílem článku je identifikace nejčastěji nabízených metod interpretace využívaných v přírodních lokalitách, identifikace trendů v interpretaci přírodního dědictví a představení výsledků šetření zjišťujícího zkušenosti a preference návštěvníků ve vztahu k metodám interpretace.

Teoreticko-metodická východiska

Interpretace kulturního a přírodního dědictví je častým tématem odborných prací. Již před sto lety, v roce 1920, byla v USA vydaná kniha *Adventures of a Nature Guide* (Mills, 2006). Ze základů teorie interpretace zpracované Tildenem (1957) pro národní parky USA vycházejí odborné statě i po více než 60 letech. Velká pozornost byla tématu interpretace věnována v 90. letech 20. století, s častějším zaměřením na interpretaci regionálního dědictví a kulturních památek, nejčastěji citovaným autorem z tohoto období je Ham (1992). Masters a Carter (1999) se v tomto období začali zabývat metodikou hodnocení kvality interpretace. Další známé rozpracování teorie interpretace je v dílech Becka a Cableho (2011), Derde a Thorstena (2016), Tilkina (2016), Thorstena (2015, 2017), (IE, 2016). Po roce 2000 se interpretací zabývají stovky odborných statí, témata výzkumu jsou u většiny úzce vymezena a mají vazbu na konkrétní území, mnoho výzkumů se realizovalo v Asii (Yuning et al., 2013), oblíbenou oblastí výzkumu byl Velký bariérový útes (Coghlan, Kim, 2012). V poslední dekádě vznikla řada odborných článků k tématu interpretace geologických památek. Častým aktuálním tématem je také využívání moderních technologií v interpretaci (Davies, 2014), (Gandhi, 2020). V České republice se odborné příspěvky zaměřují zvláště na interpretaci místního dědictví na regionální úrovni (Ptáček, 2004, 2012), (Medek, 2016). Nejrozšířenější metodou interpretace v ČR jsou naučné stezky, častým tématem je grafické a obsahové zpracování panelů naučných stezek (Růžička, 2019). Novým tématem je interpretace přírodního dědictví v geoparcích. Většina prací je zaměřena na tvorbu a hodnocení obsahu interpretace, strukturu a design informací. Výjimečně se někteří autoři věnují výzkumu uspokojení potřeb návštěvníků (Douglas, 2018), (Seccombe, Lehnés, 2015). Téma výzkumu úspěšnosti interpretace je zpracováno zřídka. Ekonomická stránka interpretace (např. hodnocení její efektivity) je řešena výjimečně a pouze okrajově.

Cílem tohoto článku je stručné shrnutí nabídky metod interpretace v přírodních lokalitách v České republice a identifikace trendů v interpretaci přírodního dědictví. Článek prezentuje výsledky první části výzkumu zaměřeného na zkušenosti a preference návštěvníků přírodních památek v České republice v souvislosti s interpretací. Článek by zpracován na základě vyhodnocení 43

případových studií a příkladů dobré praxe v ČR shromážděných v průběhu roku 2020. Ke zjišťování zkušeností a preferencí návštěvníků bylo realizované dotazníkové šetření. Dotazník obsahoval 30 otázek. Osloveni byli zástupci 2 segmentů: seniorů (osoby nad 60 let/ 90 respondentů) a mládeže (18 – 30 let/116 respondentů). Dotazování probíhalo v období 15. července – 15. srpna 2020 náhodným oslovením účastníků kurzů univerzity 3. věku a zájmových turistických skupin. Šetření bylo analogické šetření, které bylo realizováno v roce 2018 k tématu preferencí metod interpretace kulturního dědictví (Jarolímková, Míšková, 2018), aby bylo možné provést srovnání. Výsledky dotazování byly doplněné o informace získané formou strukturovaných rozhovorů s náhodně vybranými návštěvníky přírodních lokalit (8 rozhovorů, v oblastech Padrt'ských rybníků v CHKO Brdy a v okolí naučných stezek Božidarské rašelině a Blatenský příkop v Krušných horách). Zpracování dat bylo provedené matematicko-statistickými metodami.

Metody interpretace přírodního dědictví

Pro interpretaci přírodního dědictví je možné použít různé metody osobní či neosobní interpretace. Na základě vyhodnocení nabídky metod interpretace v přírodních lokalitách České republiky bylo identifikováno 9 základních, nejčastěji využívaných metod interpretace (tab. 1), řazeno podle frekvence nabídky:

Tab. 1: Metody interpretace přírodního dědictví nabízené v České republice
Table 1: Methods of interpretation of natural heritage offered in Czechia

Metoda	Odhadovaný počet Poznámka
Naučné stezky/Interpretační panely	1 600
Expozice/Přírodovědná muzea/Přírodovědné expozice regionálních muzeí	450
Tištěné interpretační materiály	x
Mobilní aplikace/Multimediální průvodce/Virtuální průvodce	x nepřehledná nabídka
Hry (např. Geocaching, Geofun)	x
Prohlídky s průvodcem	x
Návštěvnícká centra/Domy přírody	20
Zážitkové programy/Workshopy	x 15 typů programů
Filmy	x

Pozn.: x - nelze odhadnout

Zdroj: vlastní zpracování, vlastní archiv, NIPOS (2018), Naučné stezky v ČR (2020)

Možností je i interpretace formou virtuální reality, která ale v nabídce v ČR nebyla zatím nalezena.

K diskusi se nabízí zařazení dokumentárních přírodovědných filmů jako samostatné metody interpretace. Filmy jsou v rámci komplexního projektu interpretace někdy využívané jako součást expozice v muzeích a návštěvnických centrech a patří mezi velmi oblíbené prvky. Dokumentární filmy, které jsou vysílány v televizi, byly v dotazníkovém šetření často respondenty spontánně zmiňované. V tomto případě se ale nejedná o řízenou interpretaci přírodní lokality (film je vysíláný jednorázově, jeho systematické využití k interpretaci je problematické).

Každá z metod má určité výhody i nevýhody a je více či méně vhodná pro určitý druh památek a vyhovuje některému typu návštěvníků. Volba metody interpretace je ovlivněna mnoha faktory. V ideálním případě je v jedné lokalitě nabízeno souběžně několik různých způsobů interpretace, aby interpretace vyhovovala co nejširšímu spektru návštěvníků.

Trendy v interpretaci přírodního dědictví

Vývoj společnosti a změny na trhu cestovního ruchu ovlivňují i přístupy k interpretaci přírodního dědictví. Projevuje se zvláště vliv rozvoje informačních a komunikačních technologií. V interpretaci se významně odráží také rozvoj volnočasových aktivit a zážitkové ekonomiky. Na trhu cestovního ruchu se prohlubuje diverzifikace a mění se spotřebitelské chování a preference návštěvníků (Jarolímková, Vaníček, 2019). Výsledkem rozboru shromážděných případových studií a příkladů dobré praxe je identifikace trendů v interpretaci přírodního dědictví (tab. 2).

Tab. 2: Trendy v interpretaci přírodního dědictví
Table 2: Trends in the interpretation of natural heritage

Obsah	
Kontext	Obsah interpretace se odklání od faktografického přírodovědeckého výkladu ke kontextovému sdělení – zdůrazňují se širší vazby geografické, sociokulturní a historické.
Nová témata	Obsah interpretace se zaměřuje na úzká specifická témata (módními tématy jsou např. městská příroda, geologie – např. geostezka centrem Brna).
Styl sdělení	
Vizualizace	Odklon od textového obsahu k vizualizaci sdělení
Kreativita	Originální design a ztvárnění interpretace

Zážitok	Emocionálni, zážitkové programy alebo workshopy (napr. pozorování zvířat v přirozeném prostředí, den s ošetřovatelem v ZOO, noční prohlídka ZOO, botanické zahrady)
Metody	
Osobní interpretace	Zvyšování nabídky osobních metod interpretace (prohlídky s průvodcem, animované edukační programy)
Gamifikace	Využívání her pro hlubší zaujetí návštěvníků tématem
Média	
ICT	Využívání moderních technologií pro zkvalitnění interpretace – interpretace prostřednictvím mobilních přístrojů, doplňující detailní informace, multimediální prostředí. Virtuální naučné stezky na základě QR kódu a BeeTagg kódu v terénu.
Virtuální/Rozšířená realita	Interpretace ex-situ, možnost zhlédnutí detailů, nepřístupných míst.
Ekonomika	
Placené služby	Zpoplatnění programů interpretace.

Zdroj: vlastní zpracování

Preference způsobů interpretace návštěvníky

Preference způsobů interpretace byly zjišťovány dotazníkovým šetřením. V první řadě byla zjišťována zkušenost návštěvníků s jednotlivými metodami (tab. 3) a následně respondenti hodnotili, které metody interpretace upřednostňují (tab. 4) a jaké faktory je přitom ovlivňují. Neprojevila se korelace mezi zkušeností a preferencemi.

S různými metodami interpretace se setkali všichni respondenti. Všichni uvedli zkušenost se dvěma metodami – informačními panely na naučných stezkách a přírodovědnými muzejními expozicemi. Celkově více zkušeností má segment seniorů, což je dáno logicky větším počtem uskutečněných cest. Zkušenost s interpretací v návštěvnických centrech mají respondenti většinou ze zahraničí (Německa, Rakouska, Skandinávie). Podle očekávání se liší zkušenosti s metodami využívajícími mobilní zařízení, kde výrazně větší zkušenost má mládež.

Tab. 3: Zkušenosti s metodami interpretace (% respondentů, kteří mají osobní zkušenost s danou metodou)

Table 3: Experience with methods of interpretation (% of respondents who have personal experience with the method)

Metoda	Mládež /116 (% respondentů)	Senioři / 90 (% respondentů)
Naučné stezky/Interpretační panely	100	100
Expozice/Přírodovědná muzea/ Přírodovědné expozice regionálních muzeí.	100	100
Tištěné interpretační materiály	53	83
Mobilní aplikace/Multimediální průvodce/Virtuální průvodce	62	14
Hry	68	10
Prohlídky s průvodcem	10	19
Návštěvnická centra/Domy přírody	21	46
Zážitkové programy/Workshopy	15	20
Filmy	50	68

Zdroj: vlastní zpracování

Faktory ovlivňující volbu metody interpretace návštěvníky:

Přestože respondenti přiznali relativně malou znalost přírody (v přírodě nepoznají mnoho druhů rostlin, nepoznají druhy ptáků, neznají procesy probíhající v přírodě apod.), je nabízená interpretace málo využívaná. Většina respondentů v obou segmentech uvedla, že hlavním důvodem je skutečnost, že jejich pobyt v přírodě je motivovaný relaxací nebo sportovními aktivitami. Interpretaci věnují pozornost jen částečně. I pokud je prezentace zaujme, přijímají informace obvykle částečně, výběrově. Pouze výjimečně je seznámení s přírodním dědictvím za využití některé z metod interpretace hlavním cílem cesty (nejčastěji zážitkové programy).

Faktory, které ovlivňují využití interpretace, jsou (řazeno podle váhy při rozhodování):

- Motiv návštěvy lokality (poznání x relaxace x sportovní aktivity).
- Osobní zájmy (specifický zájem o přírodní památky).
- Počasí (vliv ve vazbě na to, zda je interpretace nabízená pod širým nebem nebo v krytém objektu).
- Čas vyhrazený pro poznávání lokality (kolik času plánují strávit v destinaci celkově, čím delší pobyt, tím více času obvykle věnují i podrobnějšímu poznávání přírody).
- Kumulace návštěvníků (větší počet návštěvníků je odrazujícím faktorem).
- Četnost návštěvy památky (identifikované 2 modely chování

- při první návštěvě se více věnují poznávání, při dalších již nikoliv (častější odpověď – 75 %)
- poznávání se věnují více a podrobněji při opakovaných návštěvách, při první se jen zběžně zorientují v prostředí (25 %)
- Cena (pro většinu dotázaných není významným kritériem při rozhodování)

Stejný návštěvník se v různých situacích může rozhodovat rozdílně. Většina dotázaných uvedla, že v zahraničí využívá interpretaci přírodních lokalit více (důvodem je zvýšený zájem o poznání navštívené památky, návštěva atraktivnějších přírodních lokalit i atraktivnější zpracování interpretace). Mezi sledovanými segmenty nebyl významný rozdíl ve významu jednotlivých faktorů.

Lze shrnout, že i při malé znalosti přírody je potřeba získání nových informací nízká a návštěvníci obvykle aktivně interpretaci nevyhledávají. Pokud na ni při svých cestách narazí, věnují jí pouze částečnou pozornost. Tzn., že obvykle např. nepřečtou všechny informace, ale pouze některé pasáže, které je z nějakého důvodu, častěji designového než obsahového, zaujmou. Obdobně se chovají téměř u všech neosobních metod interpretace. Plnou pozornost obvykle věnují interpretaci při zážitkových programech a workshopech.

Tab. 4: Preference metod interpretace – pořadí oblíbenosti metod:

Metoda	Mládež	Senioři
Naučné stezky/Interpretační panely	4.	1.
Expozice/Přírodovědná muzea/Přírodovědné expozice regionálních muzeí.	9.	5.
Tištěné interpretační materiály	8.	3.
Mobilní aplikace/Multimediální průvodce/Virtuální průvodce	5.-6.	8.
Hry	7.	9.
Prohlídky s průvodcem	5.-6.	6.
Návštěvnická centra/Domy přírody.	1.	4.
Workshopy/Edukační programy	3.	7.
Filmy	2.	2.

Zdroj: Vlastní zpracování

V preferencích jsou mezi sledovanými věkovými segmenty rozdíly (tab. 4). Oba segmenty mají ve vysoké oblibě filmy. Senioři před nimi upřednostňují ještě naučné stezky a mají v oblibě i tištěné materiály; nejméně oblíbené jsou hry. Mládež dává přednost návštěvnickým centrům, filmům a zážitkovým programům, nejméně oblíbená jsou muzea. Překvapivě se oba segmenty shodly na relativně

nízké preferenci metod založených na ICT technológiách. Zdůvodnění bylo u obou segmentů obdobné: při pobytu v přírodě si chtějí od technologií odpočinout, nešli do přírody, aby se dívali na display mobilního telefonu.

Odpovědi mohou být zkreslené skutečností, že na mnoha místech v České republice je nabídka interpretace přírodních památek zúžená na existenci naučné stezky s informačními panely, návštěvník tedy nemá na výběr. Je pouze otázkou, zda nabízenou interpretaci využije či nikoliv, nestojí před rozhodnutím, kterou z nabízených metod interpretace upřednostní.

Omezení výzkumu

Prezentované výsledky vycházejí z relativně malého vzorku respondentů, (zhruba polovina původně plánovaného počtu respondentů). Odpovědi však byly velmi homogenní, s malým rozptylem odpovědí, proto lze výsledky považovat za reprezentativní. Přesto bude šetření ještě v průběhu podzimu 2020 doplněné, aby bylo dosaženo srovnatelné databáze odpovědí jako ve výzkumu zaměřeném na interpretaci kulturního dědictví. Dále bude výzkum pokračovat šetřením dalšího segmentu - rodin s dětmi.

Závěr

Článek prezentuje výsledky první fáze výzkumu vázaného na projekt programu Erasmus+ „Metodologie interpretace evropského přírodního dědictví v cestovním ruchu“. Tato fáze výzkumu byla realizovaná v roce 2020 a byla zaměřená na identifikaci nejčastěji nabízených metod interpretace přírodních památek v České republice, identifikaci trendů v interpretaci přírodního dědictví a zjištění zkušeností a preferencí návštěvníků ve vztahu k metodám interpretace. Základními metodami interpretace přírodního dědictví v České republice jsou naučné stezky a interpretační panely, přírodovědné expozice, tištěné interpretační materiály, mobilní aplikace a virtuální průvodce, hry, prohlídky s průvodcem, návštěvníká centra, zážitkové programy a workshopy a filmy. Trendy v interpretaci jsou změny v obsahu (kontext, nová témata – městská příroda, geologie) stylu sdělení (vizualizace, kreativita, zážitek), metodách (zvyšování nabídky osobní interpretace, gamifikace) a používaných médiích (ICT, VR, AVR). Dochází také častěji ke zpoplatňování interpretace.

Preference způsobů interpretace byly zjišťovány u dvou segmentů – seniorů a mládeže. Nejvíce zkušeností mají oba segmenty s interpretací prostřednictvím naučných stezek a muzejních expozic. Preference jsou částečně rozdílné, oba segmenty mají ve vysoké oblibě filmy, senioři před nimi upřednostňují ještě naučné stezky a mají v oblibě i tištěné materiály; nejméně oblíbené jsou hry.

Mládež dáva prednosť návštevnickým centrom, filmom a zážitkovým programom, najmenej obľúbená sú múzeá. U oboch segmentov je relatívne malá preferencia metód založených na ICT technológiách. Zdôvodnenie bolo u oboch segmentov obdobné: pri pobytku v prírode si chcú od technológií odpočinúť, nešli do prírody, aby sa dívali na display mobilného telefónu.

V interpretácii prírodného dedičstva je patrný paradox: Počiatok rozvoja teórie interpretácie, ktorý spadá do 50. let 20. st., je spojený s interpretáciou prírodného dedičstva, a to národných parkov v USA (Tilden, 1957). V súčasnej dobe je v Českej republike interpretácia bežne poskytovaná v mnohých formách a návštevníci vyhľadávajú v objektoch a miestach spojených s kultúrnym dedičstvom. Situácia u prírodných pamiatok je odlišná. Interpretácia prírodného dedičstva je pripravená u väčšiny prírodných pamiatok v Českej republike, bohužiaľ je na mnohých miestach ponuka interpretácie zúžená iba na existujúce naučné stezky s informačnými panelmi. Návštevník teda nemá na výber. Pretože respondenti prižnali relatívne malú znalosť prírody, nie je väčšinou ponúkaná interpretácia návštevníkovi plne využívaná. Venujú jej obvykle iba čiastočnú pozornosť. Obdobne sa správajú aj u všetkých neosobných metód interpretácie. Dôvodom nie je nedostatok kvality interpretácie, ale návštevníci necítia dostatočne silnú potrebu interpretácie využívať. Plnú pozornosť obvykle venujú interpretácii pri zážitkových programoch a workshopoch.

PodĎakování

Príspevek bol spracovaný v rámci medzinárodného projektu "Methodology of Interpretation of European Nature Heritage in Tourism" (MIENAT) podporeného z programu EU Erasmus+.

Literatura

- BECK, L. – CABLE, T. 2011. *The Gifts of Interpretation. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. 3. ed. Urbana: Sagamore Publishing, 2011. ISBN 9781571676368.
- COGHLAN, A. – KIM, A. 2012. Interpretive layering in nature-based tourism: a simple approach for complex attractions. In *Journal of Ecotourism*. ISSN 1747-7638, 2012, vol. 11, pp. 173-187.
- DAVIES, J. 2014. *On-site Digital Heritage Interpretation. Current uses and future possibilities at World Heritage Sites*. [online]. Durham: Durham University. 2014 [2020-09-11]. Dostupné na internetu: https://www.academia.edu/15642304/Onsite_Digital_Heritage_Interpretation_at_World_Heritage_Sites_Current_uses_and_future_possibilities

- DERDE, W. – THORSTEN, L. 2016. Heritage interpretation. In Tilkin, G. (ed.). *Professional Development in Heritage Interpretation*. 1st ed. Bilzen: Landcommanderij Alden Biesen, 2016. ISBN 9789081794145.
- DOUGLAS, D. – ELLIS, G. – LACANIETA, A. 2018. Increasing Visitor Engagement During Interpretive Walking Tours. In *Journal of Interpretation Research*. ISSN 1092-5872, 2018, vol. 23, no 2, pp. 31-48.
- GANDHI, J. 2020. *Chybí vám exotická příroda? Cestujte pomocí virtuální reality*. [online]. 2020. [2020-09-11]. Dostupné na internetu: <https://forbes.cz/chybi-vam-exoticka-priroda-cestujte-pomoci-virtualni-reality/>
- HAM, S. H. 1992. *Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets*. Golden: North American Press, 1992. ISBN 978-1555919023.
- IE – INTERPRET EUROPE. 2016. *Engaging your visitors: Guidelines for achieving excellence in heritage interpretation*. [online]. Interpret Europe. [2020-08-05]. Dostupné na internetu: http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/interpret_europe_engaging_your_visitors.pdf
- JAROLÍMKOVÁ, L. – VANÍČEK, J. 2019. *Kulturní cestovní ruch České republiky*. Oeconomica VŠE, 2019. ISBN 978-80-245-2345-3.
- JAROLÍMKOVÁ, L. – MÍŠKOVÁ, Z. 2018. Methodology of interpretation of European Cultural Heritage. In *2nd International Conference ITEMA - Conference Proceedings*, Graz, 2018. ISBN 978-86-80194-13-4.
- MASTERS, D. – CARTER, J. 1999. *A practical guide on how to survey and assess heritage interpretation*. Highland Interpretive Strategy Project.
- MEDEK, M. – ČINĚRA, J. – GREGOROVÁ, J. – POŘIZOVÁ, K. – LISKOVÁ, M. 2016. *Naučné stezky: zpracování a hodnocení nepřímých interpretačních programů*. 1. vyd. Brno: MU, 2016. 156 s. ISBN 978-80-210-8334-9.
- MILLS, E. A. 2006. *The Adventures of a Nature Guide*. Kessinger Publishing, 2006. ISBN 9781428625433.
- NAUČNÉ STEZKY V ČR. 2020. *Databáze naučných stezek*. [online]. [2020-07-28] Dostupné na internetu: <http://www.stezky.unas.cz/index2ns.htm>
- NIPOS. 2018. *Muzea, galerie a památníky 2018*. Výběr ze statistických údajů. Národní informační a poradenské středisko pro kulturu.
- PTÁČEK, L. 2004. *Interpretace místního dědictví, Příručka pro plánování a tvorbu prezentací místních zajímavostí*. Brno: Nadace Partnerství, 2004.
- PTÁČEK, L. – RŮŽIČKA, T. – MEDEK, M. – HUŠKOVÁ, B. – BANAS, M. 2012. *Jak předkládat svět*. Brno: Partnerství, o.p.s., 2012.
- RŮŽIČKA, T. 2019. *Naučme se prezentovat přírodu*. Ochrana přírody. Vol.2/2019 s. 13-15. [online]. [2020-09-28]. Dostupné na internetu: <http://www.casopis.forumochranyprirody.cz/uploaded/magazine/pdf/19-naucme-se-prezentovat-prirodu.pdf>

- SECCOMBE, P. – LEHNES, P. 2015. *Heritage Interpretation for Senior Audiences*. Waldkirch: Interpret Europe. [online]. [2020-07-28]. Dostupné na internetu: http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/projects/HISA/HISA_handbook.pdf
- THORSTEN, L. 2015. *The interpretative guide. Sharing Heritage with People*. 2nd ed. Werleshausen: Bildungswerk interpretation, 2015. ISBN 978-3-9815219-9-3.
- THORSTEN, L. 2017. Developments around the interpretive triangle. In *Interpret Europe's Spring Event 2017*. Proceedings: 19-21 May in Prague. [online]. Witzenhausen: Interpret Europe, pp. 101-112 [2020-09-15]. Dostupné na internetu: http://www.interpret-europe.net/fileadmin/news-tmp/ie-events/2017/Prague/ieprague17_proceedings.pdf
- TILDEN, F. 1977. *Interpreting Our Heritage*. 3rd ed. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1977. ISBN 0-8078-4016-5.
- TILKIN, G. 2016. *Professional Development in Heritage Interpretation*. 1st ed. Bilzen: Landcommanderij Alden Biesen, 2016. ISBN 9789081794145.
- YUNING, Y. et al. 2013. Construction of geoparks' interpretation system based on geoheritage protection. In *International Conference on Earth Science and Environmental Protection (ICESEP2013)*, vol. 189. DOI: 10.2495/ICESEP131131

INTERPRETATION OF NATURE HERITAGE: VISITOR'S PREFERENCES TO NATURE MONUMENTS

Summary

The article presents the results of the first phase of research related to the Erasmus + project "Methodology of Interpretation of European Nature Heritage in Tourism". This phase of research was carried out in 2020 and was focused on identifying the most frequently offered methods of interpretation of nature monuments in the Czech Republic, identifying trends in the interpretation of nature heritage and identifying visitors' experiences and preferences in relation to interpretation methods. The basic methods of interpretation of nature heritage in the Czech Republic are educational trails and interpretation panels, exhibitions and museums, printed interpretation materials, mobile applications and virtual guides, games, guided tours, visitor centres, workshops and films. Trends in interpretation are changes in content (context, new topics - urban nature, geology), communication style (visualization, creativity, experience), methods (increasing the offer of personal interpretation, gamification) and used media (ICT, VR, AVR). It also occurs more often to charge for interpretation.

Preferences of methods of interpretation were examined in two segments - seniors and young adults. Both segments have the most experience with interpretation through educational trails and museum exhibitions. The preferences are partly different; both segments are highly familiar with films. Seniors still prefer educational trails to them, and printed materials are also popular; the least popular are games. Young people prefer visitor centres, films and adventure programs, the least popular are museums. In both segments, there is a relatively small preference for methods based on ICT technologies. The reasoning was similar for both segments: while staying in nature, they want to take a break from technology; they did not go to nature to look at the display of a mobile phone.

Interpretation of nature heritage is prepared for most nature monuments in the Czech Republic, although in many places the offer of interpretation of nature monuments is narrowed to the existence of an educational trail with information panels. The visitor therefore has no choice. The interpretation offered is usually not fully appreciated and used by visitors. Although the respondents admitted relatively little knowledge of nature (they do not know many species of plants, birds, they do not know the processes taking place in nature, etc.), they usually pay only partial attention to the interpretation offered. They behave similarly in almost all impersonal methods of interpretation. The reason is not the insufficient quality of the interpretation, but visitors do not feel a strong enough need to use the interpretation. They usually pay full attention to the interpretation of experiential programs and workshops.

Ing. Liběna Jarolímková, Ph.D.

Katedra cestovního ruchu

Fakulta mezinárodních vztahů

Vysoká škola ekonomická v Praze

Nám. W. Churchilla 4, Praha 3, Česká republika

E-mail: jaro@vse.cz

AKTÉŘI, STRATEGIE A FAKTORY ÚSPĚŠNOSTI REVITALIZACE CENTER MALÝCH MĚST V ČESKÉ REPUBLICE

Jiří Ježek, Renáta Ježková

Abstract

The paper deals with the experience of Czech small towns with the revitalization of their urban centers. The aim was to identify the most important actors, strategies and success factors for the revitalization of small town centers. The main source of information was a representative questionnaire survey of small towns, belonging to the size category of 3 to 20 thousand inhabitants. The questionnaire was completely filled in by 89 respondents; the return was 26.3%. Municipalities consider themselves to be the main actor (initiator and leader) of revitalization. Most towns evaluate the results of the revitalization of urban centers positively and perceive them as essential for the overall development of the town. More than half of the cities expressed dissatisfaction with a state support. Above all, they lack comprehensive support programs that make it possible to finance not only the revitalization of physical structures, but also measures to increase the attractiveness and attract new residents and visitors.

Keywords: urban centres, revitalization, Czech small cities, empirical research

Úvod

Atraktivní a funkční městské centrum bylo vždy považováno za výkladní skříň a za klíčový prvek „evropského města“. Počátky diskusí o revitalizaci městských center sahají přibližně do 60. let minulého století, kdy se objevují odborné práce, analyzují úpadek a ztrátu atraktivity především západoevropských a amerických měst. Talon (2013) v této souvislosti hovoří o třech základních příčinách. Jako první zmiňuje koncentraci maloobchodu v okrajových částech měst, dále rezidenční suburbanizaci a s ní související demografickou změnu městských center (pokles počtu obyvatel a stárnutí populace). Výrazný pokles počtu obyvatelstva způsobil, že politici přestali mít o městská centra s klesající voličskou základnou zájem. Zmíněné trendy vedly k zhoršováním dopravní dostupnosti městských center, k vytváření jejich negativní image a v neposlední řadě k zastarávání technické infrastruktury (Robertson, 1999).

V České republice se úpadek městských center začal projevovat v 70. a 80. letech minulého století, kdy se v důsledku zanedbávání investic do bytového fondu (politickou prioritou byla výstavba panelových sídlišť na okrajích měst) začala

proměňovat také jejich sociální struktura. Městská centra začala stárnout a docházelo ke koncentraci sociálně marginalizovaných skupin obyvatel (Musil, 2001; Ježek, 2019).

Ekonomická a sociální transformace na počátku 90. let vedla k radikální změně městských center. Restituce, privatizace a vůbec zavádění tržního mechanismu mělo dalekosáhlé dopady na prostorovou organizaci jak fyzických, tak funkčních a sociálních struktur. Pokračoval pokles počtu bydlícího obyvatelstva, snížil se počet bytů ve prospěch nebytových prostorů, došlo ke značné komercializaci městských center (terciarizace) a ke změně maloobchodní struktury. Od 90. let 20. století jsme také svědky zvýšené soukromé a veřejné investiční činnosti v městských centrech. Nejdříve se jednalo většinou o obnovu zchátralého domovního a bytového fondu a modernizaci technické a dopravní infrastruktury. Později se těžiště přesunulo do oblasti zvyšování kvality veřejných prostranství a hledání revitalizačních opatření, jejichž cílem je přilákat do městských center více návštěvníků.

Teoreticko-metodická východiska

Podle teorie cyklického vývoje měst je otázka revitalizace městských center nekončícím procesem (Lichtenberger, 2002). Stále se objevují nové problémy a výzvy, na které musí města reagovat. Přístupy k revitalizaci městských center jsou přitom značně diferencované. Vyjdeme-li z článků, které byly publikovány v posledních dvaceti letech, tak převažuje výzkum dílčích témat, problémů, často formou případových studií.

V rámci analýzy zahraničních zkušeností jsme identifikovali následující směry, oblasti nebo podoby revitalizace městských center. Kromě fyzické revitalizace městských center (sanace resp. modernizace budov, řešení technické a dopravní infrastruktury) se velká pozornost věnuje kvalitě veřejných prostranství a pobytu lidí v městských centrech (náměstí, ulice, parky apod.), ochraně historického a kulturního dědictví, zapojování občanů a občanských iniciativ do rozhodování o budoucnosti městských center, posilování jejich identity, zvyšování atraktivity pro bydlení (podpora bydlení pro mladé lidi a seniory), zkvalitňování občanské vybavenosti (maloobchod, školy a školky, sociální služby apod.), řešení problémů dopravní dostupnosti, parkovacích možností, hledání nových využití průmyslových brownfieldů a jejich přeměna v administrativní, obchodní nebo kulturní centra, anebo podpoře maloobchodu a služeb (zvyšování atraktivity městských center pro spotřebitele, podpora prodeje pořádáním kulturních akcí a intenzivnější marketingovou komunikací). Hledají se také možnosti využití kreativity a chytrých (smart) technologií v městských centrech, stejně tak se řeší otázky dopadu klimatických změn na městská centra (Knox, Mayer, 2009; Tallon, 2013; Slach, Ježek, 2015; Ježek, 2019 aj.).

Postupně se vytvořily obecné modely nebo metody, jak řešit problémy městských center. Zahraniční zkušenosti ukazují, že za úspěšnými revitalizačními strategiemi většinou stojí spolupráce klíčových aktérů: jak městských samospráv a jejich organizací, tak i majitelů nemovitostí, nájemníků, podnikatelů, developerů, zástupců různých neziskových organizací a občanských aktivit. Již v 80. a 90. letech minulého století vznikly kooperativní modely jako je „*town centre management*“ (Velká Británie, Švédsko) nebo „*city management*“ (Německo, Rakousko) vycházející z transferu poznatků z marketingového řízení obchodních center (konkurentů městských center) na řízení a rozvoj městských center. Princip kooperace je přitom klíčový, neboť struktura vlastníků nemovitostí a poskytovatelů služeb je v městských centrech značně fragmentovaná, přičemž existují konfliktní potřeby a zájmy ohledně využívání městských center a jejich veřejných prostranství. (Otsuka, Reeve, 2007; Ježek, 2010; Warnaby, Alexander, Nedway, 1998).

Cíl a metodika

Cílem tohoto příspěvku bylo především zjistit nejvýznamnější aktéry, strategie a faktory úspěšnosti revitalizace center malých měst v České republice.

Hlavním informačním zdrojem nám bylo reprezentativní dotazníkové šetření, v rámci něhož bylo osloveno 338 sídel velikostní kategorie 3 až 20 tisíc obyvatel (stav k 1. lednu 2019). Dotazníkové šetření probíhalo elektronickou formou v listopadu 2019. Žádosti o vyplnění příslušného dotazníku směřovaly vždy ke třem nebo čtyřem vybraným osobám v každém městě. Osloveni byli starostové (primátoři), místostarostové, tajemníci a vedoucí odborů/ referátů rozvoje města nebo územního plánování. Dotazník kompletně vyplnilo 89 zástupců malých měst, takže návratnost činila 26,3 %. V následující tabulce 1 uvádíme strukturu dotázaných měst podle velikostních kategorií, a úspěšnosti dotazování.

Tab. 1: Struktura respondentů (dotázaných měst) podle velikostních kategorií (Český statistický úřad, 2019)

Tab. 1: Structure of respondents (interviewed towns) by size categories (Czech Statistical Office, 2019)

Velikostní kategorie	Počet měst	Počet úspěšně dotázaných	Počet úspěšně dotázaných v %
3 000 až 4 999 obyvatel	125	30	24,0 %
5 000 až 9 999 obyvatel	144	37	25,7 %
10 000 až 20 000 obyvatel	69	22	31,9 %

Aktéři revitalizace center malých měst v České republice

Dotazníkové šetření ukázalo, že téměř 60 % měst v České republice (58,8 %) prošla v polistopadovém období procesem významnější revitalizací městského centra.

Jako nejdůležitější aktéry revitalizačních procesů vnímají představitelé městských samospráv sami sebe (97,3 %), dále pak vlastníky nemovitostí (81,6 %), soukromé podnikatele (68,4 %), občany (61,4 %), investory (50,9 %) a developery (21,9 %). Nejmenší role je přisuzována neziskovým organizacím (10,9 %). Kromě toho 80,2% malých měst považuje za důležitého aktéra také stát, resp. národní a evropské dotační a podpůrné programy, bez nichž by bylo financování revitalizačních opatření nepředstavitelné.

Iniciátory revitalizačních procesů v podmínkách malých měst v České republice jsou výhradně samosprávy. Neznáme jediný příklad města, kde by iniciativa vzešla z podnikatelského nebo občanského sektoru, jak je běžné např. v sousedním Německu. Na otázku “jak byste byli ochotni přispět k oživení centra města Žatce“ (45 respondentů, podzim 2020), položenou místním podnikatelům, většina odpověděla, že nemá čím nebo neví jak.

Podle Fahleho a Burgové (2014) přibližně 2/3 snah o zatraktivnění městských center a zavádění city marketingu (marketingu městských center) je v Německu neseno soukromými zájmy a iniciativami. Marketingové aktivity se přitom většinou zaměřují na maloobchod, služby, kulturní akce, volnočasové aktivity, architektonický vzhled a dopravní dostupnost. S ohledem na význam center pro celkový rozvoj města (faktický i symbolický), takové aktivity posilují vitalitu a ekonomickou sílu zvláště malých a středních měst.

Více jak polovina respondentů (58,8 %) uvedla, že rozvojový potenciál městských center se nachází v soukromých rukách. Chtějí-li proto městské samosprávy něco změnit, musí více komunikovat s vlastníky nemovitostí, nájemci, podnikateli a se širokou veřejností.

Specifickou otázkou revitalizace městských center je participace občanů. V rámci dotazníkového šetření jsme zjišťovali, jaké mají malá města zkušenosti se zapojováním občanů do revitalizačních procesů. Na otevřenou otázku odpovědělo 65 měst (73,0 %). Reakce byly jak pozitivní (19,3 %), tak neutrální (38,6 %) a záporné (42,1 %). Pozitivně představitelé malých měst hodnotí zajímavé postřehy a náměty, které participace občanů přináší. Nejlepší zkušenosti mají s projednáváním konkrétních témat a s připomínkováním urbanistických studií nebo výběrem návrhů. Více než dvojnásobně byly zastoupeny názory záporné. Nejčastěji byla uváděna malá iniciativa, pasivita, slabý zájem o revitalizaci, prosazování individuálních zájmů (zájem o jejich nemovitosti a jejich okolí), neochota hledat společné zájmy a neochota podílet se na realizaci aktivit prospěšných pro městská centra jako celek.

Často se podle zástupců malých měst vyjadřují bez znalosti problematiky, trvají na svých nepodložených názorech a nemají vůli hledat společná, kompromisní řešení. Participace občanů je podle některých respondentů kontraproduktivní a neodpovídá vynaloženému úsilí.

V souvislosti s využíváním městských center a jejich revitalizací se v praxi často setkáváme s odlišnými představami nebo zájmy. K nejvíce konfliktním tématům patří doprava v městských centrech (80,7 %) a památková ochrana historického a kulturního dědictví (51,8 %). Přibližně 1/3 měst uvedla, že u nich existují odlišné představy městských samospráv, občanů a podnikatelů ohledně revitalizačních strategií. Specifická situace je v přeplněných turistických centrech, kde se často setkáváme s konflikty mezi návštěvníky, resp. podnikateli v cestovním ruchu a bydlicím obyvatelstvem.

Hodnocení revitalizačního procesu a faktory jeho úspěšnosti

Více jak 4/5 malých měst hodnotí průběh a výsledky revitalizace pozitivně. K nejdůležitějším faktorům úspěšnosti patří jasná vize, na níž se dokáží klíčoví aktéři shodnout (97,3 %), dále politická vůle a podpora revitalizačního procesu ze strany vedení města (95,8 %). Příklady dobré praxe ukazují (Český Krumlov, Cheb, Kadaň, Litoměřice, Litomyšl aj.), že revitalizace městského centra se musí stát dlouhodobou prioritou komunální politiky.

Dalším důležitým faktorem je efektivní využívání územně-plánovacích a stavebně právních nástrojů, které umožňují regulovat funkční využití městského centra (85,1 %) a také uzavírat mezi městy a investory (developery) plánovací smlouvy. Jedná se o relativně nový nástroj k zajištění spoluúčasti na financování a výstavbě veřejné infrastruktury v rámci tvorby regulačních plánů anebo územního řízení o umístění staveb. Podle § 66 StZ může obec podmínit vydání regulačního plánu uzavřením smlouvy o spoluúčasti žadatele na vybudování nové nebo na úpravách stávající veřejné infrastruktury. Výše uvedené příklady malých měst jsou také důkazem, že se lze s investory nebo developery domluvit na architektonickém ztvárnění např. obchodních center v městských centrech, aby lépe zapadala do okolních urbanistických struktur.

Významnou roli hraje také vlastnictví nemovitostí (81,6 %) prostřednictvím nichž mohou městské samosprávy ovlivňovat nebo usměrňovat rozvoj městských center (zvýhodněné nájem a strategické využívání nemovitostí). Více jak polovina respondentů zároveň uvedla, že nemovitosti v městských centrech se většinou nachází v soukromých rukách, takže kromě územního plánování a stavebního řádu postrádají efektivní nástroje, jak by mohly rozvoj městských center usměrňovat. Více jak 1/3 oslovených dokonce označila za chybu, že v minulosti svůj majetek privatizovali, a nyní jim chybí. Chtějí-li městské samosprávy něco změnit, většinou

jim nezbyvá nic jiného, než komunikovat s vlastníky nemovitostí, nájemci, podnikateli a se širokou veřejností, a hledat společná řešení.

Velká část městských samospráv (81,6 %) za důležitý faktor úspěšnosti považují veřejnou podporu, to znamená státní a evropské dotační nebo podpůrné programy. Na otázku, jak jsou spokojeni s dotačními programy (národními, evropskými) na podporu revitalizace městských center, více jak polovina respondentů (57,0 %) odpověděla negativně. Z komentářů k této otázce vyplývá, že města postrádají komplexněji zaměřené dotační programy, které např. existovaly v rámci Regionálního operačního programu v letech 2007 až 2013. Řada respondentů vyjádřila názor, že malá města jsou málo podporovaná anebo podpora je příliš roztržistěná. Představitelé měst také zmiňovali, že nastavení dotačních titulů často neodpovídá jejich potřebám, přičemž často jsou „nuceni“ realizovat aktivity, které by sami ze svých prostředků nerealizovali. Další možností, jak by mohl stát městům pomoci, je najít způsoby, jak motivovat vlastníky nemovitostí k využívání nevyužívaných pozemků a objektů, a to například vyšším zdaněním nezastavěných nebo nevyužívaných pozemků.

Přibližně polovina malých měst považuje za důležité, aby v městě existovala skupina lidí (pracovní nebo koordinační skupina), kteří se „každodenně“ zabývají otázkami revitalizace. Plánují, hledají partnery, připravují projekty apod. Pouze 10 % malých měst si ale myslí, že je nutné zakládat formální organizace, jak je časté v zahraničí, např. v Německu nebo Velké Británii (Ježek a kol., 2020). Nejvíce takové řešení doporučují představitelé malých měst, která se nacházejí v evaluační fázi.

Jako příklad dobré praxe můžeme v této souvislosti uvést Českokrumlovský rozvojový fond, s.r.o. Byl založen již v roce 1991 jako obchodní společnost ve stoprocentním vlastnictví města Český Krumlov, které na počátku do jejího majetku bezúplatně vložilo zhruba pět desítek vybraných nemovitostí - domů a pozemků v historickém centru města. Smyslem založení společnosti bylo prostřednictvím samostatného podnikatelského subjektu města realizovat tyto úkoly a cíle: (1.) Zajistit kvalitní opravu historicky cenných objektů při zachování jejich kulturně-historické hodnoty. (2.) Nalézt a zajistit jejich optimální funkční a ekonomické využití v souladu s cíli rozvoje města. (3.) Podílet se na podpoře, organizaci a koordinaci rozvoje cestovního ruchu v městském centru a v jeho okolí. (4.) Přitáhnout do města kvalitní domácí a zahraniční investory. Fond postupoval tak, že nejdříve opravil část historických objektů, komerčně je pronajal a získané finanční prostředky reinvestoval do opravy dalších objektů a podpory neziskových činností, důležitých pro zvýšení návštěvnosti městského centra (snížené pronájmy pro galerie a další kulturní a volnočasové nabídky).

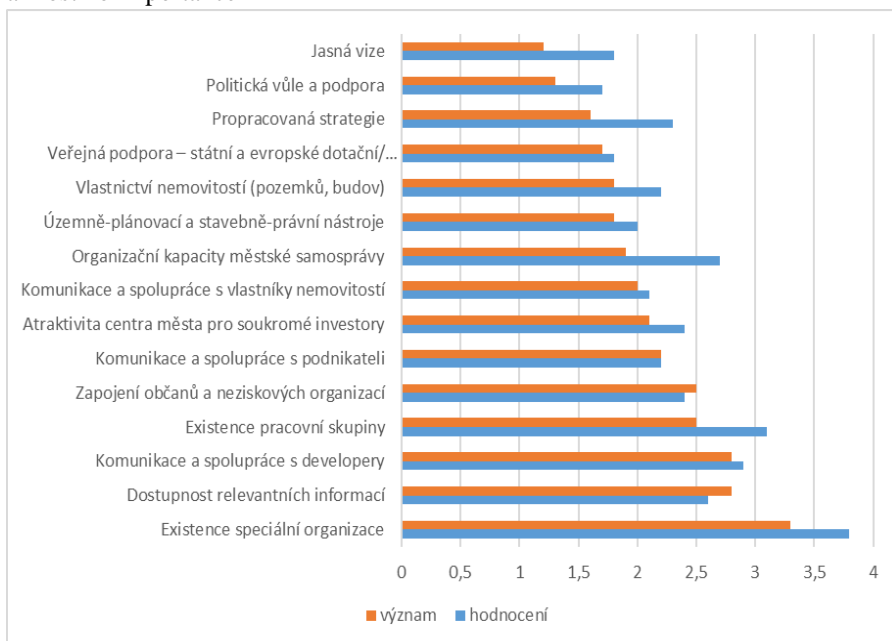
Významným faktorem úspěšnosti je také komunikace s klíčovými aktéry a uplatňování participativního přístupu. Téměř 3/4 malých měst uvedly, že je nutné

komunikovat a spolupracovat s vlastníky nemovitostí, s podnikateli, s občany a neziskovými organizace a s developery.

Podle přibližně třetiny respondentů (32,4 %) je dalším faktorem úspěšnosti dostupnost relevantních informací. Jako důležité v této souvislosti městské samosprávy považují pravidelně aktualizované databáze brownfieldů a dalších nevyužívaných nemovitostí, různé paspory nemovitostí a veřejných prostranství, dále pravidelně pořádané průzkumy spokojenosti občanů a návštěvníků s jejich návštěvou městských center, názory podnikatelů na revitalizační opatření apod. Výzkum ukázal, že např. 38,6 % malých měst má vytvořenou databázi nevyužívaných objektů a pozemků.

Graf 1: Faktory úspěšnosti procesu revitalizace městských center a jejich hodnocení. Průměrné hodnoty: 1= zásadní význam, 2= spíše velký význam, 3= spíše malý význam, 4= téměř žádný význam

Graph 1: Success factors of revitalization of urban centres process and their evaluation. Average values: 1 = crucial, 2 = rather significant, 3 = rather minor, 4 = almost no importance



Zdroj: Vlastní výzkum, 2019, N = 89

Jak ukazuje graf 1, tak respondenti měli své město zhodnotit podle vybraných kritérií úspěšnosti. Horní hodnoty představují průměrné hodnoty, jaké respondenti přisuzují daným faktorům úspěšnosti revitalizačních procesů (1= zásadní význam, 4= spíše malý význam). Spodní hodnoty znázorňují hodnocení měst podle těchto faktorů. Porovnání obou hodnot (přisuzovaný význam a hodnocení města podle těchto kritérií) ukazuje, že ačkoliv si města uvědomují, že revitalizace městského centra vyžaduje jasnou vizi, propracovanou strategii a organizační kapacity městské samosprávy, tak právě v těchto aspektech se jejich hodnocení reálné situace s uvedenými předpoklady nejvíce rozchází.

Strategie a nástroje revitalizace městských center

Výzkum revitalizace městských center v České republice ukázal, že neexistuje žádný zaručený přístup nebo model revitalizace. Také v oblasti klíčových témat nebo směrů se ukazuje, že aktivity českých měst se ubírají různými směry, odpovídajícími místním rámcovým podmínkám.

Nejvíce měst spatřuje těžiště revitalizačních opatření v oblasti zvyšování kvality veřejných prostranství s ohledem na jejich vzhled, čistotu, využití, mobiliář (84,2%). Zaměřují se na revitalizaci konkrétních ulic, náměstí, parků apod. Za tímto účelem si nechávají zpracovávat nejrůznější urbanistické studie, které předkládají občanům k posouzení. Z rozhovorů s jejich tvůrci ale vyplývá, že nezřídka chybí jasné zadání, jak si města představují jejich budoucí využití. Větší pozornost je věnována fyzickým strukturám, než sociálním a kulturním aspektům setkávání lidí, trávení volného času apod.

Druhou nejčastěji uváděnou strategií, jak zvyšovat atraktivitu center malých měst, je pořádání a podpora kulturních a společenských akcí (69,3 %). Zvláště se to týká turistických center. Potěšující je jistě rostoucí profesionalita těchto akcí.

Třetí nejčastěji zmiňovanou oblastí revitalizace městského centra je zklidňování dopravy a rozvoj pěší dostupnosti. Prosazování myšlenek udržitelné dopravy spojené s vytěšňováním dopravy z městských center je v poslední době významným trendem nejenom u nás, ale především v zahraničí. Souvisí s realizací konceptu "města krátkých vzdáleností". Jedná se dopravně-urbanistický přístup k městským centrům, který je založen na promíchání (mixu) a vzájemné dostupnosti každodenních potřeb, kterými jsou bydlení, práce, služby, vzdělávání a volnočasové aktivity. Nejde jen o jejich prostorovou blízkost, ale také o jejich propojení prostřednictvím sítě pohodlných a kvalitních bezbariérových chodníků a cyklostezek. Jako hranice vzdálenosti, kterou člověk ještě urazí pěšky a nevolí jiný způsob přepravy, se v literatuře často uvádí 500 - 800 metrů, což představuje 10-15 minut chůze. Proto se v rámci vymezení měst krátkých vzdáleností pracuje s kruhy o poloměru 500 až 800 metrů, na jejichž ploše by měly být uspokojovány

každodenní potřeby. Výhodou českých malých měst je, že jsou velmi kompaktní, což je nezbytnou podmínkou pro realizaci konceptu města krátkých vzdáleností. Kompaktnější města obecně vykazují lepší komunitní život, pokud nabízí kvalitní prostředí pro setkávání a komunikaci. Zároveň jsou více sociálně udržitelná (Knox, Mayer, 2009).

Kromě toho 41,2 % malých měst se snaží zvyšovat dopravní dostupnost městských center, a to rozšiřováním parkovacích možností anebo změnami vedení linek městské hromadné dopravy. Jako důležité se ukazuje také dopravní propojení městských center s ostatními částmi měst, s významnými dopravními uzly ve městě, jakými jsou autobusová a vlaková nádraží a v neposlední řadě s okolními obcemi.

Rámcové podmínky českých měst jsou ale ve srovnání s městy v západních zemích poněkud odlišné. Srovnáme-li situaci např. s Rakouskem, tak ve většině tamních malých měst se setkáváme s podzemními parkovišti, která se nacházejí pod centrálním náměstím nebo v jeho blízkosti. Většinou existují dostatečné parkovací kapacity, které vznikaly v 80. a 90. letech minulého století, kdy Rakousko a jeho města zaznamenávala ekonomický růst. Situace v České republice je odlišná v tom, že naše města až na výjimky (jako např. Vrchlabí) většinou takovou infrastrukturou nedisponují. Problémem jsou náklady spojené s výstavbou podzemních parkovišť anebo parkovacích domů, které města raději investují do jiných oblastí, a z důvodu nízké míry rentability není jejich výstavba často atraktivní ani pro soukromé investory.

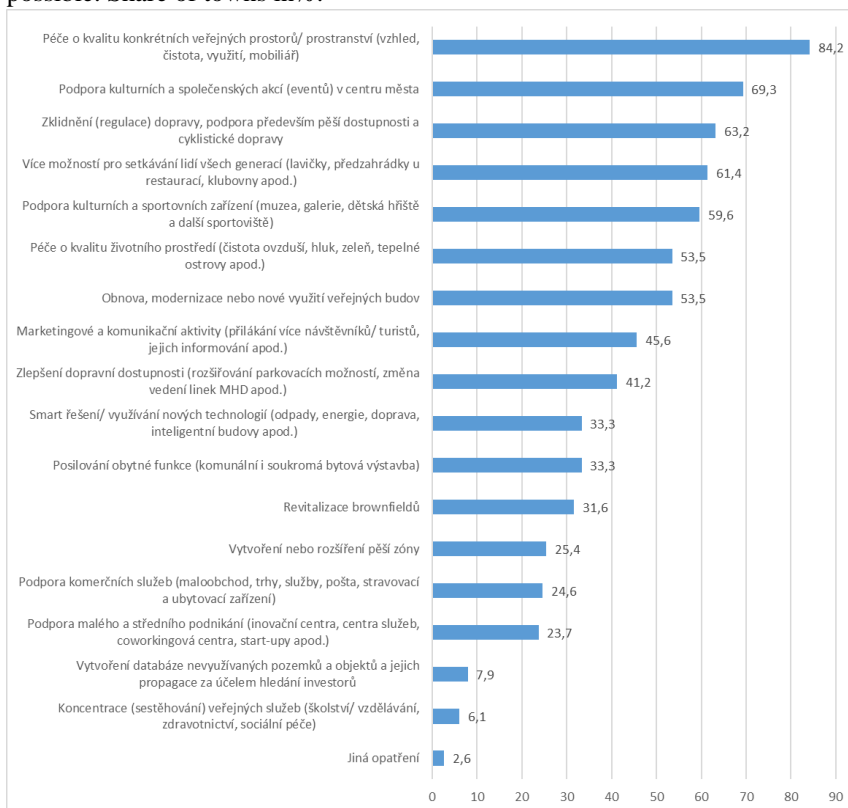
Doprava v centrech nejenom malých měst patří k oblastem, kde vzniká nejvíce názorových a zájmových konfliktů. Velmi obtížně se dosahuje ideálního řešení. Na jedné straně existují snahy o regulaci, resp. o zklidňování dopravy a její odvedení mimo městské centrum, na druhé straně rezidenti, podnikatelé a návštěvníci volají po větším množství parkovacích míst, výstavbě parkovacích domů apod.

Přibližně 1/4 malých měst chce do budoucnosti vybudovat nebo rozšířit pěší zónu (25,4 %). Smyslem pěších zón je zajistit lepší přístupnost a mobilitu pro chodce, zvýšit množství nákupů a dalších obchodních aktivit v této oblasti anebo zvýšit atraktivitu místního prostředí z hlediska estetiky, znečištění ovzduší, hluku a střetů motorových vozidel s chodci. Při vymezení pěších zón je důležité zabezpečit přístup autem pro bydlící obyvatelstvo, zásobování obchodů a také přístup na parkoviště ubytovacích zařízení. Zvláště malá města by se za každou cenu neměla snažit rozšiřovat pěší zóny, ale spíše využívat různé formy zklidňování dopravy v městských centrech. Vznik nebo rozšíření pěší zóny totiž může někdy vést ke snížení obchodní činnosti, ke snížení hodnoty nemovitostí anebo k přesunu ekonomické činnosti do jiných oblastí, např. na okraje měst.

Více jak polovina měst plánuje více investovat do kvality životního prostředí (53,5 %). Nezapustitelnou roli při revitalizaci městských center dnes hraje zeleň, která ovlivňuje nejenom lidské zdraví, ale přispívá k pocitu pohody. Přijímají se také protihluková opatření a nejnovějším trendem je hospodaření se srážkovou vodou. Stále více se také využívají přírodní materiály a prvky.

Graf 2: Odpovědi na otázku: „Jaká opatření na podporu revitalizace městského centra plánujete do budoucna? Na co se konkrétně v souvislosti s revitalizací městského centra nejvíce spoléháte? Bylo možné více odpovědí. Podíl měst v %.

Graph 2: Answers to the question: What measures do you plan to support the revitalization of the town centre in the future? What do you specifically rely on the most in connection with the revitalization of the town centre? More answers were possible. Share of towns in %.



Zdroj: Vlastní výzkum, 2019, n = 89

Potěšující je, že 45,6 % měst se chce do budoucna zaměřit také na marketingové a komunikační aktivity s cílem přilákání více návštěvníků (turistů). Nabídku tvoří především možnosti nakupování, volnočasové aktivity a gastronomie. Prostřednictvím marketingové komunikace chtějí většinou zvýšit známost/ informovanost města a jeho centra a také jeho image.

Dalším směrem je posilování center měst jako míst pro setkávání lidí všech generací (61,4 %). V městských centrech se objevuje více laviček, předzahrádek u restaurací apod. Podporuje se také vznik kluboven, kde se mohou scházet lidé všech věkových kategorií. Důležitou roli hraje také podpora kulturních a sportovních zařízení v městských centrech (59,6 %). Patří sem především podpora muzeí, galerií, dětských hřišť, sportovišť apod. Cíl je jednoznačný, zvýšit kvalitu bydlení v městských centrech a hlavně zvýšit hodnotu městského centra jako místa pro trávení volného času.

O posílení obytné funkce se snaží 1/3 měst (33,3 %). Cílem těchto opatření je podporovat polyfunkční využití městských center, v rámci něhož hraje bydlení klíčovou roli, a také zamezit vyvlastňování městských center a hledat možnosti, jak využít stávající domovní/ bytový fond.

Více jak polovina malých měst (53,5 %) plánuje obnovu, modernizaci nebo nové využití veřejných budov, přibližně 1/3 měst hledá možnosti, jak revitalizovat většinou průmyslové brownfieldy, nacházejících se v městských centrech. Výzkum ukázal, že cca 10 % malých měst se do budoucna obává, že poroste počet nevyužívaných bytů i podnikatelských (nebytových) prostorů. 8 % měst uvedlo, že chce vytvořit databázi nevyužívaných pozemků a objektů a hledat možnosti jejich využití prostřednictvím jejich marketingu.

Přibližně čtvrtina malých měst (24,6 %) chce do budoucna podpořit podnikání v městských centrech, zvláště v oblasti maloobchodu, služeb a gastronomie. Významnější pozornost chtějí věnovat také místním/ regionálním trhům. 23,7 % malých měst chce v městských centrech také podporovat rozvoj malého a středního podnikání. Chtějí vytvářet centra sdílených služeb, coworkingová centra, podporovat start-upy apod.

Jednou z možností, jak přilákat do městských center více návštěvníků, se ukazuje koncentrace nebo sestěhování veřejných služeb (6,1 % malých měst). Konkrétně se jedná o školská, vzdělávací, zdravotnická, sociální nebo kulturní zařízení. Za tímto účelem lze využít také brownfieldy anebo jiné nedostatečně nevyužívané objekty.

Závěr

S dosavadním průběhem a výsledkem revitalizace městského centra je spokojeno 82,5 % měst. Jak ukazují výsledky dotazníkového šetření, tak k

nejvýznamnějším faktorům úspěšnosti revitalizačních opatření v centrech malých měst, patří jasná vize o směřování revitalizačního procesu, na niž se dokáží klíčoví aktéři shodnout, stejně tak jako politická vůle a politická podpora revitalizačního procesu. Revitalizace městského centra se musí stát prioritou komunální politiky (Ježek, 2013).

Srovnáme-li odpovědi měst nacházejících se na počátku revitalizačního procesu, resp. v plánovací a realizační fázi s odpověďmi měst, která se nacházejí v evaluační fázi a mají tudíž vlastní zkušenosti, tak můžeme konstatovat, že ve většině hodnocení nevykazují příliš velké rozdíly. Města nacházející se v evaluační fázi si více uvědomují konfliktnost funkčního využití městských center, zvláště v oblasti dopravy a životního prostředí. V souvislosti s hodnocením faktorů úspěšnosti revitalizačního procesu pak větší váhu přisuzují nezbytnosti organizačních kapacit, dostupnosti relevantních informací a v neposlední řadě potřebě marketingových a komunikačních aktivit a pořádání kulturních a společenských akcí, zvyšujících atraktivitu městských center. Srovnáme-li např. podmínky českých a britských měst, tak ta česká většinou postrádají organizační struktury označované jako managementy městských center (Otsuka, Reeve, 2007; Ježek, 2010; Warnaby, Alexander, Nedway, 1998).

Dotazníkové šetření ukázalo, dotázaní představitelé městských samospráv přisuzují revitalizaci městského centra zcela zásadní (40,4 %) anebo spíše velký význam (49,1 %) pro celkový rozvoj města. Tudíž 89,5 % respondentů si uvědomuje úzkou souvislost mezi atraktivitou městského centra a celkovým rozvojem města. A to nezávisle na velikosti města.

Opatření (intervence) na podporu revitalizace městských center se nejčastěji soustřeďují na fyzickou obnovu, financovanou většinou ze strukturálních fondů EU (modernizace či doplnění chybějící technické a občanské infrastruktury, obnova historických a kulturních památek, regenerace brownfields, investice do veřejných prostranství). Dosavadní pozornost se tak většinou soustřeďuje na fyzickou revitalizaci (hardware), přičemž oživení městských center (software) center zatím nebyla věnována náležitá pozornost (kvalita života a pobytu v městských centrech, zvyšování návštěvnosti, rozvoj nákupních příležitostí a možností trávení volného času apod.) (Ježek, 2019).

Poděkování

Príspevok vznikl v rámci řešení projektu TAČR Éta č. TL01000498 „Revitalizace městských center a dalších veřejných prostorů v České republice: problémy, zahraniční inspirace, možnosti řešení“.

Literatura

- FAHLE, B. – BURG, S. 2014. *Unternehmung Innenstadt. Management der Innenstadtentwicklung von Mittelstädten*. Ludwigsburg:Wüstenrot Stiftung, 2014. 150 p. ISBN 978-3-933249-87-6.
- JEŽEK, J., 2010. Use of City Marketing in a Practice: Evolution, Expectations, Reality (a critical view). *E & M Ekonomie a Management*. ISSN 1212-3609, 2010, vol. 13, no. 4, pp. 123-134.
- JEŽEK, J. 2013. Strategické plánování obcí a měst: nové přístupy a cesty k jeho zefektivnění. In *XVI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, pp. 372-376. ISBN 978-80-210-6257-3. DOI 10.5817/CZ.MUNI.P210-6257-2013-46
- JEŽEK, J. 2019. Revitalizace městských center v ČR: aktéři, problémy, řešení, faktory úspěšnosti. In Krbová, J., Ježek, J. (eds.). *Revitalizace městských center a veřejných prostranství v ČR*. Praha: Wolters Kluwer, 2019, pp. 62-80. ISBN 978-80-7598-777-8.
- KNOX, P. L. – MAYER, H. 2009. *Kleinstädte und Nachhaltigkeit. Konzepte für Wirtschaft, Umwelt und soziales Leben*. Basel: Birkhäuser Verlag AG, 2009. 192 p. ISBN 978-3-7643-8579-8.
- LICHTENBERGER, E. 2002. *Die Stadt. Von der Polis zur Metropolis*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2002. 304 p.
- MUSIL, J. 2001. Vývoj a plánování měst ve střední Evropě v období komunistických režimů: Pohled historické sociologie. In *Czech Sociological Review*. ISSN 0038-0288, vol. 37, no. 3, pp. 275-296.
- OTSUKA, N. – REEVE, A. 2007. Town Centre Management and Regeneration: The Experience in Four English Cities. In *Journal of Urban Design*. ISSN 1357-4809, 2007, vol. 12, no. 3, pp. 435-459. DOI: 10.1080/13574800701602551
- ROBERTSON, K. A. 1999. Can Small-City Downtowns Remain Viable? In *Journal of the American Planning Association*. ISSN 1939-0130, 1999, vol. 65, no. 3, pp. 270-283. DOI: 10.1080/01944369908976057
- SLACH, O. – JEŽEK, J. 2015. Czechia. *disP - The Planning Review*. ISSN 0251-3625, 2015, vol. 51, no. 1, pp. 28-29. DOI 10.1080/02513625.2015.1038050
- TALLON, A. 2013. *Urban Regeneration in the UK*. London: Routledge, 2013. ISBN 9780415685030.
- WARNABY, G. – ALEXANDER, A. – MEDWAY, D. 1998. Town centre management in the UK: A review, synthesis and research agenda. In *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. ISSN 1466-4402, 1998, vol. 8, no. 1, pp. 15-31. DOI: 10.1080/095939698342850

ACTORS, STRATEGIES AND SUCCESS FACTORS OF SMALL TOWN CENTERS' REVITALIZATION IN THE CZECH REPUBLIC

Discussions on the revitalization of urban centers date back to the 1960s, when professional work appeared, analyzing the decline and loss of attractiveness, especially of Western European and American cities. In the Czech Republic, the decline of urban centers began to manifest itself in the 1970s and 1980s, when the neglect of investment in housing stock (the political priority was the construction of prefabricated housing estates on the outskirts of towns) also began to change their social structure. Urban centers began to age and there was a concentration of socially marginalized groups of inhabitants (Musil, 2001; Ježek, 2019).

Economic and social transformation in the early 1990s radically transformed urban centers. Restitution, privatization and the introduction of a market mechanism have had far-reaching effects on the physical, functional and social structures of towns.

The questionnaire survey showed that almost 60% of small towns (58.8%), belonging to the size category of 3 to 20 thousand inhabitants, underwent a process of significant revitalization of the town center in the post-November period.

Representatives of municipalities perceive themselves as the most important actors in revitalization processes (97.3%), followed by property owners (81.6%), private entrepreneurs (68.4%), citizens (61.4%), investors (50, 9%) and developers (21.9%). The smallest role is assigned to non-profit organizations (10.9%). In addition, 80.2% of small towns also consider the state, or national and European grant and support programs to be the significant actor, without which funding for revitalization measures would not be unthinkable.

The initiators of revitalization processes in the conditions of small towns in the Czech Republic are exclusively local governments. More than 4/5 of small towns evaluate the course and results of revitalization positively. The most important success factors include a clear vision on which the key players can agree (97.3%), as well as political will and support for the revitalization process by the town management (95.8%). Another important factor is the effective use of spatial planning and construction legal instruments, which make it possible to regulate the functional use of the town center (85.1%) and also to conclude planning agreements between cities and investors (developers).

Property ownership also plays an important role (81.6%), through which municipalities can influence or guide the development of urban centers (preferential rents and strategic use of real estate). At the same time, more than half of the respondents stated that real estate in urban centers is mostly in private hands, so in addition to spatial planning and building regulations, they lack effective tools to direct the development of urban centers.

About half of small towns consider it important that there is a coordination group in the town dealing with conceptual issues. Only 10% of small towns think it is necessary to set up formal organizations.

Research has shown that there is no guaranteed approach or model for revitalization. Also in the area of key topics or directions, it turns out that the activities of Czech towns are moving in different directions, corresponding to the local framework.

Most towns see the focus of revitalization measures in improving the quality of public spaces (84.2%). The second most frequently mentioned strategy is the organization of cultural and social events (69.3%). Other important measures include traffic calming and the development of pedestrian accessibility, increasing transport accessibility, building or expanding pedestrian zones, strengthening town centers as meeting places for people of all generations, etc.

The current attention has mostly been focused on physical revitalization (hardware), while the revitalization of urban centers (software) has not yet been given due attention.

doc. RNDr. Jiří Ježek, Ph.D.

Západočeská univerzita v Plzni
Univerzitní 22, Plzeň, Česká republika
E-mail: jezekji@kge.zcu.cz

doc. Mgr. Ing. Renáta Ježková, Ph.D.

Akademie Sting, o.p.s.
Stromovka 1, Brno, Česká republika
E-mail: renatajezkova42@gmail.com

STAROBYLÉ SEGMENTY KULTURNÍ KRAJINY JAKO OBJEKTY CESTOVNÍHO RUCHU

Jaromír Kolečka

Abstract

The residuals of the old landscape document a state that today's people have not experienced, and thus represent an opportunity for them to observe and understand some aspects of life in the past. Therefore, they represent an object of public interest, which is a manifestation of natural human curiosity. Old landscapes under the care of UNESCO face a disproportionate burden on crowds of visitors. Dispersal of visitor pressure can be caused by inventories, promotions and access to other remnants of the old landscape that occur in the current landscape. The article emphasizes the growing public interest in historical cultural heritage in the form of old landscapes, the role of UNESCO in caring for them, the interpretation of the term "old landscape", the results of the inventory of segments of old landscapes in the Moravia region of the Czech Republic. The criteria for selecting those segments of the old landscape that are suitable for visiting the tourist public in order not to worsen their condition are discussed in detail.

Keywords: definition, inventory, access, use and protection

Úvod

Tradičními předpoklady pro cestovní ruch v krajině jsou přírodní podmínky a atraktivita na jedné straně a společenské podmínky a atraktivita na straně druhé (Šauer et al., 2015). První skupina předpokladů slouží dominantně k fyzickému odpočinku, druhá skupina poznání, vzdělávání a zábavě. Na formování přírodních podmínek a atraktivit se podílejí všechny přírodní složky krajiny: podloží s reliéfem, atmosférické (klimatické) a energetické poměry, vodstvo, půda, flóra a fauna. Společenskou přitažlivost území udávají kulturně historické a architektonické památky, kulturní zařízení, kulturní akce a slavnosti, náboženské události a akce, sportovní události a akce, gastronomie, zdraví, adrenalin, obchod a politické akce. Na zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu se podílejí jak místní ubytovací, stravovací, informační, dopravní a jiné organizace zajišťující pobyt v místě realizace cestovního ruchu, tak specializované cestovní organizace a dopravci, kteří účastníky cestovního ruchu, kolektivně nebo individuálně dodají k místům realizace. Instituce zabezpečující jak aktivní, tak pasivní cestovní ruch, skupinový i individuální staví úspěšnost svých aktivit na náležitosti informovanosti

účastníků o atraktivitách akce, programu, cílech (účel cesty či pobytu) a na kvalitě svých organizačních služeb (dopravní, ubytovací, stravovací a informační zázemí). Akce jsou zpravidla důkladně orientovány na konkrétní typ účastníků a často kombinují více důvodů. Lze si tedy poměrně snadno představit, jak bude připravovaná akce realizována. Starobylá kulturní krajina zatím sama o sobě nefiguruje v seznamech atraktivit cestovního ruchu, ač v sobě integruje přírodní a společenské atraktivitu.

Pojem starobylé kulturní krajiny

Za starobylou kulturní krajinu lze v podmínkách České republiky, případně až Evropy považovat území, jehož kulturní parametry vznikly v období předcházející nástupu průmyslové společnosti. To znamená, že její geneze společensky předchází vzniku tradiční občanské společnosti založené na občanských právech a svobodách zaručených ústavou na jedné straně, a společnosti realizující velkovýrobu statků za pomoci strojů poháněných energiemi rovněž vyprodukovanými stroji na straně druhé. Starobylá kulturní krajina tak mohla naposledy vznikat v době přechodu feudální společnosti v buržoazní. Není pochyb o tom, že v Evropě a dalších světadílech, či státech se tento přechod odehrál v rozdílnou dobu. Hlavní vlna průmyslové revoluce a na ní navazující průmyslová společnost přišla v českých zemích ve druhé polovině 19. století. Z toho vyplývá, že kulturní krajiny v českých zemích, které vznikly před rokem cca 1850 a dodnes si zachovaly svoje klíčové vlastnosti, lze považovat za starobylé krajiny.

Jak však poznat, že jde o starobylou krajinu? Jak ji odlišit od jiných krajin? V podmínkách České republiky je indikátorem starobylé krajiny drobná pozemková držba. To proto, že po řadě pozemkových reforem a politických zvratů, z nichž nejvýznamnější souvisely s rozpadem Rakousko-uherské monarchie a následnou pozemkovou reformou v habsburských a dalších šlechtických majetcích, ale zejména s kolektivizací zemědělství po druhé světové válce. Předzvěští scelování do družstevních pozemků však již bylo zřizování a činnost státních statků na půdě po odsunutých Němcích v pohraničí. Řada příkladů drobné pozemkové držby však může být zavádějících, neboť vznikla přerozdělením zrušených velkostatků, prodejem půd velkostatků, či přerozdělením družstevních polí během růstu obcí. V případě drobné pozemkové držby pak může být důkazem starobylosti kulturní krajiny její spolehlivá dokumentace v období před rokem 1850. Tou mohou být krajinomalby a staré mapy. Podobnost tehdejší struktury využití se současnou je dokladem starobylosti té současné. Na druhé straně také v minulosti před rokem 1850 existovalo v české také velkoplošné využívání pozemků na velkostatech šlechtických, církevních i městských velkostatků, pokud

např. církevní velkostatky nebyly zrušeny za josefinských reforem, avšak ponechány ve správě církvi k propachtování drobným i velkým uživatelům. Ovšem i taková dělba půdy se odrazila v krajinomalbě a kartografické dokumentaci. Obzvláště šlechtické velkostatky některých osvícených vlastníků byly dobře kartograficky zaznamenány na mapách panství i dlouho před rokem 1850.

Mapování českých zemí má dlouhou tradici sahající do počátku 16. století. Jak se měnila zručnost kartografů a stupeň poznání mapovaného území, tak se měnila přesnost a spolehlivost map a vypovídací schopnost kartografického jazyka promítnutá do použitých kartografických znaků a technologií. Měřicky částečně spolehlivé mapy se objevily až v 18. století během prvního vojenského mapování Habsburské monarchie. Jejich rozlišovací schopnost je však nedostatečná pro identifikaci jednotlivých pozemků a jejich využití, zvláště pokud jde o drobnou držbu. Zásadní změnu přinesla tvorba tzv. stabilního katastru v první polovině 19. století, což přímo ladí s požadavkem na detailní a spolehlivou územní dokumentaci před nástupem hlavní vlny průmyslové revoluce v českých zemích. Mapy stabilního katastru, zejména jejich pozdějšími zásahy nedotčené císařské otisky, jsou tím pravým dokumentem, který spolehlivě a detailně zachycuje jak drobnou pozemkovou držbu, včetně tehdejších forem využití ploch, tak velké bloky půdy velkostatků, někdy i rozdělené podle aktuální formy využití. Tyto podklady už velmi dobře dovolují odlišit zbytky starobylé kulturní krajiny při analýze současného stavu území, a to jak s maloplošnou, tak velkoplošnou parcelací půdy.

Starobylé kulturní krajiny světa

UNESCO považuje zbytky dávné krajiny za cenné přírodně kulturní dědictví (např. Bandarin, 2009; Luengo a Rössler, 2012) a definuje (starobylé) kulturní krajiny jako „kombinovaná díla přírody a lidí a vyjadřují dlouhý a důvěrný vztah mezi lidmi a jejich přirozeným prostředím“. Pojem „kulturní krajina“ tak zahrnuje rozmanitost projevů interakce mezi lidstvem a jeho přirozeným prostředím (UNESCO, 2007).

Kulturní krajiny byly v rámci světového dědictví UNESCO kategorizovány podle původu, vývoje a spojení s rozmanitými událostmi (podle IFLA, 2017, upraveno).

1. Koncipovaná kulturní krajina: je nejsnadněji identifikovatelnou jako jednoznačně definovaná krajina člověkem navržená a záměrně vytvořená. Zahrnuje zahradní a parkové krajiny konstruované z estetických důvodů, které jsou často (ale ne vždy) spojeny s náboženskými nebo jinými monumentálními budovami a jejich soubory.
2. Organicky vyvinutá krajina. Vyvinula se ve spojení s přírodním prostředím a v reakci na něj. Takové krajiny odrážejí proces evoluce ve své podobě a vlastnostech. Tento typ krajiny se může i nadále vyvíjet jako živé místo

nebo se evoluční proces zastavil a krajina je ve zbytkové formě. Lze rozlišit dvě podkategorie:

a) Reliktní nebo fosilní krajiny, kde evoluční proces skončil někdy v minulosti, a to buď náhle, nebo po určité období. Jeho významné rozlišovací znaky jsou však stále viditelné v hmotné podobě.

b) Pokračující krajina je krajiny, které si v současné společnosti zachovávají aktivní sociální roli úzce spojenou s tradičním způsobem života a ve které stále probíhá vývojový proces. Zároveň vykazuje významné hmotné důkazy o svém vývoji v čase.

3. Přidružená neboli asociativní kulturní krajina je typ, který souvisí s kulturními tradicemi. Zařazení těchto krajín na seznam světového dědictví je ospravedlnitelné díky mocným náboženským, uměleckým nebo kulturním sdružením přírodních prvků, spíše než hmotnými kulturními důkazy, které mohou být zanedbatelné nebo dokonce chybí. Asociativní kulturní krajina je fyzickým místem, kde jsou ztělesňovány nehmotné aspekty kulturního dědictví.

Od roku 1992, kdy byla uvedena klasifikace přijata, je v seznamu světového dědictví registrováno kolem 60 kulturních krajín s mimořádnou univerzální hodnotou pro celé lidstvo jako památkově chráněná lokality (Mitchell, Rössler, Tricaud, 2009). V seznamu světového dědictví jsou zastoupeny všechny uvedené kategorie kulturních krajín.

Starobylé kulturní krajiny náležejí mezi organicky vyvinuté reliktní krajiny představující zbytky snad rozsáhlejších území v jejich okolí, které však podlely procesům inovace a ztratily původní charakter. V České republice je vytvořena síť krajinných památkových zón (Kuča, ed., 2015). Většinou jsou v nich zastoupeny koncipované staré krajiny v okolí zámeckých komplexů, případně přidružené krajiny spojené s významnými historickými událostmi, např. bitvami. K jejich vymezení a hodnocení byly vyvinuty sofistikované postupy (Sedláček, Salašová, Trpáková, 2016). Reliktní, organicky vyvinuté krajiny mezi nimi nejsou, ačkoliv lze předpokládat, že mohou být nejpočetnější. Chybí však jejich národní inventarizace. Pro historické území Moravy byla taková inventarizace provedena v letech 2016-2020 při řešení projektu Programu NAKI Ministerstva kultury České republiky pod názvem „Inventarizace předindustriální krajiny Moravy a zajištění informovanosti veřejnosti o její existenci jako kulturním dědictví“ na Ústavu geoniky Akademie věd České republiky, v.v.i., Ostrava.

Příkladem úspěšné inventarizace předindustriálních segmentů krajiny všech velikostí je region Vlámského společenství v Belgii, kde proběhl vzorový soupis a klasifikace zjištěných areálů, ale také zakomponování poznatků do regionální legislativy a územně plánovací praxe (van Eetvelde, Antrop, 2005). Postup belgické inventarizace se opíral o srovnávání kvalitních starých map z konce 18.

století a soudobých leteckých snímků s následnou verifikací vytipovaných ploch v terénu, navazujícím hodnocením a doporučením. Na části svého území provedlo podobnou inventarizaci Valonské společenství Belgie. Zbytky staré krajiny byly mapovány v Sasku (Thiem, Bastian, 2014). K dispozici je vzorová evidence příkladů "historických krajinných struktur" na Slovensku (Slámová, Jančura, 2012), resp. „historických struktur tradiční zemědělské krajiny“ (Špulerová et al., 2016). Na Slovensku rovněž probíhá celonárodní plošná inventarizace zbytků dávné krajiny na lokální úrovni (Hreško a kol., 2015, přičemž zvláštní pozornost byla věnována horským oblastem (Hreško et al., 2015). Zájem o inventarizaci starých krajinných reziduí lze pozorovat v regionech Bretaña ve Francii (evidence typu "bocage"), Alenteju v Portugalsku (leso-zemědělský komplex), Velké Británii (Bunce et al., 1996) a Nizozemí (Mücher et al., 2003). K pozornosti o „obyčejné“ krajiny nabádá členská země také Evropská úmluva o krajiny. Takovým typem krajiny mohou být prozatím nedocenené zbytky starých struktur land use (Council of Europe, 2000).

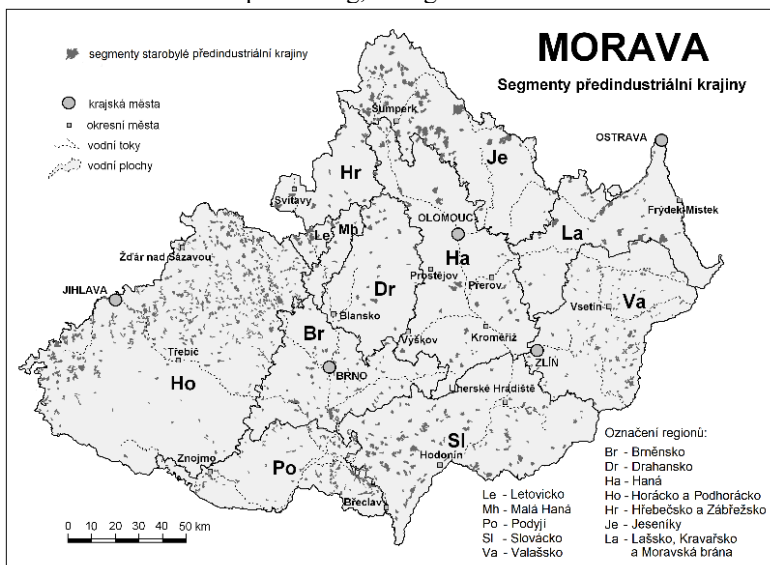
Samotné zařazení některých starobyklých kulturních krajín do seznamu Světového dědictví UNESCO téměř automaticky znamenalo enormní nárůst návštěvnosti, v řadě případů až na hranici únosnosti. Již i lokality ucházející se o zápis do tohoto seznamu se tohoto problému obávají (viz uvažovaný přeshraniční archeopark Mikulčice-Kopčany – Kolečka et al., 2016). Aktuální cílem je tak rozptýlit této návštěvnosti do širokého spektra lokalit, které by tak odlehčily přetíženým památkám v péči UNESCO. Více než uspokojivé řešení tak mohou nabídnout pečlivě vyhledaná rezidua starobylé krajiny a nezbytná informovanost o nich, ovšem také zpřístupnění těchto lokalit veřejnosti. Je však třeba mít na paměti, aby ani zde míra návštěvnosti nepřekročila rozumnou úroveň, přijatelnou jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky.

Segmenty starobylé kulturní krajiny Moravy

V rámci řešení výše uvedeného projektu Ministerstva kultury České republiky bylo kolektivem pracovníků Ústavu geoniky AV ČR na území Moravy s více než 3000 katastrálními územími katastr po katastru porovnáváním současně ortofotomapy se starými mapami stabilního katastru zjištěno více než 1400 ploch se zachovalou předindustriální strukturou krajiny (mapa 1), tedy předcházející svým vznikem období průmyslové společnosti. Ke každému takovému segmentu starobylé krajiny byl sestaven přehled jeho základních vlastností (tab. 1). Důležitou součástí pořízené informace je ohodnocení současného stavu každého zjištěného zbytku staré krajiny, neboli kvalifikovaný odhad jeho míry zachovalosti, a určení hlavních forem ohrožení. Na tato fakta pak navazují návrhy managementových opatření.

Mapa 1: Rozmístění segmentů starobylé předindustriální krajiny na Moravě. Zdroj: vlastní zpracování, podklad vodní toky: ArcČR 500.

Map 1: Territorial distribution of segment of the ancient pre-industrial landscape in Moravia. Source: own processing, background data ArcČR 500



Doporučení segmentu starobylé krajiny turistické veřejnosti jako návštěvnickou atraktivitu již v současné době předpokládá:

a) Příslušný segment starobylé krajiny vykazuje dostatečnou pestrost vzhledu neboli pozoruhodný scénický aspekt. Tato pestrost je dána rozmanitým reliéfem a rozmanitou mozaikou současného využití, ale „starobylého“ původu. Čili musí splňovat odborná i estetická kritéria.

b) Doporučovaný areál není zatížen množstvím silných ohrožení, neboť v případě zvýšené návštěvnosti by mohlo dojít k další zátěži. Nutno však posoudit interakci stávajících ohrožení se statutem turistické atrakce. Zájem veřejnosti může totiž vliv některých ohrožení snížit nebo zcela eliminovat, pokud by tato ohrožení snižovala jejich atraktivitu.

c) Návštěvnost lokality nesmí být v rozporu s doporučovanými opatřeními. Pokud by šlo třeba o výstavbu objektů sloužících návštěvníkům, nutno zvážit, zda jejich realizace by nepodpořila vrůstání jiného typu zástavby do segmentu.

d) Návštěvníkům je zapotřebí lokalitu vhodným způsobem zpřístupnit a zajistit požitek z návštěvy. To znamená, že optimální scénický efekt lze docílit širším přehledem nad územím. Nejde tedy o nic jiného, než o zřizování vyhlídek a

rozhleden na vhodných miestech. Ty však musejí být realizovány tak, aby současný dobrý vizuální dojem nesnižovaly.

Několik ze zjištěných segmentů starobylé předindustriální krajiny na Moravě již v současnosti splňuje uvedené požadavky a po náležitě publicitě mohou sloužit jako první příklady nové kategorie návštěvnické pozoruhodnosti. Jde o takové segmenty starobylé krajiny, které disponují alespoň elementární dostupností a vybaveností.

Tab. 1: Příklad dokumentace základních parametrů segmentu předindustriální krajiny Nosislav

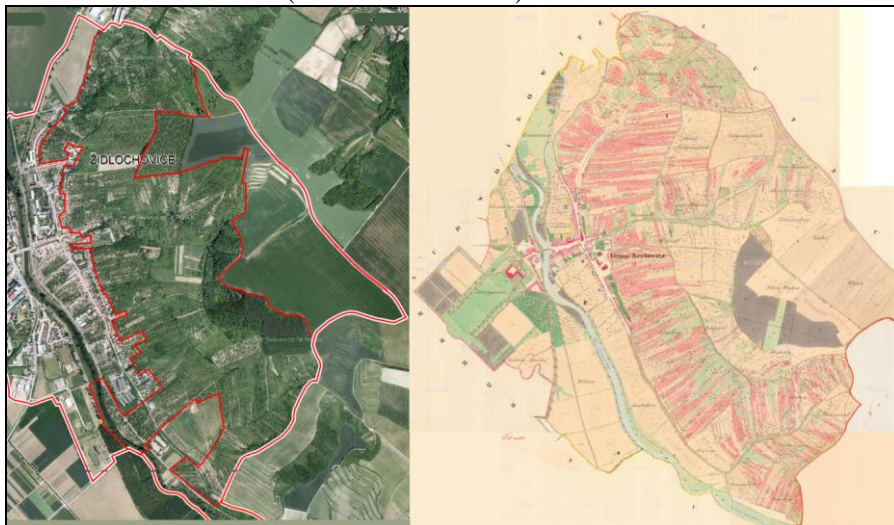
Table 1: Example of tabular documentation of the Nosislav landscape pre-industrial landscape segment

Název předindustriální krajiny Nosislav		Region Brněnsko		Geografické souřadnice středu 49°01'06.3"N 16°39'41.8"E		Počet místních segmentů 1
Poloha na Moravě Pardubický kraj, okres Svitavy, pomezí Brněnské vrchoviny (Boskovická brázda, část Malá Haná) a Podorlické pahorkatiny (Moravskotřebovská pahorkatina)						
Klasifikační hlediska PreIK						
Katastrální území Nosislav	Kód segmentu PreIK v geodatabázi Nosislav_01	Celková plocha (ha) 287,90	Velikostní kategorie celek PreIK	Využití parcel převážně drobná parcelace v pestré mozaice orné půdy, ovocných sadů, vinogradů, stepních las, křovin a lesíků	Stav 1-2	Ohrožení opouštění orné půdy, šíření trvalých kultur, zarůstání dřevinami, růst obytné zástavby
Přírodní vlastnosti (údaje jsou uvedeny v desítkách % z plochy segmentu)						
poloha	nadmořská výška	sklon	orientace	klima	podklad	půda
svah malého a svah velkého údolí nad zástavbou a dále	184-281	10 R 70 M 20 P	10 bez 20 Z 30 JZ 10 J 10 JV	W2	50 spraš 30 vápnitý jíl (šlír) 10 smíšený sediment	30 černozem karbonátová pelická 30 černozem modální 20 černozem karbonátová 10 černozem černická
Doporučení: Udržovat současné zastoupení forem využití ploch, bránit opouštění orné půdy a růstu obytné zástavby do segmentu PreIK.						

Reprezentatívni príklady jsou k dispozici v řadě regionů Moravy. Ukázkou dostupné a pozorovatelné starobylé krajiny Moravy je segment Židlochovice na kótě Výchon (mapa 2 a obr. 1).

Mapa 2: Segment starobylé předindustriální krajiny Židlochovice. Vlevo recentní ortofotomapa z roku 2015 (Zdroj: Mapy.cz), vpravo císařský otisk mapy stabilního katastru z roku 1825 (Zdroj:www.mza.cz)

Map 2: Segment of ancient pre-industrial landscape Židlochovice. Left: recent orthophotomap taken in 2015 (Source: Mapy.cz), right: imperial print of map of stable cadastre from 1825 (Source:www.mza.cz)



Závěr

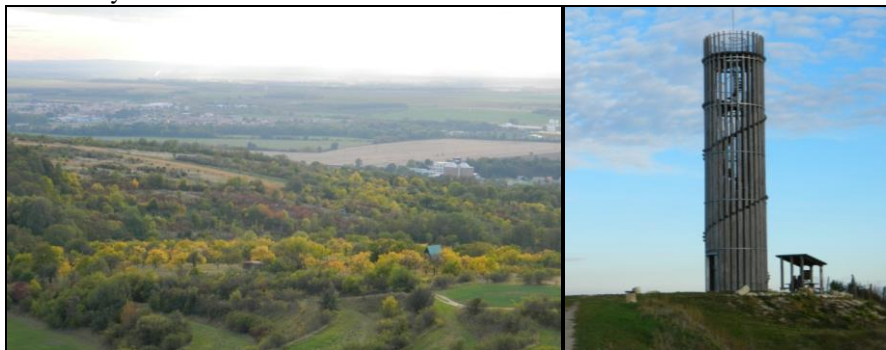
Starobylé krajiny mohou objektivně představovat rozšíření návštěvnického portfolia institucí a jednotlivců zapojených do turistického byznysu, ovšem také nabídku zemí a regionů. Návrat do historie a k tradicím se již projevuje zájmem veřejnosti odborných kruhů o reliktní kulturní krajiny v péči UNESCO. Jejich počet však ani zdaleka nemůže nasýtit potenciální zájem, pokud tento typ historického přírodně kulturního dědictví bude náležitě zpropagován.

Přitom může rozptýlit návštěvnost do daleko širšího prostoru a jistě přispět k profitabilitě obcí i jednotlivců v místech výskytu takto zajímavých lokalit. Samozřejmě, tento pohled na starobylé krajiny ještě náležitě nepronikl do

příslušných hospodářských kruhů, zatímco v odborném a zejména ochranné veřejnosti se již rýsuje jistý zájem.

Obr. 1: Současný vzhled segmentu starobylé předindustriální krajiny Židlochovice a rozhledna Akátová věž na vrcholu kóty Výhon (355 m) umožňující široký výhled na lokalitu. Foto: J. Kolejka

Figure 1: Present day view of segment of pre-industrial landscape Židlochovice and Acacia lookout tower on the Výhon hill top (355 m) allowing unlimited look at the locality



Nasazení určitých regulačních opatření, nikoliv však nátlakových, ale spíše informačních a vzdělávacích, je zcela na místě před zahájením jejich turistického využívání. Pokud jde o území historické Moravy, inventarizační a hodnotící proces byl již realizován. Zpřístupnění získaných poznatků široké potenciální návštěvníkové veřejnosti je rovněž jedním z úkolů řešeného projektu.

Poděkování

Inventarizace a výzkum segmentů předindustriální krajiny Moravy proběhl v rámci řešení projektu „Inventarizace předindustriální krajiny Moravy a zajištění informovanosti veřejnosti o její existenci jako kulturním dědictví“ podpořeného Ministerstvem kultury České republiky pod č. DG16P02B042.

Literatura

BANDARIN, F. ed. 2009. World Heritage Cultural Landscapes. A Handbook for Conservation and Management. *World Heritage Papers* 26. Paris: UNESCO, 420 s.

- BUNCE, R. G. H. – BARR, C. J. – CLARKE, R. T. – HOWARD, D. C. – LANE, A. M. J. 1996. ITE Merlewood Land Classification of Great Britain. In *Journal of Biogeography*. vol. 23, no. 5, pp. 625-634.
- COUNCIL OF EUROPE. 2000. *The European Landscape Convention*. Strasbourg: CoE.
- HREŠKO, J. et al. 2015. Mountain landscape archetypes of the Western Carpathians (Slovakia). In *Biodiversity and Conservation*. vol. 24, no. 13, pp. 3269-3283.
- HREŠKO, J. – PETLUŠ, P. eds. 2015. *Atlas archetypov krajiny Slovenska*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2015. 113 s.
- IFLA. 2017. UNESCO World Heritage Cultural Landscapes Definitions. *International Federation of Landscape Architects, Cultural Landscapes Committee*. [cit. 2020-10-22]. Dostupné na internetu: <https://iflACL.org/definitions.html>.
- KOLEJKA, J. – BOLTIŽIAR, M. – SVATOŇOVÁ, H. – VOJTEK, M. – OLÁHOVÁ, J. 2016. Possible interpretations of old and thematic maps and aerial photographs for identification of conserved elements of the cultural landscape of Great Moravia in Mikulčice and Kopčany surroundings. In Lněnička, L. (ed.). *Central Europe Area in View of Current Geography. Proceedings of 23rd Central European Conference*. Brno, 8-9.10.2015. Brno: PF MU, 2016. ISBN 978-80-210-8313-4, pp. 41-49.
- KUČA, K., – KUČOVÁ, V. – SALAŠOVÁ, A. – VOREL, I. – WEBER, M. et al. 2015. *Krajinné památkové zóny České republiky*. Praha: Národní památkový ústav, 2015. 511 s.
- LUENGO, A. – RÖSSLER, M. eds. 2012. *Paisajes culturales del Patrimonio Mundial*. Elche: Ayuntamiento de Elche, 2012. 362 s. ISBN 978-84-92667-09-3.
- MITCHELL, N. – RÖSSLER, M. – TRICAUD, P. M. 2009. World Heritage cultural landscapes: a handbook for conservation and management. *World Heritage papers 25*. Paris: UNESCO, 2009. 135 s. ISBN 978-92-3-104146-4.
- MÜCHER, C. A. et al. 2003. Identification and Characterisation of Environments and Landscapes in Europe. *Alterra rapport 832*, Wageningen: Alterra, 120 p.
- SALAŠOVÁ, A. – SEDLÁČEK, J. – TRPÁKOVÁ, L. – MARTINKOVÁ-KUCHYŇKOVÁ, H. 2015. *Metodika monitoringu stavu krajinné památkové zóny*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015. 88 s. ISBN 978-80-7509-359-2.
- SEDLÁČEK, J. – SALAŠOVÁ, A. – TRPÁKOVÁ, L. 2016. *Metodika hodnocení vlivů na krajinné památkové zóny*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016. 72 s. ISBN 978-80-7509-360-8.
- SLÁMOVÁ, M. – JANČURA, P. 2012. Typológia historických krajinných štruktúr. In *Krajina-človek-kultúra*, 15. máj 2012. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene, 2012. 60 s.

- ŠAUER, M. – VYSTOUPIL, J. – HOLEŠÍNSKÁ, A. et al. 2015. *Cestovní ruch*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2015. 479 s.
- ŠPULEROVÁ, J. et al. 2016. History of the origin and development of the historical structures of traditional agricultural landscape. In *Historický časopis*. vol. 64, no. 1, pp. 109-126.
- THIEM, K. – BASTIAN, O. 2014. *Historische Kulturlandschaftselemente Sachsens*. Schriftenreihe, Heft 18, Dresden: Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie, 292 p.
- UNESCO. 2007. *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Christchurch: UNESCO World Heritage Committee, 207 s.
- van EETWELDE, V. – ANTROP, M. 2005. The significance of landscape relic zones in relation to soil conditions, settlement pattern and territories in Flanders. In *Landscape and Urban Planning*. vol. 70, no. 2, pp. 127-141.

SEGMENTS OF THE ANCIENT CULTURAL LANDSCAPE AS OBJECTS OF TOURISM

Summary

An area whose cultural parameters arose in the period preceding the beginning of industrial society, i.e. approximately before 1850, can be considered as a remnant of an ancient landscape in the conditions of the Czech Republic, or even Europe. Segments are territorially limited remnants of the ancient landscape reaching from 10 ha to 10 km². These remnants of the ancient cultural landscape have retained their key features to this day, which were developed from the Middle Ages to the time of the establishment of industrial society. The main indicator of the ancient landscape operating on the territory of the Czech Republic is small land tenure. It has been preserved rarely, as several land reforms have taken place here in the last two centuries, of which the collectivization of agriculture under real socialism led to the merging of most land into large units. Despite the privatization of land after the return to a market economy after 1990, they still exist today. On the other hand, even before 1850, there was also large-scale land use in the Czech lands on aristocratic, ecclesiastical and city estates, unless, for example, church estates were abolished during the Josephine reforms, but left in the administration of the church for leasing to small and large users. However, even such a division of land was reflected both in artistic landscape paintings and cartographic documentation.

Identification and inventory of segments of ancient cultural landscapes of Moravia (the historical country in the east of the Czech Republic occupying about 1/3 of the state total) were performed by analysing current colour orthophotomaps and comparing them with the oldest reliable cartographic data from before 1850.

These are represented for Moravia by maps of a stable cadastre at a scale of 1: 2,880 from the 1820-1830s. Thus, around 1,400 segments of the ancient landscape with small land tenure and large-scale land use of large estates were found. Detailed records of other parameters were kept for each segment, including current forms of threats and management recommendations. The rich geodatabase was used to classify the identified segments into three size and three quality categories.

The identified remnants of the ancient cultural landscape represent a little-known but very valuable natural and cultural heritage. In the case of the highest quality segments, its value is equal to cultural (architectural) monuments and valuable areas of protected nature. These universally interesting areas are, with a few exceptions, completely neglected by the tourist public and lack all forms of promotion (as well as protection). In addition, these are areas that are economically exploited and thus kept in active existence. The recommendation of the segment of the ancient landscape to the tourist public as an attraction already assumes at present:

- a) The relevant segment of the ancient landscape shows a sufficient variety of appearance or a remarkable scenic aspect. This diversity is due to the diverse relief and diverse mosaic of contemporary land use, but of "ancient" origin. It must meet professional and aesthetic criteria.
- b) The recommended area is not endangered with a number of strong threats, as in the case of increased attendance of visitors, an additional load could occur. However, it is necessary to assess the interaction of existing threats with the status of tourist attractions.
- c) Site attendance must not be in conflict with the recommended measures. For example, the construction of objects serving visitors would not support the growth of another type of development into the segment.
- d) It is necessary to make the site accessible to visitors in a suitable way and to ensure the enjoyment of the visit. This means setting up viewpoints and lookout towers in suitable places. However, they must be implemented in such a way that they do not reduce the current good visual impression.

Ancient landscapes can objectively represent an expansion of the visitor portfolio of institutions and individuals involved in the tourism business, but also the offer of countries and regions. At the same time, they can alleviate the excessive number of visitors to some monuments and protected nature areas.

Prof. RNDr. Jaromír Kolejka, CSc.

Katedra geografie

Pedagogická fakulta

Masarykova univerzita

Poříčí 7, CZ-603 00 Brno, Česká republika

E-mail: kolejka@ped.muni.cz

DEPARTURE FROM THE TRADITIONAL ELECTORAL POPULATION SYMPATHIES OF THE WESTERN UKRAINIAN REGION: SPATIAL ANALYSIS OF THE ELECTIONS TO THE VERKHOVNA RADA OF 2019

Andrii Kuzyshyn

Abstract

Our spatial multi-vector study was based on the analysis of the following variables: support for the “Servant of the people” party, support for other parliamentary parties in the elections of 2019, distribution of votes between centre-right and liberal-centre parliamentary parties, support / opposition of the so-called «old» and «new» parliamentary parties during the 2019 voting, as well as a spatial analysis of voter turnout. The results of the study showed an unconventionally low voter turnout, which is not typical for the studied region, significant fluctuations in support of the unprecedented election leader (the “Servant of the people” party), orientation for young parliamentary parties as a hope for change of the inner state of the country. In general, the electorate of Western Ukraine should be considered quite pragmatic due to the significant support of the parties that entered the parliament. The region was marked by significantly higher support for centre-right parties, which is a traditional phenomenon for this territory, and generally lower support for unusual liberal views.

Keywords: Western Ukrainian region, elections, election results, voter turnout, territorial support of parties, parliamentary parties

Introduction

On July 21, 2019, the parliamentary elections were held in Ukraine, as a result of which five political parties became members of the parliament. Unconditional leadership was given to the liberal-centric party “Servant of the people” (“*Sluha narodu*”), which was a completely new political project. Also ideologically close were the views of the party “Voice” (“*Golos*”), which was also a new player in the political Olympus of the state. The centre-right forces are represented by the “European Solidarity” party (“*Evropeyska solidarnist*”), which has undergone some rebranding (in the recent past, it was Petro Poroshenko's “Solidarity” bloc, which formed the basis of the party with the same name). According to ideological views (but not according to the personal relations of the leaders), the “Fatherland” party (“*Bat’kivshyna*”) is close to the EU, which has also overcome the necessary barrier to entry. The liberal party structure “Opposition platform – for life!” (“*Oppozyciyna*

platforma – za gytia!”), formed by the representatives of powerful oligarchic structures of the state, joined the parliament, too. Generally, 5 parties out of 22 political parties have entered the Verkhovna Rada. The “Servant of the people” became the first party in Ukraine after the communist era until 1991 to provide an absolute majority of seats in the parliament, allowing the government to appoint its own nominees and form a mono-majority in the parliament.

Changes in the Ukrainian political scene coincided with rising populist spirits and parties in Europe as well as declining support for parties with established and experienced leaders such as “Alternative für Deutschland” in Germany, “Freiheitliche Partei Österreichs” in Austria, the Swedish democratic party “Sverigedemokraterna” or Danish national party – Dansk Folkeparti. They were the forerunners of the centrifugal campaigns promotion in Britain and the United States, which paved the way for Brexit voting and Donald Trump's victory, as well as the best historical results of the French National Front in 2017. The question is to what extent the results of the Ukrainian elections in 2019 correspond to this broad international context.

The specific issue that we intend to address in detail in this article is related to the spatial distribution of such tendencies. We conducted a survey of the constituencies of the Western Ukrainian region (9 units in total) at the level of administrative regions by constituencies to identify the relationship between voting results and a wide range of variables that determine the regional socio-economic, historical and socio-cultural context.

We should agree with Lason and Tokoi (2019) that over the recent years there has been a growing interest in the role of party leaders in elections and personalization of politics. According to the current trend of research, spatial research allows us to record the subtle effect of local leaders charisma on the outcomes of voting. At least, this is the case when elections are held in constituencies, and probably become the only non-declarative method of studying this phenomenon.

In our scientific research, we conducted a spatial multi-vector study, which was formed under the influence of the following variables: (i) unprecedented support for the “Servant of the people” party, (ii) support for other parliamentary parties in 2019, (iii) split between centre-right and liberal centrist parties at the parliamentary level, (iv) support / opposition of the so-called “old” and “new” parties and (v) voter turnout.

Material and research methods

In the recent years, research on the determinants of electoral behaviour, that is measured by voter turnout, has expanded significantly. A thorough analysis of

such scientific research was conducted by Lason and Tokoi (2019), who noted that in only in 2014 about 200 studies were published. Their research showed that voter turnout survey, conducted as a multivariate regression analysis, includes at least one of 14 variables: - *socio-economic*: population, population concentration (although this is weakly related to voter turnout), population stability (measured by three factors: population mobility, population growth and percentage of house owners in the community), income homogeneity and ethnic homogeneity, share of minorities (voter turnout is lower if minority share in population is higher), past turnout; - *political*: proximity of elections (Fauvelle-Aymar, François, 2006) – there is a positive relationship between the competitiveness of elections and the percentage of voters who come to the polls, political fragmentation (Dettrey, Schwindt-Bayer, 2009), election costs (Haydukiewicz, 2011, Hogan, 2013); - *institutional*: electoral system (Eggers, 2015, Endersby, Kriekhaus, 2008), compulsory voting (Fowler, 2013), registration requirements (Ansolabehere, Konisky, 2006) and simultaneous elections (Mansley, Demser, 2015, Nikolenyi, 2010). Such studies were also conducted by us (Kuzyshyn, 2017; 2019; 2016) and a number of other scientists-geographers of Ukraine (Bakumov, 2015, Brajchevskiy, 2013, Cherkashyn, 2005, Kolodij, 2006, Vyshnyak, 2008), assessing the features of electoral culture and changes in the electoral field within the territory of Western Ukraine.

When looking for spatial determinants of voting behaviour, some other aspects of the country should be considered, both in the long run and related to the specific electoral circumstances in 2019.

After the first elections in Ukraine and the systemic transformation outside of communism, which began in 1991, significant regional differences could be observed both in the elections and in the turnout. Today, two main aspects of the spatial differentiation of electoral behaviour can be found in the scientific literature on electoral geography. According to the first, the main reason for electoral disproportion is historical and cultural circumstances, while the second one is focused on socio-economic factors (Zarycki, 1997, 2002). The first theory emphasizes the relevance of Ukraine's entry into various state formations (domination of the Russian and Austro-Hungarian empires in these territories, later the Soviet Union and the subordination of certain territories, in particular Western Ukraine, to Poland, Romania and Czechoslovakia). It affected the outlook of the local population, which periodically made attempts to declare the independence of certain regions of Ukraine or its integral unification within one state. This became the basis of the historical formation of political views. First of all, it affected those regions of Ukraine that nowadays have access to the border. This pattern is often explained by the long tradition of parliamentarism that was characteristic of the society, which was formed in the Polish and Austrian states, while the eastern

communities developing within the Russian Empire, due to the authoritarian regime, did not have the appropriate conditions for progress. Here we can draw some parallels with the formation of electoral commitment in different parts of Poland (Kowalski, 2003, 2004). Living in such an environment has led to the formation of clear social norms and political views (Krzemiński, 2009). The second concept rejects historical influence, explaining electoral behaviour mainly by the use of modern socio-economic situations (Lason, Tokoi, 2019).

In Europe, the geographical variability of the determining factors of voter turnout was studied by Mansley and Demshar (2015). The example of the London mayor election in 2012 showed that voter behaviour changes geographically and that some variables that are thought to affect turnout in some way act unevenly in space and sometimes even change direction to the opposite of the traditional expected effect. As for France, Saib (2017) tried to determine the share of uneven voter turnout, which is directly the result of specific socio-economic factors of the studied areas, in order to distinguish the specific effect of the neighbourhood.

Results and discussion

While trying to explain the results of the voting and the victory of the “Servant of the people” party, we must take into account the sharp criticism of the previous parliament and the parties represented in it, as well as a number of attractive (but potentially very expensive) promises to voters. Due to the fact that “Servant of the people” accused the previous government of the policy of supporting big business and creating preferences for it, we can assume that the economic situation in the regions (meaning the dynamics of VAT revenues, per capita income / 1000 people) may have affected the voting results in such a way that the population did not feel the expected increase in their own well-being. Therefore, they preferred to vote for the “Servant of the people” party.

The introduction of health care reform, which was not systemic in nature and caused serious disapproval among the population, was also a condition of non-support of the ruling parties like “European Solidarity” and “Fatherland”. It seems fair to say that there is a link between the demographic structure and the support of specific parties. Thus, young people supported the newly formed party associations in these elections (“Voice”, “Servant of the people”), with the growing age of voters increased support for center-right parties (“European Solidarity” and “Fatherland”).

On the other hand, it is expected that the variables related to economic activity, such as employment per 1,000 of population and the level of the population welfare, are expected to have a positive effect on the support of liberal parties (“Servant of the people” and “Opposition platform – for life!”), especially

for “Servant of the people”, which mainly focused its program on young voters with higher education and entrepreneurs interested in liberal economic policy.

The data set contains various cultural and historical factors that shape the commitment to center-right parties that are more dedicated to national-patriotic ideas.

One of the components of this process is voter turnout. Assessing it, it should be emphasized that the population of the areas of this region is marked by an active public position. However, there is a steady trend in the decreasing number of those who expressed their opinion during the voting. Thus, in the elections to the Verkhovna Rada in 2006 70 % of the electorate of the research region participated, in the 2007 elections – 67.1 %, in the 2012 elections – 66.1 %, in the 2014 elections – 59.1 %, in 2019 – 49.3 %. At the same time, these indicators are significantly higher than the average Ukrainian (except for 2019 (49.8 %), because the elections took place during the holiday season and a significant part of voters could not physically participate in the elections because they were outside the permanent place of registration) (Map 1).

Different regions have their own stable trends. Traditionally, low turnout is typical for polyethnic regions like Zakarpattia and Chernivtsi. Within these territories turnout is 7-15 % lower than in the region in general for the current election year. High turnout rates are typical for the regions of Galicia (Ivano-Frankivsk, Lviv and Ternopil) where during all the election years the turnout was 1-11% higher than in the region in general.

At the same time, certain intra-regional territories were marked by specificity, where the indicators of participation in the electoral process differ significantly from those that were typical for the region in general or for a certain regional administrative unit.

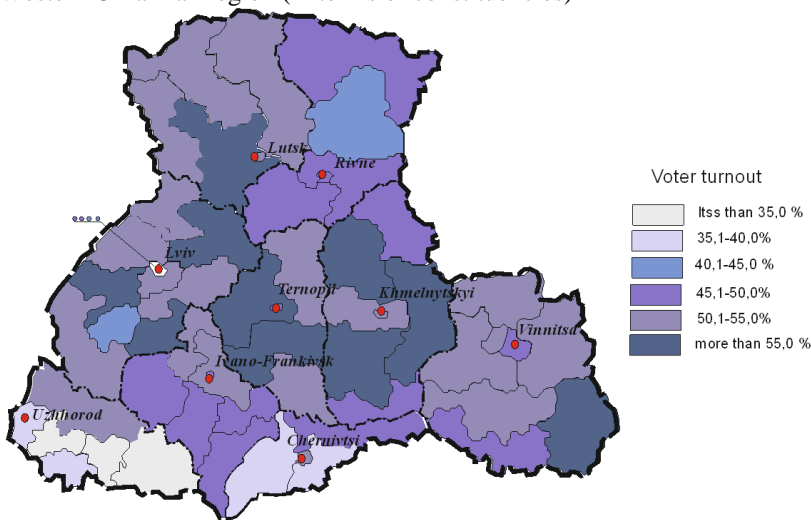
The highest turnout rates are in administrative districts within Lviv and Ivano-Frankivsk regions, which border each other. Even as a result of the new redistribution of constituencies, the same administrative districts retained the leading positions in terms of turnout (65-74 %). In 2019, these regions remained the all-Ukrainian leaders in terms of the number of those who took part in the elections (Ivano-Frankivsk region – 54.2 %, Lviv region – 53.4 %).

In general, the 2019 election campaign will go down in history of electoral geography of Ukraine as the campaign with the greatest support of one political party “Servant of the people” (Map 2). We mentioned the ideological approaches to its formation above, but now we will focus on the spatial support analysis for this political force. Generally, in Ukraine 43.16 % of people voted for it in the elections. This indicator fluctuated significantly within the areas of the Western Ukrainian region (average indicator – 39.76 %). In the easternmost area of the region that is Vinnytsia, the average support for this party was 38.23 %.

Conventionally, the party had the lowest support in the regional centre (less than 31 %; this is reasonable, due to the popularity of two political forces, for which this city is a kind of “small homeland” because of the origin of their leaders – “European Solidarity” and the political party “Groysman's Ukrainian Strategy”), the highest support was in the southern administrative districts of the region – more than 46.5 %. In Khmelnytskyi region, this party structure had extremely uniform support in all administrative territories – in the range of 45-49 %. Ternopil region has unconventionally strongly supported the “Servant of the people” party, which represents a liberal ideology. On average, it was supported by one third of the region's electorate and this support was also extremely uniform – 29-33 %. Ivano-Frankivsk region is characterized by a significant amplitude of differences in indicators. The lowest indicator (25.61 %) was in Ivano-Frankivsk, and the maximum support was noticeable in the southern districts of the region. Lviv region was the only one in the region and Ukraine in general, within which the party “Servant of the people” did not take the first place according to the voting results. There was also unequal support for this party in the region. The lowest support was in Lviv and administrative districts around Lviv (15.5-17 %), and the highest one was in the foothills (south-western) districts of the region (about 29 %). Zakarpattia and Chernivtsi regions were the only ones in the research region in which more than half of the electorate voted for the leader of the parliamentary race (in Uzhhorod and Chernivtsi alone, about 43 % and 44% of voters voted for this party, respectively). The regions of Volyn subregion (Volyn and Rivne regions) are also characterized by small fluctuations in the support of this party: the minimum 38% was typical for the city of Rivne, the maximum 45.5 % for the northern districts of Rivne.

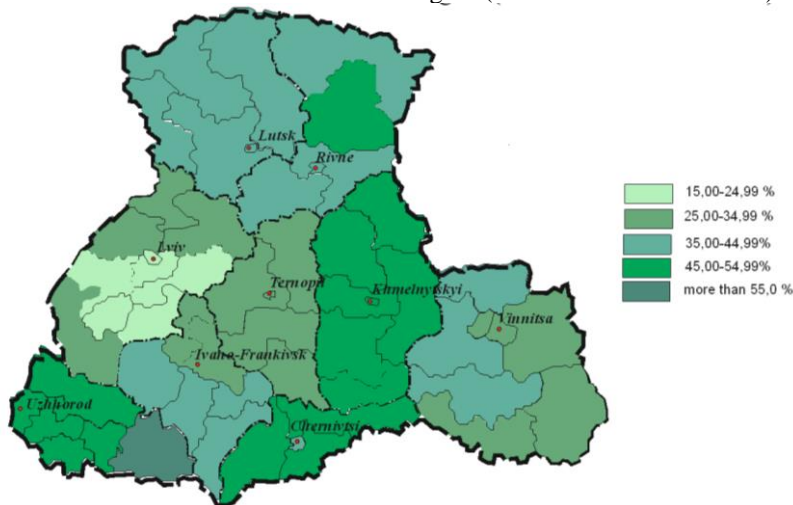
One can try to justify the popularity of this political force at this stage by a kind of globalization influences, perhaps it is even better to call this process “westernization manifestations”, meaning mass capture and replication of western views and behavior – lifestyle, liberal democracy, market economy, primacy of individual rights and freedoms over collective ones. At the same time, there are growing protests in society related to the psychological fatigue of waiting for change for the population. At the same time, regional differences in support can be justified by unstable political preferences that are characteristic of polyethnic regions (Zakarpattia and Chernivtsi regions), as well as traditions of support of other ideologies that are characteristic of Galician regions (Lviv, Ternopil, Ivano-Frankivsk). East Podillia and Volyn regions occupy a somewhat intermediate position in this issue.

Map 1: Voter turnout during the 2019 Verkhovna Rada elections within the Western Ukrainian region (in terms of constituencies)



* Created on the basis of Official web-site Central Electoral Commission of Ukraine

Map 2: Support of the “Servant of the people” party during the 2019 parliamentary elections within the Western Ukrainian region (in terms of constituencies)



*Created on the basis of Official web-site Central Electoral Commission of Ukraine

It is worth mentioning the distribution of votes between the new parliamentary parties that received their representatives in the Rada (“Servant of the people” and “Voice”) and parties that have already been in parliament in previous cadences (“European Solidarity”, “Fatherland”, “Opposition platform – for life!”). In 2019, the electorate preferred new political forces, which, however, represented different ideologies. Such confrontation is a sign of the struggle for ideological leadership, which results in leadership in spheres of influence (Table 1).

Table 1: Indicators of support for new and mature parliamentary parties in the Western Ukrainian region during the 2019 parliamentary elections *

	Region	Political party		General support of parliamentary parties
		New parliamentary parties	Mature parliamentary parties	
1	Vinnitsa	41.58	23.61	65.19
2	Volyn	48.78	24.90	73.68
3	Zakarpattia	54.75	22.33	77.08
4	Ivano-Frankivsk	47.30	27.78	75.08
5	Lviv	45.11	30.99	76.10
6	Rivne	49.88	24.40	74.28
7	Ternopil	44.69	26.24	70.93
8	Khmelnyskyi	50.91	22.95	73.86
9	Chernivtsi	55.22	25.92	81.14
On average in the Western Ukrainian region		48.69	25.46	74.15
National indicator		48.98	29.29	78.27

* Created on the basis of Official web-site Central Electoral Commission of Ukraine

On average, within the Western Ukrainian region, these parties were supported by almost 49 %. The lowest support was common for Ternopil (this can be explained by the conservative views of the local population) and Vinnytsia

(within this territory there was significant support for the young political force “Groysman's Ukrainian Strategy”, which did not manage to join the parliament but its leader has significant influence in this area). The maximum commitment of the electorate to the new political forces was within the Zakarpattia and Chernivtsi regions (in each of them, these political forces were supported by 55 % of voters). This is justified by the dominance of cosmopolitan views among the local population, its polyethnicity and the significant influence of populist ideas inspired by European trends. This is clearly seen in the constituencies along the borders with Hungary and Romania.

Among the experienced parliamentary parties in the region, “Fatherland” and “European Solidarity” received the most support. The party “Opposition platform – for life!” due to its ideology and personnel did not have support in the region, so it is not a significant factor in assessing electoral preferences.

The average support rate for these parties in the region is a quarter of voters, which is quite low for the Western Ukrainian region. Lviv region alone demonstrated almost 31 %, which is natural due to the significant traditional support of experienced center-right parties, and about 23 % in Zakarpattia and Khmelnytskyi regions.

An interesting criterion for assessing the political maturity of the region's electorate can be considered the indicators of support for political parties that have entered the parliament. Thus, it is possible to state about the rational thinking of voters in a particular region, as well as the convincing support of these parties, which had the support of more than 5 percent of voters. However, the second criterion is not always ostentatious, as parliamentary parties have not overcome the barrier for entry in Ukraine.

According to the CEC, on average, more than 74 % of voters in the Western Ukrainian region supported those parties that entered the parliament (this figure is quite different from the national one). The lowest support of parliamentary parties was in the easternmost areas of the research region, that is Vinnytsia region – 65.19 %. The maximum support of parliamentary parties was in Chernivtsi region (over 81%). In general, in five areas of the region (Zakarpattia, Ivano-Frankivsk, Lviv, Rivne, Chernivtsi), the support of the parties that entered the parliament exceeded the regional average. At the same time, only one region of this territory exceeded the national indicator of support for parliamentary parties, that is Chernivtsi region (Table 2).

Table 2: Indicators of support for parliamentary parties in the Western Ukrainian region according to the results of the 2019 parliamentary elections*

	Region	Political party					General support of parliamentary parties
		European Solidarity	All-Ukrainian Union "Fatherland"	Voice	Servant of the people	Opposition platform - for life!	
1	Vinnycia	8.20	9.99	3.35	38.23	5.42	65.19
2	Volyn	8.00	13.11	6.97	41.81	3.79	73.68
3	Zakarpattia	4.52	9.74	4.31	50.44	8.07	77.08
4	Ivano-Frankivsk	11.77	14.66	13.11	34.19	1.35	75.08
5	Lviv	19.70	9.58	22.92	22.19	1.71	76.10
6	Rivne	9.63	10.56	7.95	41.93	4.21	74.28
7	Ternopil	12.56	12.12	13.11	31.58	1.56	70.93
8	Khmelnyskyi	6.94	10.63	4.11	46.80	5.38	73.86
9	Chernivtsi	6.69	10.30	4.54	50.68	8.93	81.14
	On average in the Western Ukrainian region	9.78	11.19	8.93	39.76	4.49	74.15
	National indicator	8.10	8.18	5.82	43.16	13.01	78.27

* Created on the basis of Official web-site Central Electoral Commission of Ukraine

In terms of individual parties that entered the parliament in the Western Ukrainian region, they had ambiguous support. Most of them had significant deviations from the national indicator. In Lviv region, "European Solidarity" and "Voice" had significantly higher support than in Ukraine generally. This can be justified by several regional reasons. First of all, Lviv region is the "small homeland" of the leader of "Voice" and this became a prerequisite for such support. "European Solidarity" was supported due to the special mental features of this region population, which in all election campaigns of independent Ukraine showed support for parties of pro-European views. The same reason justifies the substantial support of the All-Ukrainian Union "Fatherland" and "European Solidarity" in most areas of the Western Ukrainian region.

The "Servant of the people" party had slightly lower support in the Western Ukrainian region than in Ukraine in general. The fact of the predominance of

parties with such views should now be considered a voting phenomenon for these areas. As far as the parties of such cosmopolitan orientation usually do not have support in Western Ukraine (there are many examples of voting results until 2019, when the electorate supported the ideas of national-patriotic orientation, even yielding to proposals to improve their own welfare, put forward by parties with liberal views). In five regions of this territory, the indicators of support for the leader of the parliamentary elections were higher than the average one in the region. These include Volyn, Zakarpattia, Rivne, Khmelnytskyi and Chernivtsi regions.

Parliamentary party “Opposition platform – for life!” did not receive the required number of votes in the region to enter the parliament (total – 4.49 %). In Lviv, Ivano-Frankivsk and Ternopil regions, this party was supported by less than 2 % of voters, which corresponds to the views of the local electorate. This political structure had relative support in the polyethnic areas of the region (Zakarpattia and Chernivtsi), where more than 8 % of voters supported them. This shows that the ideology suggested by this party is neither close nor understandable to the local population.

The last criterion we want to analyse is the distribution of votes between parties that represent generally antagonistic views, that is between centre-right (“European Solidarity”, “Fatherland”) and centrist parties (“Servant of the people”, “Opposition platform – for life!”) of a parliamentary nature. The views of the centre-right (close to the national-patriotic) direction are traditional for the regions of Western Ukraine, but in 2019 they had somewhat reduced support. On average, about 21 % of voters in the region voted for parliamentary parties in this area (in Ukraine, on average, 18 %). The largest number of votes for these parties was given in the areas of their traditional support, including Lviv, Ternopil, Ivano-Frankivsk regions.

The liberal views of the “Servant of the people” and the “Opposition platform – for life!” parties are generally not typical of the Western Ukrainian region. But the 2019 election campaign went beyond the traditional rules. Evaluating these parties as ideologically close, it can be stated that this direction had undisputed leadership in Ukraine, however, it was ambiguously supported within the research area. On average, these parties in Ukraine were supported by more than 56 % of the electorate. Only two regions in the Western Ukrainian region met this indicator, meaning Zakarpattia and Chernivtsi regions.

At the same time, there are regions where the support of these parties is less than 20 %. These are regions located within the Galician ethnic territories (Lviv, Ternopil, Ivano-Frankivsk regions). The lowest support was within Lviv region (less than 24 %) and in particular within the city of Lviv (less than 19 %). This is due to the presence of the most loyal electorate, which traditionally supports

national patriotic parties, and even such support for liberal ideas is rather the exception. Ivano-Frankivsk and Ternopil regions traditionally support the same views, but in the 2019 elections, parties of this direction had a fairly high level of support (43-29 %). Although the results within even one area fluctuate significantly, which indicates unformed views on this ideology. A good example is Ivano-Frankivsk region. In the southern administrative territories of the region (Verkhovyna, Kosiv, Sniatyn districts), almost 43 % of the electorate supported these parties, while in the city of Ivano-Frankivsk less than 29 %. This can be explained by the fact that the southern districts of this region have the highest unemployment level as well as shadow sector performance and a significant number of employable people who have been working abroad for many years have a slightly different outlook and vision of the country's political situation. At the same time, the regional centre traditionally accumulates the most educated and patriotic electorate, that do not share these views.

Conclusions

Voter turnout in 2019 was the lowest in the history of elections in Ukraine (49.8 %) and even the Western Ukrainian region for the first time demonstrated a lower turnout than Ukraine in general. Although within this territory there are regions where the maximum indicators of participation in the elections were recorded. They are Ivano-Frankivsk – 54.2 % and Lviv regions – 53.4 %. Traditionally, the lowest turnout was in polyethnic regions (Chernivtsi and Zakarpattia regions). Such tendencies are justified by a certain despair of the population of the region in the changes, as well as social and economic reasons, for example, the holiday season and significant employment of the population of Western Ukraine in seasonal work abroad were a significant obstacle to participation in the elections.

The 2019 elections will go down in the history of electoral geography of Ukraine as the ones with the largest support of one political party, meaning “Servant of the people” (43.16 %). On average in the Western Ukrainian region, this figure was slightly lower (39.76 %). At the same time, there are regions with significantly lower indicators (Lviv region – 22.19 %; this was the lowest support indicator for the leader of the parliamentary race in Ukraine), as well as those where this indicator was significantly exceeded (Chernivtsi region – 50.68 %, Zakarpattia region – 50.44 %). This is a sign of intra-regional ideological differences and the level of political formation of the regional electorate.

The accedence of “new parliamentary parties” to the Verkhovna Rada is a sign of another attempt to find political groups that should radically change the situation in the country. Their confrontation with the old parliamentary forces is a

kind of motivator for the latter in the struggle for the spheres of influence as well as the electorate.

The rationality of the voters thinking of a particular region can be assessed by the number of votes cast for the passing “parliamentary” parties. More than 74 % of voters in the Western Ukrainian region supported those parties that joined the parliament (this figure is quite different from the national one). Five regions (Zakarpattia, Ivano-Frankivsk, Lviv, Rivne, Chernivtsi) supported the parties that entered the parliament more than other regions, meaning the regional average.

The new parliamentary parties support of 50 % of the electorate is a clear confirmation of hopes for change, which they embodied. Only a quarter of the region's voters stand out in this election campaign with the established views they have always possessed.

A very clear criterion of political differences in the Western Ukrainian region is the confrontation in support of centre-right (“European Solidarity”, “Fatherland”) and centrist parties with liberal views (“Servant of the people”, “Opposition platform – for life!”). On average, about 21 % of voters in the region supported the centre-right parliamentary parties, which is higher than the average in Ukraine (18 %) and corresponds to the traditions of the Western Ukrainian regions. Liberal parties are not typical for the research region, but in 2019 they had support, which ranged from 19 % in some regional centres (Lviv) and up to 60 % in the administrative districts of Chernivtsi and Zakarpattia regions. It should be noted that this type of parties is not dominated by national and patriotic principles in their action programs. It is known that the national idea historically and traditionally dominates within the territories of Western Ukraine, and therefore even such an indicator of support is a sign of protest mood (public reaction) of the electorate rather than ideological commitment. It can be stated that this direction had undisputed leadership in Ukraine, but it was ambiguously supported within the research area.

References

- Abstention and voting behaviour in the 2009 European elections. Analytical summary Available online: <http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/20150201PVL00062/Abstention-and-voting-behaviour-in-the-2009-European-elections>.
- ANSOLABEHERE, S. and KONISKY, D.M. 2006. The introduction of voter registration and its effect on turnout, *Political Analysis*, 2006. 14, pp. 83-100.
- BAKUMOV, O. S. 2015. Electoral behavior of Ukrainian Voters in 2010-2014: Cluster Analysis. In *Forum prava*. 2015, no 3, pp. 19-24.

- BRAJCHEVSKYJ, Y. 2013. The concept of place as a factor of electoral behavior and regional political polarization in Ukraine. In *Economic and Social Geography*, 2013. vol. 67, no. 2, pp. 67-74.
- CHERKASHYN, K. V. 2005. Elektoralna povedinka naselennia nezaleznoi Ukrainy v rehionalnykh zrizakh: Avtoref. dys... kand. polit. nauk: 23.00.02 Tavr. nats. un-t im. V. I. Vernadskoho. – Simf., 2005. 19 p.
- DETTREY, B. J. – SCHWINDT-BAYER, L. A. 2009. Voter Turnout in Presidential Democracies. In *Comparative Political Studies*. vol. 42, no. 10, pp. 1317-1338.
- HAYDUKIEWICZ, L. 2011. Electoral geography as a new mean of analyzing social change Krakow city and Malopolskie Voivodship case study. In *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*. vol. 15, no. 15, pp. 95-115. DOI: <http://dx.doi.org/10.2478/v10089-011-0007-8>.
- HOGAN, R. E. 2013. Campaign spending and voter participation in state legislative elections. In *Social Science Quarterly*. vol. 94, pp. 840-864.
- HOLBROOK, T. M. – WEINSCHENK, A. C. 2014. Campaigns, Mobilization, and Turnout in Mayoral Elections. In *Political Research Quarterly*. vol. 67, no. 1, pp. 42-55.
- EGGERS, A. C. 2015. Proportionality and Turnout: Evidence From French Municipalities. In *Comparative Political Studies*. vol. 48, no. 2, pp. 135-167.
- ENDERSBY, J. W. – KRIECKHAUS, J. T. 2008. Turnout around the globe: the influence of electoral institutions on national voter participation, 1972–2000. In *Electoral Studies*. vol. 27, pp. 601-610.
- FOWLER, A. 2013. Electoral and policy consequences of voter turnout: evidence from compulsory voting in Australia. In *Quarterly Journal of Political Science*. vol. 8, pp. 159-182.
- FAUVELLE-AYMAR, C. – FRANÇOIS, A. 2006. The impact of closeness on turnout: an empirical relation based on a study of a two-round ballot. In *Public Choice*. vol. 127, pp. 469-491.
- KOLODIJ, A. 2006. Ukrainian regionalism as a state of cultural and political polarization. In *AGORA. Issue 3: Ukraine – regional dimension*. Kyiv: Stylus, 2006. pp. 69-91.
- KUZYSHYN, A. V. 2017. Displays of Electoral culture in the Electoral field of the Carpathian-Podolsk region. In *Odesa National University Herald. Geography and Geology*. vol. 30, no. 1, pp. 162-172.
- KUZYSHYN, A. V. 2019. Social-Geographical analysis of the Electoral field of the Western Ukrainian region. In *The Scientific issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Series: Geography*. vol. 47, no. 2, pp. 59-66.

- KUZYSHYN, A. V. 2016. Socio-Geographic characteristics of Electoral culture in the Electoral field of the Carpathian-Podilsk region. In *The Scientific issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Series: Geography*. vol. 41, no. 2, pp. 104-110.
- KOWALSKI, M. 2003. Polaryzacja zachowań wyborczych w Polsce jako rezultat cywilizacyjnego rozdarcia kraju. In Kowalski, M. ed. *Przestrzeń wyborcza Polski*. Warszawa: PTG, PAN IGiPZ, pp. 11-48.
- KOWALSKI, M. 2004. Regionalne zróżnicowanie zachowań wyborczych Polaków w latach 1989–2001. In: Markowski, T. editor, *Przestrzeń w zarządzaniu rozwojem regionalnym i lokalnym*, Biuletyn KPZK, 2004. Vol. 211, Warszawa: KPZK PAN, pp. 407-430.
- KRZEMIŃSKI, P. 2009. Zachowania wyborcze w wyborach parlamentarnych i prezydenckich w Polsce w latach 2005–2007 – wzory przestrzennych zróżnicowań. In *Przegląd Geograficzny*. vol. 81, no. 2.
- LASOŃ, A. – TORÓJ, A. 2019. Anti-liberal, Anti-Establishment or Constituency-driven? Spatial econometric analysis of Polish Parliamentary election results in 2015. In *European Spatial Research and Policy*. vol. 26, no. 2, pp. 199-236.
- MANSLEY, E. – DEMSAR, U. 2015. Space matters: Geographic variability of electoral turnout determinants in the 2012 London mayoral election's. In *Electoral Studies*. vol. 40, pp. 322-334.
- NIKOLENYI, C. 2010. 'Concurrent Elections and Voter Turnout: The Effect of the De-Linking of State Elections on Electoral Participation in India's Parliamentary Polls, 1971-2004. In *Political Studies*. vol. 58, no. 1, pp. 214-233.
- SAIB, M. 2017. Spatial Autocorrelation in Voting Turnout. In *Journal of Biometrics & Biostatistics*. vol. 8, no. 5, article number 1000376.
- VYSHNYAK, O. 2008. Political typology of regions of Ukraine: dynamics and factors of change. In *Ukrainian society 1992–2008. Sociological monitoring*. Kyiv: Institute of Sociology. NAS of Ukraine, 2008. pp. 331-342.
- ZARYCKI, T. 1997. Nowa przestrzeń społeczno-polityczna Polski. In *Studia regionalne i lokalne*, 1997. vol. 23. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego, pp. 3-235.
- ZARYCKI, T. 2002. *Region jako kontekst zachowań politycznych*. Warszawa: Scholar.
- www.bbc.com/ukrainian/features-49133636
- dif.org.ua/article/khto-za-kogo-progolosuvav-demografiya-natsionalnogo-ekzitu-polu-na-parlamentskikh-viborakh-2019?fbclid=IwAR1Dwb0ZtNljHrF2Wgo9BRN0PCPSD09M8sFc9l6GQDBIOMu-ns3Ze-W0pRw
- cvk.gov.ua – Official web-site Central Electoral Commission of Ukraine

Andrii Kuzyshyn, PhD, prof.

Department of Geography of Ukraine and Tourism

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

2, M. Kryvonosa str., 46027 Ternopil, Ukraine

E-mail: kuzyshyn_a@tnpu.edu.ua

BARIÉRY INTERAKCIE A CEZHRAŇIČNEJ SPOLUPRÁCE V SLOVENSKO-UKRAJINSKOM POHRAŇIČÍ: PERCEPCIE LOKÁLNYCH AKTÉROV

Martin Lačný, Anna Polačková

Abstract

The paper aims to present findings from the research on perceptions of local actors in terms of identifying barriers to cross-border cooperation. Barriers are for the purposes of the research understood to be any conditions or activities that hinder or restrict the free movement and interaction of people, capital, products, services, ideas, etc. A “barrier-free” situation corresponds to the permeability of borders between two regions of the same country. Respondents on both sides of the border answered questions in five thematic areas related to identifying barriers to cross-border interaction and cross-border cooperation: infrastructure as a barrier to cross-border cooperation, barriers to crossing the border, level of support, general conditions (the political, historical, cultural, religious, economic context) and economic-geographical conditions as a barrier to cross-border cooperation.

Keywords: border studies, cross-border cooperation, local actors, barriers

Úvod

Cezhraničná spolupráca na hraniciach Slovenska, vrátane štátnej hranice s Ukrajinou, bola v slovenskej vede doposiaľ skúmaná predovšetkým z pohľadu politickej geografie. Šlo prevažne o výskum geopolitických aspektov postavenia Slovenskej republiky a regionálneho rozvoja jej pohraničných regiónov, vrátane ich zapojenia do medzinárodnej spolupráce v rámci euroregiónov. V tejto súvislosti je potrebné zdôrazniť, že cezhraničná spolupráca medzi Slovenskom a Ukrajinou nebola predmetom výskumu, na ktorý by boli aplikované vedecké metódy a postupy vyvinuté v rámci border studies.¹ Predložená štúdia má za cieľ prezentovať zistenia z výskumu percepcií lokálnych aktérov z hľadiska ich schopnosti využiť štruktúru politických príležitostí vytvorenú exogénnymi

¹ To malo za následok, že výskum cezhraničnej spolupráce na slovensko-ukrajinskej hranici nebol zahrnutý ani do jedného z veľkých výskumných projektov (ako napr. EXLINEA, EUBorderConf, EUDIMENSIONS, EUBORDERREGIONS a pod.), ktoré boli realizované v posledných rokoch v európskom priestore. Prehľad konceptualizácií cezhraničnej spolupráce u nás spracovali Dančišin, Cirner, Dudinská a Vašková (2017).

faktormi pre etablovanie mechanizmov cezhraničnej spolupráce, vrátane zhodnotenia ich doterajších skúseností a praxe.²

Teoreticko-metodické východiská

Zber dát sme realizovali prostredníctvom štandardizovaného dotazníka, pri zostavovaní ktorého sme vychádzali z otázok, ktoré boli predmetom najväčšieho a najkomplexnejšieho výskum cezhraničnej spolupráce na vonkajšej hranici EÚ, ktorý bol realizovaný v rámci projektu „Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions“ (EXLINEA). Tento výskum bol aplikovaný na šiestich prípadových štúdiách, resp. šiestich úsekoch vonkajších hraníc EÚ: fínsko-ruská hranica, estónsko-ruská hranica, poľsko-ukrajinská hranica, maďarsko-ukrajinská hranica, rumunsko-moldavská hranica a severná hranica Grécka (pozri Kramsch et al., 2004; Houtum and Scott, 2005; Scott and Matzeit, 2006a, 2006b).

Použitý dotazník bol štruktúrovaný do šiestich základných okruhov, ktoré boli zamerané na 1) migráciu a sociálnu interakciu; 2) identifikovanie bariér interakcie a cezhraničnej spolupráce; 3) vnímanie a predstavy o obyvateľoch na druhej strane hranice; 4) hodnotenie politík cezhraničnej spolupráce; 5) očakávané dopady cezhraničnej spolupráce; 6) očakávané dopady Asociačnej dohody EÚ s Ukrajinou. Jednotlivé položky v rámci konkrétneho okruhu otázok boli štruktúrované tak, aby vypovedali o tom istom konštrukte, a teda mohli nadobúdať podobnú psychologickú „váhu“ v mysli respondenta. Znenie otázok, ako aj kódovanie premenných v prezentovanom tematickom okruhu plne korešponduje s výskumným nástrojom EXLINEA.

Náš príspevok sa zameriava na prezentovanie zistení v oblasti identifikácie bariér interakcie a cezhraničnej spolupráce v slovensko-ukrajinskom pohraničí z pohľadu percepcií lokálnych aktérov. Cieľom tejto časti empirického výskumu bolo odpovedať na výskumné otázky:

1. Aké špecifické bariéry cezhraničnej spolupráce vnímajú jej lokálni aktéri v slovensko-ukrajinskom pohraničí?
2. Ktoré z týchto bariér považujú za najvýznamnejšie?
3. Existujú významné rozdiely vo vnímaní bariér medzi slovenskými a ukrajinskými aktérmi cezhraničnej spolupráce?

Identifikácia vnímaných bariér je nevyhnutná pre pochopenie procesov utvárania preferencií, motivácií a stratégií lokálnych aktérov vo vzťahu

² Blížšie o vplyve exogénnych faktorov ovplyvňujúcich politické príležitosti pre etablovanie cezhraničnej spolupráce pojednávajú Duleba (2019) a Székely (2016). Širší kontext percepcií spracovali Cimer a Maradyk (2019). Environmentálne aspekty analyzovali Ivanová, Michaeli, Boltížiar a Fazekašová (2013).

k cezhraničnej spolupráci, ktoré priamo ovplyvňujú ich schopnosť využiť konkrétnu štruktúru politických príležitostí.³

Respondenti

Výskum bol zameraný na zmapovanie rozvoja cezhraničnej spolupráce na slovensko-ukrajinskej hranici, pričom sa realizoval v pohraničných okresoch v Prešovskom a v Košickom kraji a na ukrajinskej strane v Zakarpatskej oblasti. Zber dát bol primárne orientovaný na zisťovanie postojov širšieho okruhu aktérov cezhraničnej spolupráce, zahrňujúc obyvateľov miest a obcí v pohraničných oblastiach, lokálnych ekonomických aktérov, zástupcov národnostných menšín a cirkví. Sumárne bolo v rámci agentúrneho zberu dát oslovených 200 respondentov tak na slovenskej, ako aj 200 respondentov na ukrajinskej strane hranice. V prípade slovenskej vzorky respondentov sa do výskumu zapojilo 94 mužov (47%) a 106 žien (53%), ukrajinskí respondenti boli v zastúpení 93 mužov (46,5%) a 107 žien (53,5%).

Najväčšie vekové zastúpenie slovenských respondentov mali ľudia vo veku 41 - 60 rokov a to 39,5%, nasledovala veková kategória 26 – 40 rokov (36%), viac ako 60 rokov malo 13,5%, najmenej zastúpená veková kategória (11%) bola vo veku 18 – 25 rokov. Iná situácia bola v prípade vzorky na ukrajinskej strane hranice, kde najpočetnejšie zastúpenie (38%) mali respondenti vo veku 18 – 25 rokov, nasledovala veková skupina 26 – 40 rokov (31,5%). Veková kategória 41 – 60 rokov bola zastúpená 24,5%, najmenej početnú skupinu (6%) tvorili ľudia vo veku viac ako 60 rokov.

Čo sa týka vzdelania, na ukrajinskej strane hranice prevládali respondenti s vysokoškolským vzdelaním – 152 respondentov (76%), stredoškolské vzdelanie malo 48 respondentov (24%). V prípade slovenskej vzorky väčšinu tvorilo 118 stredoškolsky vzdelaných respondentov (59%), vysokoškolsky vzdelaných respondentov bolo 82 (41%).

Slovenskí respondenti pochádzali z Prešovského a Košického kraja, pričom zastúpenie mali nasledujúce mestá a obce: Michalovce, Trebišov, Snina, Košice, Prešov, Strážske. Michal'any, Kuzmice, Belá nad Cirochou, Tibava, Ložín, Veľký Kamenec, Cejkov, Veľké Trakany, Čičarovce, Čelovce, Vyšný Hrušov, Biel, Jasenov, Veľké Kapušany, Petrovce, Sečovce, Čierna nad Tisou, Pusté Černerné, Parchovany, Papín, Kazimír, Kráľovský Chlmec, Pčoliné, Porúbka, Krásnovce, Zboj, Hlivišťa, Makovce, Lekárovce, Zalužice, Ruská Poruba, Belá nad Cirochou a Palín.

³ Teória štruktúry politických príležitostí bola pôvodne vyvinutá v rámci výskumu politického aktivizmu. Jej aplikáciu na oblasť cezhraničnej spolupráce približujú napríklad Polačková, Dudinská a Cirner (2017).

V Zakarpatskej oblasti na ukrajinskej strane hranice pochádzali respondenti z obcí a miest Malý Bereznyý, Užhorod, Čop, Seredné, Synevyr, Mukačevo, Storozhnica, Svaľava, Surty, Poliana, Drahovo, Kostryňa, Malé Slemence, Perečín, Baranynci, Ruski Komarivci, Koritnyany, Vynohradiv, Berehovo, Veľký Bočkov, Turie Remety a Lalovo.

Typ údajov a metóda analýzy

Na účely merania percepcií, postojov a názorov sme použili 7 bodovú Likertovu viacpoložkovú škálu (Walker, 2010) pre každú skupinu otázok. Takéto škálovanie vytvára intervalové premenné, ktoré umožňujú určiť poradie (ranking) položiek, ktoré meriame a zároveň i kvantifikovať a porovnávať veľkosť rozdielov medzi nimi. Následne vypočítané priemerné hodnoty každej položky môžu byť interpretované ako diferenciácie názorových odtieňov medzi dvoma extrémami. 7-bodová škála umožňuje respondentovi relatívne široký rozsah odpovedí a poskytuje presnejšie informácie o tom, čo si respondenti myslia. Na vyhodnotenie odpovedí slovenských a ukrajinských respondentov na dané otázky bola použitá deskriptívna analýza zahŕňajúca priemerné hodnoty a štandardné odchýlky.

Na identifikáciu štatisticky významných rozdielov medzi dvoma nezávislými vzorkami, bol použitý T-test (Pacáková 2009, s. 139-142). V prípade každej otázky sme zároveň urobili test normality aby sme overili, či požiadavky a predpoklady T-testu boli naplnené. Predpoklad zhodnosti rozptylu bol verifikovaný Levenovym testom (SPSS Tutorials, 2019a). V prípade porušenej normality dát boli ďalej rozdiely priemerných hodnôt medzi dvoma skupinami (slovenskí a ukrajinskí respondenti) analyzované pomocou neparametrických alternatív ku T-testu (Mann-Whitney U test a Kolmogorov-Smirnov dvojvýberový Z test), ktoré sa nezakladajú iba na odhade parametrov (napríklad priemer alebo štandardná odchýlka) pri deskripcii distribúcie danej premennej vo výskumnej vzorke (SPSS Tutorials, 2019b).

Predpokladali sme, že sa vo väčšine prípadov budú vyskytovať rozdiely medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov. Štandardná hladina významnosti používaná na opodstatnené tvrdenie o významnom efekte v našom výskume je (tak ako to býva štandardne v spoločenských vedách) na úrovni 0.05. Teda výraz štatisticky významný rozdiel sa používa ak hodnota $p \leq 0.05$ (Pacáková, 2009).

Identifikovanie bariér interakcie a cezhraničnej spolupráce

Ako bariéry pre potreby výskumu chápeme akékoľvek podmienky alebo aktivity, ktoré brzdia alebo obmedzujú voľný pohyb a interakciu ľudí, kapitálu,

výrobkov, služieb, ideí, atď. Situácia „bez bariér“ zodpovedá priechodnosti hraníc medzi dvomi regiónmi tej istej krajiny. Respondenti na oboch stranách hranice odpovedali na otázky v piatich tematických oblastiach, týkajúcich sa identifikácie bariér cezhraničnej interakcie a cezhraničnej spolupráce: (1) infraštruktúra ako bariéra cezhraničnej spolupráce, (2) bariéry pri samotnom prekračovaní hranice, (3) úroveň podpory, (4) všeobecné podmienky (politický, historický, kultúrny, náboženský, ekonomický kontext) a (5) hospodársko-geografické podmienky ako bariéra cezhraničnej spolupráce. Z dôvodu limitovaného rozsahu príspevkov sa na tomto mieste budeme podrobne venovať len prvým trom tematickým oblastiam, o zisteniach zo zvyšných dvoch sa stručne zmienime v závere príspevku.

Infraštruktúra ako bariéra cezhraničnej spolupráce

Respondenti odpovedali na základnú otázku: Predstavuje súčasný stav infraštruktúry bariéru interakcie a cezhraničnej spolupráce? Percepcie respondentov boli zachytené v škále od 1 (neprekonateľná bariéra – jednoznačná/jasná prekážka) po 7 (bez bariér – bez prekážok), pričom sa vyjadrovali k štyrom subfaktorom (železnice, cesty, telekomunikácie a verejná doprava).

Infraštruktúra je respondentmi vo všeobecnosti vnímaná ako relatívne menej významná spomedzi bariér ($TM = 4,16$). Podľa vyjadrení slovenských respondentov predstavuje stredne veľkú prekážku ($M = 3,91$; $SD = 1,52$), kým ukrajinskí respondenti ju vnímajú ako najmenšiu spomedzi bariér cezhraničnej spolupráce ($M = 4,41$; $SD = 1,42$). Relatívne malé štandardné odchýlky v slovenskej i ukrajinskej skupine respondentov naznačujú pravdepodobne rozdiely vo vzdialenosti, či blízkosti hraničných priechodov z pohľadu rôznych častí skúmaného teritória. Napríklad, detailnejšia analýza dát poukazuje na tendenciu respondentov z obcí vzdialenejších od hraničných priechodov považovať infraštruktúru za výraznejšiu bariéru, na rozdiel od respondentov z miest a obcí bližšie pri hraničných priechodoch.

Rozdiely medzi skupinou slovenských a ukrajinských respondentov sú štatisticky významné v prípade troch subfaktorov: cesty – stav a rozsah cestnej siete ($p = 0,000016$), telekomunikácie – telefonovanie, pošta, prístup k internetu ($p = 0,000000$) a verejná doprava – intenzita autobusovej dopravy a pod. ($p = 0,000007$).

Tab. 1: Infraštruktúra ako bariéra CBC
Table 1: Infrastructure as a barrier to CBC

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	3,91	4,41
Železnice	3,62	3,56
Cesty	3,81	4,45
Telekomunikácie	4,39	5,18
Verejná doprava	3,83	4,47

Z tab. 1 je evidentné, že ukrajinskí respondenti vnímajú spomínané tri subfaktory ako menšiu bariéru v porovnaní so slovenskými respondentmi. Iná situácia je v prípade štvrtého subfaktora *železnice* – stav a rozsah železničnej siete, keďže tu sa priemerné hodnoty v oboch skupinách zásadne nelíšia.⁴ Slovenskí i ukrajinskí respondenti považujú železnice za stredne veľkú prekážku, priemerné hodnoty sú v oboch skupinách v porovnaní s inými subfaktormi nižšie, čo znamená relatívne najväčšiu bariéru oproti cestám, telekomunikáciám či verejnej doprave.

Je potrebné podotknúť, že detailne nepoznáme kontext interpretácie v jednotlivých skupinách respondentov, čo limituje porovnateľnosť údajov. Napríklad, hustota cestnej siete v SR je trojnásobná v porovnaní s hustotou cestnej siete na Ukrajine.⁵ Ak teda niektorí zo slovenských respondentov porovnávajú aktuálnu úroveň infraštruktúry v pohraničí s celkovou aktuálnou úrovňou infraštruktúry na Slovensku, cezhraničné spojenia môžu byť vnímané ako slabé, resp. ich relatívny nedostatok môže byť vnímaný ako výraznejšia bariéra cezhraničnej interakcie. Ukrajinskí respondenti zasa môžu vnímať aktuálnu úroveň infraštruktúry v pohraničí v porovnaní s celkovým stavom infraštruktúry v krajine neutrálne. Respondentom na oboch stranách hranice, ktorí porovnávajú stav infraštruktúry v minulosti a dnes, sa zasa môže javiť súčasná úroveň infraštruktúry o čosi vyššia a prisúdia jej tak vyššie skóre.

Bariéry pri prekračovaní hranice

Percepcie ohľadom bariér pri prekračovaní hranice boli zachytené v škále od 1 (neprekonateľná bariéra) po 7 (bez bariér), pričom sa respondenti vyjadrovali k piatim subfaktorm (blízkosť hraničných priechodov, nízky počet hraničných priechodov, zaobchádzanie a prístup zo strany pasovej kontroly, zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov a byrokratické procedúry).

⁴ SK: M = 3,62; SD = 1,57. UA: M = 3,56; SD = 1,51.

⁵ V SR je hustota cestnej siete cca 90 km ciest na 100 km² územia, kým na Ukrajine je to cca 30 km ciest na 100 km² územia (Land Portal 2019).

Prekračovanie hranice je respondentmi z hľadiska bariér vo všeobecnosti hodnotené ako stredne veľká prekážka ($TM = 3,74$). Kým slovenskí respondenti hodnotia túto oblasť vo všeobecnosti ako problémovejšiu z hľadiska prekážok ($M = 3,4$; $SD = 1,46$), postojе ukrajinských respondentov sú skôr neutrálne ($M = 4,08$; $SD = 1,49$). Nachádzame tu však štatisticky významné rozdiely medzi odpoveďami respondentov v SR a v UA, a to v rámci všetkých hodnotených subfaktorov. Ako relatívne najmenšiu z prekážok respondenti na oboch stranách hranice vnímajú blízkosť hraničných priechodov.⁶ V oboch vzorkách respondentov relatívne malá štandardná odchýlka indikuje rozdiely vo vnímaní blízkosti hraničných priechodov z pohľadu obcí a miest lokalizovaných rôzne v rámci výskumného teritória. Nakoľko sa však väčšina obcí a miest, z ktorých pochádzajú respondenti na oboch stranách hranice, nachádza v okruhu do 80 km od najbližšieho hraničného priechodu, nie je takýto výsledok prekvapujúci. Neutrálne je respondentmi vnímaný nízky počet hraničných priechodov, priemerné hodnoty na oboch stranách hranice sa pohybujú okolo 4.⁷

Tab. 2: Bariéry pri prekračovaní hranice
Table 2: Barriers when crossing the border

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	3,40	4,09
Blízkosť hraničných priechodov	4,54	5,31
Nízky počet hraničných priechodov	3,89	4,21
Zaobchádzanie a prístup zo strany pasovej kontroly	3,03	3,84
Zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov	2,85	3,52
Byrokratické procedúry	2,70	3,57

Ako najvýznamnejšie bariéry pri prekračovaní hranice vnímajú respondenti zaobchádzanie a prístup zo strany pasovej kontroly⁸, zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov⁹ a najmä byrokratické procedúry – úkony, ktoré vyžadujú predpisy a legislatíva.¹⁰ V prípade všetkých troch spomínaných subfaktorov sú percepcie slovenských respondentov ladené skôr negatívne, čo je evidentné nielen pri pohľade na priemerné hodnoty v tab. 2, ale aj na relatívne početnosti odpovedí v grafoch 1, 2, 3 kde vidíme vysoké percentuálne podiely odpovedí pri hodnotách

⁶ SK: $M = 4,54$; $SD = 1,48$. UA: $M = 5,31$; $SD = 1,50$.

⁷ SK: $M = 3,89$; $SD = 1,55$. UA: $M = 4,21$; $SD = 1,49$.

⁸ SK: $M = 3,03$; $SD = 1,48$. UA: $M = 3,83$; $SD = 1,48$.

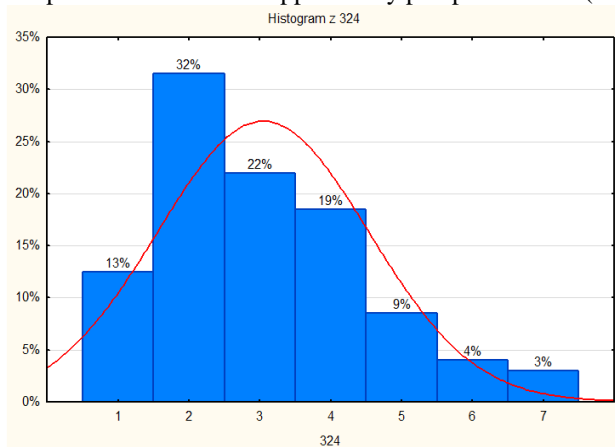
⁹ SK: $M = 2,85$; $SD = 1,39$. UA: $M = 3,52$; $SD = 1,54$.

¹⁰ SK: $M = 2,70$; $SD = 1,41$. UA: $M = 3,57$; $SD = 1,45$.

1, 2 a 3, indikujúcich neprekonateľnú, resp. vysokú bariéru. Za najvýznamnejšiu bariéru pri prekračovaní hranice považujú slovenskí respondenti byrokratické procedúry – až 20 % respondentov ich označilo ako neprekonateľnú bariéru a 33 % opýtaných ich označilo hodnotou 2, indikujúcou vysokú bariéru.

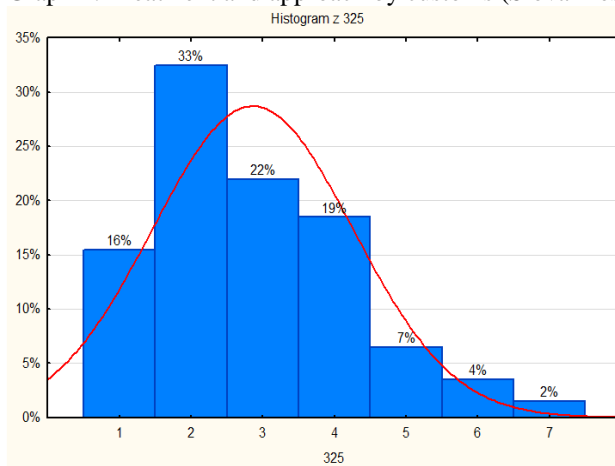
Graf 1: Zaobchádzanie a prístup zo strany pasovej kontroly (Slovenskí respondenti)

Graph 1: Treatment and approach by passport control (Slovak respondents)



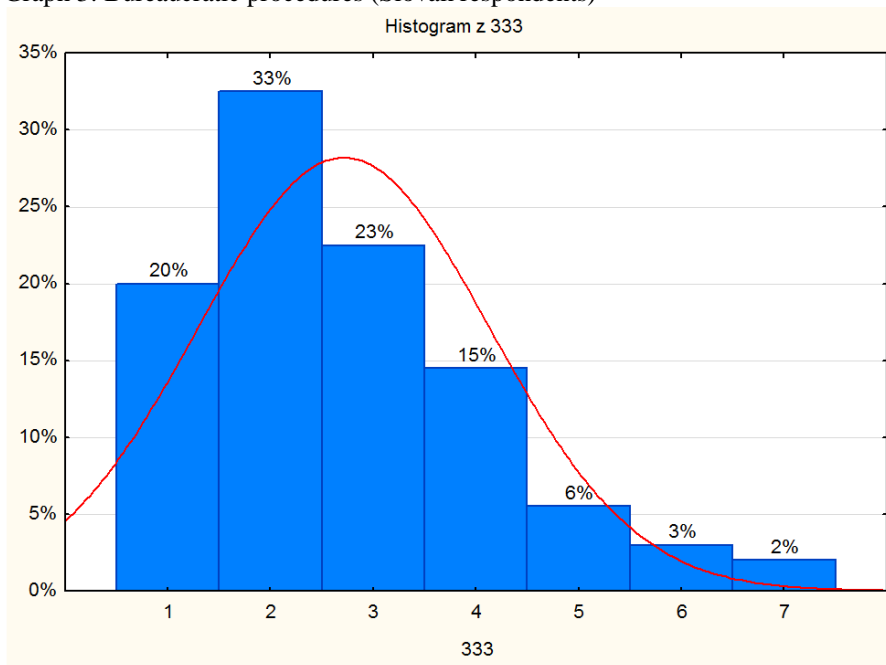
Graf 2: Zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov (Slovenskí respondenti)

Graph 2: Treatment and approach by customs (Slovak respondents)



Graf 3: Byrokratické procedúry (Slovenskí respondenti)

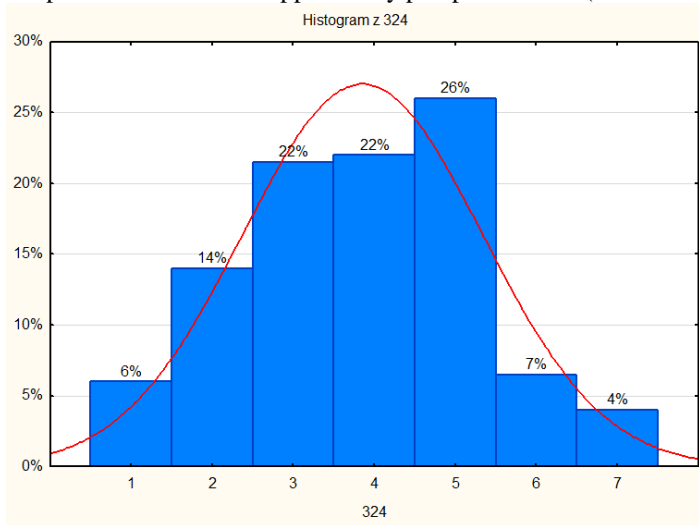
Graph 3: Bureaucratic procedures (Slovak respondents)



Odpovede ukrajinských respondentov sú v porovnaní so slovenskými respondentmi ladené o niečo neutrálnejšie, pričom za najvýznamnejšiu bariéru pri prechádzaní hraníc považujú prístup zo strany colníkov. Relatívne početnosti odpovedí v grafoch 4, 5, 6 naznačujú relatívne nižšiu frekvenciu nízkych hodnôt indikujúcich v odpovediach respondentov vnímanie neprekonateľných či vysokých bariér. Rozdiely v percepciách slovenských a ukrajinských respondentov môžu byť v prípade týchto troch subfaktorov do istej miery poznačené skúsenosťami s prekračovaním vnútorných a vonkajších hraníc EÚ, resp. hraníc mimo EÚ. Slovenskí respondenti môžu vnímať prekračovanie ukrajinskej hranice ako problematickejšie s ohľadom na ich skúsenosť s prekračovaním „mäkkých“ hraníc susedných krajín, ktoré sú členskými krajinami EÚ a sú súčasťou Schengenského priestoru (Poľsko, Maďarsko). Ukrajinským respondentom sa v porovnaní s prekračovaním hraníc s inými susednými krajinami zasa môže javiť situácia na slovensko-ukrajinských hraničných priechodoch neutrálnejšie.

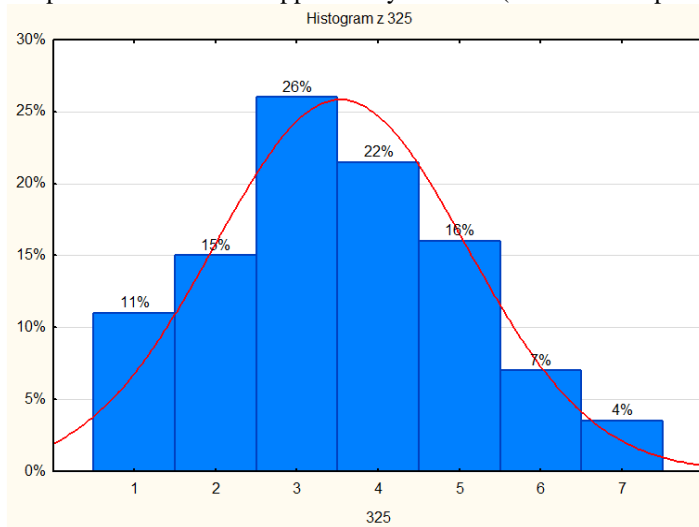
Graf 4: Zaobchádzanie a prístup zo strany pasovej kontroly (Ukrajinskí respondenti)

Graph 4: Treatment and approach by passport control (Ukrainian respondents)

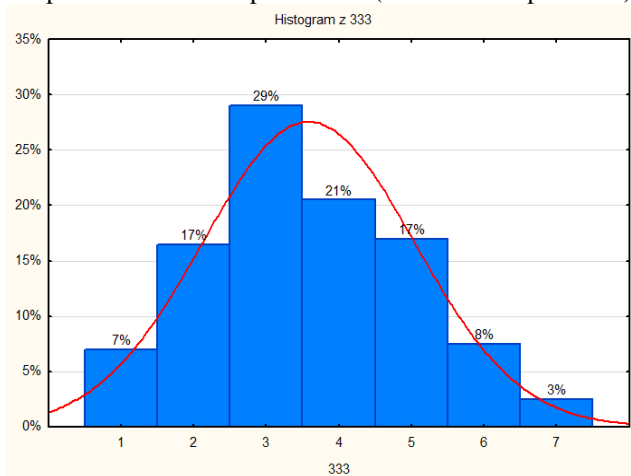


Graf 5: Zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov (Ukrajinskí respondenti)

Graph 5: Treatment and approach by customs (Ukrainian respondents)



Graf 6: Byrokratické procedúry (Ukrajinskí respondenti)
Graph 6: Bureaucratic procedures (Ukrainian respondents)



Úroveň podpory ako bariéra interakcie a cezhraničnej spolupráce

Respondenti mali indikovať nedostatočnú podporu cezhraničnej spolupráce zo strany lokálnej a regionálnej samosprávy (mestá, obce, VÚC), miestnej štátnej správy (okresné úrady, a iné štátne úrady – napr. úrady práce), národnej vlády (vláda, ministerstvá, vládne agentúry), lokálnych, regionálnych či národných podnikateľských subjektov, resp. podnikateľských združení, mimovládneho sektora (občianske združenia a podobne) a zo strany európskych (medzinárodných) organizácií, predovšetkým EÚ. V rámci jednotlivých subfaktorov bolo cieľom identifikovať, v ktorých prípadoch je nedostatočná podpora respondentmi vnímaná ako bariéra cezhraničnej interakcie a cezhraničnej spolupráce.

Vo všeobecnosti respondenti na oboch stranách hranice vnímajú úroveň podpory ako stredne veľkú prekážku ($TM = 3,66$). Podľa vyjadrení slovenských respondentov predstavuje stredne veľkú prekážku ($M = 3,43$; $SD = 1,35$), kým ukrajinskí respondenti ju vnímajú o niečo neutrálnejšie ($M = 3,89$; $SD = 1,26$). Nízke štandardné odchýlky v slovenskej i ukrajinskej skupine respondentov naznačujú relatívne vysokú mieru zhody v odpovediach v rámci jednotlivých skupín. Nachádzame tu však štatisticky významné rozdiely medzi odpoveďami respondentov v SR a v UA v rámci štyroch spomedzi šiestich hodnotených subfaktorov: podpora cezhraničnej spolupráce zo strany miestnej štátnej správy – okresné úrady, a iné štátne úrady – napr. úrady práce ($p = 0,001707$), podpora zo strany lokálnych, regionálnych či národných podnikateľských subjektov, resp.

podnikateľských združení ($p = 0,000501$), mimovládneho sektora ($p = 0,000010$) a najvýraznejšie zo strany európskych (medzinárodných) organizácií, predovšetkým EÚ ($p = 0,000000$). Tab. 3 poukazuje na to, že ukrajinskí respondenti vnímajú spomínané štyri subfaktory ako relatívne menšiu bariéru v porovnaní so slovenskými respondentmi. V prípade zvyšných dvoch subfaktorov (podpora zo strany miestnej a regionálnej samosprávy a podpora zo strany národnej vlády) sa priemerné hodnoty v oboch skupinách zásadne nelíšia.¹¹

Tab. 3: Úroveň podpory ako bariéra
Table 3: Level of support as a barrier

Priemerné hodnoty	SK	UA
Total Mean	3,43	3,89
Lokálna a regionálna samospráva (obce, mestá, VÚC)	3,56	3,70
Miestna štátna správa (okresné úrady a iné štátne úrady)	3,41	3,80
Národná vláda (vláda, ministerstvá, vládne agentúry)	3,28	3,52
Lokálne, regionálne, národné podnikateľské subjekty a podnikateľské združenia	3,47	3,92
Mimovládny (neziskový) sektor	3,61	4,20
Európske (medzinárodné) organizácie	3,26	4,19

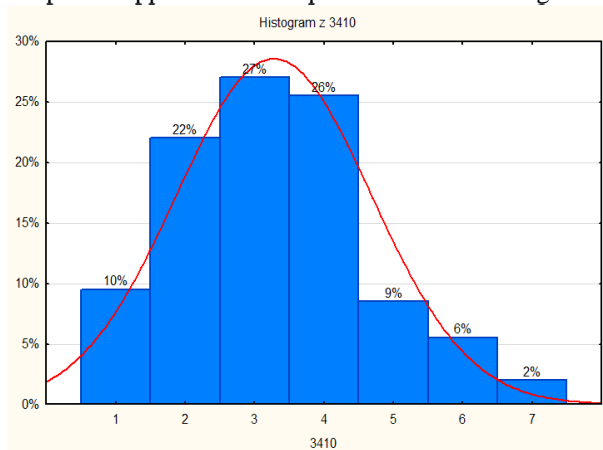
Výrazný rozdiel v percepciách slovenských a ukrajinských respondentov sme zaznamenali v prípade dvoch subfaktorov. Kým slovenskí respondenti hodnotia nedostatočnú podporu zo strany mimovládneho sektora ako stredne veľkú prekážku cezhraničnej spolupráce ($M = 3,61$; $SD = 1,39$), ukrajinskí respondenti ju vnímajú ako relatívne nízku bariéru ($M = 4,20$; $SD = 1,24$). Najvýraznejší rozdiel v percepciách sa však týka podpory zo strany európskych (medzinárodných) organizácií, predovšetkým EÚ. Slovenskí respondenti tu indikujú relatívne najväčšiu prekážku cezhraničnej spolupráce spomedzi sledovaných subfaktorov ($M = 3,26$; $SD = 1,40$), kým pre ukrajinských respondentov predstavuje jednu z najnižších bariér ($M = 4,19$; $SD = 1,42$). Relatívne početnosti odpovedí v grafe 7 a 8 naznačujú relatívne vyššiu frekvenciu nízkych hodnôt indikujúcich v odpovediach respondentov vnímanie neprekonateľných či vysokých bariér

¹¹ Komparáciu politických a administratívnych kompetencií miestnej a regionálnej samosprávy v SR a na Ukrajine v rámci nášho výskumu spracovali Cirner a Dudinská (2019). Legislatívny rámec cezhraničnej spolupráce na regionálnej úrovni analyzoval Dudinský (2019). Politiky a stratégie lokálnych a regionálnych aktérov rozoberá napr. Székely (2019). Problematiku historického kontextu formovania politickej identity súčasných regionálnych elít východného Slovenska a Zakarpatskej oblasti Ukrajiny v rámci nášho výskumného projektu kontextualizovala Geremešová (2017).

v prípade slovenských respondentov, kým ukrajinskí respondenti väčšinou indikujú nízke bariéry (hodnoty 4-7).

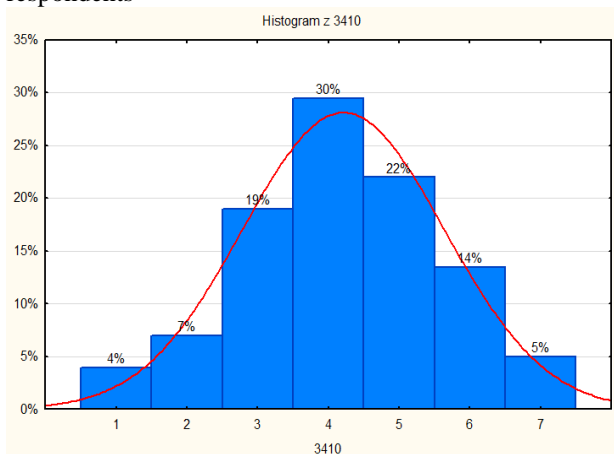
Graf 7: Podpora zo strany európskych /medzinárodných organizácií Slovenskí respondenti

Graph 7: Support from European /international organizations Slovak respondents



Graf 8: Podpora zo strany európskych /medzinárodných organizácií Ukrajinskí respondenti

Graph 8: Support from European /international organizations Ukrainian respondents



Záver

Respondenti mali identifikovať bariéry cezhraničnej spolupráce, chápané ako akékoľvek podmienky alebo aktivity, ktoré brzdia alebo obmedzujú voľný pohyb a interakciu ľudí, kapitálu, výrobkov, služieb, ideí, atď. V jednotlivých parciálnych oblastiach (infraštruktúra, prekračovanie hranice, úroveň podpory CBC, všeobecné a hospodársko-geografické podmienky ako bariéry) sa priemerné hodnoty (total mean) odpovedí pohybovali cca v polovici škály medzi situáciou „bez bariér“, ktorá zodpovedá priechodnosti hraníc medzi dvomi regiónmi tej istej krajiny a konštatovaním „neprekonateľnej bariéry“, pričom konštatujeme štatisticky významné rozdiely medzi odpoveďami slovenských a ukrajinských respondentov v prípade väčšiny sledovaných subfaktorov. V rámci sumarizácie zistení zo všetkých skúmaných tematických oblastí môžeme identifikovať subfaktory vnímané lokálnymi aktérmi na oboch stranách hranice ako najvýraznejšie bariéry CBC: *korupciu, byrokratické procedúry, zaobchádzanie a prístup zo strany colníkov, nedostatočnú podporu CBC zo strany národných vlád, ministerstiev a vládnych agentúr, nedostačujúce železničné spojenie, ako aj nízku kúpnu silu na blízkych trhoch na druhej strane hranice*. Ako relatívne najnižšie bariéry CBC naopak lokálni aktéri v rámci jednotlivých parciálnych oblastí identifikovali: *telekomunikácie (telefonovanie, pošta, prístup k internetu), podporu cezhraničnej spolupráce zo strany mimovládneho sektora, rozdiely v náboženstve, jazyku a kultúre, blízkosť/dostupnosť hraničných priechodov, ako aj veľkosť blízkych trhov na druhej strane hranice*.

PodĎakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu VEGA 1/0177/19 Výzvy a perspektívy cezhraničnej spolupráce v kontexte implementácie Asociačnej dohody EÚ s Ukrajinou. Zber dát bol realizovaný v rámci projektu APVV-15-0369 Asociačná dohoda EÚ s Ukrajinou a cezhraničná spolupráca medzi Slovenskom a Ukrajinou: dôsledky a príležitosti.

Literatúra

- CIRNER, M. – DANČIŠIN, V. – DUDINSKÁ, I. – VAŠKOVÁ, V. 2017. Konceptualizácie cezhraničnej spolupráce. In Duleba, A. et al. (ed.). *Hranice a cezhraničná spolupráca: úvod do výskumu hraníc*. Prešov: ADIN, 2017. ISBN 978-80-89540-89-1, s. 51-65.
- CIRNER, M. – DUDINSKÁ, I. 2019. A comparison of political and administrative competences of regional and local actors (an analysis of the national

- legislatures of Slovakia and Ukraine, context, aims). In *Cross-border cooperation between Slovakia and Ukraine: Volume 3: Policies and practices of regional and local actors*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2019. ISBN 978-80-555-2350-7. pp. 19-48.
- CIRNER, M. – MARADYK, N. 2019. Media image and mutual perceptions of Ukraine and Slovakia. In *Cross-border cooperation between Slovakia and Ukraine: Volume 2: Impact of intergovernmental relations*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity. ISBN 978-80-555-2349-1. pp. 144-162.
- DUDINSKÝ, V. 2019. The legislative framework for cross-border cooperation on the regional level. In *Cross-border cooperation between Slovakia and Ukraine: Volume 3: Policies and practices of regional and local actors*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity. ISBN 978-80-555-2350-7. pp. 9-17.
- DULEBA, A. (ed.) 2019. *Cross-Border Cooperation between Slovakia and Ukraine: Volume 1: Impact of the EU relations with Ukraine*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2019. 198 s. ISBN 978-80-555-2348-4.
- GEREMEŠOVÁ, G. 2017. Historický kontext sformovania súčasných politických identít východného Slovenska a Zakarpatska (Stručný náčrt). In *Annales Scientia Politica*. vol. 6, no. 1, pp. 6-26.
- HOUTUM, H. v. – SCOTT, J. 2005. *Boundaries and the Europeanisation of Space: The EU, Integration and Evolving Theoretical Perspectives of Borders*. Berlin and Nijmegen: EXLINEA.
- IVANOVÁ, M. – MICHAELI, E. – BOLTÍŽIAR, M. – FAZEKAŠOVÁ, D. 2013. The analysis of changes in ecological stability of landscape in the contrasting region of the mountain range and a lowland. In *13th International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM*, 16-22 June, 2013. Sofia: STEF 92 Technology. ISBN 978-6197105-04-9, ISSN 1314-2704. pp. 925-938.
- KRAMSCH, O. et al. 2004. *Research on the Policy of the European Commission Towards Re-Bordering of the European Union*. Project Study Report. Nijmegen: EXLINEA.
- LAND PORTAL. 2019. Road density (per 100 square km of land area). [cit. 2019-03-20]. Dostupné na internete: <<https://landportal.org/book/indicator/fao-21017-6124>>.
- PACÁKOVÁ, V. et al. 2009. *Štatistické metódy pre ekonómov*. Bratislava: IURA Edition, 2009. 411 s. ISBN 978-80-8078-284-9.
- POLAČKOVÁ, A. – DUDINSKÁ, I. – CIRNER, M. 2017. Koncept politických príležitostí ako impulz rozvoja cezhraničnej spolupráce. In *Annales Scientia Politica*. vol. 6, no. 2, pp. 63-68.
- SCOTT, J. – MATZEIT, S., eds. 2006a. *Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions*. Executive Summary. EXLINEA.

- SCOTT, J. – MATZEIT, S., eds. 2006b. *Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions*. Final Project Report. EXLINEA.
- SPSS Tutorials. 2019a. *How to Run Levene's Test in SPSS* [online]. 2002, [cit. 2020-09-10]. Dostupné na internete: <<https://www.spss-tutorials.com/levenestest-in-spss/>>.
- SPSS Tutorials. 2019b. *Simple Overview Statistical Comparison Tests*. [online]. 2002, [cit. 2020-09-07]. Dostupné na internete: <<https://www.spss-tutorials.com/simple-overview-statistical-comparison-tests/>>.
- SZÉKELY, G. 2016. O Európskej únii a konfliktoch hraníc: vplyv integrácie a asociácie. In *Annales Scientia Politica*. vol. 5, no. 2, pp. 15-29.
- SZÉKELY, G. 2019. Policy considerations. In *Cross-border cooperation between Slovakia and Ukraine: Volume 3: Policies and practices of regional and local actors*. Prešov, Vydavateľstvo Prešovskej univerzity. ISBN 978-80-555-2350-7. pp. 184-196.
- WALKER, I. 2010. *Research Methods and Statistics*. London: MacMillan, 2010. 200 p. ISBN 978-02-3024-988-2.

BARRIERS TO INTERACTION AND CROSS-BORDER COOPERATION IN THE SLOVAK-UKRAINIAN BORDERLANDS: THE PERCEPTIONS OF LOCAL ACTORS

Summary

The study aims to present the findings of research on the perceptions of local actors in terms of their ability to use the structure of political opportunities created by exogenous factors to establish mechanisms for cross-border cooperation, including an evaluation of their previous experience and practice. The standardized questionnaire was compiled from questions that were the subject of the largest and most complex study of cross-border cooperation on the EU external border, which was carried out in the scope of the project “Lines of Exclusion as Arenas of Cooperation: Reconfiguring the External Boundaries of Europe – Policies, Practices, Perceptions” (EXLINEA). The questionnaire used in the present research was focused on mapping the development of cross-border cooperation on the Slovak-Ukrainian border and was carried out in the border districts of the Prešov and Košice Regions and on the Ukrainian side in the Transcarpathia Region. Namely, 200 respondents were thus summarily addressed in Slovakia and 200 respondents on the Ukrainian side of the border. The paper focuses on the presentation of findings in the field of identification of barriers to interaction and cross-border cooperation in the Slovak-Ukrainian borderlands from

the perspective of the perceptions of local actors. Respondents were to identify barriers to cross-border cooperation, understood as any conditions or activities that impede or restrict the free movement and interaction of people, capital, products, services, ideas, etc. In particular areas (infrastructure, border crossing, level of CBC support, general and economic-geographical conditions as barriers), the values of total mean of responses were about halfway between the "barrier-free" situation, which corresponds to border crossings between the two regions of the same country and the "insurmountable barrier", while we state statistically significant differences between the answers of Slovak and Ukrainian respondents in the case of most of the observed subfactors. Within summarizing the findings, we can identify subfactors perceived by local actors on both sides of the border as the most significant barriers to the CBC: corruption, bureaucratic procedures, treatment and approach of customs officers, lack of support for CBC from national governments, ministries and government agencies, inadequate rail links as well as low purchasing power in nearby markets across the border. In contrast, local actors in the particular sub-dimensions identified as relatively low CBC barriers: telecommunications (telephoning, postal mail, Internet access), support for cross-border cooperation by NGOs, differences in religion, language and culture, proximity, availability of border crossings, as well as the size of nearby markets on the other side of the border.

Ing. Martin Lačný, PhD.

Inštitút politológie Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove
Ul. 17. novembra 1, 08801 Prešov, Slovenská republika
E-mail: martin.lacny@unipo.sk

Mgr. Anna Polačková, PhD.

Inštitút politológie Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove
Ul. 17. novembra 1, 08801 Prešov, Slovenská republika
E-mail: anna.polackova@unipo.sk

VÝSKUM ANTROPOGÉNNE TRANSFORMOVANEJ KRAJINY NÁRODNÉHO PARKU NÍZKE TATRY A MOŽNOSTI JEJ VYUŽITIA Z POHĽADU EKOTURIZMU

Marián Lukáč

Abstract

The article in the first part provides an overview and content analysis of fundamental works dealing with anthropogenic transformations of the alpine landscape in the Low Tatras National Park from the Middle Ages to its inception. It focuses on the works that deal with the transformation of the landscape in general and then emphasizes the literary works dealing with the main anthropogenic pressures leading to the emergence of an anthropogenic landscape at the top part of the mountain range located within the national park. Following this researches, the study provides a summary of works on tourism, which at least partially include the issue of ecotourism development, as works dealing with the possibilities and potential of the area for the development of ecotourism in the Low Tatras are until now completely absent. In the second part, the work presents the basic characteristics of this modern form of tourism (ecotourism) and the conditions of its application in the anthropogenically modified and created the landscape of the national park.

Keywords: research, an overview of relevant works, anthropogenically influenced landscape, national park, ecotourism

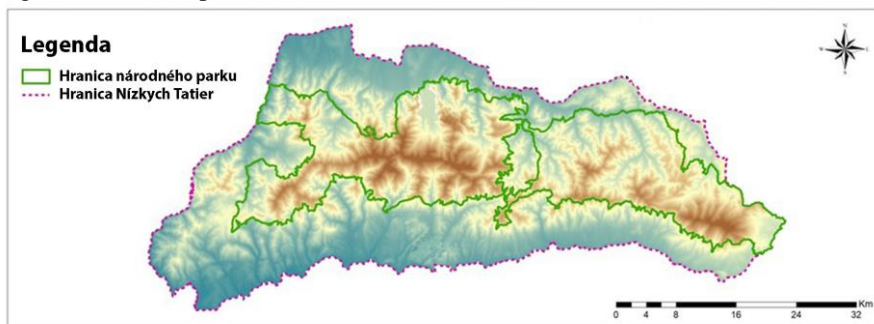
Úvod

Nízke Tatry sú najrozsiahlejším vysokým pohorím Západných Karpát a druhým najvyšším pohorím Slovenska. Predstavujú nesmierne bohatstvo prírodných krás a prírodných zdrojov. Tie človek odpradáva využíval a jeho aktivity ako baníctvo, uhliarstvo, hutníctvo, pastierstvo, salašníctvo či lesníctvo historicky formovali krajinu a vtačili jej charakteristický neopakovateľný ráz. V 20. storočí sa tlak na prírodu ešte zvýšil, najmä v druhej polovici, keď sa intenzívne začal rozvíjať cestovný ruch a budovať rekreačná infraštruktúra. Masová návštevnosť kumulujúca sa v niektorých dolinách a lokalitách podnietila myšlienku ich ochrany s cieľom zachovať prírodné hodnoty pre budúce generácie. Súčasný vzhlád krajiny je syntézou jej vývoja, vplyvov aktivít človeka a snáh o starostlivosť a udržateľné využívanie.

Nízke Tatry sa nachádzajú uprostred Slovenska, obklopené zo severu a juhu kotlinami (Podtatranská a Hornádska kotlina, Horehronské podolie a Zvolenská kotlina), ktoré predstavujú výrazné zníženia, oddeľujúce ich od Tatier a Slovenského rudohoria. Zo západu susedia so Starohorskými vrchmi a Veľkou Fatrou, na severovýchode s Kozími chrbtami a na východe so Spišsko-gemerským krasom (obr. 1).

Obr. 1: Vymedzenie Národného parku Nízke Tatry

Figure 1: National park Low Tatras



Majú pretiahnutý tvar západovo-východným smerom, ich dĺžka je približne 80 km, šírka 15 až 30 km a plocha zhruba 1 240 km². Rozprestierajú sa prevažne nad 550 až 600 metrovou izohypsou, pričom viac ako polovica plochy územia leží nad vrstevnicou 950 m. Ústredný chrbát má najmä vo východnej polovici pohoria asymetrický tvar s dlhými, stredne uklonenými severnými stráňami, upadajúcimi k Podtatranskej kotline. Južné úbočia sa strmo skláňajú k Horehronskému podoliu. Viaceré vrcholy ústredného chrbta vystupujú vysoko nad hornú hranicu lesa vo výške 1 450 – 1 600 m n. m. Najvyšším vrcholom je Ďumbier (2 043 m n. m.), okrem neho ešte ďalšie tri vrcholy presahujú hranicu 2 000 m n. m., a síce Štiavnica (2 025 m n. m.), nazývaná aj Malý alebo Predný Ďumbier, Chopok (2 024 m n. m.) a Dereše (2 004 m n. m.). Niektorí autori považujú Štiavnicu za skalnaté rebro, vybiehajúce východne z Ďumbiera a nie za samostatný vrchol (Čech, 2015).

Relatívna výška hlavného hrebeňa sa pohybuje v rozpätí 700 – 1 350 m n. m, vnútorná výšková členitosť dosahuje 600 – 800 m n. m. a na okrajoch pohoria 300 – 500 m n. m. Sklon stráni predstavuje 20 – 30°, v hrebeňových polohách je to viac.

Toto územie je zároveň významným rozhraním (rozvodím) našich najväčších riek – Váhu, Hrona, Hornádu a Hnilca. Pohorím prechádza aj hlavné európske rozvodie medzi Čiernym a Baltským morom (Biely et al., 1997).

Nízkymi Tatrami oddávna viedli hranice historických regiónov, na juhu to boli Zvolenská a Gemerská stolica (župa), na severe Liptovská a čiastočne aj Spišská stolica (župa).

V súčasnosti zasahuje pohorie Nízke Tatry z administratívneho hľadiska do Žilinského, Banskobystrického a Prešovského samosprávneho kraja, resp. do piatich okresov - Ružomberok, Liptovský Mikuláš, Poprad, Banská Bystrica a Brezno, čo predstavuje katastrálne územia 49 obcí.

Pre svoje výnimočné prírodné bohatstvo a hodnoty je takmer celé pohorie Nízke Tatry a väčšia časť Starohorských vrchov chránená ako národný park. Národný park Nízke Tatry sa v súčasnosti rozkladá na ploche 72 842 ha (tretí stupeň ochrany) a jeho ochranné pásmo zaberá 110 162 ha (druhý stupeň ochrany).

Krajina jeho centrálnej - vrcholovej časti je výsledkom antropogénnych činností od stredoveku. V priebehu histórie transformáciu krajiny ovplyvňovali najmä procesy ako osídľovanie, resp. ekonomické aktivity typu baníctvo, uhliarstvo, hutníctvo, drevorubačstvo či pastierstvo – valaská kolonizácia. V súčasnosti je zase výrazným činiteľom cestovný ruch, pod ktorého tlakom sa utvára rekreačná krajina (Gregorová, 2019).

Cieľom štúdie je vytvoriť základnú databázu prác, ktoré sa vo všeobecnosti zaoberajú výskumom antropogénne transformovanej a vytvorenej (historickej) krajiny v najvyšších pohoriach Slovenska, po druhé predstaviť práce, ktoré pojednávajú o transformáciách vysokohorskej krajiny vplyvom antropogénnych činností v Národnom parku Nízke Tatry a po tretie analyzovať práce, ktoré sa zaoberajú výskumom cestovného ruchu s prvkami individuálneho a prírodného turizmu (ekoturizmu) vo vrcholovej časti Národného parku Nízke Tatry v antropogénne pozmenenej krajine. Na základe obsahovej analýzy uvedených prác načrtnúť v základnej rovine možnosti využitia antropogénne zmenenej a vytvorenej krajiny od stredoveku do súčasnosti vo vrcholovej časti pohoria v ekoturizme.

Teoreticko-metodické východiská

Prvý tematický okruh výskumu:

Antropogénnymi transformáciami pozmenenej a vytvorenej (historickej) krajiny vo vyšších pohoriach Slovenska a jej základnou teoreticko-metodickou analýzou sa zaoberalo množstvo prírodovedne zameraných prác. Tieto štúdie okrem terénneho výskumu kladú dôraz na obsahovo-metodické analýzy historických máp a modelovanie jednotlivých časových horizontov v počítačovom prostredí. Prinášajú praxou overené historicko-geografické, environmentálne či historicko-krajinárske postupy metodických analýz. Tieto práce sú v súčasnosti považované za fundamentálne pri výskume podobných problematík. Uvádzame

výber niektorých z nich: Žigrai (2000), Olah (2000, 2009), Boltžiari (2009a, 2009b, 2010), Lepeška (2011), a tiež kolektívne práce Boltžiara a Olaha (2008, 2009), Olaha a kol. (2006), Hrončeka a Jakubíka (2011) a Ligu, Petroviča, Boltžiara (2014).

Druhý tematický okruh výskumu:

Základná obsahová analýza prác (z pohľadu geografického a historicko-geografického výskumu) pojednávajúcich o transformáciách vysokohorskej krajiny vplyvom antropogénnych činností v Národnom parku Nízke Tatry do polovice 20. storočia je bazálna z pohľadu nášho príspevku. Všeobecný opis antropogénnych faktorov a ich vplyvov na krajinu v priebehu histórie vo vrcholovej časti Nízkych Tatier prinášajú historicko-geografické a vlastivedné práce staršieho dáta, ktoré neboli doposiaľ obsahovo prekonané. Ide predovšetkým o monografické práce Kavuliaka (1942), Kvieta (1943, 1948), Bindera (1962), či Madlena (1962).

V 70. rokoch 20. storočia sa začína rozvíjať komplexný vedecký výskum popredných slovenských odborníkov na vysokohorskú krajinu, ktorí prvýkrát systematicky analyzovali vplyvy človeka v priebehu histórie na vysokohorskú krajinu Nízkych Tatier s dôrazom na reliéf a vegetáciu. Danou problematikou sa zaoberali Midriak (1973, 1977, 2011), Zatkalík (1973) a Lepeška (2014).

Výskumom vysokohorskej vegetácie v Nízkych Tatrách a jej zmenami vplyvom historických antropogénnych činností sa zaoberali napr. Hilbert (1992) a Hronček (2004).

V poslednom desaťročí sa výskum vysokohorskej krajiny Nízkych Tatier detailne a systematicky zameriava na osídľovanie, využívanie a devastáciu krajiny prítomnosťou a hospodárskou činnosťou človeka v priebehu histórie. Jednotlivé historicko-geografické, montanistické bádania a štúdiá zamerané na dejiny životného prostredia vysokohorskej krajiny na základe archívneho (historického) a terénneho výskumu dokumentujú vplyvy človeka na transformácie krajiny a vznik antropogénnej krajiny vo vrcholovej časti pohoria od stredoveku. Vplyvmi valaskej kolonizácie v Nízkych Tatrách sa zaoberal Tomeček (2014) a parciálne aj Hronček (2015, 2019a). Z hľadiska vývoja rozšírenia holí v Nízkych Tatrách vplyvom antropogénnych činností sú fundamentálne práce autorov Hrončeka, Štrbu a Gregorovej (2019). Z hľadiska vplyvov človeka na vysokohorskú krajinu Nízkych Tatier v súvislosti s rozšírením kamzíka je zásadná práca (Urban a kol., 2020).

Komplexný pohľad na vývoj a transformácie vrcholovej časti pohoria Nízkych Tatier ponúka monografická štúdia Hrončeka (2018), ktorá podrobne analyzuje vývoj krajiny a jej priestorové zmeny na základe historických máp od stredoveku do konca 18. storočia.

Výskumom vplyvov baníctva a nadväzujúcich remesiel na krajinu Nízkych Tatier (na reliéf, vegetáciu, vodstvo a sídla, či komunikácie) sa v posledných rokoch venoval systematicky a komplexne Hronček, keď niektoré štúdie publikoval samostatne (Hronček 2004, 2019b, 2019c), príp. spolu so svojimi spoluriešiteľmi (Hronček, Budaj, 2017, Budaj, Hronček, 2019, Čech a kol., 2019).

Tretí tematický okruh výskumu:

Obsahová analýza základných prác zaoberajúcich sa výskumom cestovného ruchu s prvkami individuálneho a prírodného turizmu, ktorý je v súčasnosti označovaný ako ekoturizmus, je praktickou aplikáciou, rozšírením, resp. nadstavbou pri výskume témy transformácií vysokohorskej krajiny v chránených územiach. Hodnotili sme práce, ktoré sa priestorovo vzťahujú na antropogénne pozmenenú a vytvorenú vysokohorskú krajinu vo vrcholovej časti Národného parku Nízke Tatry.

Podľa Gregorovej (2012) môžeme príspevky pojednávajúce o cestovnom ruchu v Nízkych Tatrách (t. j. aj v Národnom parku Nízke Tatry) rozdeliť do piatich tematických skupín, pričom sama upozorňuje na to, že obsah jednotlivých štúdií a prác sa prelína a nie je možné ich jednoznačne priradiť ku niektorej z kategórii. Rozoznáva práce zaoberajúce sa históriou cestovného ruchu v Nízkych Tatrách, práce pojednávajúce o infraštruktúre cestovného ruchu (chatách a útulniach), práce venujúce sa rekreačným aktivitám na území Nízkych Tatier (pešia turistika, turistické chodníky, lyžovanie, horolezectvo, skialpinizmus), práce popisujúce jednotlivé rekreačné oblasti, strediská cestovného ruchu a atraktivity územia (jaskyne, vrcholy), ako aj práce akcentujúce environmentálne hľadisko vo vzťahu k cestovnému ruchu a rekreačným aktivitám.

Náš výskum rovnako potvrdzuje konštatovanie autorky o nejednoznačnom tematickom vymedzení jednotlivých prác. Tiež môžeme potvrdiť, že doposiaľ neboli publikované práce, ktoré by skúmali cestovný ruch v predmetnej oblasti z pohľadu ekoturizmu. Prvky individuálneho a prírodného turizmu (ktoré patria medzi hlavné znaky ekoturizmu), môžeme pozorovať v mnohých prácach v rôznych kategóriách, ktoré vymedzuje autorka. Pričom najviac ich nachádzame v skupine prác akcentujúcich environmentálne hľadisko vo vzťahu k cestovnému ruchu a rekreačným aktivitám v skúmanom priestore.

Daného charakteru sú práce opisujúce ubytovacie zariadenia a útulne vo vrcholovej časti Nízkych Tatier, ktoré prinášajú nielen súvislosti o ich vzniku, ale predovšetkým štatistiky návštevnosti. Chata M. R. Štefánika pod Ďumbierom sa objavuje v mnohých prácach od 20. rokov 20. storočia (napr. Paulíny 1924). Z novších prác sú to tiež štúdie Hlavienku (1993), Kaliského (2003), ale predovšetkým práce Urbana (2012), Urbana et al. (2020). Spracovaná je aj chata pod Chabencom či už v starších, ale aj v novších prácach (napr. Janoška, 1932a,

1935, Kaliský, 2002a, 2002b). Halgaš (2006) pojednáva o turistickej útulni Andrejcová.

Množstvo prác, či už staršej, ale aj novej proveniencie, sa venuje individuálnej pešej turistike. Ide napríklad o práce Gájera (1954), Černého (1955), Večeřu (1958), Ferencika (1967a), Giertliho (1969), Hofbauera (1976), Husára (1987), Pavlusa (1989), Midriaka (1992), Špánika (1997), Kollára, Mizla, Trstenského (2013), Gregorovej (2010, 2018a, 2019b) a mnohé ďalšie.

Poslednou skupinou prác, v ktorých je možné sledovať výskumné línie smerujúce k ekoturizmu, sú environmentálne orientované príspevky vo vzťahu k cestovnému ruchu v Nízkych Tatrách a k národnému parku. Na problémy turizmu a na jeho negatívne vplyvy na krajinu Nízkych Tatier poukázal ako jeden z prvých odborníkov Kopšo (1974). Hrnčiarová a Altmanová (1974), ako aj Altmanová (1982) poukázali na možné riziká a ohrozenia tohto územia vplyvom pešej vysokohorskej turistiky. Problematike devastácie vysokohorskej krajiny individuálnou pešou turistikou a uzáveru turistických chodníkov sa venoval Hrvol (1994). Vplyv cestovného ruchu na vegetáciu vo vrcholových častiach pohoria skúmal Hilbert (1992) a Károlyová, Sabo, Rossova (2007). Obe práce predstavujú metodiku hodnotenia vplyvu individuálnej vysokohorskej turistiky na vegetáciu a podávajú návrhy opatrení.

Vplyvom cestovného ruchu, vrátane individuálnej turistiky, na vysokohorskú krajinu v letnom a zimnom období v priestore Ďumbiera a Chopku sa zaoberalo množstvo autorov (napr. Lopušný, 1990, Maník, 1991, Gondová, 1994).

Rekreačnú a turistickú návštevnosť v ŠPR Ďumbier a jej negatívne dôsledky zhodnocoval Mandák (1986). Analýzu návštevnosti vrcholových častí Chopku počas dvoch dní letnej sezóny roku 1989 vypracovali a publikovali Š. Homoľa a Skoček (1990). Mezei (1993) zase prezentoval Vyhodnotenie sčítania návštevnosti v NAPANT. Problematiku ekoturizmu a špecifické problémy turistiky v národnom parku skúmal Sabo, Čillag (1997).

V poslednom období sa výskumu cestovného ruchu v Nízkych Tatrách z pohľadu mnohých aspektov (či už historických, teoreticko-metodologických, priestorových zákonitostí, ale aj dlhodobému výskumu v teréne) venuje geografka Gregorová (2010, 2018a, 2018b, 2019b, 2019c, 2020). V jej prácach môžeme sledovať mnohé prvky individuálnej turistiky a prírodného turizmu, ako základných atribútov ekoturizmu.

Ekoturizmus ako progresívna forma cestovného ruchu

Pojem ekoturizmus sa začal medzi odborníkmi na cestovný ruch postupne udomáčňovať v 80. rokoch 20. storočia a následne Medzinárodná spoločnosť pre ekoturizmus (The International Ecotourism Society) sformulovala prvú všeobecne

akceptovanú základnú definíciu, podľa ktorej je ekoturizmus: „Zodpovedné cestovanie do prírodných oblastí, ktoré chráni životné prostredie a zlepšuje životnú úroveň miestnych obyvateľov” (Drumm, Moore, 2005).

Odborníci na turizmus v stredoeurópskom priestore sa začali systematicky venovať otázkam ekoturizmu neskôr ako svetové vedecké fórum. A vzhľadom k povahe krajiny v tomto geografickom priestore, kde výrazne dominuje kultúrna krajina a prírodná krajina (divočina) sa zachovala len v podobe reliktov maloplošných chránených území, by sa ekoturizmus v pôvodnom pohľade troch pilierov (environmentálny, sociálny a ekonomický) len s problémami rozvíjal v praxi. V priestore Západných Karpát aj národné parky a veľkoplošné chránené územia nemajú zväčša charakter divočiny, ale ide o kultúrnu krajinu (napr. Duna Ipoly park v Maďarsku, Užanský národný park na Ukrajine, ako aj Národný park Nízke Tatry, Tatranský národný park, Národný park Veľká Fatra na Slovensku a) (Chrastina et al., 2020). Z tohto dôvodu sa v ekoturizme v tomto geografickom priestore začína uplatňovať aj štvrtý pilier (udržateľnosti), a to je kultúra či kultúrna krajina.

V tomto význame sú uplatňované v praxi aj definície odborníkov z Čiech (Ryglová, 2009), Poľska (Zaręba, 2010), Maďarska (Pénzes et al., 2008, Michalkó, 2012), či zo Slovenska (Matlovičová, Klamár, Mika, 2015).

Najpresnejšou a v praxi najlepšie aplikovateľnou sa javí definícia ekoturizmu geografky Gregorovej (2019), ktorá sa prioritne venuje výskumom cestovného ruchu v oblasti Nízkych Tatier. Táto autorka ekoturizmus predstavuje ako formu cestovného ruchu spojenú s putovaním krajinou („prírodnou” aj kultúrnou) a jej pozorovaním, pričom dochádza k získaniu autentického zážitku z poznávania prírody, ako aj miestnych komunit a ich kultúry. Rozvíja sa udržateľným spôsobom, a preto minimalizuje negatívne vplyvy na prírodné, sociálne a kultúrne prostredie s cieľom zachovať prírodnú a kultúrnu rozmanitosť, ako aj identitu krajiny. Aj napriek jeho nemasovému charakteru je vo vzťahu k miestnym komunitám (vidieckym sídlam) ekonomicky efektívnejší, keďže je zabezpečovaný lokálnymi poskytovateľmi služieb (Gregorová, 2019).

Využitie antropogénne zmenenej a vytvorenej krajiny od stredoveku do súčasnosti vo vrcholovej časti pohoria Nízke Tatry v ekoturizme umožňuje jej poznanie. Práce publikované k tejto problematike sú akousi „reklamou“ na predmetnú krajinu a umožňujú jej poznanie a turizmus (ekoturizmus) v nej aj bez osoby odborného sprievodcu. V mnohých prípadoch absentujú aj turistickí textoví sprievodcovia, prípadne sú už staršieho dáta, a tým sú neaktuálne (napr. Hochmuth, 1966, 1977, 1988). Ekoturizmus – individuálny turizmus vo vysokohorskej krajine sa v súčasnosti javí ako vhodná udržateľná forma turizmu v tomto priestore národného parku, keďže je šetrný k jeho krehkým ekosystémom (Chrastina et al., 2020).

Záver

Divočina (prírodná krajina), ktorá tvorí základný priestor na rozvoj ekoturizmu, už v súčasnosti v strednej Európe (karpatskej oblasti) neexistuje. Zanikla vplyvom aktivít ľudskej spoločnosti a antropogénnych transformácií, ktoré v tomto priestore nadobudli intenzívny charakter od stredoveku.

V tomto makroregióne, a teda aj na Slovensku, výrazne dominuje kultúrna krajina a prírodná krajina (divočina) sa zachovala len v podobe reliktov maloplošných chránených území. Tu by sa ekoturizmus v pôvodnom pohľade troch pilierov (environmentálny, sociálny a ekonomický) len veľmi ťažko rozvíjal. Z tohto dôvodu sa v ekoturizme v tomto geografickom priestore začína uplatňovať aj štvrtý pilier (udržateľnosti), a to je kultúra či kultúrna krajina (Chrastina, Hronček, Gregorová, Žoncová 2020).

Pre takéto chápanie ekoturizmu a hodnotenie podmienok jeho rozvoja v Národnom parku Nízke Tatry je nevyhnutné poznať antropogénne pozmenenú a vytvorenú vysokohorskú krajinu, najmä v oblastiach, kam majú klienti ekoturizmu smerovať.

Ekoturizmus má základnú črtu v tom že ide o individuálnu formu turizmu. Individuálna aktívna forma rekreácie má vo vrcholovej časti Národného parku Nízke Tatry podobu turistiky, cykloturistiky či lyžovania, pre ktorú má aj najlepšie vybudovanú infraštruktúru (Gregorová, 2010).

Práve v súčasnosti počas niekoľko mesiacov trvajúcej krízy vyvolanej pandémie SARS-CoV-2 sa ukazuje nevyhnutnosť rozvoja individuálneho turizmu čo práve ekoturizmus jednoznačne predstavuje. Ekoturizmus musíme chápať ako potenciálny nástroj ďalšieho regionálneho rozvoja v priestore Národného parku Nízke Tatry.

PodĎakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu VEGA 1/0236/18: Environmentálne aspekty vybraných banských lokalít na Slovensku v stredoveku a začiatkom novoveku.

Literatúra

- ALTMANOVÁ, T. 1982. Ved' tam nebola tabuľa. In *Lud.* roč. 35, č. 251, s. 5.
- BINDER, R. 1962. *Osadníci na Horehroní*. Banská Bystrica: Stredoslovenské vydavateľstvo, 1962. 245 s.
- BOLTIŽIAR, M. 2009a. Metodika hodnotenia zmien využitia krajiny podľa historických máp. In *Životné prostredie*. roč. 43, č. 2, s. 81.

- BOLTIŽIAR, M. 2009b. Využitie historických máp a leteckých snímok pri hodnotení vplyvu človeka na krajinu. In *Ekofilozofia včera, dnes a zajtra*. Nitra, 2009, s. 24-40.
- BOLTIŽIAR, M. – OLAH, B. 2008. Potenciál historických máp a leteckých snímok pri štúdiu zmien krajiny. In *Geografická revue*. roč. 4, č. 2, s. 64-82.
- BOLTIŽIAR, M. – OLAH, B. 2009. *Krajina a jej štruktúra (Mapovanie, zmeny a hodnotenie)*. Nitra: FVP UKF v Nitre, 2009. 160 s.
- BOLTIŽIAR, M. 2010. Analysis of development of heterogeneity and chosen qualities of the spots of structure of alpine land (on example of chosen model land of High Tatra). In *Folia geographica*. vol. 16, pp. 105-124.
- BUDAJ, M. – HRONČEK P. 2019. Zlatý vek baníctva. In Budaj, M., Hronček, P., Lokša, M. a kol. *Od mýta k Mýtu: monografia obce Mýto pod Ďumbierom*. Mýto pod Ďumbierom: Obec Mýto pod Ďumbierom, 2019. s. 183-193.
- ČECH, V. – HRONČEK, P. – TOMETZOVÁ, D. – HVIZDÁK, L. – KOŠOVÁ, V. 2019. The Impact of Historical Mining on the Relief of Low Tatras (on the Example of Malý Gápeľ Hill). In *SGEM 2019 conference proceedings. 1.3. Science and technologies in geology, exploration and mining : exploration and mining mineral processing*. Sofia (Bulharsko): STEF92 Technology, 2019, pp. 667-675.
- ČERNÝ, J. 1955. Kráľova hoľa – Orlová. In *Krásy Slovenska*. roč. 32, č. 12, s. 446-450.
- DRUMM, A. – MOORE, A. 2005. *Ecotourism Development - A Manual for Conservation Planners and Managers*. Volume 1: An Introduction to Ecotourism Planning, 2nd ed. The Nature Conservancy: Arlington, 2005. 96 p.
- FERENČÍK, P. 1967. Útulne na hrebeni Nízkyh Tatier. In *Krásy Slovenska*. roč. 44, č. 4, s. 128-129.
- GÁJER, S. 1954. Čertovica – Korytnica. In *Krásy Slovenska*. roč. 31, č. 7, s. 200-205.
- GIERTLI, Š. 1969. Putovanie najkrajšou hrebeňovkou. In *Krásy Slovenska*. roč. 46, č. 6, s. 204-205.
- GONDOVÁ, E. 1994. Limity územného rozvoja južných svahov Chopku. In *Chránené územia Slovenska*. č. 24, s. 2-4.
- GREGOROVÁ, B. 2010. Analýza vybraných faktorov ovplyvňujúcich vznik a rozvoj cestovného ruchu v Nízkyh Tatrách. In *Geographia Cassoviensis*. ISSN 1337-6748, 2010, roč. 4, č. 1, s. 53-56.
- GREGOROVÁ, B. 2012. *Výbrané priestorové zákonitosti cestovného ruchu v Nízkyh Tatrách na príklade modelového územia Chopok – juh*. Dizertačná práca, Katedra geografie a regionálneho rozvoja FHPV PU, 316 s.
- GREGOROVÁ, B. 2018a. Využitie archívnych prameňov a geoinformačných technológií pri výskume dejín ochrany životného prostredia na príklade Bystrej

- doliny v Nízkyh Tatráh. In *Acta Regionalia*. ISSN 2453-9252, 2018, roč. 3, č. 1-2, s. 75-83.
- GREGOROVÁ, B. 2018b. Historicko-geografická analýza cestovného ruchu v rekreačnej obci Mýto pod Ďumbierom. In *Acta Geographica Universitatis Comenianae*. ISSN 1338-6034, 2018, roč. 62, č. 2, s. 175-189.
- GREGOROVÁ, B. 2019a. The issue of pilgrimage tourism from the point of view of geography. In *Acta Geoturistica*. ISSN 1338-2292, 2019, roč. 10, č. 1, s. 110-124.
- GREGOROVÁ, B. 2019b. Historickogeografický príspevok k štúdiu vzniku a rozvoja cestovného ruchu južnej strany Ďumbierskych Nízkyh Tatier. In *Studia Historica Nitriensia*. ISSN 1338-7219, 2019, roč. 23, č. 1, s. 91-108.
- GREGOROVÁ, B. 2019c. Turistika a cestovný ruch. In Budaj, M., Hronček, P., Lokša, M. a kol. *Od mýta k Mýtu: monografia obce Mýto pod Ďumbierom*. Mýto pod Ďumbierom: Obec Mýto pod Ďumbierom, 2019, s. 416-426.
- GREGOROVÁ, B. 2020. Počiatky turistiky v Nízkyh Tatráh a na Ďumbieri. In Urban, P. a kol. *Štefánička, príbehy chaty a ľudí*. Bratislava: Dajama, 2020, s. 18-23.
- GREGOROVÁ, B. 2020b. *Štefánička, príbehy chaty a ľudí*. Bratislava: Dajama, 2020. 160 s.
- HALGAŠ, I. 2006. O tom, čo bolo potom. In *Krásy Slovenska*. ISSN 0323-0643, 2006, roč. 83, č. 3-4, s. 46.
- HILBERT, H. 1992. Ekologické hodnotenie rekreačnej záťaže a jej dôsledkov v modelovom území Demänovská dolina. In *Ekológia*. roč. 1, č. 2, s. 193-208.
- HLAVIENKA, J. 1993. Jubilatka spod Ďumbiera: Štefánikova chata v Nízkyh Tatráh oslávila 65 rokov od svojho otvorenia. In *Slovensko*. roč.17, č. 6, s. 48-51.
- HOFBAUER, R. 1976. Hrebeňom Nízkyh Tatier. In *Krásy Slovenska*. roč. 53, č. 7, s. 356-369.
- HOCHMUTH, Z. 1966. *Nízke Tatry - východná časť*. 1. vyd. Bratislava: Šport, 1966. 246 s.
- HOCHMUTH, Z. 1977. *Nízke Tatry*. 1. vyd. Bratislava: Šport, 1977. 209 s.
- HOCHMUTH, Z. 1988. *Nízke Tatry – západná časť*. 2. vyd. Bratislava: Šport, 1988. 371 s.
- HOMOĽA, Š. – SKOČEK, I. 1990. Analýza návštevnosti vrcholových častí Chopku počas dvoch dní letnej sezóny 1989. In *Zaťaženosť rekreačného prostredia v národných parkoch a funkcia chránených území v systéme tvorby a ochrany krajiny*. Bratislava: Dom techniky ZSVTS, 1990. s. 56-59.
- HRNČIAROVÁ, T. – ALTMANOVÁ, M. 1984. Hodnotenie vplyvu turistiky na devastáciu vysokohorskej krajiny. In *Sborník prací Geografického ústavu SAV*, 1984. s. 279-284.

- HRONČEK, P. 2004. Historické banské diela vo vzťahu k vybraným morfolometrickým vlastnostiam reliéfu južnej úboče Nízkyh Tatier. In *Monitorovanie a hodnotenie stavu životného prostredia V. Banská Štiavnica: Technická univerzita vo Zvolene*, 2004, s. 217-224.
- HRONČEK, P. 2004. Vplyv banskej činnosti na lesnú vegetáciu južných svahov Kráľovohoľských Tatier v okolí Bacúcha. In *Príroda Nízkyh Tatier 1. Banská Bystrica : Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky, správa národného parku Nízke Tatry*, 2004, s. 245-253.
- HRONČEK, P. 2015. Environmentálne dejiny lesnej krajiny v doline Štiavničky v Nízkyh Tatrách. In *Quaestiones rerum naturalium*. ISSN 1339-7907, 2015, roč. 3, č. 2, s. 91-115.
- HRONČEK, P. 2018. Zobrazenie Ďumbierskyh Tatier na starých mapách do konca 18. storočia. In *Acta Regionalia*. ISSN 2453-9252, 2018, roč. 3, č. 1-2, s. 13-74.
- HRONČEK, P. 2019a. Les a lesné zamestnania. In Budaj, M., Hronček, P. Lokša, M. a kol. *Od mýta k Mýtu: monografia obce Mýto pod Ďumbierom*. Mýto pod Ďumbierom: Obec Mýto pod Ďumbierom, 2019, s. 213-229.
- HRONČEK, P. 2019b. Montánne podzemie južných svahov Ďumbierskyh Tatier do konca 18. storočia. In *Studia Historica Nitriensia*. ISSN 1338-7219, 2019, roč. 23, č. 1, s. 43-66.
- HRONČEK, P. 2019c. Banské mapy 18. storočia. In Budaj, M., Hronček, P., Lokša, M. a kol. *Od mýta k Mýtu: monografia obce Mýto pod Ďumbierom*. Mýto pod Ďumbierom: Obec Mýto pod Ďumbierom, 2019, s. 197-202.
- HRONČEK, P. – BUDAJ, M. 2017. Technika dobývania a počiatky ťažby zlata a striebra v doline Štiavničky v Nízkyh Tatrách v historickom chotári Brezna. In *Historický časopis*. ISSN 0018-2575, 2017, roč. 65, č. 1, s. 25-46.
- HRONČEK, P. – JAKUBÍK, J. 2011. Možnosti interpretácie veľkomierkových historických máp pri výskume miestnej krajiny. In *Studie z dějin geodézie a kartografie 15*. 2011, s. 23-28.
- HRONČEK, P. – ŠTRBA, L. – GREGOROVÁ, B. 2019. Heritage of the medieval human activity in the present landscape of the national park Low Tatras (Slovakia). In *Book Series: Public Recreation and Landscape Protection – with sense hand in hand...*, Brno: Mendel University, 2019, pp. 172-176
- HUSÁR, K. 1987. Nonstop hrebeňom Nízkyh Tatier. In *Krásy Slovenska*. roč. 64, č. 10, s. 4-7.
- CHRASTINA, P. – HRONČEK, P. – GREGOROVÁ, B. – ŽONCOVÁ M. 2020. Land-Use Changes of Historical Rural Landscape-Heritage, Protection, and Sustainable Ecotourism: Case Study of Slovak Exclave Čív (Piliscsév) in Komárom-Esztergom County (Hungary). In *Sustainability*. vol. 12, article number 6048.

- JANOŠKA, M. 1932. Nová chata KČST na Chabenci. In *Krásy Slovenska*. roč. 11, č. 7-8, s. 218-220.
- JANOŠKA, M. 1935. Chata na Chabenci. In *Krásy Slovenska*. roč. 14, č. 2, s. 30-32.
- KALISKÝ, D. 2002a. Pod Chabencom slávnostne. In *Krásy Slovenska*. ISSN 0323-0643, 2002, roč. 79, č. 11-12, s. 5.
- KALISKÝ, D. 2002b. V útulni pod Chabencom. In *Krásy Slovenska*. ISSN 0323-0643, 2002, roč. 79, č. 9-10, s. 14-17.
- KALISKÝ, D. 2003. Príd'te húfne na Ďumbier, In *Krásy Slovenska*. ISSN 0323-0643, 2003, roč. 80, č. 9-10, príloha I-II.
- KÁROLYOVÁ, I. – SABO, P. – ROSSOVÁ, L. 2007. Vplyv turizmu na prírodné prostredie Ďumbierskych Tatier a na turistické chodníky a na ich bezprostredné okolie. In *Krajina, história a tradície čipkárskych obcí Horehronia*. Banská Bystrica: Ústav vedy a výskumu, 2007, s. 161-178.
- KAVULJAK, A. 1942. *Dejiny lesníctva drevárstva na Slovensku*. Turčiansky Svätý Martin: Vyšlo nákladom Lesníckej a drevárskej ústredne v Bratislave, 1942. 246 s.
- KOLLÁR, D. – MIZLA, K. – TRSTENSKÝ, T. 2013. *Najkrajšie hrebeňovky*. Bratislava: Dajama, 2013. 208 s.
- KOPŠO, E. 1974. Nízke Tatry – významná oblasť cestovného ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*. roč. 7, č. 3, s. 43-49.
- KVIETOK, L. 1943. *Zemepis Horehronia. Vlastivedná štúdia Banskobystrického a Breznianskeho okresu*. Zvolen: Vyšlo vlastným nákladom, 1943. 156 s.
- KVIETOK, L. 1948. *Život v lesoch na Horehroní. Antropogeografický príspevok k vlastivede Horehronia*. Dobšiná: Vyšlo vlastným nákladom, 1948. 102 s.
- LEPEŠKA, L. 2011. Vývoj využitia krajiny Slovenského krasu na príklade Plešiveckej planiny. In Vološčuk, I. ed. *Dynamika sukcesných procesov dendroflóry, štruktúry a ekologickej integrity ekosystémov Slovenského krasu*. Banská Bystrica: Ústav vedy a výskumu UMB, 2011, s. 215-224.
- LEPEŠKA, T. 2014. Priestorové rozšírenie deštrukčných morfogenetických foriem nad hornou hranicou lesa v Ďumbierskych Tatrách. In *Geografická revue – Geografické a geoekologické štúdie*. ISSN 2585-8947, 2014, roč. 10 (Supplement), s. 141-156.
- LIGA, J. – PETROVIČ, F. – BOLTŽIAR, M. 2014. Land cover changes in Slovakia 1990-2006 related to the distance from industrial areas and economic development In *Geografický Časopis*. ISSN 0016-7193, 2014, roč. 66, č. 1, s. 3-20.
- LOPUŠNÝ, J. 1990. Vplyv zakladania lyžiarskych zjazdových plôch na rekreačné prostredie. In *Životné prostredie*. ISSN 0044-4683, 1990, roč. 24, č.4, s. 214-216.

- MADLEN, J. 1962. Constitutio Maximiliana. In *Sborník prác Lesníckeho a drevárskeho múzea v Antone*, Martin, Osveta, 1962. s. 9-45.
- MANDÁK, D. 1986. Rekreačná a turistická návštevnosť v ŠPR Ďumbier a jej negatívne dôsledky. In *Chránené územia Slovenska*, zv. 6. Bratislava: Obzor, 1986, s. 69-70.
- MANÍK, V. 1991. Krajinnno-ekologické hodnotenie prostredia Nízkyh Tatier. In *Projekt*. ISSN 1335-2180, 1991, roč. 33, č. 4, s. 44-45.
- MATLOVIČOVÁ, K. – KLAMÁR, R. – MIKA, M. 2015. *Turistika a Jej Formy*. Prešov: Fakulta humanitných a prírodných vied PU v Prešove, 2015, s. 549.
- MEZEI, A. 1993. Vyhodnotenie sčítania návštevnosti v NAPANT. In *Chránené územia Slovenska*. ISSN 1335- 1737, 1993, zv. 21, s. 9-10.
- MIDRIAK, R. 1973. Antropogénne vplyvy na vegetáciu a pôdu vo vysokých pohoriach Západných Karpát (I. časť). In *Zborník lesníckeho, drevárskeho a poľovníckeho múzea v Antole*, Nr. VII., 1973, s. 148-185.
- MIDRIAK, R. 1977. Antropogénne vplyvy na vegetáciu a pôdu vo vysokých pohoriach Západných Karpát (II. časť-Regionálna analýza). In *Zborník Lesníckeho, drevárskeho a poľovníckeho múzea v Antole*. IX. Martin: Osveta, 1977, s. 141-182.
- MIDRIAK, R. 1992. *Zaťažiteľnosť turistických chodníkov v NAPANT: Výskumná správa*. Zvolen: Technická univerzita, 1992. 28 s.
- MIDRIAK, R. 2011. Spustnuté pôdy nad hornou hranicou lesa Slovenska. In *Lesnícky časopis – Forestry Journal*, ISSN 1338-4295, 2011, roč. 57, č. 3, s. 157-165.
- MICHALKÓ, G. 2012. *Turizmológia: Elméleti alapok*. Budapest: Akadémiai Kiadó, Hungary, 2012. 266 s.
- OLAH, B. 2000. Možnosti využitia historických máp a záznamov pri štúdiu zmien využitia zeme. In *Acta Facultatis Ecologicae*. ISSN 1336-300X, 2000, roč. 7, s. 21-26.
- OLAH, B. 2009. Historical maps and their applicacion in landscape ecological research. In *Ekológia (Bratislava)*. ISSN 1335-342X, 2009, vol. 28, no. 2, s. 143-151.
- OLAH, B. – BOLTIŽIAR, M. – PETROVIČ, F. – GALLAY, I. 2006. *Vývoj využitia krajiny slovenských biosférických rezervácií UNESCO*. Zvolen: Technická univerzita, 2006. 138 s.
- OLAH, B. – BOLTIŽIAR, M. – GALLAY, I. 2009. Transformation of the Slovak cultural landscape since the 18th century and its recent trends. In *Journal of landscape ecology*. ISSN 1805-4196, 2009, vol. 2, no. 2, pp. 41-45.
- PAULÍNÝ, V. 1924. Slávnosť položenia základného kameňa útulne KČST na Ďumbieri. In *Krásy Slovenska*. roč. 4, č. 7-8, s. 97-105.
- PAVLUS, J. 1989. Partizánskou cestou. In *Krásy Slovenska*. roč. 66, č. 8, s. 33.

- PÉNZES, E. *Országos ökoturizmus Fejlesztési Stratégia*. Budapest: Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, 2008, s. 170.
- RYGLOVÁ, K. 2009. *Cestovní Ruch*. Ostrava: KEY Publisching s.r.o., 2009. s. 187.
- SABO, P. – ČILLAG, Ľ. 1997. Národné parky a ekoturistika. In *Národné parky*. ISSN 0197-0298, 1997, roč. 1, č. 3, s. 2-6.
- ŠPÁNIK, K. 1997. Najfrekventovanejší hrebeň. In *Krásy Slovenska*, ISSN 0323-0643, 1997, roč. 74, č. 1-2, s. 14.
- TOMEČEK, O. 2014: Valasi na území Zvolenskej stolice. In *Valašská kolonizácia na Slovensku a slovenská kolonizácia v Rumunsku*. Banská Bystrica: Múzeum SNP, 2014. s. 27-39.
- URBAN, P. 2012. *Ďumbier - najvyšší z Nízkych*. Martin: Vydavateľstvo Matice slovenskej, 2012. 156 s.
- URBAN, P. – HRONČEK, P. – GREGOROVÁ, B. – TOMETZOVÁ, D. 2020. The mutual interaction between landscape, tourism and nature protection on the example of Tatra chamois (*Rupicapra rupicapra*) in the Low Tatras national park. In Fialová, J. ed. *Public recreation and landscape protection – with sense hand in hand?* Brno: Mendel University in Brno, 2020, pp. 499-503.
- URBAN, P. et al. *Štefánička, príbehy chaty a ľudí*. Bratislava: Dajama, 2020. 160 s.
- VEČEŘA, V. 1958. Turistická magistrála po hrebeňoch Kremnického pohoria, Veľkej Fatry a Nízkych Tatier. In *Krásy Slovenska*. roč. 35, č. 5, s. 176-181.
- ZAREBA, D. 2010. *Ekoturystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010. p. 180.
- ZATKALÍK, F. 1973. Horná hranica lesa v skupine Prašivej v Nízkych Tatrách. In *Geografický časopis*. roč. 25, č. 5, s. 148-164.
- ŽIGRAI, F. 2000. Význam časopriestoru pri transformácii kultúrnej krajiny. In *Geografické štúdie*. roč. 6, s. 51-60.

RESEARCH OF ANTHROPOGENIC TRANSFORMED LANDSCAPE OF THE LOW TATRAS NATIONAL PARK AND POSSIBILITIES OF ITS USE FROM THE PERSPECTIVE OF ECOTOURISM

Summary

Research into the anthropogenically modified and created alpine landscape in the top part of the Low Tatras National Park has not yet been systematically carried out and its complexity is absent. Only fractional studies by experts or smaller collectives appear, which deal with individual landscape components and their anthropogenic transformations. It is mainly about relief, soil, and vegetation.

In the middle of the 20th century, the first works appeared, which we can evaluate as homeland study's, resp. historical-geographical, describing the transformations of the alpine landscape due to anthropogenic activities. It is about a general description of anthropogenic factors and their effects on the landscape throughout history (especially since the Middle Ages). Although these are older works, they have not yet been overcome.

In the 1970s, comprehensive scientific research of leading Slovak experts on the alpine landscape began to develop, who for the first time systematically analyzed human influences on the alpine landscape of the Low Tatras throughout history with an emphasis on relief, soil and vegetation. Mention should be made here, in particular, of an internationally recognized expert in this field, namely R. Midriak.

In the last decade, research on the alpine landscape of the Low Tatras has focused in detail and systematically on the settlement, use, and devastation of the country by human presence and economic activity throughout history. Individual historical-geographical or mining sciences researches and study aimed at the history of the environment of the alpine landscape are processed on the basis of archival (historical) and field research. They document human influences on the landscape and the emergence of an anthropogenic landscape in the top part of the mountain range since the Middle Ages. These are, in particular, Wallachian colonization and mining, which were followed by the innumerable forestry and metallurgical activities that shaped the country under study.

In our contribution, we also focused on the content analysis of basic works dealing with tourism research with elements of individual and nature tourism, which is currently referred to as ecotourism. These are works that are spatially related to the anthropogenically altered and created an alpine landscape in the top part of the Low Tatras National Park.

The research published so far is characterized by the fact that they are quite broad in terms of topics and many times they lack a precise demarcation in relation to individual forms of tourism. De facto, the work from ecotourism is completely absent. However, they often contain elements of individual and natural tourism, which are among the main features of ecotourism.

Ecotourism, as a relatively young form of tourism, began to take shape in the world in the 1980s and penetrated the Central European area only very slowly. This state is due to the fact that in the given geographical area almost absences the wilderness, which is a priority goal of ecotourism. This macro-region, and thus also in Slovakia, is significantly dominated by the cultural landscape and the natural landscape (wilderness) has been preserved only in the form of residues of small protected areas. Here, ecotourism, in the original perspective of its three pillars (environmental, social, and economic), would be very difficult to develop

in. For this reason, in ecotourism, the fourth pillar (sustainability) is also beginning to be applied in this geographical area, and this is culture or cultural landscape.

In practice is therefore the best applicable understanding of ecotourism, which was summarized in its definition by geographer and tourism expert B. Gregorová. The author presents ecotourism as a form of tourism associated with wandering the landscape ("natural" and cultural too) and its observation, all while a traveler is obtaining an authentic impression from learning about nature, as well as local communities and their culture. It develops in a sustainable way and therefore minimizes the negative impacts on the natural, social, and cultural environment in order to preserve the natural and cultural diversity as well as the identity of the landscape. Despite its non-mass nature, it is more economically effective in relation to local communities (rural settlements), as it is provided by local service providers (Gregorová, 2019).

For such an understanding of ecotourism and evaluation of the conditions of its development in the Low Tatras National Park, it is necessary to know the anthropogenically modified and created alpine landscape, especially in the areas where clients of ecotourism are to go.

Mgr. Marián Lukáč, PhD.

Ústav zemských zdrojov, oddelenie geo a montánneho turizmu
Fakulta baníctva, ekológie, riadenia a geotechnológií
Technická univerzita v Košiciach
Němcovej 32, 042 00 Košice, Slovenská republika
E-mail: marian.lukac@tuke.sk

CREATIVE ACTIVITIES OFFERED BY SELECTED HOTELS IN SLOVAKIA

Eudmila Mazúchová, Zuzana Sándorová, Barbora Profietová

Abstract

Over the last decade, creative tourism that emerged from the increasing demand for spending time creatively during the holiday, i.e., by taking part in creative activities, is becoming more and more popular not only abroad but also in Slovakia. Undoubtedly, this country, due to its rich cultural heritage and living traditions, has the potential to meet tourists' need to be involved in unique and authentic experiences. But do hotels in Slovakia offer creative activities for their guests? To answer the question the present paper shares the results of a questionnaire survey carried out in the Bratislava region. The findings of the investigation revealed that only a third of the respondents provided creative experiences or were willing to offer such activities for their guests in the future, although the majority of them acknowledged that their costumers might have been interested in them.

Keywords: creative tourism, creative activities, chain hotels, independent hotels, Bratislava region

Introduction

Creativity has become an increasingly essential part of a business in recent years. The market is constantly changing, and, hence, companies make efforts to come up with innovative ideas with the ultimate goal of gaining a competitive advantage. Undoubtedly, creativity is considered one of such competitive advantages (Girdauskiene, 2013). It is, therefore, not surprising that it is becoming part of the hotel industry and is reflected in a range of creative activities, services and products provided by hotels. Hotels offering creative activities or services have a more advantageous position on the market. Guests appreciate creative activities and services while using basic catering and accommodation services. The creative tourist is willing to pay more for creative experiences, which can help hotels to increase revenue in case of low occupancy or the low season.

The paper aimed to examine the current state of creative activities offered by selected hotels in Slovakia. In addition to defining the basic concepts and theoretical context of the study, it contains the research methodology, analysis of the results of the questionnaire survey as well as conclusions and recommendations for practice.

Literature review

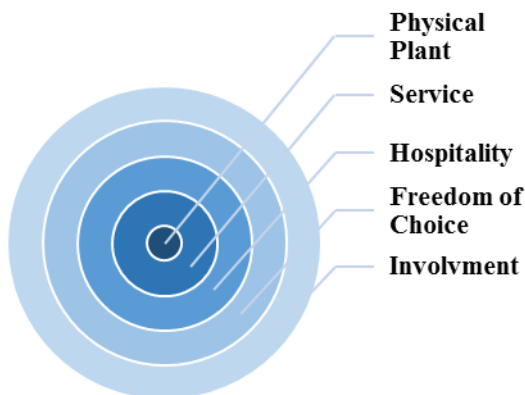
Creative tourism and creativity in hospitality

Tourism has become part of people's lives and is changing and developing due to their needs and expectations. Tourists show a growing desire to connect with local communities of the destinations they visit. The response to this need can be given by creative tourism, which can be defined as the "co-creation" of the experiences both by the tourists themselves and the host community (Creative Tourism Network, 2020). As Richards and Raymond (2000) put it, creative tourism offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses that are characteristic of holiday destinations where services are provided. Tourists or hotel guests can learn new skills or create a unique souvenir, such as a painting, a craft item or a food product. Hence, this type of tourism is more likely to bring people a lasting emotional relationship to the destination or hotel and encourage them to recommend it and revisit. Creative tourism offers visitors creative experiences (including art, craft and culinary workshops), with the opportunity to stay in high-quality accommodation and connect with local people in a special destination. It is not just about basic overnight services, but about the opportunity to experience, try, or identify with the local population and culture. It is a transition from tangible to intangible, from passive to active participation and consumption (Richards, 2011).

Creative products in tourism and hospitality

Kotler, Bowen and Makens (2010) define a product as everything that is offered on the market for attention, acquisition, use or consumption and can satisfy the needs and desires of the customers. Also, a tourism product can be understood as everything that is offered on the market for use or immediate consumption and satisfies the needs of the tourists. (Kotler, 2007). It may be goods, services, territories, organizations or ideas. Gúčik (2011) defines *tourism product* as the benefit resulting from the consumption of goods and services offered by the destination and produced by enterprises and organizations in it. Thus, we can say that the visitor is directly involved in the process of creating a product or service and that the processes affect the activities that are directly related to the destination or attractions in it (Palenčíková, 2015). Nevertheless, a creative product is a product that fulfils a basic need supplemented by a creative experience. The creative product consists of Smith's general model of the tourism product (1994) but is complemented by the creative involvement of the visitor in the process (Figure 1).

Figure 1: Creative tourism product



Source: Smith, 1994.

The general model of the tourism product demonstrates the different components of the product as layers starting with the centre, i.e. which represents the physical side of the product, i.e. the basic need of the guest or benefit, such as rest (during the stay). The next level refers to the service, where the visitor expects a certain standard (e.g. the category of a five-star hotel), followed by the hospitality of the staff and the hotel itself (e.g. addressing the guest by name, a departure gift, etc.). The fourth layer represents the freedom of choice, i.e. the visitor has the opportunity to decide which product or service to choose. The outer layer, especially in the case of a creative product, means the possibility of involving the visitor in the process of production or provision of certain service. Thus, the tourism product or service has a kind of experiential or educational character, as well.

An example of a creative product offered by a hotel can be the accommodation in the Mercure Bratislava Centrum **** hotel. It offers creative pop-art rooms inspired by Andy Warhol's work (whose parents were born in Slovakia). Combining art and comfortable accommodation the hotel provides the possibility of learning about the famous artist, filmmaker and producer who experimented with new techniques thanks to which he became the king of pop art.

Creative activities in hotels

Creative activities provided by hotels help the guests to escape from their daily routine and the reality of their daily lives and completely immerse themselves in these experiences. Besides, according to Alvarez (2010), due to creative

activities, the boundaries between tourists and residents are blurred. They can be categorised based on the cooperation between the public and the private sector or in terms of its various forms, such as interactive, artistic and experiential. Furthermore, creative experiences can also be distinguished according to their content or “topic”, such as traditional crafts and folk art, gastronomic activities of cooking local dishes and drinks, activities connected to authentic folklore, courses of performing arts, courses of visual art, creative workshops, courses of creating organic products and recycling (Table 1).

Table 1: Forms of creative activities

Forms	Creative activities
Interactive	- setting the music by voice, turning off the light by clapping, online check-in, etc.;
Artistic	- accommodation in a gallery, in an old cinema;
Creative	- courses of traditional handi-crafts, such as wood-carving;
Experiential	- private flight, quad-biking, etc.
Thematic	- gastronomic activities - cooking local dishes, traditional crafts and folk art activities ;
Courses	- courses of cooking local dishes or performing arts;
Workshops	- workshops on creative products or innovative technologies.

Source: Own elaboration, 2020

Creative activities offered in hotels are usually created by private business entities (e.g. hotels, restaurants, etc.), in cooperation with the organisations of the public sector (e.g. galleries, museums, etc.) and creative artists (e.g. craftsmen, painters, sculptors, etc.). The activities are provided by inspiring people who can train the visitors or simply demonstrate how to create something, which can be also tried out by the participants. The offered activities can have interactive (e.g. setting the music by voice, turning off the light by clapping, online check-in, etc.), artistic (e.g. accommodation in a gallery, in an old cinema, etc.), creative (e.g. courses of the traditional Slovakian textile decoration called “blueprint” or other traditional handi-crafts, etc.) and experiential forms (e.g. private flights, quad-biking, etc.). The most popular creative activities include traditional crafts, learning foreign languages, gastronomy and cooking classes, painting, drawing, sculpture, carving and photography (both outdoor and indoor), dance classes in the original environment (e.g. tango classes in Argentina, salsa classes in Cuba, flamenco classes in Andalusia or belly dancing in Turkey).

Creative activities can be provided during visiting exhibitions (using creative information technologies), within festivals (e.g. quick courses of traditional gastronomic specialities, etc.) or through active participation in courses

(e.g. painting, sculpture, etc.) and workshops focused on creating different objects (Hrubalová and Palenčíková, 2017). They can be provided for the guests by the hotels as additional services (for example, a pottery production course) during their stay at the hotel.

The method

The article aimed to investigate what creative activities are offered by selected hotels in Slovakia. The data were collected applying the method of the questionnaire survey. The questionnaire consisted of 13 questions; however, the present study deals only with eight of them. The questions investigated different aspects, such as how creative activities are perceived by the selected hotels and what creative activities they offer for their guests. Another goal of the research was to find out whether hotels were planning to extend the range of creative activities in the future and in case they were not, the reasons that lie behind their decisions were also investigated. Besides, the questionnaire collected information about the class (two-, three-, four- or five-star) and the ownership type (chain or independent) of the hotels.

The sample consisted of 77 hotels in the Bratislava region, out of which 62.3% belonged to the group of independent hotels and 37.7% to chain hotels. In the case of chain hotels, the questionnaire consisted mainly of four-star hotels (51.8%), followed by three-star and five-star hotels (24.1%). Independent hotels were also dominated by four-star (52%) and three-star (39.6%) hotels, followed by five-star hotels (6.3%) and one two-star hotel.

The questionnaires were distributed directly and electronically to the selected hotels and were collected in October and November 2019. The return rate was 73.3%. The obtained data were processed applying the method of analysis and synthesis. The next part of the study provides an analysis of the results which are also displayed in tables.

Results and discussion

The first question of the questionnaire investigated which activities are considered to be creative by the chosen hotels since it could be supposed that as a result of the lack of information hotels may have had the impression that they did not provide creative activities even though they had offered such experiences for their guests (Table 2).

For the majority of the hotels (67.5%), creative activities are associated with demonstrations of cooking traditional food and drinks, followed by outdoor artistic activities, such as painting courses or sculpture workshops (46.8%). Less than half

of them (40, 3%) mentioned photography courses or workshops and courses of folk dances, singing, playing a folk instrument, as well as filming courses and workshops (36.4%) or the production of traditional Slovakian musical instruments such as the “fujara whistle” (35.1%).

Table 2: The perception of creative activities by the selected hotels

Creative activities	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
Demonstrations of cooking traditional dishes and drinks	14	18.1	38	49.4
Outdoor artistic activities	13	16.9	23	29.9
Photography courses/workshops	11	14.3	20	26
Courses of folk dance and singing, playing folk musical instruments	13	16.9	15	19.5
Film-making courses/workshops	10	13	18	23.4
Musical instrument production courses/workshops	12	15.6	15	19.5
Demonstration of authentic folklore	10	13	15	19.5
Interior design courses/workshops	9	11.7	16	20.8
Clothing and graphic design courses/workshops	7	9.1	18	23.4
Other creative activities	3	3.9	4	5.2

Source: Own elaboration, 2020

One-third of the respondents (32.5%) responded that creative activities for them meant courses or workshops of clothing and graphic design or authentic folklore (folk dances, songs, customs). Another third (32.5%) mentioned courses or workshops of interior design and the production of home decorations. A small number of the hotel also identified activities connected with “wine tasting”, “sports activities”, “producing Modra ceramics” or “anything that requires creative thinking”.

As far as the difference between the perceptions of independent versus chain hotels is concerned, almost half of the independent hotels (49.4%) stated that creative activities can be associated with demonstrations of cooking traditional food and drinks and 29.9% identified outdoor artistic activities. According to chain hotels, creative activities are also connected with the demonstrations of cooking traditional dishes and drinks, although represented only by 18.1%. Furthermore, outdoor artistic activities and courses of folk dances, singing and playing folk instruments can also be considered to be creative according to 16.9% of them. Therefore, it can be assumed that creative activities are perceived similarly by independent and chain hotels.

The next question of the questionnaire aimed at finding out whether the selected hotels offered any creative activities for their guests (Table 3).

Table 3: The number of hotels offering creative activities

Creative activities offered by hotels	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
Yes	11	37.9	15	31.0
No	18	62.1	33	69.0
Total	29	100.0	48	100.0

Source: Own elaboration, 2020

As the results show, only in 35% of the selected hotels offer creative activities in the Bratislava region. It can also be seen that such experiences are provided by 37.9% of the chain hotels and by 31% of independent hotels.

Since the potential demand of the hotel guests may be an impulse for the hotels to include creative activities in their services, the next question aimed to learn about the guests' interests in these activities according to the hotels (Table 4).

Table 4: Guests' interests in creative activities according to the respondents (i.e. the hotels)

Guests' interest in creative activities	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
Yes	7	63.7	13	86.7
No	0	0.0	0	0.0
I do not know	4	36.3	2	13.3
Total	11	100.0	15	100.0

Source: Own elaboration, 2020

According to 76.9% of the respondents, hotel guests were interested in creative activities. On the other hand, one-third of hotels (36.3%) could not assume their guests' interests in such experiences. The reason may be the ambiguous understanding of the concept of creative activity or the fact that the hotels did not provide such services. In terms of the ownership, it can be deemed that the guests of the independent hotels are more interested (86.7%) in creative activities than the guests of chain hotels (63.7%), based on the respondents' views.

An important aspect of the research was to find out what creative activities were provided in the examined hotels of the Bratislava region (Table 5).

Table 5: Creative activities offered by the selected hotels of the Bratislava region

Creative activities offered by hotels	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
Other creative activities	6	23.1	11	42.3
Demonstrations of cooking traditional dishes	5	19.2	4	15.4
Outdoor artistic activities	0	0.0	3	11.5
Musical instrument production courses or workshops	1	3.8	0	0.0
Photography courses or workshops	0	0.0	1	3.8
Demonstrations of authentic folklore	0	0.0	1	3.8

Source: Own elaboration, 2020

As it can be seen the most often offered creative activities in the selected hotels are the demonstrations of cooking traditional dishes (34.6%) and outdoor artistic activities (11.5%). Among other creative activities provided by the examined hotels (65.4%) belong pottery courses with the possibility to model and burn gifts for their loved ones, self-coaching activities for personality development, wine tasting led by an experienced sommelier, swimming courses for babies, inspirit yoga classes to develop the mental harmony of visitors, team-building creative activities using information and interactive technologies, demonstrations of authentic folklore and culture of the destination, courses or workshops of photography and the production of musical instruments.

In terms of the ownership, it can be said that 42.3% of the independent hotels and 23.1% of the chain hotels offer creative activities identified as “other creative activities” such as self-coaching, pottery courses, wine tasting, swimming courses, inspirit yoga, authentic folklore. Furthermore, demonstrations of cooking traditional dishes are provided by 15.4% of the independent hotels and 19.2% of the chain hotels.

The final part of the questionnaire dealt with the intentions of the hotels in terms of expanding their range of creative activities (Table 6). The results showed that the majority of the hotels (84.4%) is not interested in extending the coverage of creative activities and only 15.6% has such intentions in the future mainly due to the interests of their guests.

Table 6: Plans of the selected hotels in terms of extending the range of creative activities

Intentions to extend the range of creative activities	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
Yes	6	20.7	6	12.5
No	23	79.3	42	87.5
Total	29	100.0	48	100.0

Source: Own elaboration, 2020

Those who intend to widen the range of creative activities plan to introduce jewellery production, creative cooperation with the organisation called “Sloboda zvierat” (in translation: “The Freedom of Animals”) and Crisis Centre “Dúha” (Rainbow), wine routes with activities, courses of the traditional “blueprint” technique and gastronomic workshops related to decorating dishes and their creative preparation.

The last question investigated the reasons for the lack of interest in expanding creative activities (Table 7).

As demonstrated in Table 7, 44.2% of the hotels argued that guests were not interested in creative activities. Another 15.6% of the respondents considered the range of the offered creative activities sufficient. Furthermore, business hotels (16.9%) claimed that the majority of their customers were business travellers who were not interested in anything but work during their stay. The lack of space for creative activities was also given as a reason by 6.5% of the hotels. Other reasons for limiting the variety of creative activities included the insufficient funding (3.9%) and the lack of staff (1.3%) for the implementation of the activities as well as the time-consuming character of these activities (2.6%).

Table 7: Reasons for the lack of interest in expanding the range of creative activities

Reasons for the lack of interest in expanding the range of creative activities	Chain hotels		Independent hotels	
	Number of respondents	Percentage share	Number of respondents	Percentage share
According to the hotel, the guests are not interested	11	14.3	23	29.9
The hotel has already been providing creative activities	4	5.2	8	10.4
The hotel focuses on business travellers	7	9.1	6	7.8
Lack of space	1	1.3	4	5.2
Lack of funding	0	0.0	3	3.9
Lack of staff	0	0.0	1	1.3
The time-consuming character of creative activities	0	0.0	2	2.6

Source: Own elaboration, 2020

Conclusion

To summarise the findings of the research, it can be assumed that the majority of the respondents has an idea of what creative activities stand for. On the other hand, many hotels offer activities that can be classified as creative activities, yet they do not identify them as creative activities. Besides, creative activities are provided only by a third of the selected hotels (33.8%) in the Bratislava region. The main argument why 66.2% of the respondents do not offer such activities is that most of them focus on business travellers who, according to them, have other needs and priorities. Not surprisingly, therefore, the majority of the hotels (84.4%) is not interested in expanding the range of creative activities. What is surprising, though, is that 76.9% of the hotels indicated that their guests were/would be interested in creative activities if they were offered. The controversy between these findings can be explained by the indifferent attitude of the hotels probably due to the increased costs connected to these activities or/and the lack of knowledge about the profitability of creative activities and the guests' augmenting desires to be involved in unique, authentic experiences stressed by several scholars and experts in the field of creative tourism (Richards and Wilson, 2006; Tan et al., 2013).

Furthermore, concerning the ownership of the hotels, the findings also showed that chain hotels (37.9%) were more interested in providing creative activities than independent hotels (31%). The reason for the higher interest in providing creative activities in chain hotels may be the standards of these hotels

given by the hotel chain they belong to, which are strictly adhered to. Independent hotels operate independently and thus have the freedom to decide whether they offer creative activities or not.

In light of the results, several recommendations could be given. Firstly, stakeholders in tourism and hospitality through workshops and lectures within their ongoing professional development should be informed about the up-to-date research findings. They should constantly expand their knowledge on the latest trends of the rapidly changing tourism and hospitality sector to be able to keep up with them. Therefore, science popularization should be more effective and the cooperation between the scientific/academic research groups and the tourism/hospitality industry should be strengthened in Slovakia. Secondly, creative activities offered by the selected hotels focused mostly on gastronomy (34.6%) and associated demonstrations of traditional dishes or wine tasting. The reason why these activities are so widespread is that they are the most feasible in terms of the resources and equipment. However, it would be advisable that hotels expand their range of creative activities based on examples of good practice from abroad, e.g. creative experiences listed on the website of the Creative Tourism Network (Creative Tourism Network, 2020). Furthermore, it would be important to expand the cooperation of the hotels with associations or organisations that focus on creative tourism as well as with local artists and craftsmen. Also, guests' interests in creative activities could be increased by the promotion of these activities on the websites or social network sites of the hotels. Last but not least, big cities, such as Barcelona, Paris or Rome, traditionally seen as the engines of the creative economy could be an inspiration for Bratislava offering creative tourism as an alternative to mass cultural tourism as well as helping the hotel industry to boost room occupancy, especially in these times effected by the COVID-19 pandemic.

Acknowledgement

The current study is part of the VEGA 1/0169/18 project titled Creative Tourism as a new tourism product in Slovakia.

References

- ALVAREZ, M. D. 2010. Creative cities and cultural spaces: new perspectives tourism. In *Tourism and Hospitality Research*. ISSN 1750-6182, 2010, vol. 4, no. 3, pp. 171-175.
- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *Creative experience worldwide*. [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/creative-experiences-worldwide/>>.

- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *What do we mean by Creative Tourism?*. [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/about/>>.
- GIRDAUSKIENE, L. 2013. The Key Factors for Creativity Implementation and Knowledge Creation in an Organization. The Structural Approach. In *Journal of Economics and Management*. ISSN 029-933, 2013, vol. 18, no. 1, pp. 176-182.
- GÚČIK, M. 2011. *Cestovný ruch*. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011. 188 s. ISBN 9788089090983.
- HRUBALOVÁ, L. – PALENČIKOVÁ, Z. 2017. Demand for creative tourism in Slovakia. In *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts*. Bulgaria: STEF92 Technology Ltd., pp. 205-212. ISBN 978-619-7408-16-4.
- KOTLER, P. 2007. *Moderní marketing*. Praha: Grada publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247- 1545-2.
- KOTLER, P. – BOWEN, J.T. – MAKENS, J.C. 2010. *Marketing for Hospitality and Tourism*. London: Pearson, 2010. ISBN 978-0-13-504559-6.
- PALENČIKOVÁ, Z. 2015. *Produkty cestovného ruchu*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2015. 101 s. ISBN 978-80-558-0963-2.
- RICHARDS, G. 2011. Creativity and tourism: The State of the Art. In *Annals of Tourism Research*. ISSN 0160-7383, 2011, vol. 38, no. 4, pp. 1225-1253. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- RICHARDS, G. – RAYMOND, C. 2000. Creative tourism. In *ATLAS News*. ISSN 1388-3607, 2000, vol. 23, pp. 16-20.
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? In *Tourism Management*. ISSN 0261-5177, 2006, vol. 27, pp. 1209-1223. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.06.002
- SMITH, S. L. J. 1994. The Tourist Product. In *Annals of Tourism Research*. ISSN 0160-7383, 1994, vol. 21, no. 3, pp. 582-595. DOI: 10.1016/0160-7383(94)90121-X
- TAN, S. K. – KUNG, S. F. – LUH, D. B. 2013. A model of 'creative experience' in creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. ISSN 0160-7383, 2013, vol. 41, pp. 153-174. DOI: 10.1016/j.annals.2012.12.002

Ing. Eudmila Mazúchová, PhD.

Mgr. Zuzana Sándorová, PhD.

Mgr. Barbora Profietová

Katedra cestovného ruchu FSS UKF v Nitre

Dražovská 4, 949 74 Nitra

E-mail: lmazuchova@ukf.sk, zsandorova@ukf.sk, barboraprofietova@gmail.com

CHARAKTER SKLÁDKY Z VÝROBY NIKLU V MESTE SEREĎ

Eva Michaeli, Martin Boltížiar, Vladimír Solár, Matúš Maxin

Abstract

The main aim of the paper is to inform about the origin of waste from nickel and cobalt production and also about its properties. The landfill of technological waste near the town of Sereď is the second largest landfill for non-ferrous metallurgy in the Slovak Republic and is located in the northern part of the Danubian Lowland southwest of the industrial zone of the town. The research was divided into two phases. The first phase was preparatory and the second concerned field research and was linked to sludge sampling for physic-chemical analysis. The results of the analysis identified the physical and chemical properties of the sludge, as well as the possibilities of its use in some sectors of the economy. The construction of the Nickel smelter in town of Sereď was decided in 1956. The first nickel was produced in 1963. The raw material was low quality lateritic iron-nickel ore, which was imported from Albania (CMEA decision) and contained 1% nickel and 0.05% cobalt in one tonne of ore. In 1993 (after 30 years), production was stopped for economic and ecological reasons, but the sludge landfill remained and the State sold the landfill in 1994 to a private company and so got rid of liability for environmental damage which continue to this day.

Keywords: Albanian lateritic iron-nickel ore, metallurgical sludge, nickel production, the landfill waste, Sereď

Úvod

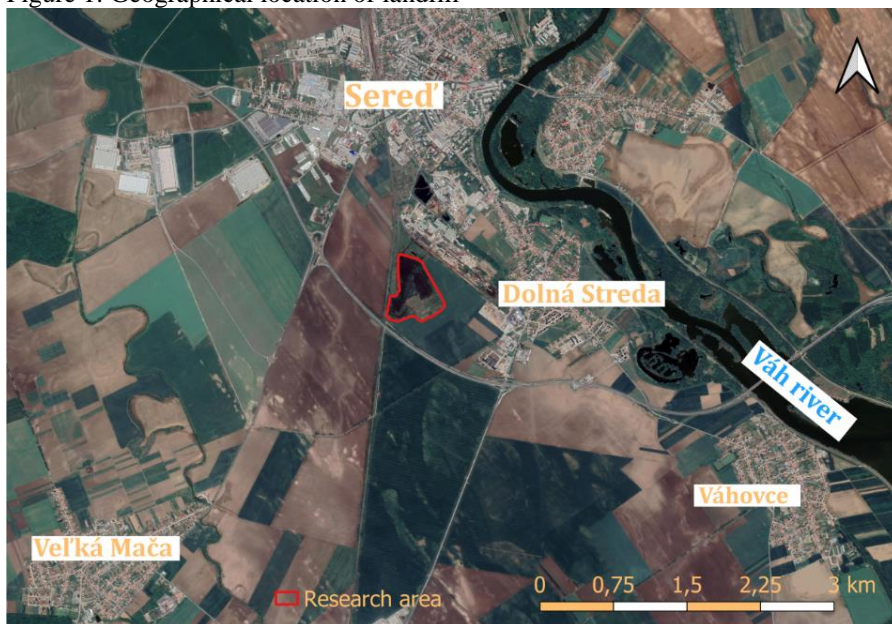
Pracovníci inštitúcií, ktoré sa zaoberali problematikou starostlivosti o životné prostredie počnúc Ministerstvom životného prostredia SR, nevenovali v minulosti nijakú pozornosť nakladaniu s odpadmi v priemyselných podnikoch, ktoré produkovali nebezpečný odpad. Bolo to obdobie socialistickej industrializácie, ktorej následky pretrvávajú. Mnoho priemyselných podnikov tohto typu sa nachádzalo v nížinách alebo kotlinách Slovenska s najproduktívnejšími a vysoko produkčnými pôdami. Príkladom je aj rozsiahla skládka hutníckeho kalu v blízkosti bývalej huty na nikel, ktorá vznikla na najproduktívnejších a vysoko produkčných orných pôdach v Podunajskej nížine. Skládka poškodzuje životné prostredie a zdravie obyvateľov dodnes. Problému sa venujú viacerí autori či už na úrovni celoštátnej (napr. Bohuš, Klinda, 2010, Michaeli, Boltížiar, 2010) ich vplyvu na krajinu (Ivanová et al., 2013) ako aj zodpovednosti jednotlivých subjektov.

Teoreticko-metodické východiská

Skládka technologického odpadu sa nachádza juhozápadne od priemyselnej zóny mesta Sered', v ktorej sa nachádzala bývalá Niklová huta (obr. 1, obr. 2). Teleso skládky leží priamo na nive Váhu v nadmorskej výške 125 m. Súčasná plocha vlastnej skládky je asi 40 ha plus 10 ha plochy kalu, ktorý bol zvrátený denudáciou z telesa skládky (gravitačný geomorfologický proces, vodná erózia na svahoch skládky). Skládka bola založená v roku 1963 na ploche s veľmi produktívnymi pôdami Mollic Fluvisols var. Calcaric. Najväčšia šírka skládky je 570 m, dĺžka asi 800 m, priemerná výška 10 m, najväčšia je 35 m. Pôvodný objem skládky bol 9 mil. ton a súčasný je 6,5 - 7 mil. ton. Skládka je v súkromnom vlastníctve od roku 1994 a možno ju klasifikovať ako antropogénne ložisko druhotných surovín. Podľa environmentálnej regionalizácie Slovenskej republiky spracovanej Ministerstvom životného prostredia Slovenskej republiky (Bohuš, Klinda, 2010) je územie z hľadiska životného prostredia klasifikované ako silne narušené.

Obr. 1: Geografická poloha skládky

Figure 1: Geographical location of landfill



Obr. 2: Skládka metalurgického kalu 2020
Figure 2: Metallurgical sludge landfill 2020



Zdroj: www.seredonline.sk

Výskum sme rozdelili do dvoch fáz. V prvej fáze sme museli získať povolenie vstupu na skládku, ktorá je od roku 1994 súkromným majetkom. Venovali sme pozornosť dátam a štatistickým materiálom týkajúcim sa hutníckeho kalu v archíve bývalej niklovej huty, na Obvodnom úrade životného prostredia v Galante a na Mestskom úrade v Seredi.

Druhá fáza bola zameraná na terénny výskum. Identifikovali sme základnú štruktúru skládky a charakter krajiny v jej okolí. Počas terénneho výskumu sme zo skládky odobrali vzorky na fyzikálno-chemický rozbor s cieľom zistiť vlastnosti metalurgického kalu. Pôvodne odkalisko (dnes skládka) bolo vyhlbené do pleistocénnych a holocénnych fluviaálnych sedimentov v nive Váhu. Základ odkaliska leží na dnevej akumulácii fluviaálnych hrubých štrkov horného pleistocénu (Maglay et al. 2005), ktoré boli prekryté fluviaálnymi nepriepustnými vrstvami holocénnych ílovitých štrkov, ílov a povodňových hĺn (5-10 m). Pri budovaní úložiska na uskladnenie priemyselného kalu boli nepriepustné vrstvy odstránené, aby sa urýchlil priesak kvapalnej zložky kalu. Materiál skládky je

priemyselný antropogénny sediment - metalurgický kal, ktorý má neprirodzenú čiernu farbu a vznikol za 30 rokov existencie niklovej huty (1963 - 1993). Vek kalu je 58 rokov. Tvar reliéfu skládky ostro kontrastuje s akumuláčnou rovinou Podunajskej nížiny. Skládka je pozoruhodným alochtónnym bariérovým elementom (Michaeli et al., 2021) nížinnej krajiny. Skladá sa z mierne zvlnenej plošiny a z extrémne strmých svahov so sklonom viac ako 45° (obr. 3).

Obr. 3: Strmé svahy so sklonom 45°
Figure 3: Steep slopes with a slope of 45°



Podľa klimatických oblastí Slovenskej republiky patrí územie do teplej klimatickej oblasti (50 a viac letných dní v roku), ktorá je veľmi suchá s miernou zimou. Deficit zrážok sa pohybuje od 100 do 150 mm ročne. Priemerná ročná teplota vzduchu je $9,5^\circ\text{C}$. Územie má viac ako 2 000 hodín slnečného svitu ročne a počas vegetačného obdobia je to 1 450 hodín. Prevládajúcim veterným prúdením sú JV a SZ viator (51% v roku). Z hydrografického hľadiska patrí územie do povodia Váhu. Podzemné vody reagujú na vodný režim Váhu. Vznikajú infiltráciou vôd z jeho koryta. V telese skládky sa netvorí kolektory podzemnej vody. Priamo na skládke sa nachádzajú pôdy zo skupiny Technosols (Michaeli et al. 2021), typu Spolic Technosols / Alcalic Hyperartefactic (World Reference Base for Soil Resources 2014, Update 2015, Report 106). Pôdy typu Mollic Fluvisols sa

nachádzajú aj okolo skládky na Podunajskej rovine. Vegetácia zaberá 15% plochy skládky a pochádza väčšinou z náletu okrem vegetácie na 8 ha rekultivovanej časti skládka v roku 1982.

Vlastnosti a využitie metalurgického kalu

Hutnícky kal je priemyselný antropogénny sediment. Je to zrnitý sypký materiál, ktorý má neprirodenú čiernu farbu. Vznikol mletím a premývaním albánskej lateritickej železo-niklovej rudy a jej lúhovaním v roztoku žieravých látok. Skládka kalu je v súčasnosti v súkromných rukách. Podľa kúpnopredajnej zmluvy mala byť odstránená do roku 2009. Majiteľ tvrdí, že zmluvu nevlastní, a vyššie stanovenú zmluvnú podmienku odmieta. Ťaží kal na získanie zvyškových kovov, najmä chrómu, ale jeho obchodné zámery sú nedostupné. Pomer množstva vyťažného kalu k jeho objemu je zanedbateľný. Odhady Obvodného úradu životného prostredia v Galante týkajúce sa odstránenia skládky nie sú príliš optimistické. Odstránenie skládky pri súčasnej intenzite ťažby kalu môže trvať až 500 rokov. Ročná finančná kompenzácia vlastníka skládky za poškodenie životného prostredia a zdravia obyvateľstva pre mesto Sereď (zvyšné osady sú bez náhrady) je 600 EUR, čo možno považovať za neadekvátnu sumu. Odpad z výroby niklu podľa výskumov niekoľkých autorov má množstvo nepriaznivých vlastností (Paulech a kol., 1983, Sobocká, Poltárska, 2004, Michaeli a kol., 2009, Michaeli a kol., 2010, Michaeli a kol., 2012, Michaeli a kol., 2021, atď.), ktoré majú negatívny vplyv na životné prostredie. Vlastnosti metalurgického kalu sú:

- je to sypký materiál, má nepriaznivé mechanické zloženie a nízku vodnú kapacitu,
- častice kalu sú predmetom eolických procesov
- kal má na povrchu veľmi vysokú teplotu lebo intenzívne absorbuje infračervené žiarenie vďaka čiernej farbe,
- obsahuje toxické množstvo ťažkých kovov,
- skládka je predmetom gravitačných geomorfologických procesov a tiež procesov vodnej erózie na svahoch (ron),
- kal má veľmi nepriaznivé vlastnosti pre živé organizmy.

Veľké množstvo odpadu z výroby (9 mil. ton) bolo impulzom pre Vedenie štátneho podniku Niklová huta v Sereď, aby hľadalo možnosti využitia hutníckeho kalu v rôznych odvetviach hospodárstva už počas výroby. Pokusy neboli úspešné práve kvôli vlastnostiam kalu. Hutnícky kal má vysoký obsah železa (tab. 1, 2) a jeho cena bola zahrnutá do ceny albánskej lateritickej železo-niklovej rudy. Obsah chrómu je však problematický pre výrobu surového železa z kalu.

Tab. 1: Analýza fyzikálno-chemických vlastností odpadu
Table 1: Analysis of physico-chemical properties of waste

Ukazovateľ	Jednotka	Hĺbka 60 cm	Metóda
pH H ₂ O	-	8.6	E
Fe ₂ O ₃	%	78	RFS
Al ₂ O ₃	%	3.27	RFS
Ni	mg·kg ⁻¹	2 920	RFS
Cr	mg·kg ⁻¹	24 300	RFS
Cu	mg·kg ⁻¹	49.0	RFS
Zn	mg·kg ⁻¹	300.0	RFS
Frakcia ≤ 0,01	%	11.1	AS

Tab. 2: Chemické zloženie metalurgického kalu
Table 2: Chemical composition of metallurgical sludge

Fe	49 – 52%	P ₂ O ₅	0.06 – 0.18%
Fe ₂ O ₃	42 – 43%	SO ₃	0.08 – 0.10%
FeO	27 – 28%	MnO	0.3 – 0.4%
Fe metamorf.	0.25 – 0.35%	K ₂ O	0.08 – 0.10%
SiO ₂	8 – 10%	Ni	0.27 - 0.29%
Al ₂ O ₃	4 – 6%	Cu	0.01 – 0.02%
CaO	3 – 4.5%	TiO ₂	0.10 – 0.12%
MgO	2 – 3%	Na ₂ O	0.20 – 0.21%
Cr ₂ O ₃	3.4 – 3.8%	H ₂ O	15 – 18%

Príslušná vsádzka kalu do vysokej pece na jednu tavbu predstavuje iba 50 kg, čo je množstvo, ktoré nemá vplyv na kvalitu surového železa (Koudelka et al., 1985). Z hľadiska množstva kalu je táto dávka zanedbateľná.

Výroba ferochrómu z kalu nie je možná, lebo neobsahuje dostatočné množstvo chrómu. Používanie kalu ako prísady do cementu bolo zastavené, pretože obsahuje chróm, ktorý nie je povolený ako prísada do stavebných materiálov podľa legislatívy EÚ.

Kal sa používa na premývanie hnedého uhlia iba v nevýznamnom množstve, ale nie je vhodný pre všetky druhy hnedého uhlia.

Výsledky a diskusia

Ruda bola spracovaná mokrým priemyselným metalurgickým procesom (Caronovým procesom). Ročná spotreba žieravých látok bola 5 624 ton. Odpad opúšťal výrobnú linku ako kvapalnú látku s teplotou 95° C. Nízka kvalita rudy podmienila vznik veľkého množstva odpadu. Ročne na skládku pribudlo 300 000

ton odpadu, z toho ročná výroba kovov bola 0,0083%. V zásade výroba jednej tony kovu vyprodukovala 120 ton odpadu (tab. 3).

Tab. 3: Výroba kovov, odpadu, spotreba chemikálií za jeden rok, za 30 rokov

Table 3: Production of metals, waste, consumption of chemicals in one year, in 30 years

Ročná produkcia kovov v [t] za 30 rokov, % z odpadu	Ročná produkcia odpadu v [t] a za 30 rokov	Ročná spotreba chemikálií v [t] a za 30 rokov
2 450 [t] Ni, 60 [t] Co, ročná produkcia 2510 t kovov Produkcia za 30 rokov 75 300 [t] 1 [t] kovu /120 [t] odpadu a obsah 0.0084% kovov z odpadu	300 000 [t] 9 000 000 [t] za 30 rokov	2 800 [t], NH ₄ OH 1 200 [t], Na ₂ S 611 [t], HCL 1 013 [t], H ₂ SO ₄ ročná 5 624 [t], 168 720 [t] za 30 rokov

Skládka metalurgického kalu je vystavená pôsobeniu prírodných geomorfologických procesov danej klimatickomorfogenetickej zóny, v ktorej sa nachádza. Z prírodných procesov sú to ronové geomorfologické procesy, gravitačné a eolické geomorfologické procesy na jednej strane a antropogénne geomorfologické procesy (ťažba kalu) na druhej strane. Pôvodný tvar skládky sa v dôsledku týchto procesov postupne menil.

Napriek tomu, že výroba v Niklovej hute š. p. bola ukončená v roku 1993 a hlavný zdroj kontaminácie prestal existovať, skládka odpadu zostala a predstavuje významný zdroj kontaminácie životného prostredia v severnej časti Podunajskej nížiny dodnes. Zvyšky výrobných hál samotného priemyselného simplexu niklovej huty sú nebezpečným brownfieldom v priemyselnej zóne mesta Sereď na ploche asi 50 - 70 ha.

Areál bývalej Niklovej huty (obr. 4) patrí do priemyselnej zóny mesta Sereď, kde je veľa priemyselných závodov z 50. a 60. rokov, ale aj nové priemyselné závody a veľké množstvo priemyselného odpadu. Skládka metalurgického kalu je zdrojom prachu a neustále poškodzuje životné prostredie (druhotná prašnosť). Počas silného vetra (napr. silný vietor v $\text{m}\cdot\text{s}^{-1}$ 11,8 - 13,8 je 6 B) vstupujú do ovzdušia najjemnejšie frakcie vo forme aerosólu a veternými systémami sa tento dostáva (obr. 5) až do vzdialenosti 50 km od skládky lebo reliéf Podunajskej nížiny je plochý, mierne zvlnený a nebráni pohybu veterných systémov. Celé teleso postihujú aj ďalšie geomorfologické procesy, typické pre obnažené povrchy bez pôdy a vegetácie, typické napr. aj pre vysokohorské oblasti akými sú napr. ronové procesy, plazenie/creeping a ďalšie (Hreško et al., 2003).

Obr. 4: Nebezpečný brownfield bývalej Niklovej huty š.p. v Seredi
Figure 4: Dangerous brownfield of the former Niklová huta š.p. in Sered'



Zdroj: www.seredonline.sk

Obr. 5: Sered' počas veternej smršte na skládke
Figure 5: Sort during a windstorm in a landfill

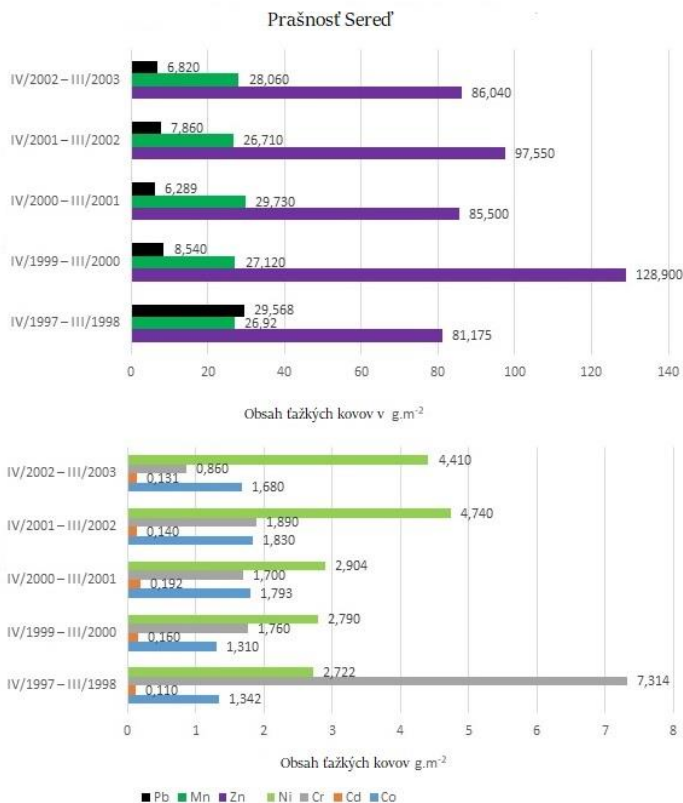


Asi 20 000 ton metalurgického prachu sa ročne rozptýli defláciou na ploche okolo 4 700 ha v Podunajskej nížine (Paulech a kol., 1983). Tento geomorfologický proces zhoršuje kvalitu ovzdušia pre 25 000 obyvateľov v okolí skládky a trvá už 58 rokov. Celkový obsah niklu v pôde je 7-8-krát vyšší ako hodnota prírodného pozadia v ostatných oblastiach Podunajskej nížiny. Skládka je veľkým zdrojom prachových častíc, ktoré unikajú do ovzdušia. Na povrchu ornej

pôdy sú viditeľné prachové povlaky. Obsah ťažkých kovov v pôde sa zvyšuje aj zavlažovaním kontaminovanou vodou. Odhaduje sa, že poľnohospodárske pôdy ovplyvnené emisiami znečisťujúcich látok zo skládky majú tu rozlohu asi 1 500 ha. Prach obsahuje častice ťažkých kovov, hlavne nikel, chróm a olovo. Usadzujú sa na rastlinnej pokrývke, poľnohospodárskych plodinách, na pôde, na vodných plochách a v mestských oblastiach. Pod sekundárnou prašnosťou rozumieme vírenie prachových častíc usadených na zemskom povrchu. Tento proces možno na skládke pozorovať najmä na jeseň a na jar. Znečistenie ovzdušia z prachu skládky ovplyvňuje zdravie obyvateľstva (obr. 6).

Obr. 6: Ťažké kovy v prachovom sedimente v meste Sereď pri zdravotnom stredisku

Figure 6: Heavy metals in dust sediment in the town of Sereď near the health center



Prejavuje sa to ako ochorenie dýchacích ciest, teda chronická bronchitída, najmä v obciach, ktorých poloha je viazaná na prevládajúce veterné systémy v smere SZ - JV. Prach obsahuje ťažké kovy. Chróm eroduje chrupavku nosovej priehradky. Nadmerný príjem niklu dobytkom sa prejavuje zápalmi pľúc, zhrubnutím srsti a chudnutím. Nakoniec zvierajú zahynie. Podobne nadmerný príjem chrómu potravou a vdýchnutím spôsobuje leptanie slizníc, astmu, rakovinu dýchacích ciest a alergické kožné reakcie (Paulech et al., 1983, Vilinová, Dubcová, 2019, Vilinová, 2020). Prírodné agroklimatické podmienky (teplé podnebie, najproduktívnejšie typy poľnohospodárskych pôd, doplnková vlhkosť pôdy) regiónu by boli pôvodne mohli poskytnúť dobré podmienky pre rozvoj moderných smerov ekologického poľnohospodárstva. Súčasnú podmienky (celková devastácia životného prostredia) tento proces na dlhé roky zastavili (obr. 7).

V meste Sereď bolo namerané v usadenom prachu v sezóne 1998 celkom 41, 058 g·m⁻² olova, chrómu, niklu, kobaltu a kadmia, najviac však bolo olova (29,6 g·m⁻²) potom nikel a kobalt a tiež bolo nameraných 81,20 g·m⁻² zinku a 26,92 g·m⁻² mangánu. Vo štvrtom štvrtroku 2002 a v treťom štvrtroku 2003 namerali spolu 14 g·m⁻² olova, chrómu, niklu, kobaltu a kadmia, z toho najviac bolo olovo, potom nasledoval nikel, kobalt, zinok 86,04 g·m⁻² a mangán 28,06 g·m⁻² (RÚVZ, Galanta, 1997 - 2003).

Obr. 7: Štruktúra priemyselnej zóny mesta Sereď (ÚPN SU 2016)

Figure 7: Structure of the industrial zone of the town of Sereď (ÚPN SU 2016)



Legenda: 1. Sereď - cukrovar 2. MACH-TRADE, spracovanie olovených batérií, 3. Skládka metalurgického kalu 4. Dong - Jin Precision, Ltd. Slovakia, 5. Neoplast, 6. Bývalý závod na tavenie niklu, 7. Skládka trosky a nasýtený kal z cukrovaru, 8. Čistiareň odpadových vôd, 9. Optimálna trasa diaľnice, 10. Nová vodná cesta, 11. Kovod Sereď – šrotovisko - odmietlo v referende 70% občanov

Záver

Procesy, ktoré prebiehajú na skládke metalurgického kalu, možno v zásade od vzniku skládky po súčasnosť označiť za nezlučiteľné s kvalitou životného prostredia, kvalitou života a zdravím obyvateľstva. Návrat kvality podzemných vôd do stavu pred rokom 1963 je možný len investovaním značného množstva finančných prostriedkov do technológií pre sanáciu územia, tieto však nie sú k dispozícii. Proces sanácie skládky sa neuskutočnil ani 28 rokov po ukončení výroby napriek podmienkam zakomponovaným do kúpno-predajnej zmluvy v roku 1994 pre nového majiteľa skládky. Sanácia skládky a príľahlého územia spočíva na príprave podrobného projektu, ktorý musí vychádzať z terénneho výskumu územia a fyzikálnych a chemických rozborov kalu, horninového podložia a vôd v potrebnom rozsahu. Existujúce analýzy nie sú dostatočné a názory niektorých odborníkov na túto problematiku nie je možné akceptovať predovšetkým preto lebo vychádzajú z procesu samočistiackej schopnosti krajiny (Klaučo, 1994). Za naliehavú úlohu považujeme elimináciu sekundárnej prašnosti skládky. Bola by to len veľmi malá kompenzácia pre obyvateľov Serede a susedných sídel za utrpenie, ktoré v tejto oblasti môžeme merať životom niekoľkých generácií. Sekundárna prašnosť sa dá odstrániť ozelenením skládky, ale aj pre tento proces je potrebné vypracovať projekt založený na výskume topických jednotiek na skládke. V prvom rade je potrebné riešiť vlastníctvo skládky. Vlastník ignoruje povinnosti voči mestu Sereď a okolitým sídlam, ako aj voči obvodnému úradu životného prostredia. Závazky a povinnosti uvedené v kúpno-predajnej zmluve ignoruje. Majiteľ skládky tvrdí, že kúpno-predajnú zmluvu nemá. Táto skutočnosť umožňuje vypracovať potrebný projekt a realizovať navrhované zámery.

PodĎakovanie

Táto práca bola podporená Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-18-0185 a APVV č.15-0406 a podporená z projektov vedeckej agentúry VEGA č. 1/0299/19 a VEGA č. 1/0059/19.

Literatúra a informačné zdroje

- BOHUŠ, P. – KLINDA, J. 2010. *Environmentálna regionalizácia Slovenskej republiky*. Ministerstvo životného prostredia a Slovenská agentúra životného prostredia. Bratislava, 2020. 102 s.
- Chemické analýzy metalurgického kalu boli vykonané na Štátnom geologickom ústav Dionýza Štúra, držiteľa certifikátu ISO 9001/2008 Mlynská dolina 1, 817 04 Bratislava, pracovisko Spišská Nová Ves.

- HREŠKO, J. – BOLTIŽIAR, M. – BUGÁR, G. 2003. Spatial structures of geomorphic processes in high-mountain landscape of the Belianske Tatry Mts. In *Ekologia (Bratislava)*. ISSN 1335-342X, 2020, vol. 22, supplement 2, pp. 348-348.
- IVANOVÁ, M. – MICHAELI, E. – BOLTIŽIAR, M. – FAZEKAŠOVÁ, D. 2013. The analysis of changes ecological stability of landscape in the contrasting region of the mountain range and a lowland. In *Ecology, economics, education and Legislation: 13th International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM 2013*. Albena, Bulgaria. vol. 1, 2013, pp. 925-938.
- KALEBÁČ, O. – SOUČEK, V. – HAD, A. 1987. Výroba chrómového surového železa z lužencového aglomerátu. In *Hutnícke listy*. č. 10, s. 705-711.
- KLAUČO, S. 1994. *Súčasný stav a prognóza kvality podzemných vôd v širšom okolí skládky luženca a popolčeka Niklovej huty š. p. v Sereďi*. Expetízna štúdia SkoV – Bratislava.
- KOUDELKA, Z. – DRABINA, J. – VÍTEK, V. – SCHMIDT, H. – BENONI, V. 1985. Zpracování pelet z albánskeho loužence ve vysoké peci, část II. In *Hutnícke listy*. č. 11, s. 762-767.
- LAPIN, M. et al. 2002. Klimatické oblasti. Mapa č. 27. In *Atlas krajiny Slovenskej republiky*. Hrnčiarová, T. (ed.). Bratislava: Ministerstvo životného prostredia SR, Banská Bystrica: Slovenská agentúra životného prostredia, 344 s.
- MAGLAY, J. – PRISTAŠ, J. – NAGY, A. et al. 2005. *Vysvetlivky ku geologickej mape regiónu Trnavská pahorkatina v M 1: 50 000*. Záverečná správa č. 86 508/1, Geofond, Bratislava.
- MICHAELI, E. – BOLTIŽIAR, M. 2010. Vybrané lokality environmentálnych záťaží v Slovenskej republike. In *Geographia Cassoviensis*. ISSN 1337-6748, 2010, roč. 4., č. 2, s. 114-119.
- MICHAELI, E. – BOLTIŽIAR, M. – IVANOVÁ, M. 2009. Geoecological structure of the dump of technological waste (Fe-concentrate) at Sereď. In *Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitatis Prešovensis*. Folia Geographica. roč. XLIX, č. 14, pp. 180-197.
- MICHAELI, E. et al. 2012. The Landfill of Industrial Waste – luženec near the former Nickel Smelter at Sereď Town as an Example of Environmental Load. In *Životné prostredie*. vol. 46, no. 2, pp. 63-68.
- MICHAELI, E. – BOLTIŽIAR, M. – SOLÁR, V. – VILČEK, J. – IVANOVÁ, M. 2015. The research current geomorphological processes and forms of relief on the landfill site waste from nickel production. In *Journal of International Scientific Publications: Ecology & Safety*. ISSN 1314-7234, 2015, vol. 9, pp. 114-122.
- MICHAELI E. – BOLTIŽIAR M. – SOLÁR V. – VILČEK J. – IVANOVÁ M. 2016. Landfill Waste from the Production of Nickel and Cobalt in the Slovak

- Republic. In *International Journal of Metallurgical & Materials Engineering*. ISSN 2455-2372, 2016, vol. 2. DOI: <https://doi.org/10.15344/2455-2372/2016/126>.
- MICHAELI E. – BOLTÍŽIAR M. – SOLÁR V. – VILČEK J. – IVANOVÁ M. 2017. Technosols in landfill waste from nickel production in cultural landscape of Podunajská nížina lowland in the Slovak Republic. In *Journal of International Scientific Publications: Agricultural and Food*. ISSN 1314-8591, vol. 5.
- MICHAELI, E. – SOLÁR, V. – MAXIN, M. – VILČEK, J. – BOLTÍŽIAR, M. 2021. The Nature of the Technosols on the Waste from Nickel Production. In *Sustainability*. vol. 13, article number 406. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13010406>.
- PAULECH, C. (ed.) – ŠÁLY, A. 1983. *Základný biologicko-ekologický prieskum v oblasti haldy lúženca v Niklovej hute v Seredi*. Záverečná správa. Ústav experimentálnej biológie a ekológie SAV, 8-24, Bratislava.
- Regionálny úrad verejného zdravotníctva so sídlom v Galante. Kovy v prašnom sedimente metalurgického kalu. RUVZ, Galanta. Prašný spád v meste Sereď 1997 – 2003.
- SOBOCKÁ, J. – POLTÁRSKA, K. 2004. *Description of technogenic spoil bank and its influence on agricultural soils (A case of nickel metallurgy refuse at Sereď)*. Proceedings No. 26, Vedecké práce, VÚPOP Bratislava, pp. 103-112.
- VILINOVÁ, K. – DUBCOVÁ, A. 2019. Analýza úmrtnosti na zhubné nádory v regionálnom pohľade Slovenska. In *Geographia Cassoviensis*. ISSN 1337-6748, 2019, roč. 13, č. 1, s. 83-101.
- VILINOVÁ, K. 2020. Spatial Autocorrelation of Breast and Prostate Cancer in Slovakia. In *International Journal of Environmental Research and Public Health*. ISSN 1661-7827, 2020, vol. 17, no. 12, pp. 4440-4460.
- World Reference Base for Soil Resources 2014, Update 2015. Report 106. International Soil Classification System for Naming Soils and Creating Legends for Soil Maps. FAO Rome Italy, 2015.

THE NATURE OF THE LANDFILL FROM THE NICKEL PRODUCTION IN TOWN SEREĎ

Summary

The metallurgical sludge landfill, originally a tailings pond, is located in the northern edge of the Danubian Lowland on the Váh floodplain. It is one of the largest industrial sludge ponds in the Slovak Republic and is not the only one in the industrial zone of the town of Sereď. It occupies more than 50 ha together with the

denudation sludge. Before the landfill was established, the most productive arable soils (Mollic Fluvisols var. Calcaric) were here. The original volume of the landfill was 9 million tons and the current is about 6 -7 million tons. In 58 years around 1.5 million ton of the sludge was by wind erosion to took away into space of the Danubian lowlands and about 1 mil. tons fell on mining. Natural and anthropogenic geomorphological processes that take place at the metallurgical sludge landfill (gravitational processes, rill erosion, eolian and anthropogenic processes) can in principle be described as incompatible with the quality of the environment, the quality of life and the health of the population. The landfill remediation process did not take place even 28 years after the end of production, despite the conditions incorporated in the purchase and sale contract in 1994 for the new landfill owner. Environmental damage persists and landfill owners do not pay attention to it, despite the law on environmental burdens, which came into force in January 2011. The dust sediment contains a large amount of heavy metals (chromium, nickel, lead, cobalt, cadmium). There are about 1500 ha of agricultural land in the Danubian lowland damaged by the deflation of landfill dust (soils contain 7-8 times higher nickel than in other parts of the lowland. The most critical moment is permanent damage to the health of the population for 58 years. According to international chemical legislation, lead is a toxic substance and damages the internal organs and nervous system of humans, fertility, has teratogenic effects on the fetus, harms aquatic animals, etc. We think that it is not possible for a country's self-cleaning capacity to cope with these critical factors.

Prof. RNDr. Eva Michaeli, PhD.

RNDr. Vladimír Solár, PhD.

Mgr. Matúš Maxin

Katedra geografie a aplikovanej geoinformatiky

Fakulta humanitných a prírodných vied

Prešovská univerzita v Prešove

Ul. 17. novembra č. 1, 080 01 Prešov, Slovenská republika

E-mail: eva.michaeli@unipo.sk, vladimir.solar@unipo.sk,

matus.maxin@smail.unipo.sk

Prof. PhDr. RNDr. Martin Boltiziar, PhD.

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

E-mail: mboltiziar@ukf.sk

Ústav krajinnej ekológie SAV, Bratislava, pobočka Nitra,

Akademická 2, 94901 Nitra

E-mail: martin.boltiziar@savba.sk

VYUŽITIE INSTAGRAMU AKO NÁSTROJA NA TVORBU OBRAZU REGIÓNOV CESTOVNÉHO RUCHU

Michal Noga

Abstract

Taking advantage of the benefits of social media in the tourism industry is a common practice nowadays. Instagram possesses a strong set of attributes to aid in building a positive regional image. This article seeks to answer how is this opportunity approached in Slovakia. The object of the study are official Instagram accounts of 37 Slovak regional DMOs. The article presents a theoretical background to the topic of visual image building on Instagram. Furthermore, a pilot study of the DMO's activity on Instagram has been conducted. The goal of the study is to determine the amount of activity of regional DMO's in Slovakia on Instagram. The main indicators are the amount of uploaded posts and the number of followers. The study recognized an unfulfilled potential of Instagram usage among the DMO accounts.

Keyword: regional marketing, tourism, visual image, social media, Instagram

Úvod

Súčasný sociálne trendy, ako intenzívne využívanie sociálnych médií a „mobilná migrácia“ podmienili i nový globálny prístup k marketingu. Sociálne médiá sa stali preferovaným kanálom marketingovej komunikácie, najmä vďaka dostupnosti k širokému publiku a nízkym nákladom. Komerčné využitie sociálnych médií je dnes i na území Slovenska samozrejmosťou. Toto tvrdenie platí aj v oblasti cestovného ruchu.

Sociálne médiá sa stali primárnym zdrojom impresí o regiónoch cestovného ruchu (Nixon et al., 2017). Čas ľudí strávený na sociálnych médiách vedie k tomu, že názory, myšlienky a impresie o regiónoch sú sprostredkované cez príspevky, ktoré potenciálni návštevníci konzumujú v online priestore (Bizirgianni et al., 2013; Xiang et al., 2010).

Propagácia miest a regiónov pre účely rozvoja cestovného ruchu je vo veľkej miere založená na vizuálnom obsahu (napr. fotografie). V tomto smere je unikátnym sociálnym médiom Instagram. Instagram umožňuje vytvoriť užívateľský profil a pomocou kamery mobilného telefónu nasnímať, uložiť do osobnej kolekcie a zdieľať na internete vizuálny obsah (najmä fotografie). Vzhľadom na tieto atribúty je Instagram mimoriadne vhodným kanálom na

propagáciu miest a regiónov pre cestovný ruch. Vhodne zvolený obsah môže pozitívne ovplyvniť obraz regiónu a prispieť k zvýšeniu konkurencieschopnosti regiónov na trhu cestovného ruchu. Krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu na Slovensku (ďalej len OOCR), ktoré predstavujú najdôležitejšiu formu územného manažmentu na regionálnej úrovni (Cákoci et al., 2019), v súčasnosti majú vo svojom portfóliu oficiálne stránky na viacerých sociálnych médiách. Tieto užívateľské „profily“ využívajú na propagáciu regiónu a komunikáciu s návštevníkmi. Cieľom tohto príspevku je zistiť do akej miery je Instagram využívaný na propagáciu slovenských regiónov. Ako objekt štúdie sme vybrali oficiálne užívateľské účty OOCR. Budeme sa snažiť nájsť odpoveď na otázku či je Instagram využívaný na propagáciu slovenských regiónov prostredníctvom oficiálnych stránok OOCR. Predpokladáme, že Instagram patrí medzi sociálne médiá, ktoré OOCR využívajú. Ak je to tak, bude nás zaujímať tiež ako intenzívne využívajú Instagram jednotlivé OOCR?

Prehľad literatúry

Problematika využitia sociálnych médií v oblasti cestovného ruchu je pomerne frekventovaná témou najmä v poslednom desaťročí. Skúmaný je najmä sociálny a ekonomický aspekt sociálnych médií. Význam sociálnych médií v cestovnom ruchu charakterizovalo viacero autorov, spomenúť môžeme napr. Xiang et al. (2010), Fotis et al. (2011), alebo Munar et al. (2014). V domácej literatúre je významu sociálnych médií v cestovnom ruchu venovaná časť v publikácií Informačné technológie v cestovnom ruchu (Gajdošík et al., 2017). Geografická perspektíva je využívaná najmä ako komplementárna pri multidisciplinárnych štúdiách. Medzi významnejšie patrí napr. Zhou (2015), Sun (2015), alebo Tieskens et al. (2018). V domácej literatúre táto problematika absentuje, avšak zo susedných krajín môžeme spomenúť publikácie od Kádár a Gede (2013), resp. Zasina (2018). Dominantným zdrojom údajov získaných zo sociálnych médií sú lokalizačné údaje (GPS súradnice uverejnených príspevkov) (Stock, 2018). Tieto údaje využili vo svojich štúdiách napr. Su et al. (2016), Strauman et al. (2014), alebo Kádár a Gede (2013). Práce venujúce sa špecificky Instagramu v cestovnom ruchu sú pomerne málo zastúpené vo všeobecnosti. Medzi významnejšie komplexne spracované diela patrí napr. Instagram Power (Miles, 2014), ktoré je však zamerané predovšetkým na možnosti využitia Instagramu ako marketingového nástroja. V ekonomickej sfére je Instagram skúmaný i v domácej odbornej literatúre, spomeňme napr. Blišťan et al. (2016), Kompasová a Zima (2018), Ďurišová (2019) a iní. Instagram je aj vo sfére záujmu sociologických vied. Geografický prístup bol využitý napr. pri mapovaní návštevnosti vybraných národných parkov vo Fínsku a JAR (Tenkanen et al., 2015).

Súvisiacou problematikou je význam fotografie v cestovnom ruchu a jej analýza. Prepojenie cestovateľskej fotografie a využitie mobilnej aplikácie Instagram sa odráža najmä v prácach zameraných na analýzu vizuálneho obrazu regiónu. Nixon et al. (2019) sa vo svojej publikácii venovali vplyvu Instagramu na vnímaný obraz Jordánska a Kostariky. Stepchenkova a Zhan (2012) analyzovali obsah fotografií na Instagrame uverejnenými (1) oficiálnym profilom Organizácie cestovného ruchu v Peru a (2) návštevníkmi Peru. Obsah oboch následne navzájom porovnali. Analýza vizuálneho obrazu regiónu na mobilnej aplikácii Instagram v domácej literatúre absentuje. Príspevok si dáva, okrem iného, za cieľ túto medzeru v odbornej literatúre doplniť.

Teoreticko-metodologické východiská

Instagram je sociálne médium vytvorené primárne pre rozhranie mobilného telefónu. Je rozšírený aj do formy internetovej stránky (www.instagram.com), ktorá však neumožňuje vkladať obsah. Instagram umožňuje jednotlivcovi (alebo spoločnosti) vytvoriť osobný (alebo komerčný) užívateľský účet („profil“) a pomocou kamery mobilného fotoaparátu (prípadne počítača) nasnímať, upraviť, uložiť do vlastnej kolekcie a zdieľať prostredníctvom internetu fotografie a krátke videozáznamy. Umožňuje tiež vytvárať siete kontaktov a komunikovať s nimi (prepojenie užívateľských účtov). Tieto atribúty zaraďujú Instagram medzi sociálne médiá a podskupiny stránok sociálnych sietí. Instagram je jedným z najrýchlejšie rastúcich sociálnych médií. V súčasnosti je počet mesačne aktívnych užívateľov viac ako 1,1 miliardy (Statista, 2020). Na Slovensku využíva Instagram viac ako 1 milión používateľov (Kemp, 2020). Instagram je vizuálne orientovaná aplikácia (Púchovská a Balážiová, 2018). Význam prináša napr. v marketingovej komunikácii. Pomáha budovať imidž (Kompassová a Zima, 2018) regiónu, propagovať ponuku a komunikovať s návštevníkmi. Manovich (2017) označuje Instagram ako „nástroj pre estetickú a vizuálnu komunikáciu“ (Pašteková, 2018). Vizuálna povaha Instagramu, najmä v podobe fotografií, umožňuje nielen budovať imidž regiónu, ale tiež analyzovať a hodnotiť obsah príspevkov pre efektívny marketing v cestovnom ruchu.

Vizuálne obrazy sú primárnymi nástrojmi reklamy a marketingu destinácií a ich atrakcií. Fotografie sú nevyhnutné pre úspešnú tvorbu a komunikáciu obrazu destinácie. Fotografie miest a atrakcií pomáhajú utvárať očakávania cesty na začiatku účasti na cestovnom ruchu (Fotis et al., 2012).

Vizuálny obraz regiónu cestovného ruchu predstavuje obraz regiónu formovaný vystavením návštevníka vizuálnym médiám (Nixon et al., 2019). Užívateľmi tvorený obsah na platformách sociálnych médií je vnímaný ako dôveryhodná forma odporúčania regiónu cestovného ruchu. Obrazová forma

UGC¹ v podobe fotografií a videozáznamov odráža percepcie užívateľov o regióne cestovného ruchu (Stepchenkova a Zhan, 2012). Návštevníci tvoria vlastný obsah toho, ako vnímajú región, ktorý navštívia a uverejňujú ho v podobe hodnotení, fotografií a videozáznamov na sociálnych médiách. Nekomerčná komunikácia zvykne mať väčší vplyv na formovanie obrazu regiónu, v porovnaní so správami komunikovanými organizáciami cestovného ruchu (OCR), alebo cestovnými kancelárkami. OCR nemajú priamu kontrolu nad uverejňovanými vizuálmi regiónu na účtoch individuálnych užívateľov, čo vytvára prekážky v propagácii regiónu. OCR by mali vedieť aký obsah dominuje na internete, a či je konzistentný s informáciami komunikovanými na oficiálnych stránkach, v súvislosti s posilňovaním pozitívneho obrazu, respektíve zlepšovaním negatívneho obrazu regiónu (Stepchenkova a Zhan, 2012).

Vhodne spravovaný účet na Instagrame s dostatočným dosahom, vhodne použitými vizuálmi a označeniami (heštegmi²) môžu pozitívne ovplyvniť obraz regiónu cestovného ruchu a mal by byť súčasťou marketingovej stratégie OCR pri celení na skupinu mladých užívateľov Instagramu a iných sociálnych médií.

Dáta a metódy

Instagram predstavuje rozsiahlu databázu údajov, počnúc informáciami zverejnenými na užívateľských profiloch, cez obsah príspevkov, až po rozširujúce údaje, ktoré sú k príspevkom pripojené. Tieto údaje zahŕňajú dátum a čas uverejnenia príspevku, textový popis a heštegy a lokalizačné údaje. Lokalizačné údaje sú najčastejšie využívané pri geografickej analýze dostupného materiálu (Stock, 2018).

Organizácia príspevkov na Instagrame je možná tromi spôsobmi: (1) vyhľadanie podľa profilu používateľa (osobné príspevky jedného používateľa), (2) podľa heštegu (príspevky viacerých používateľov prepojené označením a kľúčovým výrazom) a (3) podľa miesta (príspevky viacerých používateľov prepojené na základe rovnakej lokalizácie). Pre potreby tejto štúdie sme zvolili organizáciu podľa profilu používateľa (OOCR).

Pre zber údajov z prostredia mobilnej aplikácie je možné využiť viacero metód. Najčastejšie využívanou metódou v odbornej literatúre je zber prostredníctvom programovacieho rozhrania aplikácie (ang. application programming interface – API). Táto metóda je rozšírená v aj štúdiách venujúcich sa problematike

¹ User-generated content (obsah tvorený užívateľmi), je obsah (textový, multimediálny), ktorý vytvárajú a zdieľajú užívatelia sociálnych médií (napr. Kaplan, et al., 2009).

² Hashtag (alebo hešteg) je forma organizácie príspevkov na sociálnych médiách prostredníctvom kľúčového slova, ktorému predchádza označenie mriežkou (napr. #bratislava). Hešteg je pripojený k textovému popisu príspevku.

v geografickej perspektíve (viď napr. Kádár, 2014; Tenkanen, 2015; Zasina, 2018). Pre využitie tejto metódy, je pre výskumníka nevyhnutné ovládať programovacie zručnosti. Pre potreby tejto štúdie postačoval prieskum užívateľských účtov OOCR prostredníctvom osobného účtu výskumníka. Údaje o počte uverejnených príspevkov a počte fanúšikov (resp. „sledovateľov“ z ang. „followers“), ako aj samotné príspevky s časovým údajom, sú voľne dostupné na hlavnej stránke účtu.

Údaje z Instagramu sme ručne zaznamenali do tabuľky v programe MS Excel. Údaj o počte fanúšikov stránky predstavuje určitú úspešnosť účtu (Usakli et al., 2017). Počet fanúšikov predstavuje publikum, ktorému sa zobrazujú uverejnené príspevky organizácie automaticky na domovskej stránke osobného účtu bez potreby platenia za inzerciu. Čím vyšší je počet fanúšikov, tým väčší dosah má stránka a tým efektívnejší je marketing a propagácia regiónu. Intenzita využívania Instagramu, reprezentovaná frekvenciou uverejňovania príspevkov, je nevyhnutná pre udržanie záujmu publika. Odborné práce zamerané na marketing prostredníctvom Instagramu odporúčajú udržať frekvenciu uverejňovania príspevkov na úrovni 1-2 za deň (Ellering, 2017). Pre výpočet ukazovateľa „frekvencia uverejňovania príspevkov“ sme vypočítali počet dní od prvého uverejneného príspevku do dátumu zberu údajov (21.9.2020) vrátane. Následne sme týmto údajom vydělili počet príspevkov (platným k 21.9.2020) podľa vzorca:

$$fP = \frac{nP}{nD}$$

Pričom „fP“ predstavuje frekvenciu uverejňovania príspevkov, „nP“ predstavuje počet príspevkov a „nD“ počet dní od prvého príspevku. Výsledky štúdie sú uverejnené v nasledujúcej časti.

Výsledky a diskusia

Prieskumom oficiálnych web stránok OOCR sme zistili, že 31 z celkového počtu 37 (83,78%) aktuálne zaregistrovaných organizácií cestovného ruchu na Slovensku, má vytvorený oficiálny užívateľský účet na Instagrame. Z toho iba 5 OOCR nemá priame prepojenie na Instagram z oficiálnej web stránky. Priame prepojenie účtov na sociálnych médiách s oficiálnymi web stránkami môže výrazne zvýšiť návštevnosť účtov a počet fanúšikov.

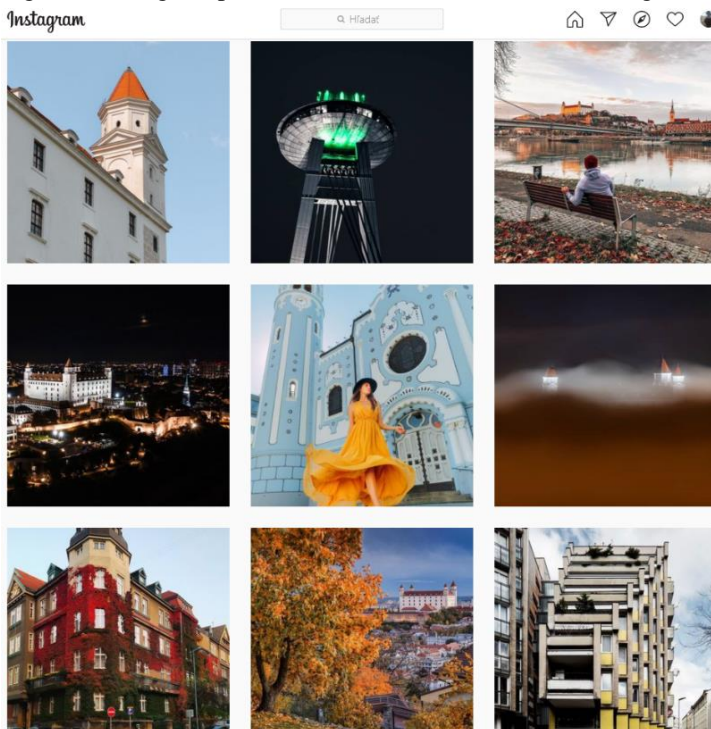
Najdlhšie aktívnym účtom na Instagrame je účet @tatryspispieniny (OOCR TATRY – SPIŠ – PIENINY), ktorý uverejnil prvý príspevok 4.10.2014. Najmladším účtom je @region_novohrad OOCR TURISTICKÝ NOVOHRAD A PODPOĽANIE, ktorý uverejnil prvý príspevok 6. marca 2020. Ďalšími pomerne novými účtami sú @regiongemer (OOCR GEMER), @rajeckadolina (OOCR

Rajecká dolina) a @hornyzemplin.sk (OOCR Horný Zemplín a Horný Šariš). Najväčší prírastok účtov na Instagrame prebiehal v rokoch 2016-2018, kedy pribudlo dovedna 20 účtov OOCR. Účty @dudinceonline.sk (OOCR Dudince) a @oocrzitynostrov (OOCR Žitný ostrov – Csallóköz) neuvěřejnili doposiaľ jediný príspevok, preto nebolo možné určiť ich aktivitu.

Priemerný počet príspevkov 31 účtov je na úrovni 249,55. Najvyšší počet uverejnených príspevkov v čase zberu dát dosiahol účet @visitbratislava (Bratislavská OCR), ktorá má zároveň i najvyššiu frekvenciu uverejňovania príspevkov (0,69). Účet Bratislavskej OCR tak môžeme označiť ako najaktívnejší v porovnaní s ostatnými účtami slovenských OOCR (obr. 1). Celkom 10 účtov zaznamenalo viac ako priemerný počet príspevkov. Menej ako 100 príspevkov zaznamenalo až 8 účtov.

Obr. 1: Príspevky Bratislavskej OCR na Instagrame (Zdroj: Instagram, 2020)

Figure 1: Instagram posts of Bratislava DMO (Source: Instagram, 2020)



Priemerný počet fanúšikov je na úrovni 1640,13. Výrazne najvyšší dosah (počet fanúšikov) dosiahol rovnako účet Bratislavskej OCR. Celkom 8 účtov

dosiahol počet fanúšikov väčší ako 1640. Menej ako 100 fanúšikov zaznamenali účty OOCR Horný Zemplín a Horný Šariš, OOCR Dudince a OOCR Žitný ostrov – Csallóköz.

Hodnotu frekvencie uverejňovania príspevkov väčšiu ako 0,5 dosiahli iba účty Bratislavskej OCR a OOCR TURISTICKÝ NOVOHRAD A PODPOLANIE. Aktivitu druhej menovanej organizácie môžeme hodnotiť pozitívne. Priemerná frekvencia je na úrovni 0,2. Celkom 12 účtov zaznamenal vyššiu ako priemernú frekvenciu. Ani jeden z účtov nedosahuje odporúčané hodnoty aktivity v rozmedzí 1-2 príspevkov za deň. Z toho pohľadu môžeme vnímať potenciál účtov OOCR na Instagrame ako nedostatočne využitý (tab. 1).

Tab. 2: Aktivita oficiálnych účtov OOCR na Instagrame

Tab. 1: Activity of official DMO Instagram accounts

Názov organizácie	Účet	Link	Názov účtu	nD	nP	nF	fP
Bratislavská OCR	Áno	Áno	visitbratislava	1704	1174	13653	0,69
OOCR TURISTICKÝ NOVOHRAD A PODPOLANIE	Áno	Nie	region_novohrad	199	127	336	0,64
OOCR REGIÓN HOREHRONIE	Áno	Áno	visithorehronie	1216	524	2079	0,43
OOCR Malé Karpaty	Áno	Áno	travel_malekarpaty	1449	604	1339	0,42
OOCR REGION LIPTOV	Áno	Áno	visitliptov	1663	568	4649	0,34
OOCR Stredné Slovensko	Áno	Áno	centralslovakia	1890	635	3682	0,34
OOCR TATRY - SPIŠ - PIENINY	Áno	Áno	tatrystpispieniny	2179	662	5962	0,30
OOCR Záhorie	Áno	Áno	regionzahorie.sk	1053	281	725	0,27
OOCR GEMER	Áno	Áno	regiongemer	290	70	681	0,24
OOCR Košice Turizmus	Áno	Áno	kosiceregion	1783	430	4186	0,24
OOCR Trenčín a okolie	Áno	Áno	trencinregion	1215	279	1110	0,23
OOCR SEVERNÝ SPIŠ - PIENINY	Áno	Áno	visitspispieniny	1665	369	724	0,22
OOCR Tekov	Áno	Nie	regiontekov	731	142	553	0,19
OOCR Región Banská Štiavnica	Áno	Nie	regionbanskastiavnica	693	119	938	0,17
OOCR Vysoké Tatry - Podhorie	Áno	Áno	tatry.podhorie	991	157	675	0,16
OOCR Región Šariš	Áno	Áno	regionsaris	906	140	579	0,15
OOCR PODUNAJSKO	Áno	Áno	visitdanube	1135	161	506	0,14
OOCR Trnava Tourism	Áno	Áno	regiontrnava	1686	230	1886	0,14
OOCR Nitrianska OCR	Áno	Áno	visitmitra	1667	201	304	0,12
OOCR Trenčianske Teplice	Áno	Áno	visit.teplice	1828	206	507	0,11
OOCR Región Vysoké Tatry	Áno	Áno	regionvysoketatry	1564	176	1929	0,11
OOCR Región Gron	Áno	Áno	regiongron	1757	191	554	0,11
OOCR Malá Fatra	Áno	Nie	mala_fatra_region	894	83	625	0,09
OOCR Rajecká dolina	Áno	Áno	rajeckadolina	279	20	328	0,07

<i>OOCR Slovenský raj & Spiš</i>	Áno	Áno	<i>slovenskyraj_spis</i>	917	40	1007	0,04
<i>OOCR Klaster Orava</i>	Áno	Áno	<i>klasterorava</i>	1308	53	159	0,04
<i>OOCR Región Horná Nitra-Bojnice</i>	Áno	Áno	<i>regionbojnice</i>	1081	42	769	0,04
<i>OOCR Horný Zemplín a Horný Šariš</i>	Áno	Áno	<i>hornyzemplin.sk</i>	276	10	92	0,04
<i>OOCR Turiec</i>	Áno	Áno	<i>turiecko</i>	1179	42	289	0,04
<i>OOCR Dudince</i>	Áno	Nie	<i>dudinceonline.sk</i>	0	0	14	0,00
<i>OOCR Žitný ostrov – Csallóköz</i>	Áno	Áno	<i>oocrzitnyostrov</i>	0	0	4	0,00
<i>OOCR „ŠARIŠ“ – BARDEJOV</i>	Nie	-	-	-	-	-	-
<i>OOCR Región Horné Považie</i>	Nie	-	-	-	-	-	-
<i>Zemplínska OOCR</i>	Nie	-	-	-	-	-	-
<i>OCR Kysuce</i>	Nie	-	-	-	-	-	-
<i>OOCR REZORT PIEŠŤANY</i>	Nie	-	-	-	-	-	-
<i>OOCR Región Senec</i>	Nie	-	-	-	-	-	-

nD – počet dní od uverejnenia prvého príspevku; nP – počet príspevkov; nF – počet fanúšikov; fP – frekvencia uverejňovania príspevkov

Záver

Predkladaný príspevok sa zameriava na problematiku tvorby vizuálneho obrazu regiónov cestovného ruchu v prostredí mobilnej aplikácie Instagram. Využitie sociálnych médií v marketingu cestovného ruchu je už niekoľko rokov trendom. Význam sociálnych médií v oblasti cestovného ruchu popísali už viacerí autori. Príspevok podáva stručný, ale ucelený teoreticko-metodologický základ problematiky. Uvádza hlavné dôvody prečo môže byť Instagram vnímaný ako vhodný nástroj na tvorbu obrazu regiónov cestovného ruchu, najmä vo vizuálnej forme. Prezentácia obrazu regiónu by mala byť v súlade s identitou regiónu, aby bol región schopný ponúknuť návštevníkovi pozitívny a autentický zážitok. Je nevyhnutné si uvedomiť, že sociálne médiá predstavujú primárny zdroj informácií o regióne pred jeho návštevou. Najmä Instagram sa javí ako vhodný nástroj na marketing v oblasti cestovného ruchu. Dominancia vizuálnych stimulov ho predurčuje ako lídra v propagácii miest a regiónov medzi sociálnymi médiami. Význam fotografie v cestovnom ruchu je zjavný už niekoľko desaťročí. Aj preto je Instagram vhodným nástrojom na tvorbu vizuálneho obrazu regiónov cestovného ruchu. Zdá sa, že i na Slovensku sa využitie sociálnych médií a Instagramu zintenzívňuje. Pilotná štúdia súčasného stavu aktivít slovenských organizácií cestovného ruchu na Instagrame si dala za cieľ zistiť či OOCR vlastnia oficiálne účty na Instagrame a ako intenzívne ho využívajú. Výsledky ukazujú, že viac ako

80% oblastných organizácií cestovného ruchu na Slovensku vlastní účet na Instagrame. Väčšina z nich má priame prepojenie na účet prostredníctvom oficiálnej web stránky. Analýza počtu príspevkov a fanúšikov naopak ukázala, že „vražná“ aktivita v podobe uverejňovania fotografií spôsobuje, že potenciál Instagramu v tomto smere nie je naplnený. Na základe údajov môžeme konštatovať, že najaktívnejšou OOCR na Instagrame je Bratislavská OCR. Za viac ako 4 roky uverejnila viac ako 1100 príspevkov a dosiahla hodnoty viac ako 13 000 fanúšikov. Frekvencia uverejňovania príspevkov však dosahuje za 4 roky existencie účtu @visitbratislava iba 0,69 príspevku za deň, čo je pod odporúčanou hodnotou 1-2 príspevkov za deň pre efektívny marketing (Ellering, 2017). Napriek tomu je i v tomto ohľade účet Bratislavskej OCR najlepším medzi účtami slovenských OOCR. Tu sa ponúka výskumný problém, vhodný pre bližšie preskúmanie. Analýza obsahu uverejnených príspevkov by mohla naznačiť určité trendy v propagácii jednotlivých OOCR. Tieto informácie môžu byť zásadné pri optimalizácii komunikovaného obrazu (alebo imidžu) regiónu s cieľom zlepšiť povedomie u potenciálnych návštevníkov a zvýšiť konkurencieschopnosť regiónu na trhu cestovného ruchu. Teoretický a metodologický rámec pre analýzu propagovaného materiálu je žiadaný pre hodnotenie a prípadnú optimalizáciu obsahu, s cieľom efektívne a pozitívne ovplyvňovať vnímaný obraz turistických regiónov.

Literatúra

- BIZIRGIANNI, I. – DIONYSOPOULOU, P. 2013. The influence of tourist trends of Youth TOURism through Social Media (SM) & Information and Communication Technologies (ICTs). In *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. vol. 72, pp. 652-660.
- BLIŠŤAN, P. et al. 2016. Geospatial analysis of POI for strenghtening DMO's marketing effectiveness. In *International Journal of Business and Management Studies*. vol. 5, 2016.
- CÁKOCI, R. – NOGA, M. – TOLMÁČI, L. 2019. Turizmus. In Gurňák, D. a kol. *30 rokov transformácie Slovenska*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2019.
- ĎURIŠOVÁ, L. 2019. Influencer marketing na Instagrame. In *Quo vadis massmedia, Quo vadis marketing*. vol. 11, 2019.
- ELLERING, N. 2017. How Often To Post On Social Media? *Proven Research From 14 Studies*. [Online] 18.10.2017. <https://coschedule.com/blog/blog/how-often-to-post-on-social-media/>.

- FOTIS, J. – BUHALIS, D. – ROSSIDES, N. 2011. *Social media impact on holiday travel planning: The case of the Russian and the FSU markets*. 2011.
- GAJDOŠÍK, T. – GAJDOŠÍKOVÁ, Z. – MARČEKOVÁ, R. 2017. *Informačné technológie v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 9788081685873.
- KÁDÁR, B. 2014. Measuring tourist activities in cities using geotagged photography. In *Tourism Geographies*. vol. 16, no. 1, pp. 88-104.
- KÁDÁR, B., GEDE, M. 2013. Where do tourists go? Visualizing and analysing the spatial distribution of geotagged photography. In *Cartographica: The international Journal for Geographic Information and Geovisualization*. vol. 48, no. 2, pp. 78-88.
- KEMP, S. 2020. Digital 2020: Slovakia. www.datareportal.com. [online]. [22.11.2020.]: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-slovakia>.
- KOMPASOVÁ, K. – ZIMA, R. 2018. Facebook a Instagram v kontexte marketingového komunikačného prostriedku pohostinských zariadení. In *Hotelnictví, turismus a vzdělávání*. Praha: VŠH v Praze, 2018, s. 50-64.
- MANOVICH, L. 2017. Cultural analytics, social computing and digital humanities. In Schäfer, M. T., Es, K. (eds.). *The Datafied Society: Studying Culture through Data*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017, pp. 55-68.
- MILES, J. G. 2014. *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. USA: McGraw Hill Education, 2014. ISBN 978-0-07-182701-0.
- MUNAR, A. M. – JACOBSEN, J. K. S. 2014. Motivations for sharing tourism experiences through social media. In *Tourism Management*. vol. 43, pp. 46-54.
- NIXON, L. – POPOVA, A. – ONDER, I. 2017. How Instagram Influences Visual Destination Image - a Case Study of Jordan and Costa Rica. In *ENTER2017 eTourism conference, Rome, Italy*. 2017.
- PAŠTEKOVÁ, M. 2018. Estetika fotografie v ére Instagramizmu. In *ESPES*. vol. 7, no. 1.
- PÚCHOVSKÁ, O. – BALÁŽIOVÁ, I. 2018. Instagram as a Source of New Reality: Analysis of Digital Instamarketing Content Used by McDonald's. In *Megatrends and Media: Reality and Media Bubbles*. Trnava: FMK Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2018.
- STATISTA. 2020. Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users. www.statista.com. [Online]. [22.11.2020.] <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

- STEPCHENKOVA, S. – ZHAN, F. 2013. Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. In *Tourism Management*. vol. 36, pp. 590-601.
- STOCK, K. 2018. Mining location from social media: A systematic review. *Computers, Environment and Urban Systems*. vol. 71, pp. 209-240.
- STRAUMANN, R. K. – COLTEKIN, A. – ANDRIENKO, G. 2014. Towards (Re)Constructing Narratives from Georeferenced Photographs through Visual Analytics. In *Cartographic Journal*. vol. 51, no. 2, pp. 152-165.
- SU, S. L. et al. 2016. Characterizing geographical preferences of international tourists and the local influential factors in China using geo-tagged photos on social media. In *Applied Geography*. vol. 73, pp. 26-37.
- SUN, Y. R. et al. 2015. Road-based travel recommendation using geo-tagged images. In *Computers Environment and Urban Systems*. vol. 53, pp. 110-122.
- TENKANEN, H. et al. 2017. Instagram, Flickr, or Twitter: Assessing the usability of social media data for visitor monitoring in protected areas. In *Scientific Reports*. vol. 7, article number 17615.
- TIESKENS, K. F. – Van ZANTEN, B. T. – SCHULP, C. J. E. – VERBURG, P. H. 2018. Aesthetic appreciation of the cultural landscape through social media: An analysis of revealed preference in the Dutch river landscape. In *Landscape and Urban Planning*. vol. 177, pp. 128-137.
- USAKLI, A. – KOC, B. – SONMEZ, S. 2017. How 'social' are destinations? Examining European DMO social media usage. In *Journal of Destination Marketing & Management*. vol. 6, pp. 136-149.
- XIANG, Z. – GRETZEL, U. 2010. Role of social media in online travel information search. In *Tourism Management*. vol. 31, pp. 179-188.
- ZASINA, J. 2018. Instagram image of the city. Insights from Lodz, Poland. In *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*. vol. 42, pp. 213-225.
- ZHOU, X. L. – XU, C. – KIMMONS, B. 2015. Detecting tourism destinations using scalable geospatial analysis based on cloud computing platform. In *Computers Environment and Urban Systems*. vol. 54, pp. 144-153.

USING INSTAGRAM AS A TOOL FOR REGIONAL IMAGE DEVELOPEMENT

Summary

This article deals with the problematics of building a positive visual destination image. Using social media to the advantage of destinations is a common

practice nowadays. Social media, such as Instagram, proved to be useful in a variety of activities in tourism. Destination marketing organizations (DMOs) upload photos with the goal to create an attractive image of the destination to allure as many visitors as possible. This information needs to correspond with the regional identity to ultimately provide a positive and authentic experience for the tourist. This is crucial to understand due to the fact, that social media are nowadays the primary source of information about the destination for the ever migrating adult and young adult population. Particularly Instagram seems to be a useful asset in tourism. It's visual dominance is the perfect attribute for building a visual destination image. The importance of photography in tourism over several decades proves this point. The latest stage of photography – social sharing, is the central point of Instagram's success (Instagram reached over 1 billion monthly active users in 8 years of existence). This topic is vastly understudied, with only several publications to address it. Also, the topic is completely absent in Slovak science literature. It is the aim of this article to provide a brief, but comprehensive theoretical and methodological background to this topic. Also, it seems that Slovak DMOs are picking up the pace when it comes to incorporating social media into marketing practices. A pilot study explores if any of the 37 official regional DMOs in Slovakia have official Instagram accounts and how intensively are they putting it to use. The study found that over 80% of the DMOs in fact have an active Instagram account, most of which have a direct link to the account on their official web page. The effectiveness of the utilization of the accounts is however questionable. The total numbers of uploaded posts hardly reach over 1000 despite having the accounts "active" for several years in most cases. Based on the data it is safe to say that the most active DMO on Instagram is Bratislava DMO of the Slovak capital. With over 1100 posts (over a period of more than 4 years) and a follower base reaching more than 13 000, it is by far the most active account among the 31 DMO Instagram accounts. The space for conducting future research in this topic seems apparent. Analyzing the content of posted photographs could discover certain patterns in promotion practices of DMOs. Developing sound methodological frameworks for data gathering and content analysis could aid in assessing the effectiveness of Instamarketing (marketing on Instagram) of destinations. This should be crucial for optimizing the communicated image of a destination, which is in correspondence with the regional image, and thus creating a strong brand.

Mgr. Michal Noga

Katedra regionálnej geografie, ochrany a plánovania krajiny
Prírodovedecká fakulta UK v Bratislave
Ilkovičova 6, 842 15 Bratislava, Slovenská republika
E-mail: michal.noga@uniba.sk

KREATIVNÍ NÁSTROJE PRO UDRŽITELNÝ TURISMUS (ZKUŠENOSTI Z VARŠAVY A BUDAPEŠTI)

Markéta Novotná, Helena Kubíčková

Abstract

The densely populated cities with significant cultural potential face challenges in keeping tourism in line with sustainable principles. One option to deal with the negative impacts of tourism on their local environment is to use creative tools. This paper aims to evaluate the importance of creative tools for sustainable tourism in selected Central European metropolises. These tools are assessed based on an evaluation questionnaire. Possible performance gaps are identified. Finally, the results are interpreted in the context of sustainable urban development. The paper is methodically based on methods of analysis, synthesis, description, and comparison. Participatory observation and electronic communication with city representatives are essential for processing the experience of selected cities – Warsaw and Budapest. Each of these cities faces different challenges. However, according to the results, both of them endeavour for the integrated development of suburban areas, to reduce the congestion of central areas and extend the length of stay.

Keywords: creativity, metropolis, sustainability, urban tourism, Central Europe

Úvod

Rozvoj cestovního ruchu a s ním související příliv návštěvníků se v řadě evropských měst s významným kulturním potenciálem negativně odráží na místním prostředí a kvalitě života rezidentů. Projevy cestovního ruchu, který je realizován v městském prostředí, jsou svým způsobem specifické. To vyplývá i z podstaty měst, která jsou živoucími systémy, v nichž dochází ke koncentraci nejen obyvatel či účastníků cestovního ruchu, ale i dalších osob dojíždějících do škol či za prací. Základní funkce měst mohou být v důsledku nadměrného či nekoordinovaného rozvoje cestovního ruchu potlačovány a nahrazovány funkcemi turistickými. Dochází tak k narušování městských systémů a jejich udržitelného rozvoje.

Tato města čelí výzvám, jak minimalizovat negativní dopady na udržitelnost městského prostředí a zároveň i nadále rozvíjet svůj kulturní potenciál. Za jednu z cest vedoucích k udržitelnému rozvoji je považováno využívání kreativní přístupů. Kreativní přístupy bývají začleňovány do strategií řady kulturně

významných měst. Z toho důvodu se předmětem příspěvku stává koncept kreativního cestovního ruchu, jeho východiska, nástroje a přínosy. Vzhledem k rozmanitosti měst a odlišnosti problémů, se kterými se při snaze o svůj udržitelný rozvoj potýkají, je nutné při hodnocení významu kreativních nástrojů přihlídnout také k podmínkám, v nichž jsou nástroje implementovány. Těmito podmínkami může být myšlen historický vývoj, kulturně-historický potenciál a od něj se odvíjející předpoklad pro realizaci forem cestovního ruchu, stejně tak i význam města jako destinace v kontextu počtu mezinárodních příjezdů a přenocování. Předložený příspěvek proto na příkladu dvou odlišných případů ve středoevropském prostoru představí různé možnosti využívání kreativních nástrojů a jejich vlivů na udržitelnost.

Teoretická východiska a současné přístupy

Přístupy usilující o směřování k udržitelnému městskému rozvoji se v průběhu let různily. V praxi městského prostředí se jednalo o environmentálně založené snahy, politické snahy orientované na zlepšování životních podmínek, rozvoj znalostní ekonomiky nebo využívání moderních (SMART) technologií (Romao et al., 2018). Kromě toho však mohou města využít také svoje místní kulturní zdroje a kreativitu a jejich prostřednictvím zajistit ekonomický a sociální rozvoj a ochranu životního prostředí. Mnoho autorů proto začíná s prosazováním nových udržitelnějších přístupů založených na využívání principů kreativity (např. Richards, Raymond, 2000; Richards, Wilson, 2007; Florida, 2012).

Kreativní formu cestovního ruchu lze vnímat jako přechod od klasického kulturního cestovního ruchu, který již v mnoha destinacích získal masovou podobu. Jelikož je lokalizace kulturně-historického potenciálu v destinaci předem daná a neměnná, přičemž nejvýznamnější atraktivita se povětšinou soustředí v městských centrech, dochází ke koncentrované masové návštěvnosti určitých míst, zatímco průměrná návštěvnost mnoha dalších památek, muzeí či jiných atraktivit klesá (Richards, 2001a). Rozprostit návštěvnost a přilákat návštěvníky do jiných lokalit nacházejících se mimo centrum mohou pomoci právě kreativní iniciativy (Richards, 2020). Jedná se o alternativní podněcení kultury a cestovního ruchu v periferních městských částech i venkovských oblastech. Oproti tradičnímu kulturnímu cestovnímu ruchu je kreativní cestovní ruch typický flexibilnější formou transakcí, jako je např. sociální a intelektuální výměna kapitálu (Richards, Marques, 2012).

Za hlavní charakteristiku kreativní ekonomiky je tedy možné považovat kladení důrazu na nehmotný a symbolický kapitál (Richards, 2016). Významným nositelem kreativity je zejména sociální prostředí (Florida, 2005; Richards, 2020). Z toho plyne, že pro rozvoj kreativity potřebuje město lidský kapitál, tedy své

obyvatele, kteří budou tento potenciál města dále rozvíjet a přicházet s tvůrčími nápady a myšlenkami. Florida (2012) v souvislosti s lidským kapitálem hovoří o termínu kreativní třída, do níž řadí osoby podněcující vibraci města a vytvářející přidanou ekonomickou hodnotu prostřednictvím vlastní kreativity.

Za jeden z impulzů k přechodu od kulturního ke kreativnímu cestovnímu ruchu je považována změna preferencí a spotřebitelského chování samotných návštěvníků. Ti se orientují na zážitky založené nejen na poznání, ale také na hodnotě samotného prožitku (Richards, Marques, 2012). Proto je možné konstatovat, že se poptávkové trendy stávají iniciátory rozvoje různých zážitkových forem cestovního ruchu (Richards, 2001b). Kreativita v cestovním ruchu poskytuje návštěvníkům autentický prožitek, při němž dochází k poznání místního prostředí, tradic a dalších jedinečných kvalit destinace (Richards, Wilson, 2006). Díky symbolickému charakteru lze navíc realizovat kreativní ruch i v místech, jež nedisponují hmotným kulturním majetkem (Richards, Wilson, 2007).

Kreativní cestovní ruch jako nástroj udržitelného rozvoje umožňuje vzhledem ke svým vlastnostem pracovat s různými přístupy k udržitelnosti, mezi něž Saarinen (2006) řadí zdrojově orientovaný přístup, přístup orientovaný na aktivity a komunitní přístup. Co se zdrojů v destinaci týče, poptávka po kreativním cestovním ruchu je motivována touhou po zážitku a poznání a nevytváří na rozdíl od jiných forem cestovního ruchu takový tlak na další zdroje. Přístup založený na aktivitách vychází ze snahy kreativního cestovního ruchu o zachování stávajících kulturních atraktivit a ze záměru omezit či snížit negativní projevy cestovního ruchu, které jsou často doprovázeny depopulací centra a následnou ztrátou identity a kulturního dědictví (Andersson et al., 2011). Poslední přístup souvisí s již zmíněnou rolí místní komunity, která se má podílet na iniciativách vedoucích k udržitelnosti (Saarinen, 2006) a která je v rámci kreativního cestovního ruchu také skutečně zapojována (Richards, 2020).

Pro dosažení udržitelného rozvoje vycházejícího z dostupných kreativních zdrojů a uspokojení kreativních potřeb návštěvníků v souladu s potřebami místních obyvatel, je nutné zvolit vhodné kreativní nástroje. Richards (2012) za obecné skupiny kreativních nástrojů aplikovatelných v městském prostředí považuje (1) utváření kreativních prostor, (2) navazování kreativních vztahů, (3) pořádání kreativních událostí a (4) zapojení do kreativních sítí. Zahlučená městská centra mohou těžit z kreativního prostředí dalších veřejných prostranství – provozovat zde např. pouliční umění (busking), které dotváří atmosféru, kultivuje prostranství a umožňuje vzniknout kreativním projektům založeným na principu spoluvytváření (co-creation) a alternativním itinerářům pro návštěvníky (Krbová, 2017). Návštěvník je tak zapojen do kreativních vztahů, neboť má možnost participace na autentickém prožitku. Bližším kontaktem s místními obyvateli a jejich kulturou dosáhne přidané hodnoty (Marques, Borba, 2017).

Kreativní události podporují další navazování vztahů a využívání kreativních prostor. Města pořádáním různých festivalů, kulturních či sportovních akcí přispívají ke zvýšení kvality života a zároveň zvyšují tzv. vibrace města (Ooi, Pedersen, 2010). Ti, kteří se podílejí na podpoře kreativity, mohou být formováni do kreativních sítí, které podporují jejich vzájemnou spolupráci a další rozvíjení kreativního potenciálu. Mezi významné sítě patří např. Creative Tourism Network nebo UNESCO Creative Cities Network.

Možnosti využití těchto nástrojů stejně jako jejich přínos pro udržitelný rozvoj jsou předmětem následujícího textu, v němž bude hodnocen význam a výkon při využívání kreativních nástrojů ve vybraných metropolích střední Evropy.

Data a metody šetření

Příspěvek je metodicky založen na primárních datech, která byla získána s využitím elektronického dotazníkového šetření, utříděna, analyzována a následně také vzájemně komparována a interpretována. Pro vyhodnocení přínosů kreativních nástrojů na příkladu vybraných měst – Varšavy a Budapešti – bylo však nezbytné také nejprve realizovat terénní šetření (léto 2019) a s jeho pomocí identifikovat dopady cestovního ruchu na udržitelnost těchto měst. Pro správnou interpretaci výsledků byla v závěru výzkumu vedena nad rámec iniciačního kvantitativního dotazníku ještě elektronická komunikace s týmiž kompetentními zástupci měst zajišťujícími komplexní agendu cestovního ruchu. Tyto kroky lze datovat na období podzim 2019.

Dotazník byl sestaven na základě literární rešerše s cílem zhodnocení kreativních nástrojů i jejich dílčích aktivit uplatňovaných mezi zvolenými metropolemi. Součástí dotazníku byla identifikace hlavních problémů souvisejících s aktivitami cestovního ruchu ve městě. Dále následovalo významově-výkonnostní hodnocení využívání kreativních nástrojů – tato analytická metoda je označována jako IPA (importance–performance analysis) a vychází z předpokladu, že hodnocení významnosti poukazuje na žádanou výkonnost a ohodnocení výkonnosti na reálnou situaci. Dochází tak k určité identifikaci mezer, které umožňují poznání konkrétních problémů a formulaci relevantních doporučení vedoucích ke zvýšení žádaných výkonů.

Využívání kreativních nástrojů v cestovním ruchu Varšavy a Budapeště

Obě hlavní města jsou ekonomickým, politickým, kulturním a dopravním centrem těchto středoevropských států. Význam a dopady cestovního ruchu se v nich však liší (obr. 1). Varšava, která je tím z méně navštěvovaných měst, nabývá rostoucího ekonomického i kulturního významu. Její historické centrum bylo

v roce 1980 zapsáno na Seznam světového dědictví UNESCO. Centrum Budapešti, která je proslulá svými lázněmi, architekturou a bohatým kulturně-historickým potenciálem, je na seznam UNESCO od roku 1987.

Obr. 1: Cestovní ruch ve Varšavě a Budapešti (2019)

Figure 1: Tourism in Warsaw and Budapest (2019)



Zdroj: vlastní dokumentace z terénního šetření

Zatímco ve Varšavě bylo v roce 2017 realizováno 6,2 milionů přenocování, v Budapešti to bylo dokonce více než 10 milionů (TourMis, 2020). I přes tento nižší počet přenocování není pochyb, že dochází k zatížení historického centra, kde se návštěvníci pohybují nejvíce. Jsou zde patrná fyzická poškození, znečištění a vandalismus. V historickém centru jsou koncentrovány nadmíru také soukromé apartmány a služby související s cestovním ruchem (Derek, 2018). Dosud však nedošlo k nepřátelským projevům rezidentů vůči cestovnímu ruchu. Nové investice do volnočasové infrastruktury navíc nabízejí prostor pro další možnosti disperze návštěvnických toků mimo centrální oblast. Problémem však zůstává, jak tyto oblasti propagovat a návštěvníky do nich nalákat, neboť je nezbytné vynaložení společného úsilí všech aktérů.

V Budapešti, kde došlo ke značnému rozmachu cestovního ruchu, se projevíly negativní dopady i v důsledku absence koordinovaného plánování a neexistence zastřešující organizace. Nekontrolovaný rozvoj cestovního ruchu a nevhodné chování opilých návštěvníků vyvolaly četné projevy nespokojenosti ze strany obyvatel (Smith et al., 2019). Určitý pokrok lze však spatřovat ve vzniku neziskové společnosti Budapest Festival and Tourism Center, která se v současnosti ujala agendy destinačního managementu a participovala také na realizovaném výzkumu. Nyní se snaží o diverzifikaci produktu cestovního ruchu a vytvoření nových hot spots v suburbánních oblastech, která budou dostatečně atraktivní, zmírní důsledky overtourismu v centru a přispějí k prodloužení délky pobytu. V tab. 1 jsou zaznamenány současné problémy obou měst související s

cestovním ruchem a zároveň i motivace k uplatňování kreativních nástrojů, které by měly města dovést k žádoucím řešením problémů.

Tab. 1: Problémy měst a možnosti jejich řešení
Table 1: Problems of cities and their possible solutions

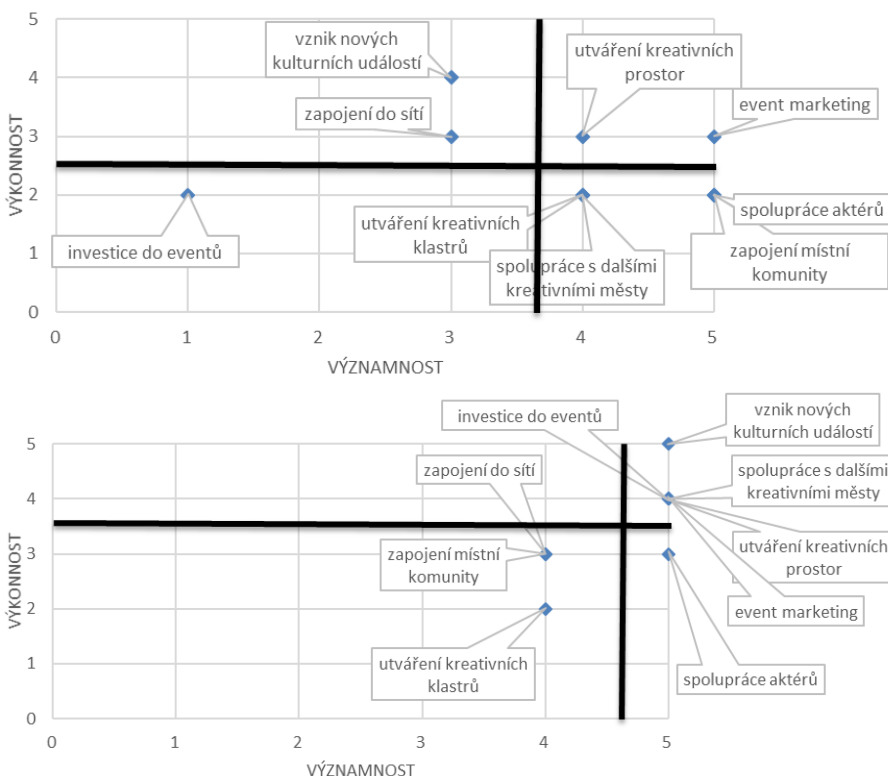
	<i>Zásadní problém</i>	<i>Žádoucí kreativní řešení</i>
Varšava	Nedostatečný rozpočet na propagaci a nízká spolupráce aktérů	Zapojení obyvatel do propagace města a vytvoření sítě místních průvodců v různých městských částech
Budapešť	Přetížení historického centra města, overtourism	Posílení významu suburbánních oblastí, rozproštění návštěvnosti, získání statutu prémiové destinace

Zdroj: vlastní výzkum

V Budapešti patří mezi nejčastěji uplatňované aktivity v rámci kreativního cestovního ruchu pořádání kulturních událostí, festivalů či uměleckých vystoupení. Na významu nabývá také gastronomie a řemeslná produkce. Ve Varšavě je kladen důraz zejména na gastronomii. Kromě toho jsou zde pořádány ještě další kulturní akce. Výsledky týkající se výkonnosti a významnosti používání kreativních nástrojů jsou zobrazeny v tzv. IPA mřížce (graf 1), tedy v podobě dvourozměrného grafu s významností na horizontální ose a s výkonem na vertikální ose. Pro umístění os tvořících kvadranty s různými manažerskými důsledky je použit průměrný význam a průměrný výkon.

Co se manažerských doporučení vycházejících z dole uvedeného grafu 1 týče, Varšava by měla svou pozornost zaměřit zejména na možnosti posílení různých forem spolupráce, ať už s místními obyvateli či dalšími aktéry, ale i s ostatními městy, která pracují s kreativními nástroji a uplatňují různé kreativní strategie. Spolupráci mezi aktéry by se měla snažit podporovat i Budapešť, která v této oblasti dosahuje nižšího výkonu a zároveň jí přikládá vysoký význam. Pokračovat v dobré dosavadní praxi je naopak možné u aktivit týkajících se kulturních událostí a kreativních prostorů. Opačná situace je ve Varšavě, kde je možné zejména v případě vzniku nových událostí pozorovat přepětí sil z důvodu velkého výkonu i přes nízký význam.

Graf 1: Analýza využívání kreativních nástrojů (IPA pro Varšavu a Budapešť)
 Graph 1: Analysis of the use of creative tools (IPA for Warsaw and Budapest)



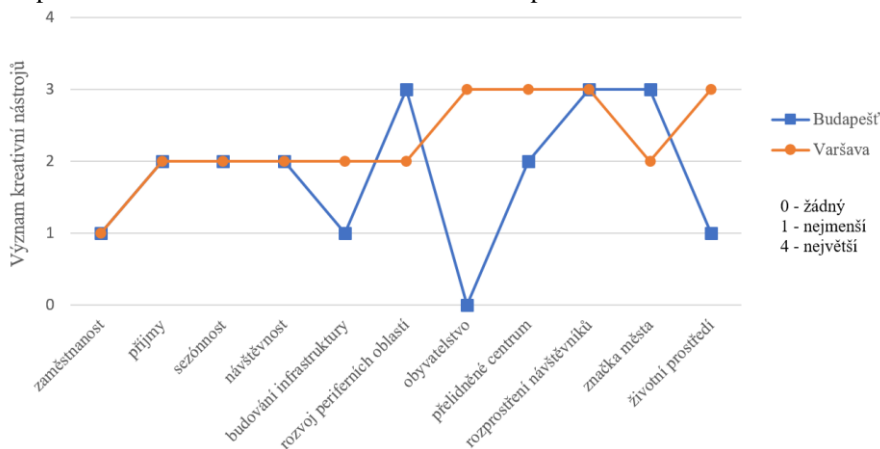
Zdroj: vlastní výzkum

Z uvedeného grafu 2 je následně vidět, na jaké oblasti má využívání kreativních nástrojů nejvýznamnější dopad. V případě Budapešti je největší vliv přisuzován rozvoji periferních oblastí a pozitivnější vnímání značky města. Vyzdvihnuto je rozproštění návštěvníků do dalších lokalit a s tím související pozitivní vliv na přeplněné centrum. Jelikož se zároveň jedná o vytyčený problém s cestovním ruchem, lze vidět souslednost a smysluplnost v jejich konání. Přisuzují těmto nástrojům významný vliv na problematickou oblast, a to je pravděpodobně dále motivuje pokračovat v účelném zavádění. Problémem však zůstává, že u kreativních nástrojů se dosud neprokázalo pozitivní působení na kvalitu života místních obyvatel ani na zaměstnanost.

Větší přínosy pro zaměstnanost se neprokázaly ani v případě Varšavy. Naopak obyvatelstvo by mělo být ovlivněno pozitivně. To může být dáno i fází postojů rezidentů vůči návštěvníkům, která v případě Varšavy nedosáhla iritačního stupně (viz Doxeyho iritační index). Využívání kreativních nástrojů podle výsledků dotazníku přispívá k rozproštění návštěvníků, snížení zátěže přelidněného centra a zlepšení životního prostředí.

Graf 2: Vliv kreativních nástrojů na jednotlivé problémové oblasti

Graph 2: Influence of creative tools on individual problem areas



Zdroj: vlastní výzkum

Závěr

Celosvětový nárůst cestovního ruchu nejen v městských destinacích přináší kromě pozitivních také řadu negativních dopadů. Ve městech, která jsou především vlastním živoucím systémem, vyvolává koncentrace účastníků cestovního ruchu zpravidla v historických centrech kolizi s udržitelným rozvojem města. Předložený příspěvek reagoval na tuto problematiku a představil příklady využívání kreativních nástrojů pro zmírnění negativních následků. Využití kreativních nástrojů bylo demonstrováno na dvou vybraných středoevropských městech.

V případě Varšavy již došlo k investicím do dopravní infrastruktury, která by měla sloužit k disperzi návštěvníků z centrálních míst do suburbánních oblastí. Jako klíčový problém se však jeví následná propagace těchto nových míst kvůli nízkému rozpočtu a nízkému stupni zapojení lokálních aktérů. Nástroje kreativního cestovního ruchu, které Varšava v tomto případě používá, souvisejí s pořádáním kulturních událostí a rozvojem gastronomické scény.

Také Budapešť, ktorá trpí overtourismem, se pomoci kreatívnych nástrojů, snaží rozmělnit koncertovanou návštěvnost centra do okrajových částí. Konkrétně využívá kulturních událostí, uměleckých vystoupení, festivalů a rozvíjí gastronomii a řemeslnou výrobu. Ačkoliv je Budapešť dle vlastní evaluace ve využívání kreatívnych nástrojů úspěšnější oproti Varšavě, musí ještě zapracovat na vztazích a spolupráci s lokálními aktéry.

U obou měst dále výsledky prokázaly, že kreativní nástroje mají pozitivní dopad na udržitelný cestovní ruch například tím, že rozvíjí periferní oblasti, do kterých přelévají návštěvníky z centra. Naopak se nepovedlo prokázat, zda mají kreativní nástroje pozitivní vliv na zaměstnanost. V případě Varšavy se dále zlepšují vztahy s obyvateli a životní prostředí, u Budapešti se postupně vyvíjí vnímání značky města jako prémiové destinace, která může oslovit vyšší příjmové kategorie.

Poděkování

Príspevek byl zpracován v rámci projektu Masarykovy univerzity „Proměny peri-urbánního prostředí v důsledku společensko-ekonomických trendů v cestovním ruchu“ (MUNI/A/1033/2019).

Literatura

- ANDERSSON, D. E. – ANDERSSON, A. E. – MELLANDER, CH. 2011. *Handbook of Creative Cities*. Northampton: Edward Elgar Pub, 2011. ISBN 1849801509.
- DEREK, M. 2018. Spatial structure of tourism in a city after transition: The case of Warsaw, Poland. In Müller D., Więckowski, M. (eds.). *Tourism in Transition*. Cham: Springer, 2018, pp. 157-171. ISBN 978-3-319-64325-0.
- FLORIDA, R. 2012. *The rise of the creative class: revisited*. New York: Basic Books, 2012. ISBN 9780465029952.
- KRBOVÁ, J. 2017. *Moderní management ve veřejné správě: nové, inovativní a kreativní přístupy v managementu veřejné správy: výzvy a možnosti*. Praha: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-7552-744-8.
- MARQUES, L. – BORBA, C. 2017. Co-creating the city: Digital technology and creative tourism. In *Tourism Management Perspectives*. ISSN 2211-9736, 2017, vol. 24, pp. 86-93.
- OOI, C. S. – PEDERSEN, J. S. 2010. City branding and film festivals: Re-evaluating stakeholder's relations. In *Place Branding and Public Diplomacy*. ISSN 1751-8040, 2010, vol. 6, no. 4, pp. 316-332.
- RICHARDS, G. 2001a. *Cultural attractions and European tourism*. New York: CABI Pub., 2001a. ISBN 0851994407.

- RICHARDS, G. 2001b. The Experience Industry and the Creation of Attractions. In Richards, G. (ed.). *Cultural Attractions and European Tourism*. USA: CABI Publishing, 2001b, pp. 55-70. ISBN 9780851997674.
- RICHARDS, G. 2012. *Tourism, Creativity and Creative Industries* [online]. Tilburg: University/NHTV, 2012, [cit. 2019-11-26]. Dostupné na internete: <https://www.academia.edu/2198992/Tourism_Creativity_and_the_Creative_Industries>.
- RICHARDS, G. 2020. Designing creative places: The role of creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. ISSN 0160-7383, 2020, vol. 85, pp. 2-11.
- RICHARDS, G. – RAYMOND, C. 2000. Creative tourism. In *ATLAS News*. ISSN 1388- 3607, 2000, vol. 23, pp. 16-20.
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? In *Tourism Management*. ISSN 0261-5177, 2006, vol. 27, no. 6, pp. 1209-1223.
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2007. *Tourism, creativity and development: Routledge studies in contemporary geographies of leisure, tourism, and mobility*. New York: Routledge, 2007. ISBN 9780203933695.
- RICHARDS, G. – MARQUES, L. 2012. Exploring creative tourism: Editors' introduction. In *Journal of Tourism Consumption and Practice*. ISSN 1757-031X, 2012, vol. 4, no. 2, pp 1-11.
- ROMAO, J. – KOURTIT, K. – NEUTS, B. – NIJKAMP, P. 2018. The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. In *Cities*. ISSN 0264-2751, 2018, vol. 78, pp. 67-75.
- SAARINEN, J. 2006. Traditions in sustainability in tourism studies. In *Annals of Tourism Research*. ISSN 0160-7383, 2006, vol. 33, no. 4, s. 1121-40.
- SMITH, M. K. – SZIVA, I. P. – OLT, G. 2019. Overtourism and Resident Resistance in Budapest. In *Tourism Planning & Development*. ISSN 2156-8316, 2019, vol. 16, no. 4, pp. 376-392.
- TOURMIS 2020. *Bednights in hotels and similar establishments* [online]. Vienna: ÖW/MU. [cit. 2020-04-29]. Dostupné na internete: <<http://www.tourmis.info>>

CREATIVE TOOLS FOR SUSTAINABLE TOURISM (EXPERIENCE FROM WARSAW AND BUDAPEST)

Summary

The global growth of tourism not only in urban destinations brings as positive as several negative impacts. In cities, which are mainly their own living systems, the concentration of tourists usually in the historical centers causes a

collision with the sustainable development of the city. The presented paper reacts to this issue and introduces the creative tourism sector as a potential medicine for this ailment. Creative tourism uses a range of tools focused on social and intellectual interaction, deepness, and value of experience, etc., which, among other things, strengthens harmony between locals and visitors or spills masses of tourists into suburbs or rural areas.

The paper demonstrates examples of creative tools utilized for sustainable tourism in two selected Central European cities (Warsaw, Budapest) and compares and evaluates them. The methods used are field observation and an evaluation online questionnaire survey, analysis of these primary data, and their synthesis, description, comparison, and interpretation. As part of analytical data processing, a meaning-performance evaluation of selected factors of creative tools in the form of the so-called IPA analysis is used. As the last part of the research, interviews (via email communication) with representatives of cities responsible for the tourism agenda were done. The research took place during the 2019 season.

The results show that the tourism importance and impacts in the capitals differ. Although the number of overnight stays in Warsaw is about two-fifths lower than in Budapest, the center is burdened by pollution or physical damage due to tourism. However, residents have not yet expressed frustration with the situation. The city board has already responded to these circumstances by investing in leisure infrastructure with the idea of dispersing visitors to suburban areas. Nevertheless, the subsequent promotion of these new spots appears to be a key issue due to the low budget and low level of involvement of local actors. The creative activities that Warsaw practices, in this case, are the development of the gastronomic scene and the organization of cultural events.

Budapest has been a popular destination for a long time but constantly suffering from overtourism in recent times. In the past, there have even been complaints from residents. The situation arose due to the absence of coordinated development, which is now provided by the Budapest Festival and Tourism Center in the role of destination management. Here, too, with the help of creative tools, specifically in the form of organizing cultural events, artistic performances, festivals, and the development of the gastronomic scene and artisanal production, they try to dilute the concentration of attendance of the city center into peripheral parts. Although Budapest is more successful in using creative tools than Warsaw, it still needs to work on relations and cooperation with local actors.

In both cities, the results also show that creative tools have a positive impact on sustainable tourism for example due to the development of peripheral areas, to which they overflow visitors from the center. On the contrary, it was not possible to prove whether creative tools have a positive effect on employment. In the case of Warsaw, relations with the population and the environment are further

improving, and in the case of Budapest, the perception of the city brand as a premium destination targeting higher-income categories has evolved thanks to these tools.

Ing. Markéta Novotná, Ph.D.

Ekonomicko-správní fakulta

Masarykova univerzita

Lipová 41a, 602 00 Brno, Česká republika

E-mail: marketa.novotna@econ.muni.cz

Ing. Helena Kubičková

Ekonomicko-správní fakulta

Masarykova univerzita

Lipová 41a, 602 00 Brno, Česká republika

E-mail: helena.kubickova.92@gmail.com

FOR MEDICAL OR INDUSTRIAL PURPOSES? ISSUES OF THE UTILIZATION OF THERMAL WATERS IN SOUTHERN TRANSDANUBIA IN THE AGE OF SOCIALISM

Tamás Nyári

Abstract

At 26th of November 1957, the Political Commission of the Hungarian Socialist Workers' Party (MSZMP Politikai Bizottság¹) discussed the situation of the Hungarian oil industry. Later, the government decided to increase hydrocarbon exploration, to increase the production too. As a result, the number of test wells in the Southern Transdanubian region has increased significantly. However, in many cases thermal water was found during the research, which was essentially a by-product of hydrocarbon exploration. Today obvious to use hot springs for tourism or medical purposes, but in the 1960s this was not clear. Instead of tourism investments, they tried to use thermal water for agricultural purposes, for heating greenhouses. Similarly, hot water was used to heat homes and industrial facilities. At the middle of the 1960's ages a plan was prepared, which intended to increase the using the thermal water this way. This plan was made by the Water Planning Company, and confirmed by the Government at 1965. However, spas appeared on at local level first, but the issue did not reach central government level until a decade later. In my treatise, I seek an answer to what economic, social and world political factors played a role in the issue of the construction of thermal and spa baths on the agenda of the Hungarian government and its impact on the bath culture of Southern Transdanubia. How they went from heating greenhouses to a treaty signed with the UN in 1974 and launching the Thermal Project.

Keywords: hydrocarbon, thermal water, spa, medical tourism, plan

Introduction

Hungarian bathing culture dates back centuries of tradition. The rural centers of the XVIII. they began to form in the middle of the 19th century. It was the same in Southern Transdanubia. Although there was a bathing culture in the Turkish era, about which many analyzes and studies have been made, we only remember here that the city of Pécs also has many monuments related to Turkish bathing life (Bezerédy, 1997).

¹ Political Affairs Committee - in English. It is the main internal body of the current Communist Party.

The first significant modern center was established in Harkányfűrdő, which belongs to the Siklós estate of the Batthyány family, where in 1823-24 the medicinal water was discovered while draining the swamps (Kaposi, 2015). The Batthyány family has been well-documented in bathing since the 16th century (Tóth, 2015), its family members sought and maintained bathing places, both men and women, and it was expected that the family would take advantage of the opportunity. Harkány belonged to the family's Siklós estate, and immediately after the discovery of the medicinal water, Antal Batthyány designated an area of 55 acres to build the spa. By 1828, they already had a 28-room hostel, and their successors further expanded the facility (Kaposi, 2015).

After the encouraging start, the bathing culture slowly developed in Southern Transdanubia as well. The process was favored by the economic recovery of the period of dualism. Not only the baths in Budapest flourished, the bathing life in the countryside also flourished. Examples are Pöstyén (today: Piešťany) or Herkulesfűrdő (today: Băile Herculane), Harkány in Southern Transdanubia and the southern shore of Lake Balaton. The latter place was visited by a larger number of bathers in the 1870s. In 1891, Siófok-Balatonfűrdő Rt. was established, which had hotels built in Siófok and opened a beach. In the following years, spa resorts were opened one after the other, e.g. in Balatonföldvár and Fonyód (Virág, 1998). After the First World War, bathing on Lake Balaton gained new impetus in parallel with the narrowing of the opportunities on the Adriatic. Subsequent development, together with the bathing life based on thermal springs, made it possible to develop an extremely diverse bathing culture (Tüskés, 1968).

Further exploration of the medicinal waters of the area took place later during natural explorations in the course of exploration for coal or oil deposits, but it was also less common for the thermal water itself to be sought. By the end of the Second World War, only a few thermal springs in South Transdanubia were discovered (eg Nagyatád, Sikonda, Csokonyavisonta). The Sikonda Bath, established by the Erste Donaudampfschiffahrtsgesellschaft (First-Danube-Steamboat-Shipping Company), has a special history. In 1928, a thermal spring was discovered during coal exploration. The research was carried out by Salgótarjáni Kőszénbánya RT (Salgótarján Coal Mine Co.) in the forest of the Pécs Cathedral Estate, when it found the thermal water source at a depth of 318 meters. The forest councilor of the manor, Andor Kolossváry, recognizing the potential of the source, using the analysis of the chief chemist of the First Steam Boat Company, established a temporary swimming pool in which 18,000 people bathed already in the first year (Vitális, 1933).

However, the development of a flourishing thermal bath culture is yet to come. World War II and the ensuing political situation were initially unfavorable for development. The war destroyed several baths, bath companies ceased to exist,

and smaller rural baths were closed in a row. The two spas in Baranya, Harkány and Sikonda continued to operate, and, like all other companies, nationalization awaited them.

The development of spas was not typical in the early fifties. The Rákosi regime², which was preparing for war and focused on large investments in heavy and military industries, did not deal substantially with the development of bathing culture; Therapeutic water-based tourism was subsequently concentrated only in the capital and a few rural locations (Katona, 2015).

The change came indirectly. On November 26, 1957, the Politikai Bizottság of the Hungarian Socialist People's Party discussed the situation of the Hungarian oil industry, and then, in accordance with the subsequent resolution, they wanted to increase hydrocarbon extraction and prospecting. Previously, it was typical to find thermal water while searching for oil (eg Igal), but after 1957, due to increased research, many new water resources were found in the area (eg Magyarhertelend, Selye, Tamási). From the 1960s onwards, the use of thermal waters was also considered. They tried their agricultural utilization, e.g. through the heating of greenhouses, but also the heating of flats and industrial facilities. However, their implementation failed mainly due to technical difficulties, as they could not solve the hot water supply without significant heat loss (Katona, 2015).

In my paper, I am looking for the answer to what conditions led the government to put the plan for the construction and development of thermal baths on the agenda, and what impact the government measures had on the bathing culture of Southern Transdanubia? In this context, I examine what were the central plans for the utilization of thermal waters in the 1960s, both nationally and in Southern Transdanubia. I then examine the development of bathing culture, looking for a correlation between government plans and the development of culture, and finally examine the extent to which government attitudes changed to the 1970s.

Theoretical-methodical background

In my research, I primarily examined the plans. The economic policy of the period was characterized by planned management, so the examination of plans is of paramount importance. All major decisions were made at the center, only implementation at the local level was typical.

² The Rákosi regime meant the period between 1949-56, in which the leader of the country was Mátyás Rákosi. The era was characterized by forced heavy industry investment. The era ended with the 1956 revolution.

Framework plan of the water management (1965) and the thermal waters

The 2001/1961 (I. 17.) no. government decree ordered the preparation of the National Framework Plan of the Water Management, which was developed under the coordination of the Water Management Planning Company (VIZITERV). The plan was approved by the government on October 28, 1965, which included actions for the next 20 years (National Framework Plan of the Water Management, 1965).

The framework worked with 1963 data on thermal waters. Until this year, many sources of thermal water had been discovered in the country, and by 1965 even more. This was also the case for Southern Transdanubia. Without claiming completeness, the thermal waters of Selye, Magyarhertelend in Baranya, Babócsa, Szulok, Nagybajom in Somogy, Dunaföldvár in Tolna and Zalakaros in Zala were discovered until 1965. So far (from 1961) the Igali spring has also been reopened (Katona, 2015).

According to the data of the framework plan, in 1963 the thermal water sources produced 344,804 m³ of water in one day (Table 1). Of these, 59% remained unused. In winter, less than half of the water used was used for medical or bathing purposes. In summer, however, during the beach season, 74% of the water was used for the same. The data also show that a significant part of the water used was used for residential hot water supply, heating of buildings, and was also used in agriculture. The latter accounted for the majority of the amount used in winter, so they have demonstrably differently thought about the use of thermal waters at the governmental and in many cases local level than they do today (National Framework Plan of the Water Management, 1965).

Table 1: The use of the thermal water in 1963

	Winter		Summer	
Medicine	52.201	15.10%	52.201	15.10%
Purity bath	11.208	3.20%	11.208	3.20%
Beaches, swimming pools	0	0.00%	93.066	26.90%
Drinking water supply	38.155	11.00%	38.155	11.00%
Hot water supply	16.617	4.80%	16.617	4.80%
Heating of building	12.282	3.50%	0	0.00%
Heating of greenhouses	12.398	3.50%	0	0.00%
Used	142,861	41.00%	211.247	61.00%
Unused	201.943	59.00%	133.557	39.00%
Altogether	344.804	100.00%	344.804	100.00%

Source: National Framework Plan of the Water Management, 1965

In 1965, this road was considered walkable. Until 1980, an increase in extracted thermal water was expected, with an estimated 24% more water (Table 2). It was planned to reduce its 59% vacancy rate to 25%. What is most interesting is the options that have been considered in terms of increasing the use of thermal water. It is estimated that nearly 100,000 (99,877) m³ more thermal water will be used in winter. Most of the surplus used would be used to heat greenhouses, tripling the rate of use. Heating buildings would benefit from growth at a similar rate as medicine. Overall, non-bathing and non-medical use in winter would account for 68% of the surplus.

In the summer, swimming pools and beaches were planned to benefit from the surplus, meaning that the state had in mind the industrial and residential use of thermal and medicinal waters in addition to sports and entertainment. It is clear from the plans that spa water tourism was only one of the options and by no means highlighted (National Framework Plan of the Water Management, 1965).

Table 2: Planned use of thermal water in 1980

	Winter		Summer	
Medicine	72.787	17.10%	72.787	17.10%
Purity bath	22.270	5.20%	22.270	5.20%
Beaches, swimming pools	0	0.00%	156.038	36.50%
Drinking water supply	44.623	10.40%	44.623	10.40%
Hot water supply	24.692	5.80%	24.692	5.80%
Heating of building	29.732	6.90%	0	0.00%
Heating of greenhouses	48.634	11.30%	0	0.00%
Used	242.738	56.80%	320.410	75.00%
Unused	185.017	43.20%	107.346	25.00%
Altogether	427.656	100.00%	427.656	100.00%

Source: National Framework Plan of the Water Management, 1965

The plan in Southern Transdanubia did not recommend exclusively medical utilization. In other utilization categories, development was planned in Babócsa, Barcs Igal and Kaposvár in Somogy county, and in Siklós settlements in Baranya county. For the purpose of complex utilization, development was planned in Harkány, Sikonda, Somok county, Csokonyavisonta and Nagyatád. Local plans therefore envisaged spa development, but not primarily for medical purposes.

Utilization of thermal waters for medical purposes

The exploration of hydrocarbons for the purpose of energy mining was in itself an organic continuation of the economic policy that preceded it, albeit in a milder form. At the same time, the Kádár era³, drawing on the lessons of the 1956 revolution, pursued a different kind of social policy in the spirit of tacit social compromise. This had an impact on economic policy, which not only eased compared to the Rákosi era, but was expanded with a number of new elements. Greater emphasis has been placed on measures to raise living standards and improve mood. In addition to full employment, over time, private activities have been turned a blind eye, but more space has been given to local initiatives. In addition to the apparent prosperity, it was accompanied by relative openness, as a result of which, in addition to the citizens of the Eastern bloc, tourists from the West could also appear. This economic and social approach enabled the development of a spa culture in Hungary, including Southern Transdanubia, which was essentially one of the “by-products” of post-oil research (Katona, 2015).

At the same time, the establishment of spas and the development of medical tourism were not included in the central plans until the seventies, and their establishment was primarily intended at the local level. Local councils have initiated the construction of spas, in many cases locally, at a low standard. In rare cases, this could have led to the fact that the spa had already closed before it became truly known. Such occurred mainly in smaller villages, as early as the eighties.

A typical example of this is the village of Pettend near Szigetvár, the thermal spring of h was also discovered during oil exploration in 1966. From 1970, for only 12 years, its spa operated under the management of the producer cooperative of the neighboring village of Dobsza. During its existence, it was also called a mini beach, in fact it operated with only two pools. The extracted thermal water provided a temperature of 36 degrees. According to the reports, the water was changed daily, but given the later facts, of course, we cannot be sure of this, despite the fact that the source revealed provided an opportunity for this (Dunántúli Napló 1981.08.10.)

What was the possibility of this beach, too? To do this, first of all, the endowments of the village itself must be examined. Pettend is located in the South Transdanubia region of Baranya County, with 155 people reported but 133 actually living there according to the 2011 census (KSH, 2013). In 1980, when the beach

³ The Kádár regime meant the period between 1956-88, in which the leader of the country was János Kádár. After the defeat of the 1956 revolution, he came to power with Soviet help. After the initial brutal retaliation, a number of measures to improve living standards were taken, making it not only accepted but also popular by the end of the era.

was still in operation, there were slightly more, with a population of 194 (KSH, 1981). There is no railway stop, it was not there then, it can only be approached by road, from the direction of Nemeske and Kistamási. The nearest town is Szigetvár, 15 km away. The difficult accessibility and the lack of even the most basic infrastructure, which was topped by the Pettend sack settlement, resulted in low attendance.

Under these circumstances, it should come as no surprise that it was considered a small beach, and even in its heyday, it was not seriously thought that major investments would be made here. The Dunántúli Napló⁴ wrote about this: “Will Pettenden ever have a big beach or maybe a leisure center? Aligha. Although plans have already been made for development, they may be brought up again one day. In the meantime, hopefully even after that, the warm water beach in Pettend will remain an island of tranquility - which is no small attraction! ” (Dunántúli Napló 1981.08.10.)

The 1981, still optimistic, albeit already sad news, was followed in 1984 by a letter from a reader, which came as a surprise to many, about the serious problems of the beach: Many rheumatic patients sought and found a cure in the popular 28 °C water in the area, 'writes our noble reader in a letter [...]. Unfortunately, all this is a thing of the past today, as the beach remained closed this year. ”The answer was disappointing: the quality of the service was typically not provided with adequate hygiene standards, so KÖJÁL (Közegészségügyi és Járványügyi Állomások - Public Health and Epidemiological Stations) did not allow it to open after a while. It was also a problem that they could not manage its sustainable, economical operation either. (Dunántúli Napló 1966.11.13., 1984.08.23. 1985.08.05.)

It can be seen from the above that a local initiative, from local forces, could not work with little capital. The example, despite being real, of course extreme, illustrated the worst conditions where the only reason to open the spa was to find the source. However, the resource alone is extremely small to operate a spa in a given location. Without expertise and an adequate financial and infrastructural background, such a natural treasure could essentially only remain untapped and has remained so to this day.

In the Kádár era, the proper exploitation of the thermal water source was inconceivable without central support.

Government intervention

At the turn of the 1960s and 1970s, the issue reached a central, governmental level, thanks to the easing of the Cold War in the 1970s. Changes in

⁴ In English: Transdanubian Diary. This was the local newspaper

the international situation have promised the government hope that the number of Western tourists will increase. The latter was ultimately not significant, although the government expected foreign exchange earnings from it. This was particularly important due to the deteriorating fiscal balance. At the same time, the oil crisis brought the use of geothermal energy to the forefront again, but there was no suitable technology to implement it. Thus, the use of thermal waters for tourism purposes could only be considered as a possible solution.

On June 17, 1974, the IV. In accordance with the tourism development concept of the five-year plan, the Hungarian government signed an agreement with the United Nations, as a result of which the Regional Development Planning Project (Thermal Project) was launched until the spring of 1977. In this project, investments were proposed in 31 bathing areas, including the first center of the researched area, Harkány and Tamás. Later, 3154/1988 was issued. Decree No. 1 of the Council of Ministers on the utilization of medicinal waters for tourism, concentrating on the already internationally renowned spas. Several important investments were made during this period (Katona, 2015).

According to the plans, they wanted to increase the capacity of the thermal baths by about 60%, and also to increase the number of accommodations from 5,500 to 22,500. In terms of infrastructure, they wanted to increase the floor area of the commercial network by 30% and the number of catering units by 135%. The construction of cultural buildings and sports facilities related to the baths was also planned. The project can definitely be considered unique, not only nationally, but also internationally (Boros, Printz-Markó, & Priszinger, 2011).

By the 1980s, however, the project had died for infrastructural, human and foreign policy reasons. A significant number of spas were difficult to access and the quality of services was low. Politics also had a say in the issue: domestic guests would have been less able to pay for a higher quality, more expensive service, which was unacceptable. In addition, although more open than in other socialist countries, the country's closedness was an obstacle for foreign exchange tourists. There was a lack of adequate language skills on the part of the spa staff, which also resulted in a lack of Western tourists. The majority of the spa's revenues came from tourists from Hungary and other socialist countries. The majority of those coming from the west were Hungarian emigrants returning home (Katona, 2015).

Spas of Southern Transdanubia

The number of spas operating in Baranya, Somogy and Tolna counties exceeded 15 in total (Figure 1). With this, the medicinal water capacity of the region can be said to be average on a national level. Currently (2019) there are operating medicinal water pools in 17 settlements in Southern Transdanubia, thus

4-5. it is located in the seven regions of Hungary. At the county level, Somogy is currently in the 5-7. is slightly above the national average, while Baranya and Tolna are 12-16. place. At the same time, the current situation is greatly influenced by infrastructural conditions, e.g. There are many more medicinal waters in Baranya than there are swimming pools. Assuming that this is also the case in other counties (eg the medicinal water of Sümeg is unused), we can say that our region has significantly fewer sources of medicinal water compared to the two Great Plain regions. Within our region, Somogy has the most excavated water resources.

Figure 1: Spa of national and local importance



Source: National health tourism development strategy, 2007

The oldest and most famous spa of the region, Harkány, is located in Baranya County. The discovery of many Baranya thermal waters is due to the search for hydrocarbons. Prior to the socialist era, the medicinal water of Sikonda had already been explored. The discovery of other thermal springs was due to post-oil exploration in the 1960s. This is how the Sellye, Magyarhertelend and Pettend springs were discovered. At the same time, they searched for thermal water in Szigetvár, and through this they found the source (1966) on which the famous spa was built.

The first famous spa in Somogy county was Nagyatád. Searching for oil, they found the thermal springs of Csokonyavisonta and Igali, even before the communist takeover. Through the increased test drilling of the fifties and sixties, several additional wells were discovered in Babócsa, Barcs, Buzsák, Nagybjajom, Nagyberény, Csisztapuszta and Szulok. A thermal water source was also found in Kaposvár in 1967.

One of the famous baths of Tolna county, the above-mentioned Tamási bath, owes its existence to oil exploration, its source was discovered in the sixties. At the same time, in Dunaföldvár and Dombóvár-Gunaras, similarly to Szigetvár, a source of thermal water was sought and found.

The discovered thermal water springs began to be used as thermal baths from the sixties, but rather from the seventies. As nationally, Southern Transdanubia was initially characterized by a solution from the local force, as we saw in an earlier example. At the same time, there were also successful investments, among them the Harkány and Tamási, which also received national attention, but we can also mention several other examples, e.g. Igal, Csokonyavisonta, Szigetvár, etc. (Katona, 2015).

More successful investments have been accompanied by a number of local developments, boosting the economic life of the area and changing the social environment. This indirectly improved the standard of living, at the local level in any case, but it was also a mood enhancer. It even allowed masquerade businesses. All this fit into the economic and social policy of the late Kádár era, despite the fact that it could not achieve a really big breakthrough for Western European tourists.

As mentioned above, the Thermal Project envisaged large investments in the region in Harkány. In October 1977, the *Dunántúli Napló* also reported on the plans: "During the developments, the functions that are still merging are separated. They separate the ancient settlement of 2,600 people, the spa area and the resort area. The through traffic will be diverted to the site of the abolished railway, a promenade will be created from today's main street with a total ban on cars. A new 300-bed hospital and a central clinic will be built in the spa area. A 6,000-person recreational beach and a 300-bed SZOT hostel will be built, followed by another hotel, both with its own spa pool. (SZOT= Szakszervezetek Országos Tanácsa - National Council of Trade Unions) A boating lake, a kiosk and an outdoor stage are planned in the resort area. The beach of the resort area will have 7-10,000 people, the business center of the resort will be built here, with large parks, sports complexes and a new campsite. The current one, which is hampering the expansion of the spa, will be eliminated." (*Dunántúli Napló* 1977.10.21.)

Conclusion

So we can see that the government has slowly come to use thermal waters for medical tourism. In the first period of the socialist planned economy, the thermal waters found were often not utilized at all. In the 1950s, the political situation was not conducive to the therapeutic use of thermal waters either. Economic policy has been based primarily on investment in the heavy industry sector and not in the service sector. That is why, in the 1950s, we cannot talk about the use of spas, we cannot talk about the use of thermal waters and we cannot talk about the development of tourism. A by-product of the hydrocarbon exploration that began in the late 1950s and early 1960s was the many thermal waters explored, and we could also see that they were initially used locally for medical and tourism purposes. However, due to limited resources, their success has been in doubt from the outset, and in some cases in the short term. We could see in the case of Pettend that already in the eighties he was unable to meet even those expectations at the most basic level when building a thermal bath. However, the case of Pettend is not unique: several small settlements like it with poor infrastructural possibilities were destroyed at the latest around the change of regime. We can mention the spas of Babócsa or Tarany in Somogy county. In each case, we can see that these spas worked in a very unsuccessful way, although the locals obviously loved these spas, but from this they still could not meet the expectations that would have made the thermal spas sustainable in the long run. As a by-product of hydrocarbon exploration, it was initially less concerned and gave way to various local initiatives, the success of which varied. However, when industrial and agricultural use failed, and the easing of the international situation promised the hope that tourists bringing foreign exchange would come to Hungary, the government became interested in medicinal water tourism. However, the improvements meant only the renovation of the existing baths, but this could only be solved with partial success.

Acknowledgements

This work was supported by the University of Pécs.

References

- BEZERÉDY, G. 1997. *"Németnek Bécs, magyarok Pécs": évszázadok krónikásai a várossal.* Pécs. 1997. 150. p. ISBN 963-85579-5-8.
- BOROS, S. – PRINTZ-MARKO, E. – PRISZINGER, K. 2011. Egészségturizmus. In Michalkó, G. (ed.). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés.* [online]. Pécs:

- PTE. 2011. [cit. 2020.01.29.]. Available on the Internet: <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html>
- DUNÁNTÚLI NAPLÓ. [cit. 2020.06.27-07.15.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/collection/helyi_lapok_baranyamegye_dunantuli_naplo
- GUNST, P. 2006. *Magyarország gazdaságtörténete (1914-1989)*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., 2006. 179 p. ISBN 963-19-2392-4.
- KAPOSI, Z. 2010. *Magyarország gazdaságtörténete 1700-2000*. Budapest-Pécs: Dialóg Campus Kiadó, 2010. 431 p. ISBN 963-9310-22-0.
- KAPOSI, Z. 2015. Fürdők és fürdőélet Magyarországon a dualizmus korában. In Horváth, S., Tóth, M. (eds.). *A Fürdőélet és egészségturizmus a Dunántúlon az ókortól napjainkig című konferencia tanulmánykötete*, pp. 69-79. Kaposvár. 2015. ISBN 978-963-7212-88-8. [cit. 2020.06.27.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/view/MEGY_SOMO_Sk_2015_A_Furdoelet_Es_Egeszseg/?pg=0&layout=s
- KATONA, K. 2015. Termálfürdők, mint a szénhidrogén-kutatás „melléktermékei”. In Horváth, S., Tóth, M. (eds.). *A Fürdőélet és egészségturizmus a Dunántúlon az ókortól napjainkig című konferencia tanulmánykötete*, pp. 111-120. Kaposvár. 2015. ISBN 978-963-7212-88-8. [cit. 2020. 06. 27.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/view/MEGY_SOMO_Sk_2015_A_Furdoelet_Es_Egeszseg/?pg=0&layout=s
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL. 1981. *1980. évi népszámlálás 2. Baranya megye adatai*. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal, 1981. 794 p. [cit. 2020.08.21.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/view/NEDA_1980_02/?pg=0&layout=s
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL. 2013. *2011. évi népszámlálás 3. Területi adatok*. Pécs: Központi Statisztikai Hivatal, 2013. 280 p. ISBN 978-963-235-999-9. [cit. 2020.08.21.]. Available on the Internet: http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_03_03_2011.pdf
- NATIONAL HEALTH TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY. 2007. [cit. 2020.11.18.]. Available on the Internet: <https://2010-2014.kormany.hu/download/b/8e/20000/Egeszsegturizmusstrategia.pdf>
- NATIONAL FRAMEWORK PLAN OF THE WATER MANAGEMENT. 1965. Manuscript. Budapest, 989 p. [cit. 2020.09.02.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/view/VizgazdKeretterv_00/?pg=0&layout=s
- SCHLETT, A. (ed.). 2008. *Alap és felépítmény. Gazdaságpolitika a Kádárrendszerben*. Budapest, 2008. 175 p. ISSN 1785-2455.

- TÓTH, M. 2015. Adalékok a Batthyány család kora újkori fürdőkultúrájához. In Horváth, S., Tóth, M. (eds.). *A Fürdőélet és egészségturizmus a Dunántúlon az ókortól napjainkig című konferencia tanulmánykötete*, pp. 33-47. Kaposvár. 2015. ISBN 978-963-7212-88-8. [cit. 2020. 06. 27.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/hu/view/MEGY_SOMO_Sk_2015_A_Furdoelet_Es_Egeszseg/?pg=0&layout=s
- TÜSKÉS, T. 1968. *A déli part*. Kaposvár, 1968. 50 p. ISSN 0560-8260.
- VARGA, M 1984 *National Framework Plan of the Water Management*. Budapest, 1984. 502 p. ISBN 963-602-310-7.
- VIRÁG, Á. 1998. *A Balaton múltja és jelene*. Eger: Egri Nyomda Kft., 1998. 904 p. ISBN 963-9060-21-6.
- VITÁLIS, S. 1933. Sikondafürdő és környékének hidrogeológiai viszonyai. *Hidrologiai Közlöny*. vol. 13, pp. 21-54. [cit. 2020.09.11.]. Available on the Internet: https://library.hungaricana.hu/en/view/HidrologiaiKozlony_1933/?pg=20&layout=s
- ZÁKONYI, F. 1983. *A Dunántúl gyógyfürdői és fürdői*. Budapest, 1983. 311 p. ISBN 963-243-223-1.

Tamás Nyári

PhD Program in Regional Development
Faculty of Business and Economics
University of Pécs
Rákóczi Street 80, H-7622 Pécs, Hungary
E-mail: nyari.tamas@tk.pte.hu

**THE CONCEPT OF CREATIVE TOURISM AS A DEVELOPMENT TOOL
FOR TOURISM DESTINATIONS IN SLOVAKIA
(Collaborative Networking of Creative Artists with Tourism Stakeholders
for the Future Growth of Destinations)**

Zuzana Palenčíková

Abstract

The concept of creative tourism has taken a growing role in developing attractiveness at many tourist destinations in the world. Supporting the linkages between local creative people and creative visitors is one of the strategies for the utilization of creativity as a tool for local development and seeking distinctiveness of tourist destinations. The paper examines how and if creative artists and destination management organizations have cooperated in developing a new supply of creative experiences in their regions in the last five years (2016-2020). Results indicate the need to establish institutional support for building awareness of relevant stakeholders about the positive impacts of creative tourism development for local communities in tourism destinations. Reflecting creative tourism as a development tool in public policies and creative-based strategies of territorial development from national to the local level can support creative capacity building and competitiveness of tourist regions in Slovakia.

Keywords: cooperation craftsmen, creativity, networking, creative tourism, tourism destination

Introduction

The development of tourism has become an integral part of the economic development of many Slovak regions in the last decade. In the case of the least developed districts in Banská Bystrica, Košice and Prešov regions, which represent approximately 20% of the Slovak Republic (MDaV SR, 2017), and which have a rich cultural, historical, archaeological, geological, and ecological potential, targeted program-driven tourism development is one of the few ways to ensure economic growth and a possible solution of regional social problems. A key problem in the development of tourism in less developed tourist regions is the insufficient use of the potential of tourism, which is manifested for example in local governments with low revenues from tourism to local budgets, at entrepreneurs by generating low profits from tourism and in the case of the domestic population by a low number of job opportunities in the tourism sector.

One of the priorities of regional development in Slovakia in the programming period for 2014-2020 was the activation and mobilization of creative potential in Slovak regions (IROP, 2014). The inner potential of the regions is the creativity of their inhabitants, which together with local cultural resources creates the creative potential of the regions and the basis for the development of the creative economy. The strategic development of tourism and creative economy can be effectively linked in practice and synergies can be achieved this way.

Both, tourism and creative economy have the potential to stimulate economic growth and job creation, support innovation and entrepreneurship, aid urban and rural regeneration, and stimulate export (OECD, 2014). Creative development strategies linked with tourism can provide a „creative atmosphere“ to places, make them attractive for the creative class, as well as for others (Richards, 2020).

This paper examines the level of awareness of creative artists and DMO's managers about the possibilities of linking them together within a concept of creative tourism and presents the state of their cooperation in the development of creative tourism experiences (programs, events) in tourism destinations. The paper draws on findings of primary research, as well as on interviews with creative artists and destination managers from Slovak tourist regions during the workshop convened to uncover obstacles of their cooperation and to discuss possibilities of networking and cooperation of tourism stakeholders for purposes of creative tourism development. The paper reflects the changing attitude to tourism development in Slovak regions, for which creative tourism is a meaningful direction of tourism development in the near future.

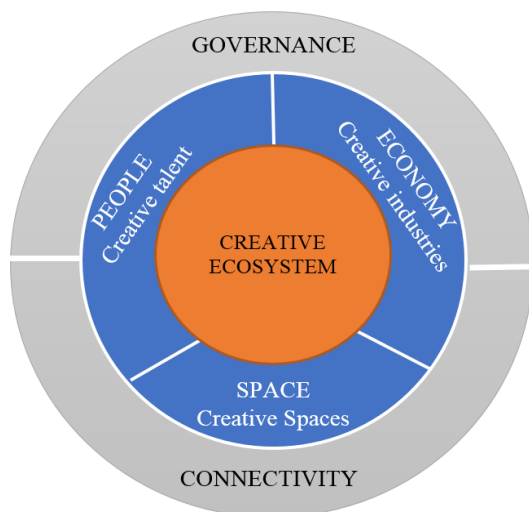
Theoretical basis

Creativity and creative tourism development in tourism destinations

Creativity, creative industries and tourism have a lot of common to do with one another. In tourism, there has been a significant turn in the use of creativity and creative industries in the last 20 years. The strong relationship between tourism and creative industries has been recognized by many researchers (see Richards, 2011; Long, 2017), cultural and tourism practitioners, and policy-makers (OECD, 2014). Creativity is the ability to come up with ideas or artefacts that are new, surprising, and valuable (Boden, 2004). Creativity, innovation and knowledge are characteristic assets of a „new era“. The growing relationship between creativity and territory led to the building „creative ecosystem“ (Figure 1), an environment of excellence based on three interlinked components: economy – creative industries, place – creative spaces and people – creative talent (INTELI, 2011).

The majority of industries place creativity as an important variable (Indriartiningtias et al., 2019). Any industry sector (and not least tourism) may apply creativity and innovation to its processes and products (Long, 2017). In tourism, creativity plays a central role in delivering authentic and unique tourism experiences to visitors, provided in the concept of „co-creation“ between visitors and hosts in tourism destinations (Binkhorst and den Dekker, 2009; Tan et al., 2013).

Figure1: The creative ecosystem



Source: INTELI, 2011

Creativity also plays important role in the tourism value creation process (Richards, 2020), when helps to build capacity in the cultural and visitor economy sectors of the destination (Long, 2017). Binkhorst and den Dekker (2009) in this context view tourism as a holistic network of visitors and stakeholders connected in experience environments that will contribute to the uniqueness and authenticity of the tourism destination. Creativity is a typical feature of alternative forms of tourism (ecotourism, sustainable tourism, nature-based tourism, geotourism, gastronomy and wine tourism, creative tourism, etc.), where local communities co-create creative tourism travel packs in cooperation with tourism organisations (Virginija, 2016). Tourism destinations are utilizing intangible creative resources and incorporating everyday life and popular culture into unique tourist products (Ilincic, 2014).

Creative tourism as a new form of cultural tourism is the logical manifest of society's shift towards an experience economy in the tourism sector. According to Pine and Gilmore (2019) people value experiences more than goods and services, as experiences are about *time well spent*, they offer them, what they want to do. The idea of creative tourism is about the desire to engage, to express oneself, to participate, and to be involved (Landry, 2010). In connection with creative tourism, *time well spent* can mean a participatory experience of visitors, based in everyday creative activities (for example crafts) in relationships with locals (Tan et al., 2013). Creative visitors seek interaction with local hosts (stakeholders) and link with the destination's history, its legends, folklore, stories, myths (Binkhorst and den Dekker, 2009).

Creative tourism can be fostered and developed intentionally in any geographic space (district, city, region, etc.) through public policy and tourism planning and promotion (Emmendoerfer, 2019). According to INTELI (2011), creative-based strategies foster creative ecosystems, thus they must be flexible, informal, and experimentalist. To establish the creative destination requires the collaboration of all those involved in visiting, using and living in a place (Richards 2019). An organizing framework of creative tourism development is based on creative resources in enabling environment, including creative individuals (artists), communities, organisations (platforms, networks), creative spaces and places (infrastructure) for the interaction of locals and visitors, and the supporting policies for development and marketing (Durbury & Richards, 2019). In the tourism destination context, the linkages between diverse and highly fragmented supply structure of tourism organisations (stakeholders) are a critical factor in achieving strategic goals and may be leveraged at both an organisational and a destination network (Pavlovich, 2003).

From the organisational point of view, the typical nature of tourism (destination) product is interdependence between various tourism stakeholders and organisations in the destination in purpose to provide a comprehensive tourist experience to visitors. Artists and artisans as an important part of the "supply-side" of creative tourism destination must become aware of the possibility of offering them to visitors, and if they demonstrate an interest, there would be a need to coordinate, structure, programme and promote them (Delisle, 2019). It's crucial to initiate bottom-up creative and cultural industry-led cooperation to cope with the decentralized, multi-stakeholder nature of tourism (Matetskaya et al., 2019). Destination management organisations or other relevant organisations (creative platforms as NGOs, non-profit or public organisations) can be initiators of building a collaborative network with creative individuals to provide more complete offerings of creative experiences in the destination.

Tourism and cultural/creative industries – connected vessels

Tourism is essential for the cultural and creative industries and vice versa. The strongest relationship between sectors of creative industries and tourism is usually in two main areas: (1) *cultural heritage* (the operation of museums, historical monuments, and tourist attractions like caves, ZOOs, open-air museums, botanic gardens, observatories, planetariums, etc.) and (2) *visual arts and crafts* (activities related to painting, sculpture, photography and specialized designs, arts and crafts – traditional and folk, services related to artistic creation).

According to data of The National Centre for Folk Art Production ÚĽUV, published in Strategy of creative industry development in Slovak republic (2014), there are about 1,300 producers (natural persons) registered in Slovakia active in the field of traditional crafts and folk art production, about 30 other legal entities operating in the industry, and a qualified assumption that in the Slovak Republic this activity is actively engaged in another 500 to 800 natural persons, for whom the folk craft is a partial or complete form of livelihood. There is also an economic dimension of connections. Results of Pilot Satellite Account of Cultural and Creative Industries in Slovakia show that these two areas together generated 0.18 % of GDP in 2017, which represents an 11% share of the value-added of the whole cultural and creative sector (INFOSTAT, 2019). The crafts represent 0.06 % of GDP (48 mil. EUR) in 2017. The eligible part of generated value has its origin in tourism (in visitors' expenses).

Methodology

To achieve the objective of this study, we worked with two types of collected primary data:

1. Ddata collected from craftsmen, artisans, and managers of tourism destination organisations using questionnaire survey to investigate the current state of awareness, collaboration, and interest in networking within a development of creative tourism destinations in Slovakia;
2. Semi-structured interviews with: a) managers of non-profit organizations (private as well as public) responsible for networking craftsmen and artisans and, b) tourism destination managers, responsible for tourism development strategies, destination product development, and marketing destinations – to identify gaps, barriers and obstacles to networking together on their own experience. It enabled us to understand the diversity of experience and opinions on networking tourism destinations with creative people in their area.

The primary research was carried out in 2019 and 2020. In the case of the questionnaire survey, an on-site, as well as online survey, was adopted. The on-site

questionnaire survey was held during summer season 2019 within traditional summer cultural events in popular city tourism destinations with the offer of crafts and creative individuals like Bratislava Piešťany, Skalica, Trnava, Bardejov, Kežmarok, etc. Respondents were craftsmen, artists and artisans, who actively participated in these events with their creative offerings - craft products, creative shows, and workshops for visitors. Totally 118 correctly filled questionnaires were gained in this way. The other 69 questionnaires were collected by an online survey among creative and craftsmen platforms and non-profit public organizations whose network has a database of craftsmen and artists as appropriate respondents to our online research. As there are not available official summary statistics on the number of craftsmen and artisans at a national level in Slovakia, these platforms and organizations, dealing with the issue of crafts and folk artists networking, has their own databases of creative individuals, we addressed these organizations with an online questionnaire asking to share it among the artists/craftsmen they work with. We also contacted some craftsmen and artisans directly by an e-mail contact we found on the Internet (via a keyword search artisan, craftsman). Totally 187 answers were collected.

An online questionnaire was also sent to 44 tourism destination organizations (DMO) in the winter season of 2020 and was answered by 13 DMO managers (30 %). Finally, we organized a workshop in July 2020, where semi-structured interviews were conducted. Obtained data were processed using quantitative statistical methods, mainly descriptive ones.

Results and discussion

Since 1989, the number of craftsmen and artisans in Slovakia has been constantly growing, the most rapidly in the last decade. While until 1989 only 9% of our respondents started their craft and artisan activity, between years 2010-2019 it was up to 40% of respondents. Together, the respondents perform 43 different types of craft and art activities, of which 19 are traditional crafts and folk art production, among them three on the UNESCO List of Intangible Cultural Heritage (blueprint/indigo dyeing, wire craft and art, and fujara flute making).

The Strategy of creative industry development in the Slovak Republic for years 2014-2020 states that a part of craftsmen and artisans focus their activities on tourism. We examined this statement via a questionnaire survey. Our results show, how many of them cooperate with tourism, how intense is their participation and collaboration with the tourism sector, and how are they familiar with the concept of creative tourism and networking possibilities with tourism stakeholders within creative tourism products.

The first was to find out whether craftsmen cooperate with someone and, if so, with whom (Table 1).

Table 1: Cooperation of craftsmen and artisans with various organisations

Cooperation	Number of answers	Expressed in %
no	76	41
yes	111	59 %
- <i>of which with the tourism sector</i>	35	19 %
Total:	187	100 %

Source: Own elaboration, 2020

According to our findings, less than half of respondents do not cooperate with anyone, they rely only on their own abilities and skills in producing, promoting, and selling their products on the market. Other 59 % cooperate with various organizations, including local and regional authorities (24 %), local action groups (10 %), NGO (21 %), guild association (6 %), regional cultural centres (19 %).

The most craftsmen cooperate with The National Centre Strategy for the Development of the Creative Industries in Slovakia for Folk Art Production ÚĽUV (27 %), which promotes crafts and folk art production, organises various exhibitions, festivals and craft presentations, organises hobby craft courses for public (school groups, seniors, tourists as well) and connects producers with the sale channels.

Craftsmen and artisans in our survey showed low awareness about creative tourism, up to 74% of them have never encountered the concept of creative tourism. The majority of them were not familiar with the possibilities and advantages of cooperation with tourism establishments and organisations at all. Nevertheless, one-fifth of respondents cooperate directly with the tourism sector. The cooperation of craftsmen with tourism is developed between different types of tourism enterprises and organizations. Most craftsmen cooperate with museums (incl. open-air museums) and galleries (11 %), tourist information centres (TIC) (8 %), destination management organisations (DMO) (6 %), accommodation establishments (6 %), less with travel agencies (5 %), restaurants (4 %), and souvenir shops (1 %). Among our respondents 24 of them were proactive and they initiated the cooperation with the tourism sector by themselves, in 7 cases cooperation was initiated by a tourism establishment or organisation and in 4 cases cooperation was initiated by a 3rd party.

Craftsmen cooperating with tourism stakeholders developed together with various forms of creative tourism products, among which the most popular are:

- The complete realization of creative workshops on the base of a direct order of tourism establishment or DMO (in the own premises of craftsman, provision of materials, teaching activities) (11 respondents);

- Only lectures in a tourism establishment to individual order (for hotel guests, museum visitors ...) (13 respondents);
- Visit of the craftsmen's manufactory, presentation of craft and art production process and demonstrations of production with the possibility of involving visitors in the process (13 respondents);
- Participation at creative events (fairs, festivals, craft markets) in tourist destinations connected with the sale of craftsmen's products and demonstrations of production for the public or private audience (26 respondents);
- Only sale of craft and art products in tourism establishments (TICs, hotels, etc.) (18).

Although the majority of the respondents (152) have not yet cooperated with tourism, 69 % of them have seen interest in cooperating in the near future, of which:

- More than half is only interested in selling their products in tourism establishments, tourism is perceived as a suitable sales channel for their products.
- 25% of them have a strong interest in providing teaching activities in a tourism establishment on an individual order (for hotel guests, museum visitors...).
- 17% showed a strong interest in the complete realization of creative workshops and programmes in their own premises, which means the authentic, memorable experience for visitors and the authentic product of creative tourism destination.

As major problems of craftsmen entrepreneurship are finances, sales, and promotion on the market, they see the greatest benefits of involvement in creative tourism in an increase in sales of their products (4.07 points), increase of revenues (3.85 points), and improving marketing communication (3.72 points). Active participation in destination tourism offerings might be for them a new source of income. Overall, artisans evaluate the contribution of tourism for their creative and artistic activities at the level of 6 points out of 10. At the same time, there was a slightly more positive assessment for craftsmen who already cooperate with tourism (7 points) than for craftsmen who do not yet have their own experience with cooperation with tourism (6 points).

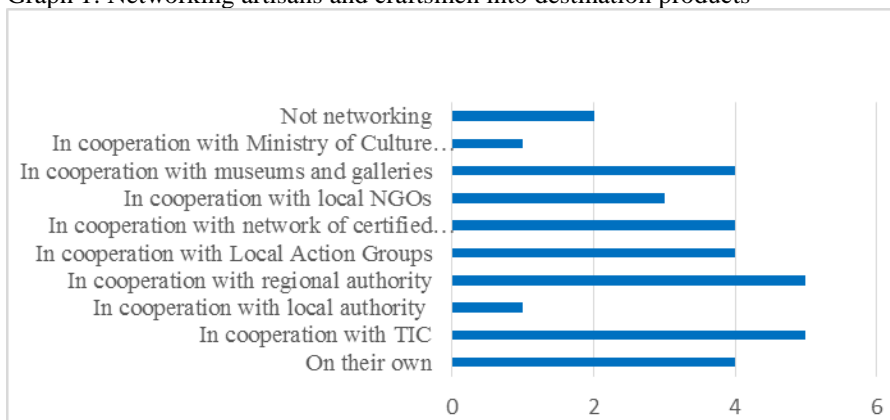
The destination management organisations in Slovakia also participated in the survey of networking with craftsmen and artisans, to develop creative tourism products in their destinations. On the one hand, the awareness of destination managers about creative tourism concept was naturally much higher than in the case of artisans and 85% of them encountered it, on the other hand, they became acquainted with it relatively recently (45% of respondents for the first time in 2018). Results revealed that 77% of managers were not even acquainted with the tasks defined by "Action Plan for the Implementation of the Strategy for the Development of the Creative Industry in the Slovak Republic", which were

dedicated to mapping and networking of creative artists and artisans in destinations during the planning period 2016-2020. Nevertheless, 62% of respondents mapped the potential of local creatives (local folk and art craftsmen, painters, sculptors, photographers, filmmakers, designers, etc.) for their involvement in regional tourism products. From the point of view of DMOs, on the base of their up to date experiences, the biggest barrier to the development of creative tourism at the regional level is considered:

- Insufficient institutional support from central state bodies (Ministry of Culture SR, Ministry of Transport and Construction SR) (77% of respondents),
- And the absence of awareness of the residents and local communities (demand side) about the destination creative supply (69%)

To make a complete picture of the current state of cooperation of craftsmen with DMOs, the networking activities of DMOs have also been examined (Graph 1). According to findings, DMOs combine various ways how to connect and include craftsmen into destination product offerings.

Graph 1: Networking artisans and craftsmen into destination products

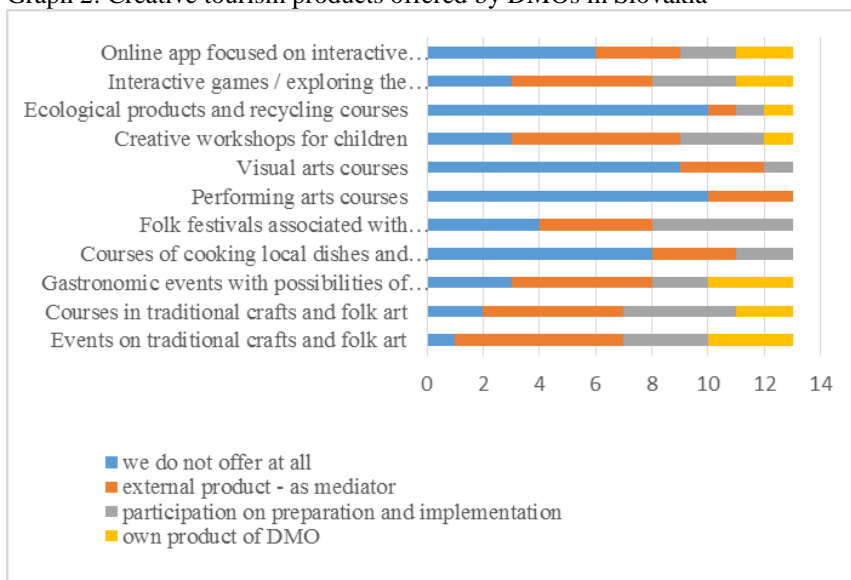


Source: Own elaboration 2020

The most popular is networking with artists via TICs and regional authorities (both preferred by 38 % of respondents), as they have available own databases of craftsmen and artisans in the appropriate region. Important partners for networking are also museums and local action groups – networks of local public and private stakeholders in rural areas (31 %). One-third of respondents build networks on their own and only 15 % is not networking at all, which is a good result in relation to no promotion of capacity building and networking tasks among tourism DMOs.

Looking at the various creative products of the destinations (Graph 2), we found that DMOs most often offer creative products as an intermediary, i.e. that they perform as a distribution channel for the creative products of other organizers. For example, only two DMOs, offer courses in traditional crafts and artistic production, which are the most typical products of creative tourism. Other creative courses of visual or performing arts are not in the offerings at all. This points to the fact that creative tourism is not developed in most Slovak destinations and in terms of the Butler’s TALC model (Palenčíková, 2015) we can say that the tourism destinations with their products of creative tourism are in the 1st phase of exploration on the market. It can be supposed that DMOs who already started to network with local creative people will soon approach phase 2 - involvement when they start networking and building capacity for the future growth of the destination through a creative offer.

Graph 2: Creative tourism products offered by DMOs in Slovakia



Source: Own elaboration, 2020

If we take the model of the "creative ecosystem" by Pinelli into account (Figure 1), DMOs see the lack of creative space as the biggest obstacle in the creative tourism development in their destination. They mainly register in their destinations the absence of creative districts, absence of appropriate infrastructure for creative people:

- Residents as well as visitors. Governance and connectivity (in the sense of networking) are problematic, too. Other concerns of destination managers relate to tourism itself and destination management, for example:
 - How to get packages of creative experiences to the final consumer – question of distribution and sale of tourism destination products,
 - Low awareness of domestic residents about the creative tourism concept on both sides of the market (supply, demand),
 - A fear, whether there will be critical demand for creative destination products and programmes,
 - Lack of destination product managers cause gaps in networking with local tourism stakeholders, incl. craftspeople, artisans, and creatives,
 - Legislative barriers restricting the activities of local craftsmen, artists, etc., and the complexity of formal relationships (contracts, rewards, royalties) in establishing cooperation
 - Missing national tourism strategy for next decade 2021-2030 (the process was interrupted by the 1st wave of COVID-19 pandemics),
 - Short stays (approximately between 2-3 nights) of tourists without enough time for creative activities in destinations.

In general, they feel a lack of cooperation and awareness of various stakeholders about the importance of networking in the creation of tourism products in tourism destinations.

Thanks to the rich and well preserved traditional culture, crafts and thanks to the increased interest of domestic and foreign visitors in participatory, co-creative experiences in cooperation with local creative people, managers are aware of the future importance of creative tourism development and its socio-economic benefits, and therefore recommend the following measures aimed at supporting creative tourism development in Slovakia:

1. Building awareness of all relevant tourism stakeholders about creative tourism concept by organizing thematic conferences and workshops promote domestic as well as foreign examples of good practice.
2. State promotion of key creative tourism destinations and products on the domestic and international level by the restored national tourist board.
3. Purpose subsidies for creative people to support them to provide creative programmes to visitors (possibility of support from the subsidy according to Act No. 91/2010 on Support of Tourism Development)
4. Simplification of business conditions for entrepreneurship of creative producers and artists (SME).
5. Introduction of national Tourism Strategy for Creative Tourism Development.

According to the findings of both surveys is clear a general need to establish institutional support for building awareness of tourism stakeholders about the

positive impacts of creative tourism development for local communities in tourism destinations. Without enabling environment and supporting policies for development and marketing wouldn't be possible to offer creative experiences (Duxbury & Richards, 2019). The following situation SWOT analysis (Table 2) summarizes the current state of creative tourism development in Slovakia.

Table 2: Situation SWOT analysis of creative tourism in Slovakia

Strengths	Weaks
<ul style="list-style-type: none"> • There is interest in the development of creative tourism on the supply and demand side • The richness of the offer of creative artists and craftsmen • Existing network of umbrella organizations aimed at protection, enhancement, and education on craft and artistic production • Skilled creative people with enthusiasm to share skills with others 	<ul style="list-style-type: none"> • Weak awareness of the general as well as the professional public about creative tourism concept • Lack or absence of creative infrastructure and creative districts (centres) for creative people • Unavailable information about the creative supply in tourist destinations in Slovakia • Lack of awareness of central state institutions about the possibilities and advantages of networking between tourism stakeholders and actors in cultural and creative industries • Ignorance of foreign languages by many creative people
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Networking between the tourism stakeholders and creative people on a "bottom-up" basis, • Educational and awareness-raising activities on the benefits of connecting CR and CCP • State programme/strategy to support creative tourism, including an international advertising campaign • Mobilization programmes/activities for building regional creative centres 	<ul style="list-style-type: none"> • The COVID-19 pandemic and its negative effects on the tourism, cultural and creative industries • Persistent lack of interest of the state in culture and tourism • Fierce competition from neighboring states in the post-pandemic period • Absence of creative tourism in the national strategy of sustainable tourism • No public investment in creative infrastructure in cities and regions

Source: Own elaboration, 2020

Conclusion

Artistic and traditional folk crafts form an important part of the country's identity and represent a significant added value for local and regional development. To strengthen this feature of crafts in regional tourism development, it is important to support tourism destination development in the following areas:

- The creation of complex tourist products, which also include the offerings of traditional crafts (craft centres, demonstration of traditional production methods, and teaching of crafts);
- Local and regional development strategies that use traditional folk crafts and skills as the potential for economic development;
- Personal development of domestic craftsmen - international mobility of young artisans who will naturally learn foreign languages and bring foreign experience in doing business in this area, also from cooperation with tourism industry;
- Infrastructure, association, and networking craftsmen with tourism stakeholders – provide preferential rents for craftsmen, support for the activities of craft centres and guilds.

Following the above proposals for solutions from the strategy, the results of our research provide a basic point from which it is possible to derive future trajectories of research in the field of creative tourism development in Slovakia as well as practical measures and activities for a more effective connection of craftsmen with tourism and the development of creative tourism destinations.

Acknowledgment

The conference paper was elaborated as a part of the project VEGA No. 1/0169/18 Creative tourism as a new tourism product in Slovakia, funded by the Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research and Sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences.

References

- BINKHORST, E. – Den DEKKER, T. 2009. Agenda for co-creation tourism experience research. In *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 2009. ISSN 1936-863, vol. 18, no. 2-3, pp. 311-327. <https://doi.org/10.1080/19368620802594193>
- BODEN, M. A. 2004. *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. 2nd Edition. London: Routledge, 2004. 360 p. ISBN 0-415-31452-6.
- DELISLE, M. 2019. Montréal: a creative tourism destination? In Duxbury, N., Richards, G. (eds). *A Research Agenda for Creative Tourism*. Cheltenham:

- Edward Elgar Publishing. ISBN978-1-78811-071-6, pp. 97-109.
- DUXBURY, N. – RICHARDS, G. (eds.) 2019. *A Research Agenda for Creative Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019. 199 p. ISBN978-1-78811-071-6.
- EMMENDOERFER, M. L. 2019. Creative tourist regions as a basis for public policy. In Duxbury, N., Richards, G. (eds). *A Research Agenda for Creative Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. ISBN978-1-78811-071-6, pp. 151-163.
- ILINCIC, M. 2014 Benefits of Creative Tourism: The Tourist Perspective. In Richards, G., Russo, A. P. (eds): *Alternative and Creative Tourism*. ATLAS: Arnhem, 2014. pp. 99-113.
- INDRIARTININGTIAS et al. 2019. Creativity of small firms in creative industry: Initial evidence from Indonesia. In *International Journal of Engineering Business Management*. ISSN 1847-9790, 2019, vol. 11, no. 1, pp. 1-13. DOI: <https://doi.org/10.1177/1847979019849135>.
- INFOSTAT. 2019. *Zhrnutie výsledkov satelitného účtu kultúry a kreatívneho priemyslu SR (2012-2017)* [online]. 23 s. [cit. 2020-10-10]. Available at: <https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2020/10/Zhrnutie_vysledkov_SU_KKP_SR_2012-2017_web.pdf>
- INTELI. 2011. *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. Report produced under the project Creative Clusters in Low Density Urban Areas, supported by the URBACT II Programme of the EC. [online]. Lisboa: INTELI, 2011. 124 p. [cit. 2020-10-10]. Available at: <https://urbact.eu/sites/default/files/import/Projects/Creative_Clusters/documents_media/URBACTCreativeClusters_TAP_INTELI_Final_01.pdf>
- IROP. 2014. *Integrovaný regionálny operačný program 2014-2020*. [online]. 2014. Bratislava: MPAV SR, 285 p. [cit. 2009.09.10.]. Available at: <<https://www.mpsr.sk/index.php?navID=1036&navID2=1036&sID=67&id=9006>>
- LANDRY, CH. 2010. Experiencing imagination: Travel as a creative trigger. In Wurzbürger, R. et al. (eds). *Creative Tourism: A Global Conversation*. Sante Fe: SunstonePress, 2010. pp. 33-42. ISBN 978-0-86534-724-3.
- LONG, P. 2017. The parallel worlds of tourism destination management and the creative industries: exchanging knowledge, theory and practice. In *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. ISSN 1940-7971, 2017, vol. 9, no. 3, pp. 331-340.
- MATETSKAYA, M. et al. 2019. The development of creative tourism in rural areas of Russia: issues of entrepreneurial ability, cooperation and social inclusion. In Duxbury, N., Richards, G. (eds). *A Research Agenda for Creative*

- Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. ISBN978-1-78811-071-6, pp. 137-150
- MDaV SR. 2017. *Model komplexnej podpory cestovného ruchu v najmenej rozvinutých okresoch vrátane technickej podpory sociálnoekonomickým partnerom v najmenej rozvinutých okresoch*. [online]. Bratislava: MDaV SR, 2017. 79 p. [cit. 2020-09-10]. Available at: <<https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/podpora-destinacneho-manazmentu/publikacie/komplexny-model-podpory-cr-pre-nro>>
- OECD. 2014. *Tourism and the Creative Economy*. OECD Studies on Tourism, Paris: OECD Publishing, 2014. 176 p. ISBN 978-92-64-20786-8.
- PALENČIKOVÁ, Z. 2015. *Produkty cestovného ruchu*. Nitra: Fakulta stredo európskych štúdií UKF, 2015. 102 s. ISBN 978-80-558-0963-2.
- PAVLOVICH, K. 2003. The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. In *Tourism Management*. ISSN 0261-5177, 2003, vol. 24, no. 2, pp. 203-216. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00056-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00056-0).
- PINE, B. J. – GILMORE, J. H. 2019. *Experience Economy. Competing for Customer Time, Attention, and Money*. Brighton: Harvard Business Review Press, 2019. 400 p. ISBN 978-1-63369-797-3.
- RICHARDS, 2011. Creativity and tourism: The State of the Art. In *Annals of Tourism Research*. vol. 38, no. 4, pp. 1225-1253.
- RICHARDS, G. 2020. Designing creative places: The role of creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. vol. 85, article number 102922.
- TAN, S. K. – KUNG, S. F. – LUH, D. B. 2013. A model of 'creative experience' in creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. vol. 41, pp. 153-174.
- VIRGINIJA, J. 2016. Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries. In Butowski, L. (ed.). *Tourism - From Empirical Research Towards Practical Application*. London: Intechopen, 2016. pp. 137-157. DOI: 10.5772/62661.

PhDr. Zuzana Palenčíková, PhD.

Department of Tourism

Faculty of Central European Studies

Constantine the Philosopher University in Nitra

Dražovská cesta 4, 949 74 Nitra, Slovak Republic

E-mail: zpalencikova@ukf.sk

CESTOVNÉ KANCELÁRIE NA ÚZEMÍ SLOVENSKA – CHARAKTERISTIKA PODNIKOV, ICH LOKALIZÁCIE, PRODUKTU A VÝKONOV

Kristína Pompurová

Abstract

Tour operators are important intermediaries in the tourism market. As statistics on this sector are not available, the aim of the paper is to characterize the businesses of tour operators in Slovakia, their location, product and revenues. The paper evaluates information from the websites of more than two hundred active tour operators, the database of economic results of Slovak companies FinStat and communication with representatives of selected companies. The results suggest that tour operators in Slovakia can be described as mostly micro outgoing enterprises naturally concentrated in regions with a higher purchasing power of the population in western Slovakia. The product of most companies is not specialized, which is associated with the risk of interchangeability with competitors. Most tour operators in the market have low revenues from packages of travel services, indicating that they also operate as travel agencies. Their future is also questionable given the corona-crisis threatening tourism industry.

Keywords: tour operator, localization, product, revenue

Úvod

Do začiatku roku 2020, kedy dôsledky opatrení spojených s pandemiou Covid 19 paralyzovali cestovný ruch, predstavovali aktivity cestovných kancelárií jedno z najväčších a najrýchlejšie rastúcich segmentov cestovného ruchu (Dhiman, Kumar, 2019). Aj keď sú cestovné kancelárie kľúčovými aktérmi pri zabezpečovaní dopytu po cestovnom ruchu a rozvoji cieľových miest, výskum sa na ne zameriava len zriedka (Holland, Leslie, 2019). Na rozdiel od ubytovacích zariadení, ktoré sú často predmetom rôznych analýz, teoretické východiská skúmania cestovných kancelárií nie sú zďaleka porovnateľné s ich ekonomickým a sociálnym významom. Dôvodom sú nepochybné chýbajúce, resp. ťažko dostupné údaje o počte aktívnych cestovných kancelárií na jednotlivých trhoch. Naším zámerom je preto vyplniť túto medzeru a na príklade Slovenska charakterizovať odvetvie cestovných kancelárií.

Teoreticko-metodické východiská

Cestovné kancelárie sú podnikmi cestovného ruchu, ktoré vytvárajú vzťahy medzi heterogénnymi poskytovateľmi služieb (ponukou) a návštevníkmi v cestovnom ruchu (dopytom), čím uspokojujú ich potreby, a to najmä v organizovanom cestovnom ruchu. Potreba ich činnosti je podmienená nielen heterogénnosťou služieb cestovného ruchu, ale hlavne časovým a priestorovým oddelením ponuky a dopytu. Dopyt po cestovnom ruchu vzniká najmä v mieste trvalého bydliska, ktoré je vzdialené od ponuky, ponuka sa viaže na cieľové miesto (Orieška, 2011).

Cestovné kancelárie majú kľúčovú úlohu veľkoobchodníkov – kompletizujú jednotlivé služby cestovného ruchu do komplexnejších balíkov a ponúkajú ich svojim klientom (Holland, Leslie, 2019). V záujme riadenia ponuky v závislosti od kúpyschopného dopytu skúmajú trh, nadväzujú kontakty, starajú sa o neustále skvalitňovanie ponúkaných služieb a na základe spätnej väzby modifikujú svoj produkt. Zohrávajú dôležitú a často rozhodujúcu úlohu v rozvoji a propagácii cestovného ruchu na danom trhu tým, že vyhľadávajú a kombinujú atraktívnu ponuku cestovného ruchu, sprostredkujú cenovo diferencované služby, vytvárajú komplexný produkt, poskytujú o ňom autentické a dôveryhodné informácie, prezentujú ho potenciálnym návštevníkom, a tak sa stávajú tvorcami imidžu cieľových miest cestovného ruchu. Poskytovaním relevantných informácií konečným spotrebiteľom šetria čas, zabezpečovaním rôznorodých služieb uspokojujú ich potreby súvisiace s cestovaním a vytvárajú optimálne podmienky pre využívanie voľného času (Pompurová, 2011). To podľa dvojice Holland, Leslie (2019) sčasti vysvetľuje, prečo napriek značnému vývoju trhu sú zájazdy stále kľúčovým komponentom sektora cestovného ruchu.

Cestovné kancelárie ako podniky cestovného ruchu je možné členiť z viacerých hľadísk. Podľa predmetu činnosti cestovných kancelárií a postavenia v distribučnom systéme rozlišujeme organizátorov zájazdov (cestovné kancelárie v užšom zmysle; v zahraničnej literatúre sa používajú aj pojmy veľkoobchodné cestovné kancelárie, touroperátori) a sprostredkovateľov – predajcov zájazdov (cestovné agentúry, resp. maloobchodné cestovné kancelárie). Organizátori zájazdov kontrahujú služby cestovného ruchu od jednotlivých dodávateľov, vzájomne ich kombinujú a vytvárajú balíky služieb za súhrnnú (realizačnú) cenu. Svoju ponuku pritom publikujú v katalógoch alebo na internete a predávajú vo vlastnej predajnej sieti (sieti detailistov), prípadne prostredníctvom vybraných sprostredkovateľov (sieti retailerov). Sprostredkovatelia okrem predaja produktov organizátorov zájazdov (za províziu) sprostredkujú aj jednotlivé služby (napr. dopravné, ubytovacie, predaj vstupeniek na podujatia ap.), prípadne spracúvajú balíky služieb na individuálnu objednávku alebo objednávku inštitucionálneho

zákazníka. Balík služieb však môžu predávať iba prostredníctvom a pod menom organizátora zájazdu (Orieška, 2011).

Podľa rozsahu a charakteru poskytovaných služieb rozoznávame základné (všeobecné, generálne) cestovné kancelárie a špecializované cestovné kancelárie. Kým základné cestovné kancelárie ponúkajú rôznorodé služby pre heterogénnych zákazníkov, špecializované cestovné kancelárie sa orientujú najmä na určitý osobitý segment trhu, ktorému prispôbujú svoje služby. Cestovné kancelárie sa môžu tiež špecializovať na určité teritórium, druh dopravy či obsahovú náplň zájazdu. V praxi sa pritom uvedené členenia môžu prelínať. Špecializácia umožňuje lepšie poznanie trhu, dodávateľov aj odberateľov služieb (Pompurová, 2011).

Podľa druhu cestovného ruchu, na ktorý sa cestovné kancelárie zameriavajú, možno hovoriť o vysielajúcich (outgoingových) cestovných kanceláriách, ktoré sa angažujú v odchodovom cestovnom ruchu, prijímajúcich (incomingových) cestovných kanceláriách, ktoré ponúkajú služby návštevníkom v príchodovom cestovnom ruchu a o cestovných kanceláriách, ktoré sú aktívne v domácom cestovnom ruchu (Gúčík a kol., 2006). Vysielajúce cestovné kancelárie a cestovné kancelárie zamerané na domáci cestovný ruch pôsobia v mieste bydliska svojich zákazníkov, prijímajúce cestovné kancelárie v cieľových miestach cestovného ruchu. Vysielajúce a prijímajúce cestovné kancelárie pritom často medzi sebou úzko kooperujú. Vysielajúca cestovná kancelária vyhladá zákazníkov, predá im zájazd, prijímajúca cestovná kancelária zabezpečí dohodnuté služby v cieľovom mieste – napríklad transfer z letiska, služby delegáta, fakultatívne výlety a pod.

V súčasnej vedeckej literatúre sa cestovným kanceláriám venuje pozornosť najmä z aspektu ich vplyvu na ubytovacie zariadenia, t.j. producentov rozhodujúcej služby zájazdu (napr. Fodranová, 2019; Romero et al., 2020), legislatívnej úpravy (Ducháčková, 2016; Kropaj, 2018; Jurčová, 2020), postavenia v distribučnom systéme (Gupta et al., 2019; Vieira, Panyik, 2019), hodnotenia kvality poskytovaných služieb (Meng et al., 2013), analýzy ponuky výklenkových produktov (Pompurová, Marčeková, 2017; Kalábová, 2018), využívaných nástrojov marketingu (napr. Alegre, Sard, 2017; Long, Shi, 2017; Picazo, Moreno-Gil, 2018; Choudhary, Sharma, 2019; Malik, Sharma, 2019), vplyvu na imidž vybraných cieľových miest (napr. Grosspietsch, 2006; da Silva et al., 2018) či trvalo udržateľný rozvoj územia (napr. Borrelli, Bernardi, 2019; Vivek, 2019). V renomovanej literatúre akcentuje predovšetkým téma analýzy trhu cestovných kancelárií. Kým niektorí autori (Marin-Pantelescu, Maniu, 2014; Derco, 2018) vychádzajú zo všeobecne dostupných štatistík o výkonoch cestovných kancelárií (napr. príjmy, počet klientov, priemerná dĺžka ich pobytu, preferované cieľové krajiny ap.), ktoré ďalej podrobnejšie nehodnotia, iní (Pachingerová, 2001; Assaf et al., 2011; Hedija, 2017, 2019; Hedija, Kuncová, 2018; Onuferová, Čabinová, 2018;

Šolcová, Petrikovič, 2019) sa venujú viac či menej hlbšej analýze finančných indikátorov, resp. výkonnosti cestovných kancelárií na konkrétnych trhoch.

Cieľ, materiál a metodika skúmania

Cieľom je charakterizovať podniky cestovných kancelárií na Slovensku, ich lokalizáciu, produkt a výkony.

Na základe zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch (...) Slovenská obchodná inšpekcia ako orgán dohľadu tohto zákona vedie a zverejňuje na svojom webovom sídle aktuálny zoznam cestovných kancelárií, ktoré uzatvárajú zmluvy o zájazde a sprostredkovávajú spojené služby cestovného ruchu. K 31. 12. 2019 bolo pritom v zozname evidovaných 259 cestovných kancelárií, z toho 10,4 % (27) takých, ktoré v danom roku plánovali, resp. boli nútené (udelený zákaz) vykonávať len sprostredkovateľskú činnosť, resp. funkciu cestovných agentúr. Z ďalšieho skúmania sme ich preto vylúčili a zamerali sa na zvyšných 232 subjektov, ktoré je možné označiť za aktívnych touroperátorov.

K informáciám dostupným na stránke Slovenskej obchodnej inšpekcie (o obchodnom názve spoločnosti, jej sídle a sume zabezpečujúcej ochranu pre prípad úpadku) sme obsahovou analýzou relevantných webových stránok (databázy hospodárskych výsledkov slovenských firiem FinStat, webových stránok jednotlivých cestovných kancelárií) a elektronickou komunikáciou so zástupcami vybraných cestovných kancelárií doplnili ďalšie údaje charakterizujúce cestovné kancelárie ako podniky cestovného ruchu (právna forma, počet prevádzok, počet zamestnancov), ich lokalizáciu a produkt (dominantný druh cestovného ruchu, špecializácia produktu, počet cieľových krajín v ponuke). Na rozdiel od predchádzajúcich nešpecifických analýz sme sa zamerali aj na informácie typické pre cestovné kancelárie (ponúkaný produkt). Zber údajov sme realizovali v mesiacoch január až máj 2020. Z údajov o sume zabezpečujúcej ochranu pre prípad úpadku sme odvodili sumu plánovaných tržieb cestovnej kancelárie z predaja zájazdov a sprostredkovania spojených služieb cestovného ruchu pre rok 2019 (plánované tržby=suma zabezpečujúca ochranu pre prípad úpadku/0,30). Z účtovných závierok sme informácie o tržbách nečerpali z dôvodu, že (1) nie všetky cestovné kancelárie sú vzhľadom na ich právnu formu povinné ich zverejňovať, t.j. nešlo by o kompletne informácie (dostupné databázy obsahujú údaje z účtovných závierok prevažne len právnických osôb) a (2) dané informácie sa aj v dôsledku pandemickej situácie a odkladu podávania daňových priznaní zverejňujú so značným časovým oneskorením.

Zistené dáta sme spracovali v tabuľkovom procesore Excel, prekódovali a importovali do štatistického softvéru SPSS, prostredníctvom ktorého sme ich na hladine významnosti 0,05 vyhodnotili.

Výsledky skúmania

K 31. 12. 2019 bolo v zozname vedenom Slovenskou obchodnou inšpekciou zaznamenaných 232 subjektov, ktoré mali podľa zákona č. 170/2018 Z. z. na rok 2019 uzavretú zmluvu zabezpečujúcu ochranu pre prípad úpadku. Tieto podniky môžeme teda označiť za aktívne cestovné kancelárie, ktoré reálne organizujú zájazdy. Keďže Slovenská obchodná inšpekcia aktualizuje informácie v zozname cestovných kancelárií priebežne, ide o údaj platný k danému dátumu zverejnenia. Informácie v zozname sa dopĺňajú na základe každej zmeny získanej z úradnej moci alebo na základe oznámenia od Ministerstva vnútra SR, poskytovateľa ochrany pre prípad úpadku a cestovnej kancelárie. Cestovné kancelárie sú pritom povinné ohlasovať zmeny evidovaných údajov a doručovať aktuálnu a platnú zmluvu zabezpečujúcu ochranu pre prípad úpadku. Ako však preukázali kontroly Slovenskej obchodnej inšpekcie realizované v lete 2019, množstvo cestovných kancelárií si túto oznamovaciu povinnosť neplní.

Väčšina (79,7 %) cestovných kancelárií na slovenskom trhu podniká ako spoločnosť s ručením obmedzeným, menšia časť je prevádzkovaná ako živnostenský podnik, akciová spoločnosť či organizačná zložka podniku (tab. 1).

Viac ako tri štvrtiny (81,5 %) slovenských cestovných kancelárií si vystačí s jednou kamennou pobočkou, pričom 7,3 % nemá žiadnu. Svedčí to o rastúcej dôvere klientov k on-line predaju zájazdov napriek ich osobitostiam v porovnaní s bežným spotrebným produktom, ale aj o značnom využívaní provízieho predaja. Viac ako 10 prevádzkárni má len zanedbateľné percento cestovných kancelárií.

Z hľadiska počtu zamestnancov možno cestovné kancelárie na Slovensku označiť za mikro- až malé podniky. Podľa satelitného účtu cestovného ruchu Slovenskej republiky zamestnávajú spolu s cestovnými agentúrami približne len 2 % z celkového počtu zamestnancov v charakteristických odvetviach cestovného ruchu. Viac ako polovica cestovných kancelárií zamestnáva najviac jedného zamestnanca. Bez mála 86 % cestovných kancelárií má menej ako desiatich zamestnancov, vyše 95 % zamestnáva menej ako 25 jednotlivcov a viac ako 97 % má do 50 zamestnancov. Ich výhodou je vysoká flexibilita, rýchlejšia schopnosť prispôbiť sa zmenám v dopyte po produktoch cestovného ruchu, operatívnosť v riešení problémov a vyššia produktivita práce. K ich nevýhodám naopak patrí najmä nižšia úroveň riadenia podniku, nižšia efektívnosť využívania moderných informačných technológií, zložitejší vstup podniku na trh cestovného ruchu, ako aj komplikovaný prístup ku kapitálu.

Subjekt, ktorý má podľa portálu FinStat od 250 do 499 zamestnancov je vydavateľstvom, ktorého zamestnanci zabezpečujúci prípravu, ponuku a predaj zájazdov, resp. spojených služieb cestovného ruchu, tvoria minoritnú časť. Ich presný počet sa nám napriek viacerým pokusom o kontaktovanie vedenia

spoločnosti nepodarilo zistiť. Podnikmi, ktoré zamestnávajú od 100 do 149 zamestnancov, je najstaršia cestovná kancelária na území Slovenska a najväčší online predajca leteniek, ktorý v posledných rokoch ponúka na predaj aj zájazdy.

Tab. 1: Cestovné kancelárie ako podniky cestovného ruchu

Table 1: Tour operators as the tourism enterprise

Cestovné kancelárie podľa právnej formy			
Právna forma	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
živnostenský podnik	37	16,0	16,0
s.r.o.	185	79,7	95,7
a.s.	8	3,4	99,1
organizačná zložka podniku	2	0,9	100,0
Cestovné kancelárie podľa počtu pobočiek			
Počet pobočiek	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
0	17	7,3	7,3
1	189	81,5	88,8
2	8	3,4	92,2
3	6	2,6	94,8
4	1	,4	95,3
7	2	,9	96,1
10	1	,4	96,6
11	3	1,3	97,8
13	3	1,3	99,1
15	1	0,4	99,6
44	1	0,4	100,0
Cestovné kancelárie podľa počtu zamestnancov			
Počet zamestnancov	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
0-1	118	50,9	50,9
2	25	10,8	61,6
3-4	27	11,6	73,3
5-9	29	12,5	85,8
10-24	22	9,5	95,3
25-49	5	2,2	97,4
50-99	3	1,3	98,7
100-149	2	0,9	99,6
250-499	1	0,4	100,0
Spolu	232	100,0	-

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe webových stránok cestovných kancelárií zo Zoznamu cestovných kancelárií, www.soi.sk, údajov z portálu FinStat. Databázy firiem, www.finstat.sk a elektronickej komunikácie zo zástupcami vybraných cestovných kancelárií, 2020.

Cestovné kancelárie pôsobiace na slovenskom trhu sa prirodzene sústreďia v regiónoch s vyššou kúpyschopnosťou obyvateľov (západné Slovensko). Priepasné rozdiely v rozmiestení sídel cestovných kancelárií sú však nielen medzi východom a západom, ale aj v rámci západoslovenského regiónu. Kým v Bratislavskom kraji je lokalizovaných až 40,1 % všetkých cestovných kancelárií a na 1000 km² územia ich pripadá až 45, v Trenčianskom kraji sídli len 4,7 % daných podnikateľských subjektov (2 na 1000 km²) (tab. 2).

Tab. 2: Lokalizácia sídla cestovných kancelárií
Table 2: Localization of the seat of tour operators

Cestovné kancelárie podľa krajov, v ktorých majú lokalizované sídlo			
Kraj	Počet CK	Podiel v %	Časť Slovenska
Bratislavský	93	40,1	západné Slovensko (150 subjektov, 64,6 %)
Trenčiansky	11	4,7	
Trnavský	27	11,6	
Nitriansky	19	8,2	
Banskobystrický	20	8,6	stredné Slovensko (45 subjektov, 19,4 %)
Žilinský	25	10,8	
Košický	22	9,5	východné Slovensko (37 subjektov, 16,0%)
Prešovský	15	6,5	
Cestovné kancelárie podľa sídla lokalizovaného v krajskom meste			
Sídlo v krajskom meste	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
áno	149	64,2	67,2
nie	83	35,8	100,0
Cestovné kancelárie podľa veľkosti obce, v ktorej sídli			
Veľkosť obce	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
0-199	0	0,0	0,0
200-499	1	0,4	0,4
500-999	5	2,2	2,6
1 000-1 999	6	2,6	5,2
2 000-4 999	5	2,2	7,3
5 000-9 999	9	3,9	11,2
10 000-19 999	10	4,3	15,5
20 000-49 999	39	16,8	32,3
50 000-99 999	50	21,6	53,9
100 000 a viac	107	46,1	100,0
Spolu	232	100,0	-

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe Zoznamu cestovných kancelárií, www.soi.sk a webových stránok obcí, v ktorých majú cestovné kancelárie sídlo, 2020.

V obciach s počtom obyvateľov do 20 tisíc sídli iba 15,5 % cestovných kancelárií. Najväčší počet analyzovaných subjektov sa nachádza v mestách s najmenej 100 tisíc obyvateľmi. Majorita (67,2 %) má pritom sídlo v krajskom meste. Kým v hlavnom meste pripadá na 100 000 obyvateľov 21 cestovných kancelárií, v Košiciach, ktoré sú metropolou východu, len osem.

Ako uvádza Holloway (2009), cestovné kancelárie majú špecializované úlohy. Až 88,4 % cestovných kancelárií na Slovensku sú z hľadiska druhu cestovného ruchu, na ktorý sa prevažne zameriavajú outgoingové, domácemu cestovnému ruchu sa ako svojej hlavnej činnosti venuje 8,2 % subjektov a len 3,4 % organizácií sa primárne orientuje na príchodový cestovný ruch, teda ich možno označiť za incomingové cestovné kancelárie (tab. 3).

Tab. 3: Produkt cestovných kancelárií

Table 3: Product of tour operators

Klasifikácia cestovných kancelárií podľa druhu cestovného ruchu, na ktorý sa zameriavajú		
Druh cestovného ruchu	Počet CK	Podiel v %
Domáce cestovné kancelárie	19	8,2
Incomingové cestovné kancelárie	8	3,4
Outgoingové cestovné kancelárie	205	88,4
Klasifikácia cestovných kancelárií podľa rozsahu a charakteru poskytovaných služieb		
Špecializácia produktu	Počet CK	Podiel v %
všeobecné cestovné kancelárie	129	55,6
špecializované cestovné kancelárie	103	44,4
Cestovné kancelárie podľa počtu cieľových krajín v produktovom portfóliu		
Počet cieľových krajín	Počet CK	Podiel v %
1	39	16,8
2-3	15	6,5
4 a viac	178	76,7
Spolu	232	100,0

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe webových stránok cestovných kancelárií zo Zoznamu cestovných kancelárií, www soi.sk, 2020.

Analýzou webových stránok cestovných kancelárií sme dospeli k záveru, že väčšinu (55,6 %) subjektov je možné označiť za tzv. všeobecné a len 44,4 % za špecializované cestovné kancelárie. Tie sa často pritom prezentujú ako experti na vybrané cieľové miesto, či už kontinent, skupinu viac či menej príbuzných krajín, konkrétnu cieľovú krajinu či menší geografický celok. Pozornosť špecializované cestovné kancelárie venujú aj osobitým druhom cestovného ruchu (napr. obchodný cestovný ruch, náboženský cestovný ruch, kúpeľný cestovný ruch, športový

cestovný ruch). Niektoré subjekty sa snažia využiť identifikovanú dieru na trhu a obsahovú náplň zájazdu zameriavajú na rozlúčky so slobodou, návštevu podujatí, vínne cesty, ajurvédu, zájazdy spojené s cestovaním vlakom či zájazdy všeobecne zacielené na udržateľný cestovný ruch. Časť špecializovaných cestovných kancelárií prispôsobuje svoju ponuku vybranej cieľovej skupine, pričom dominantné postavenie tu majú subjekty s ponukou pre deti v školskom prostredí (školské výlety, školy v prírode, plavecké kurzy, lyžiarske kurzy, detské letné tábory). Keďže pre všeobecné cestovné kancelárie sú symptomatické pobytové zájazdy, za špecializované podniky je možné označiť aj také cestovné kancelárie, ktoré svoju ponuku zameriavajú na poznávacie zájazdy (so zameraním na európske metropoly, exotické poznávanie, poznávanie v malých skupinách, ale aj poznávanie divjej zveri a rastlín).

Cestovné kancelárie evidované v registri Slovenskej obchodnej inšpekcie plánovali na rok 2019 tržby z predaja zájazdov a spojených služieb cestovného ruchu v sume 344,4 mil. eur. Kým v priemere pripadá na jednu cestovnú kanceláriu 1,3 mil. eur, mediánová hodnota daných tržieb je len na úrovni 103 373 eur. Najmenej polovicu z daných subjektov teda môžeme označiť len za príležitostných touroperátorov (tab. 4).

Tab. 4: Cestovné kancelárie podľa plánovaných tržieb v roku 2019

Table 4: Tour operators according to planned revenues in year 2019

Tržby v eurách	Počet CK	Podiel v %	Kumulatívny podiel v %
do 10 000	6	2,6	2,6
do 50 000	52	22,4	25,0
do 100 000	43	18,5	43,5
do 200 000	31	13,4	56,9
do 500 000	44	19,0	75,9
do 1 000 000	18	7,8	83,6
do 2 000 000	11	4,7	88,4
do 5 000 000	12	5,2	93,5
do 10 000 000	8	3,4	97,0
viac ako 10 000 000	7	3,0	100,0
Spolu	232	100,0	-

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe webových stránok cestovných kancelárií zo Zoznamu cestovných kancelárií, www.soi.sk, 2020.

O koncentracii na trhu cestovných kancelárií svedčí skutočnosť, že viac ako tretina (37,3 %) všetkých plánovaných tržieb pripadá na štyri podniky. Ide o všeobecné outgoingové cestovné kancelárie s najmenej jedenástimi kamennými pobočkami a minimálne 25 zamestnancami, ktoré sídlia v Bratislave.

V úplne opačnej pozícii je viac ako polovica cestovných kancelárií zo zoznamu, ktorých plánované tržby nepresahujú 200 tis. eur. Predpokladáme, že ide podniky, ktoré sa živia prevažne províziou činnosťou, pričom časť z nich sa zameriava na predaj zájazdov zahraničných (najmä rakúskych a nemeckých cestovných kancelárií). V zozname vedenom Slovenskou obchodnou inšpekciou však nájdeme aj také podniky, ktorých primárna činnosť je výrazne odlišná od tvorby a predaja zájazdov (napr. vydateľská činnosť, poskytovanie ubytovacích služieb), prípadne aj fyzické osoby, ktoré dosahujú minimálne tržby, t.j. u ktorých možno predpokladať, že súčasne pracujú ako zamestnanci pre iné subjekty, resp. sú na materskej alebo rodičovskej dovolenke.

Testovali sme, či medzi výškou plánovaných tržieb a sledovanými znakmi cestovných kancelárií existuje korelácia. Potvrdili sme ju v prípade veľkosti mesta, v ktorom je lokalizované sídlo cestovnej kancelárie (p-hodnota=0,000, rs=0,232), počtu zamestnancov (p-hodnota=0,000, rs=0,446) a počtu pobočiek (p-hodnota=0,000, rs=0,314). Kým hodnoty Spearmanovho koeficienta naznačujú, že medzi plánovanými tržbami a veľkosťou sídla cestovnej kancelárie existuje len veľmi nízka pozitívna závislosť, medzi plánovanými tržbami a počtom pobočiek, resp. počtom zamestnancov je mierne výraznejšia závislosť, t.j. že plánované tržby s počtom pobočiek a počtom zamestnancov cestovných kancelárií mierne rastú. Trh cestovných kancelárií však v súčasnosti značne ovplyvňuje predaj produktov cez internet.

Záver

Cestovné kancelárie sú dôležitým sprostredkovateľom na trhu cestovného ruchu. Svoju pozíciu ustáli aj napriek technologickému pokroku a zmenám v dopyte, ktoré sa prejavili masívnym rastom predaja jednotlivých služieb i komplexných produktov cestovného ruchu cez internet. Z krátkodobého i dlhodobého hľadiska však v súčasnosti čelia najturbulentnejšej ére, spôsobenej mimoriadnymi opatreniami súvisiacimi s celosvetovou pandémiou ochorenia Covid 19. To, ako sa s ňou vysporiadajú, koľké cestovné kancelárie ukončia svoje pôsobenie na trhu, či a akým spôsobom preživšie subjekty modifikujú svoj produkt a jeho predaj v prospech väčšej zdravotnej bezpečnosti klientov je dnes veľkou neznámou. Možno však predpokladať, že už niekoľko rokov badateľný pomalý odklon od masového cestovného ruchu sa urýchlil v prospech nových foriem udržateľného cestovného ruchu.

Cieľom príspevku bolo charakterizovať podniky cestovných kancelárií na Slovensku, ich lokalizáciu, produkt a výkony. V snahe zamerať sa výlučne na aktívnych touroperátorov sme do úvahy brali len tie podniky, ktoré mali na základe zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch zabezpečenú ochranu pre prípad úpadku.

Keďže databáza hospodárskych výsledkov slovenských firiem FinStat poskytuje informácie prevažne len o právnických osobách a 16 % slovenských cestovných kancelárií je prevádzkovaných ako fyzická osoba, rozhodli sme sa tržby cestovných kancelárií za predaj zájazdov odvodiť z údajov o sume zabezpečujúcej ochranu pre prípad úpadku cestovných kancelárií. Podľa zákona č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch je totiž cestovná kancelária povinná pri uzatváraní zmluvy zabezpečujúcej ochranu pre prípad úpadku dohodnúť s poskytovateľom ochrany pre prípad úpadku (poistovňou, bankou) sumu zabezpečujúcu ochranu pre prípad úpadku vo výške najmenej 30 % ročných plánovaných tržieb z predaja zájazdov a spojených služieb. Nakoľko neurčitosť definície spojených cestovných služieb odrádza obchodníkov od ich predaja (Jurčová, 2020), v praxi cestovné kancelárie na slovenskom trhu spojené služby nepredávajú. Ergo sumu pre prípad úpadku dohodujú zo sumy plánovaných tržieb z predaja zájazdov. Keďže poisťovne si výsledky hospodárenia a plány cestovnej kancelárie na ďalšiu sezónu niekoľkonásobne dôsledne preverujú a sumu zabezpečujúcu ochranu pre prípad úpadku stanovenú po komplexných analýzách na štvrtročnej báze preveruje aj Slovenská obchodná inšpekcia, považujeme tento údaj za dostatočne dôveryhodný na výpočet plánovaných tržieb z predaja zájazdov. Na druhej strane si uvedomujeme, že daný údaj odzrkadľuje len plán a neočakávané situácie, ako napríklad teroristické útoky v cieľovom mieste, na ktoré sa cestovná kancelária špecializuje, môžu daný plán viac či menej výrazne ovplyvniť. Máme však za to, že informácia o plánovaných tržbách postačuje na vykreslenie slovenského trhu cestovných kancelárií. Nevýhodou daného postupu je nemožnosť sledovať údaj o plánovaných tržbách v dlhšom časovom úseku, keďže zákon o zájazdoch a sním aj povinnosť viesť databázu cestovných kancelárií nadobudol účinnosť len v roku 2019.

Analýzou početných webových stránok a informácií zistených komunikáciou s vybranými podnikmi sme zistili, že takmer 9 z 10 cestovných kancelárií sa primárne orientuje na outgoingový cestovný ruch, čo v súvislosti so súčasnou pandemickou situáciou nie je dobrým riešením. Na trhu pritom mierne prevažujú podniky, ktoré ponúkajú heterogénny produkt v početných destináciách rôznorodým zákazníkom. Riziko svojho podnikania tak môžu relatívne lepšie diverzifikovať, avšak chýba im relatívna konkurenčná výhoda v podobe jasne definovanej špecializácie.

Veľkosť tržieb cestovných kancelárií pôsobiacich na Slovensku zodpovedá relatívne malému trhu a životnej úrovni obyvateľov Slovenska. Napriek tomu, že na Slovensku vo výraznejšej miere nepôsobia nadnárodné cestovné kancelárie, odvetvie cestovných kancelárií môžeme označiť za značne koncentrované. Bude zaujímavé sledovať, ako sa situácia na slovenskom trhu zmení v dôsledku pandemickej situácie, ktorá položila na kolená už viacero cestovných kancelárií.

Literatúra

- ALEGRE, J. – SARD, M. 2017. Price strategies by German and British tour operators in Mallorca. In *Journal of Hospitality and Tourism Management*. ISSN 1447-6770, 2017, vol. 33, no. 1, pp. 93-102.
- ASSAF, A. G. – BARROS, C. P. – DIEKE, P. U. C. 2011. Portuguese tour operators: A fight for survival. In *Journal of Air Transport Management*. ISSN 0969-6997, 2011, vol. 17, pp. 155-157.
- BORRELLI, N.-BERNARDI, M. 2019. Sharing Economy and Sustainability in Tourism: New Challenges for the Tour Operators. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, 30-47.
- DA SILVA, M. A. – COSTA, R. A. – MOREIRA, A. C. 2018. The influence of travel agents and tour operators' perspectives on a tourism destination. The case of Portuguese intermediaries on Brazil's image. In *Journal of Hospitality and Tourism Management*. ISSN 1447-6770, 2018, vol. 34, no. 1, pp. 93-104.
- DERCO, J. 2018. Financial position of the tour operators in the Slovak Republic. In *Turizam: medunarodni znanstveno-strucni časopis*. ISSN 1849-1545, 2018, vol. 66, no. 4, pp. 476-479.
- DHIMAN, M. CH. – KUMAR, R. B. 2019. Building Foundations for Understanding the International Travel Agency and Tour Operation. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, pp. 1-13.
- DUCHÁČKOVÁ, E. 2016. Commercial insurance as a tool of consumer protection in the Czech Republic. In *European Financial and Accounting Journal*. ISSN 1802-2197, 2016, vol. 11, no. 3, pp. 155-168.
- FinStat. Databázy firiem. Dostupné na internete: <<https://finstat.sk/>>
- FODRANOVÁ, I. – PUŠKELOVÁ, M. – MRKVOVÁ, K. – DUDIČ, B. 2019. Inbound tour operators perspectives in a highly competitive environment - case of Slovakia. In *Menadžment u hotelijerstvu i turizmu*. ISSN 2620-0279, 2019, vol. 7, no. 1, pp. 25-36.
- GROSSPIETSCH, M. 2006. Perceived and projected images of Rwanda: visitor and international tour operator perspectives. In *Tourism Management*. ISSN 0261-517, 2006, vol. 27, no. 2, pp. 225-234.
- GÚČIK, M. a kol. 2006. Cestovný ruch, hotelierstvo a pohostinstvo. Výkladový slovník. Bratislava: SPN, 2006. ISBN 80-10-00360-3.
- GUPTA, S. K. – BHATT, V. P. – VAISHNAVA, A. 2019. Online Travel Trade in India: Challenges and Opportunities. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, pp. 116-132.

- HEDIJA, V. – KUNCOVÁ, M. 2018. Hodnocení finálního zdraví českých cestovních kanceláří. In *Scientific Papers of the University of Pardubice – Series D*. ISSN 1804-8048, 2018, roč. 42, s. 53-66.
- HEDIJA, V. 2017. Financial health of travel agencies and tour operators in the Czech Republic: Evidence from bankruptcy models. In *4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2017*. Sofia: STEF92 Technology 4. ISBN 978-619-7408-24-9, pp. 325-330.
- HEDIJA, V. 2019. Are bankruptcy models a good predictor of firm financial distress of travel agents in the Czech Republic? In *Journal of International Scientific Publications – Economy and Business*. ISSN 1314-7242, 2019, vol. 13, no. 1, pp. 87-93.
- HOLLAND, J. – LESLIE, D. 2018. *Tour operators and operations Development, Management & Responsibility*. Oxford: CABI, 2018. ISBN 978-1780648231.
- HOLLOWAY, J. CH. 2009. *The business of tourism*. 8th ed. London: Prentice Hall, 2009. ISBN 978-0273717102.
- CHOUDHARY, F. S. – SHARMA, A. 2019. Content Analysis of Online Visual Merchandising for Indian Online Travel Agents: A Case of Makemytrip and Yatra. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global. ISBN 152258434X, pp. 216-237.
- JURČOVÁ, M. 2020. Prvé slovenské aj európske skúsenosti s novou právnou úpravou zájazdov a spojených cestovných služieb. In *Studia Turistica*. ISSN 1804-252X, 2020, roč. 11, č. 1, s. 16-25.
- KALÁBOVÁ, M. 2018. Hunting tour operators and travel agencies in the Czech Republic. In *4th International Rural Tourism Congress, Congress Proceedings*. Opatija: Sveučilište u Rijeci Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, pp. 51-61. Available online: <https://www.fthm.uniri.hr/images/kongres/ruralni_turizam/4/znanstveni/Kalabova.pdf>. ISBN 9789537842420.
- KROPAJ, M. 2018. Nový zákon o zájazdoch a rozvoj obchodu. In *Studia Commercialia Bratislavensia*. ISSN 1337-7493, 2018, roč. 40, č. 2, s. 208-216.
- LONG, Y. – SHI, P. 2017. Pricing strategies of tour operator and online travel agency based on cooperation to achieve O2O model. In *Tourism Management*. ISSN 0261-5177, 2017, vol. 62, pp. 302-311.
- MALIK, H. – SHARMA, M. 2019. E-Marketing as a Tool to Achieve Competitiveness in Travel Trade Industry. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, pp. 272-283.
- MARIN-PANTELESCU, A. – MANIU, L. C. 2014. The analysis of the Romanian tour operator agencies sector. In *Knowledge Horizons – Economics*. ISSN 2069-0932, 2014, vol. 6, no. 4, pp. 171-174.

- MENG, F. – SIRAKAYA-TURK, E. – VOLKAN, A. – ALTINTAŞ, V. 2013. Tour operators' service quality and efficacy of satisfaction measurement. In *Tourism analysis*. ISSN 1943-3999, 2013, vol. 17, no. 3, pp. 325-342.
- ONUFEROVÁ, E. – ČABINOVÁ, V. 2018. Enterprise performance analysis of the selected service sector by applying modern methods with an emphasis on the creation and application of the modified creditworthy model. In *Journal of tourism and services*. ISSN 1804-5650, 2018, vol. 9, no. 17, pp. 1-26.
- ORIEŠKA, J. 2011. Služby v cestovnom ruchu I. časť. Banská Bystrica: DALI-BB, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8.
- PACHINGEROVA, M. 2001. Small and medium enterprises in Slovakia focusing on tourism. In *Ekonomický časopis*. ISSN 2729-7470, 2001, roč. 49, č. 6, s. 1173-1196.
- PICAZO, P. – MORENO-GIL, S. 2018. Tour operators' marketing strategies and their impact on prices of sun and beach package holidays. In *Journal of Hospitality and Tourism Management*. ISSN 1447-6770, vol. 35, pp. 17-28.
- POMPUROVÁ, K. 2011. Manažment prevádzky cestovnej kancelárie. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2011. ISBN 978-80-557-0314-5.
- POMPUROVÁ, K. – MARČEKOVÁ, K. 2017. Are the Volunteer Projects Included in Package Holiday Tour? Case Study Evidence from the Slovakia and Czech Republic. In *Journal of Tourism and Services*. ISSN 1804-5650, vol. 9, no. 16, pp. 19-26.
- ROMERO, I. – FERNÁNDEZ-SERRANO, J. – CÁCERES-CARRASCO, F. R. 2020. Touroperators and performance of SME hotels: Differences between hotels in coastal and inland areas. In *International Journal of Hospitality Management*. ISSN 0278-4319, vol. 85, article number 102348.
- ŠOLCOVÁ, L. – PETRIKOVIČ, J. 2019. Spatial aspect and behavior of tour operators in Slovakia. In *22nd International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press. ISBN 9788021092686, pp. 587-606.
- VIEIRA, P. – PANYIK, E. 2019. Online Competition in the Distribution Chain: The Retailer's Perspective. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, s. 133-143.
- VIVEK, S. 2019. Sustainable Tourism Development in North India: Perception of Tourism Stakeholders. In *Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management*. Hershey: IGI Global, 2019. ISBN 152258434X, pp. 284-299.
- ZÁKON č. 170/2018 Z. z. o zájazdoch, spojených službách cestovného ruchu, niektorých podmienkach podnikania v cestovnom ruchu a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

ZOZNAM CESTOVNÝCH KANCELÁRIÍ. Dostupné na internete:
<<https://www.soi.sk/sk/zoznam-cestovnych-kancelarii.soi>>

TOUR OPERATORS IN SLOVAKIA – CHARACTERISTICS OF ENTERPRISES, THEIR LOCALIZATION, PRODUCT AND PERFORMANCE

Summary

The origin of tour operators as intermediaries of tourism services has conditioned the diversity and multidisciplinary nature of heterogeneous services that satisfy the needs of visitors in tourism, as well as the connection of tourism supply with destinations which are away of the demand. In order to manage the supply that depends on the purchasing power, tour operators examine the market, establish contacts, take care of the continuous improvement of the offered services and modify their product on the basis of feedback. They play an important and often decisive role in the development and promotion of tourism in a given market by seeking and combining an attractive tourism offer, providing price-differentiated services. The tour operators create a comprehensive product (packages of travel services), providing authentic and reliable information about it, presenting it to potential visitors, and so on.

Tour operators are also an important intermediary in the tourism market. As statistics on this sector are not available, the aim of the paper is to characterize the businesses of tour operators in Slovakia, their location, product and output.

By the end of the year 2019, 232 active tour operators were registered in the list of the Slovak Trade Inspection Authority. We used the content analysis of relevant websites (websites and accounts on social networks of individual 232 tour operators, database of economic results of Slovak companies FinStat) and electronic communication with representatives of selected tour operators. Collecting data was provided during the months of January to May 2020. From the data about the sum providing protection against insolvency available on the web site of The Slovak Trade Inspection Authority, we derived the amount of planned revenues of the tour operator from the sale of packages of travel services and linked travel arrangements for 2019.

We processed the obtained data in the statistical software SPSS, through which we evaluated them at a significance level of 0.05.

The mild concentration is characteristic for tour operators in Slovakia. Most entities have their location in the West of the country, where the average standard of living of potential clients is higher. The large part of tour operators in Slovak market has only one employee and one stone contact point. Their revenues for their

own, especially outbound, products are less than 200 thousand euros. It is characteristic for tour operators in Slovakia that in addition to organizing packages of travel services, they also sell packages arranged by other tour operators. With the growing number of stone branches and employees, the planned revenues of tour operators are also growing.

The paper presents a basic foundation for the study and understanding of the specifics of tour operator industry in Slovakia. It should be valuable for academics as a tool to compare other researched markets, for tourism students, but also for the economic practice.

doc. Ing. Kristína Pompurová, PhD.

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Česká republika

E-mail: kristina.pompurova@umb.sk

TOURISM UNDERGRADUATES' AS CREATIVE TOURISTS' EXPERIENCES AND INTERESTS

Zuzana Sándorová, Norbert Beták

Abstract

Over the last decades, the considerable changes in tourists' expectations have affected the tourism sector to a great extent. The focus firstly from mass tourism meeting only the visitors' basic needs and later from tangible heritage-based, sightseeing cultural tourism has shifted towards creative tourism satisfying tourists' desires to be actively involved in the co-creation of the tourist product, i.e. in meaningful, unique and authentic experiences. To find out whether this trend will dominate in the future, the present paper investigated tourism undergraduates' as creative tourists' experiences and interests in creative activities. The findings of the questionnaire survey revealed that the majority of the examined young people in Slovakia has already been involved in creative activities during the holiday and their main travel motives are entertainment and experimentation.

Keywords: creative tourism, creative tourists, tourism undergraduates, experiences, interests

Introduction

It is generally acknowledged that one of the hardest-hit sectors of the economy by COVID-19 pandemic is tourism and hospitality. According to Caroline Couret, founder of the Creative Tourism Network (2020), a “life-jacket” for tourism stakeholders to reduce their losses could be creative tourism which is gaining more and more popularity in the last decades. As she suggests, even though, of course, it cannot address all the challenges of today's COVID-affected tourism sector, it might be “the new Swiss army knife” concerning the staycation and recommendations to avoid mass gatherings.

Creative tourism, which can be understood as the “co-creation” of the tourist product both by the tourists themselves and the local inhabitants, is often regarded as a new trend of our experience-driven society. However, according to Caroline Couret, it is rather a “societal change, which acts on the level of demand, and affects the tourist supply” (Creative Tourism Network, 2020). It is a response to the needs of today's tourists' yearning for more unique, authentic and meaningful experiences. Yet, surprisingly, although tourists are co-creators of creative experiences, only a limited number of studies deals with the “demand-

side” of creative tourism, (Tan et al. 2013, Ta & Yang, 2019). To fill this gap, the present study investigates one of the potential segments of creative tourism, i.e. members of generation Z. The research, which was carried out at Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia, examined tourism undergraduates’ creative experiences and interests in creative activities during the holiday.

Literature review

Even though the emergence of the concept of creative tourism dates back to 1993, a significant shift in its development and popularity worldwide can be seen mainly over the last decade (Creative Tourism Network, 2020). Over time, different definitions of creative tourism have been developed according to the place or country of their origin. Yet, the majority of the formulations share some common elements, such as “active participation, authentic experiences, creative potential development and skills development” (Richards, 2011). Based on this consensus, probably one of the most often cited and comprehensive conceptualisations of creative tourism is provided by Richards and Raymond (2000, p.18) who define creative tourism as ‘tourism which offers tourists the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are the characteristic of the destination where they are undertaken’. The authenticity of the experience and active participation allows tourists to learn more about the local culture and to create unforgettable memories. Also, creative tourism shifts the focus from passive towards active forms of consumption, from tangible to intangible cultural heritage (Richards, 2011).

A myriad of various creative activities is offered worldwide, including experiences from gastronomy (e.g. tapas workshop in Barcelona) through traditional handicrafts-making (e.g. bamboo weaving in Thailand) to arts (painting in Quito, Ecuador), (Creative Tourism Network, 2020). Surely, the classification of creative activities depends on the potential of a given country; for example, in the case of Slovakia, Palenčíková et al. (2016) mention the following groups: traditional and local food cooking classes and workshops, traditional handicrafts classes, folk dance and musical instrument classes, outdoor art activities in nature, photography classes, filmmaking classes, classes of musical instruments production, design classes, classes of jewellery and leather goods making. It is noteworthy to mention, though, that despite the variety of the content and character of creative activities as well as the differences between different parts of the world, according to several empirical studies, the common features of creative experiences include “novelty, learning, memorability, arousal, interaction, usefulness, controlled risk, experiential and existential dimensions” (Ta, Yang, 2019; Tan et al., 2013).

Even though the products of creative tourism are intertwined with the cultural heritage of a given destination, it can be regarded as an "extension of" or "a reaction to cultural tourism" (Richards, Raymond, 2000) rather than one of its forms. The difference between cultural and creative tourism in terms of time, cultural focus, consumption and learning is summarised in Table 1.

Table 1. Cultural vs. Creative Tourism

Type of tourism	Time	Cultural Focus	Consumption	Learning
Cultural tourism	Past and present	High culture, popular culture	Product, Process	Passive
Creative tourism	Past, present, future	Creative process	Experience, a coproduction between tourist and local	Interactive, Active skill development

Source: Richards and Wilson (2006)

Creative tourism is also often referred to as “quality tourism with a high added value and purchasing power” (Creative Tourism Network, 2020). As Richards puts it (OECD, 2014) integrating creative content into tourism experiences can reach new target groups, improve the image and competitiveness of the destination, as well as support the growth of creative industries and creative exports. The competitive advantage of the locations of creative tourism can be understood mainly in terms of the relatively rapid innovation and product development process as well as the fact that it is more flexible and mobile than cultural tourism based on tangible heritage, especially in the case of performing and visual arts (Richards and Wilson, 2006, Tan et al., 2013). Other economic benefits of creative tourism include the reduction of seasonality, the improvement of profitability of the cultural infrastructures, as well as offer-diversification due to recovering the existing tangible heritage without the necessity of considerable investment. Consequently, it can contribute to the reduction of regional disparities and regional development.

Nevertheless, in addition to economic benefits, creative tourism has several social and ecological advantages, as well. The sustainability of creative tourism has been highlighted by several scholars (Korez-Vide, 2013; Lim, 2016; Richards and Wilson, 2006). Firstly, due to its small-sized and special-interest character-based rather on intangible culture than tangible, it has very limited impact on resources and the environment. Besides, since creative tourism is not place or cultural heritage-limited, it can help to reduce the number of tourists in so-called "tourist

hotspots", i.e. usually the centres of static cultural heritage or other traditional tourist attractions. This fact cannot be neglected not only from an environmental point of view but also concerning the current COVID-related pandemic and medical interventions. Not less importantly, creative tourism may have an impact on the cohesion and the confidence of the host community realising the importance of their cultural heritage (Creative Tourism Network, 2020; Korez-Vide, 2013).

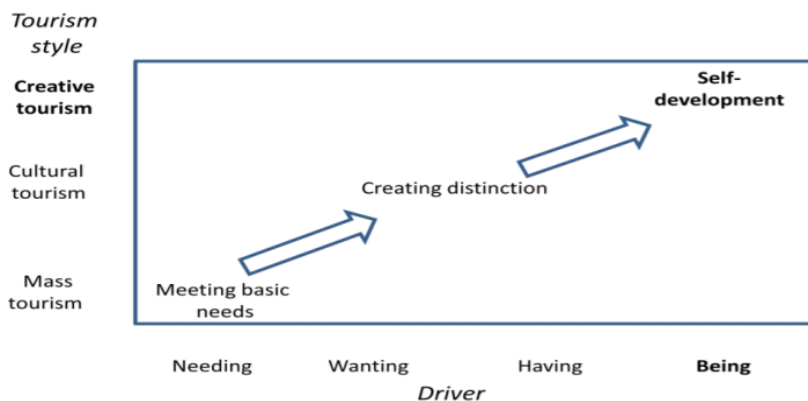
As aforementioned, it seems that creative tourism due to its features specified above can successfully tackle even the challenges of today's COVID-affected tourism sector. As Caroline Couret (Creative Tourism Network, 2020) says, firstly since the pandemic has increased staycation, citizens opt for domestic tourist destinations more often than before the lockdown. Also, to avoid overcrowded tourist "hotspots", less visited regions and hidden gems of the countries have been thrust into the limelight and people have started to realise the value of their home culture. Transforming the existing tangible and intangible cultural heritage into creative tourist attractions could satisfy the expectations even of the most notorious novelty-seekers. Furthermore, due to the pandemic, the interest in DIY activities has been increased and after the monotony of the quarantine, people might be more eager than ever to seek out creative experiences that could enrich their stay in the given destination. Also, the quarantine has shed the light on the negative environmental consequences of over-tourism and reinforces sustainability consciousness. Last but not least, the "unseasonality" of creative tourism also corresponds with the limitations of the lockdown.

Creative tourism emerged from tourists' need of being involved in the creation of experiences during their holiday instead of being passive participants of traditional sightseeing tours or getting-the-tan beach vacations. Therefore, participants of CT as "co-performers" and "co-creators can be rather regarded as "prosumers" than solely "consumers" who long for "self-realisation" and "self-expression". (Creative Tourism Network, 2020; Richards, 2011; Richards and Wilson, 2006, Richards and Raymond, 2000, p. 18). The shift towards creativity in tourism can be well illustrated by the evolution of tourists' values and needs (See Figure 1).

In the heyday of mass tourism going on holiday was an essential part of the social status, it was regarded as a form of "possession", "owned" mainly by privileged groups of the society. Over time, though, as it became the part of ordinary people's lives, the focus from "having" shifted to "doing" and "seeing", i.e. "where" and "what" someone saw or did. However, today instead of standardised holiday packages of sights and activities the emphasis is put on tailor-made, unique experiences co-created with the tourists themselves. Taking part in the co-production of the tourism product, though, leads to a kind of transformation of the involved themselves, so, it can be regarded as a process of "becoming" and

"being" rather than "having", "seeing" or "doing". (Binkhorst, 2007; Korez-Vide, 2013; Richards and Wilson, 2007). It is often compared to a "flow experience", a mental state named by Csíkszentmihályi (1997) in 1975 when one is completely immersed in a task or activity, fully present and focused, which causes positive feelings such as excitement and enjoyment. Tan et al. (2014, p. 249) go even further saying that one cannot have creative experiences without "self, social, cultural, or environmental related consciousness". However, even those who lack this kind of awareness can become creative tourists, once their consciousness has been awakened during the experience. The uniqueness of creative tourism lies thus in the "consciousness/awareness of the issues evoked by each activity".

Figure 1: Changes in the drivers of tourism over time



Source: Richards and Wilson, (2007, p. 20); OECD (2014, p. 53)

It is difficult to provide a universal characterisation of creative tourists' needs and perspectives, their perceptions of what is creative and what they enjoy since their most common feature is the longing to be unique and to collect unique experiences (Tan et al., 2014). What is more, the diversification of creative tourists' profile has only increased during the last decade involving a wide range of segments from singles through families to seniors, from lonely special-interest travellers through the free-thinking millennials to participants of team-building activities. Their motivation can be even more diverse: some prefer educational activities such as a cooking course, some are eager to create a work of art (photographers who want to capture the sunrise in the High Tatras, for instance), others travel to represent their culture, (for example choirs giving concerts while travelling). Apparently, none of these motives is exclusive but can be intertwined, such as a singer taking lessons in singing or song-writing and performing at the same time.

Despite the controversy in creative tourists' profile, they do share some common characteristics. Firstly, it is usually their yearning for authenticity and life-long learning. Besides, the DIY attitude is also included in these people's value lists. Furthermore, they are willing to pay more for the unique experience and they usually combine several types of tourism, such as cultural and green tourism. They prefer unconventional ways of travelling and spending their holiday. They want to dig deep, not only observe the local culture but to experience it, to connect with the host community, to live like they do to fully absorb the atmosphere of the place they visit (Creative Tourism Network, 2020; Korez-Vide, 2013).

The eagerness for a tailor-made, unique experience is even more apparent among the members of the so-called "Gen Z", (people born from 1995 to 2010), who according to Francis and Hoefel (2018) are "willing to pay a premium for products that highlight their individuality". A similar opinion on the travel trends of this generation is provided by the website of the CMO group, according to which "they spend more for immersive, experiential travel that lets them experience life as a local, not a tourist". Tom O'Hara, (head of the coach tour company Busabout), adds that "a typical Gen Z traveller possesses a strong want to experience something new, unique, and authentic", but also to "volunteering and an awareness of the environment" (CMO, 2019). So it seems that the popularity of creative tourism and thus the number of creative tourists due to the experience-driven, socially and environmentally conscious Gen Z travellers will only be rising in the future. To prove this hypothesis, the purpose of the present study was to investigate the experiences and interests of current undergraduates of the Department of Tourism, Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia, who also belong to the Z generation. The next part of the paper gives an overview of the methodology of the research.

Methodology

The research objective was to map in what creative activities tourism undergraduates had taken part as well as to find out whether they were interested in such activities during the holiday.

The research sample consisted of 248 university students of the accredited *Regional Tourism* BA study programme and the *Management of Regional Tourism* MA study programme. The number of the completed and submitted questionnaires was 217, it means that the response rate was 87.5 %. The participants' age ranged from 19 to 26 regarding their sex, the majority of the respondents were female.

The data were collected using an online questionnaire, which was designed by the researchers. It was constructed into five sections, as follows: *Creativity and creative activities*, *Reasons for not taking part in creative activities*, *Creative*

experiences during the holiday, Preferences concerning creative tourism, Demographic data. However, for the present study, only questions and data related to the participants' experiences and interests in taking part in creative activities during their holiday were selected. (All the other items of the questionnaire will be analysed and disseminated in further publications). Therefore, two dimensions of questions can be distinguished. The first one, aimed at gaining an overview of the participants' experiences in creative tourism, is called the *Questions of Experience (QE)*. The second dimension focused on the participants' interests and motives that led them to participate in creative activities during the holiday can be referred to as the *Questions of Interest (QI)*.

The dimension of experiences (QE) included questions that dealt with:

- the number of previous creative activities in which the respondents had participated,
- the character or type of experienced creative activities.

The dimension of interest (QI) contained questions that focused on:

- the motives leading to participate in creative leisure activities,
- the character or type of the planned creative leisure activities.

The online questionnaire contained closed-ended questions with multiple choice answer options and the answers were analysed using quantitative methods. All the data provided by the participants were directly saved on an online database on Google Drive.

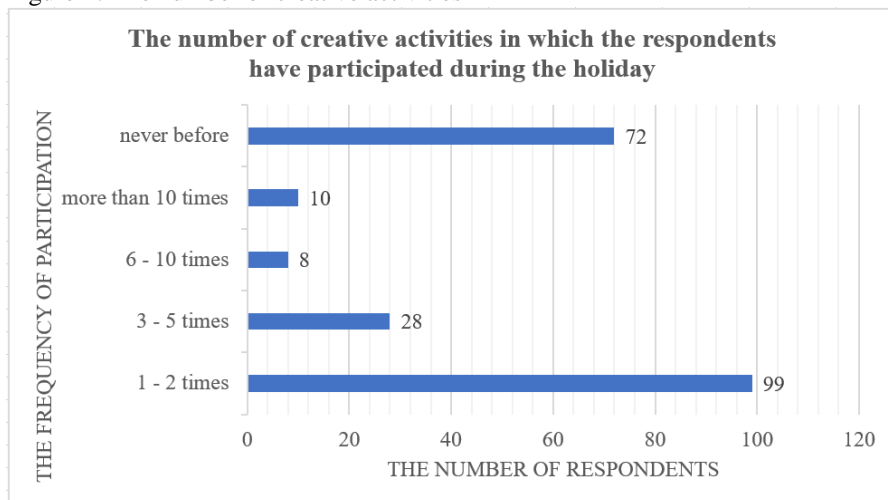
The following section is devoted to the analysis of the results obtained from the questionnaire titled *Students as Creative Tourists*.

Results and discussion

Tourists' experiences as well as their main motives to participate in creative activities during the holiday can be regarded as a meaningful fact in connection with identifying the demand for these activities. Besides, it can also be beneficial for a deeper analysis of future upcoming trends and ongoing changes in the tourism industry. These analogies have led us to begin to explore the issue of experiences and motives in terms of creative activities more deeply.

Regarding the number of the respondents' creative experiences during the holiday, as shown in Figure 2, almost half (46%) of the respondents have already participated in creative activities during the holiday, while 33% of the respondents have not yet actively participated in such programmes. Furthermore, it is also noteworthy to mention that a relatively high percentage (22%) of the students has participated in creative activities during the holiday more than three times.

Figure 2: The number of creative activities



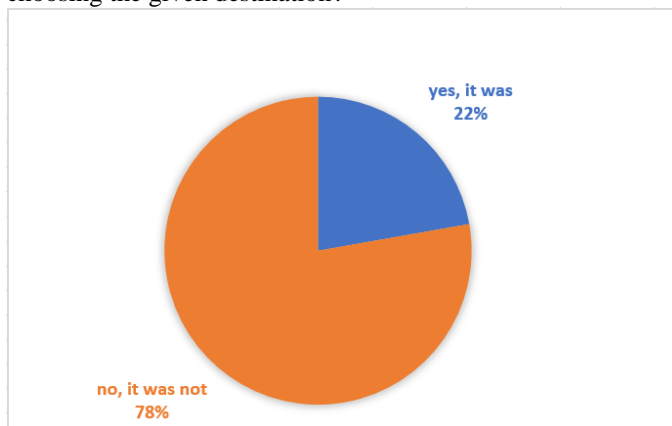
To obtain a comprehensive picture of the students' participation in creative activities, the character or type of creative activities the participants took part in during their holiday has also been investigated. Based on the data (see in Table 2) according to the respondents the most popular creative programmes are gastronomic events with the possibility of cooking local dishes and drinks such as various gastronomic festivals, themed picnics, etc. These organized events usually offer the opportunity to try out the preparation of dishes or drinks, so it is not just a passive but rather an active way of participating. The second most frequently visited events/activities were traditional craft markets and folk art events. Again, at these events, tourist can not only buy or see, but also try out, among other things, for example, ceramic- or woodwork, or even blacksmithing or wire-making. It was followed by demonstrations of authentic folklore receiving by seven votes less. In these programmes, participants are usually involved in various types of folk dances, singing, customs, etc. Finally, despite the extraordinary importance of ecology and environment, the least often chosen creative activities were courses of creating eco-friendly products and recycling. However, any conclusions in terms of the lack of students' interest in environmental issues could be misleading and questionable since the reasons behind the students' choices have not been investigated.

Table 2: The type of creative activities participants took part in during their holiday

Number	Type of creative activity	Number of responses
1	Gastronomic events	73
2	Traditional craft markets	61
3	Demonstrations of authentic folklore	54
4	Creative workshops for children	51
5	Courses in performing arts	42
6	Courses of traditional crafts	41
7	Courses in visual arts	29
8	Preparation of local dishes – courses	23
9	Eco-friendly products – courses	15

Similar to the great variety of creative activities, tourists' motives for choosing a given destination can be very diverse, as well. The next question of the questionnaire, therefore, aimed at finding out whether the respondents' primary motivation to go on holiday was to participate in a selected creative activity.

Figure 3: Was the participation in creative activities your primary motive for choosing the given destination?

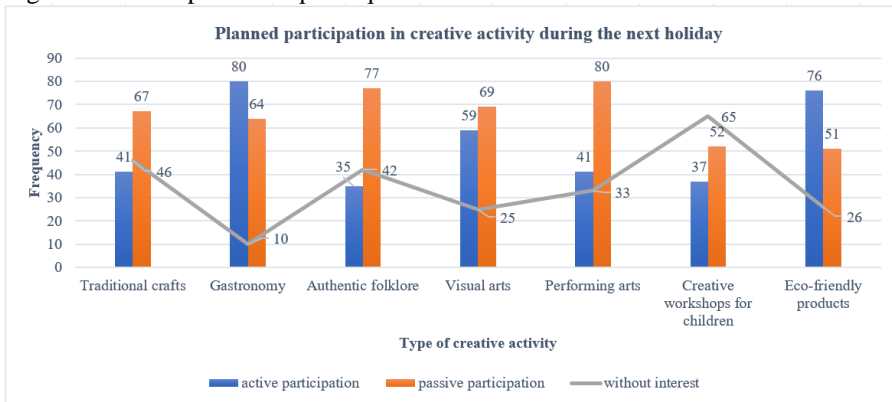


As the results show in Figure 3, 78 % of the students answered that their primary motive was not to be involved in creative experiences. This finding also corresponds with the results of the research carried out by Jelinčić & Žuvela (2010), who claim that the offered creative activity does not always have to be the main motive for a holiday-trip to a specific destination but it is rather the desire to

discover a place with the possibility of taking part in creative activity as a complementary service.

In addition to the respondents' experiences in the past, i.e. events/activities that they had already actively attended, the research also investigated their plans in terms of participating in creative experience in the future. In addition to the type or character of the events/activities, the questionnaire also aimed at finding out whether they were planning to attend them actively or passively.

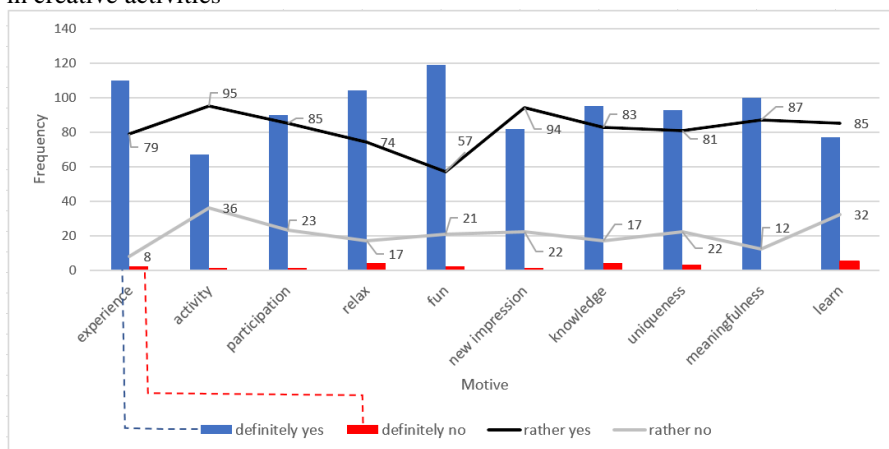
Figure 4: The respondents' participation in creative activities in the future



The data (see Figure 4) confirmed the predicted popularity of gastronomic events with the possibility of preparation of dishes and drinks (80%); however, this choice also showed a relatively high degree of passive participation, i.e. participants taking part only as spectators, in which case they cannot be considered as actively engaged creative tourists. Interestingly, despite the answers to the previous question, eco-related activities were opted for to a great extent (76% in active participation and 51% in passive participation), as well.

Finally, the respondents' specific motives to participate in creative activities during the holiday is also a noteworthy issue to mention. Based on the results displayed in Figure 5, the main motive for becoming a "creative tourist" is to have fun and try out something new (experience). Compared to all the options offered, these two received the most votes in the positive dimension (definitely yes, rather yes) and the least votes in the negative one (definitely not, rather not). Summarizing the answers in the positive and negative dimensions, the least motivating options according to the participants included "I like activities which are challenging" and "I want to learn about eco-friendly solutions".

Figure 5: The most motivating factors for tourism undergraduates for participating in creative activities



Conclusion

In light of the findings, several conclusions can be drawn. Firstly, it can be assumed that tourism undergraduates of the Department of Tourism, Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia, as members of the Zen generation, are interested in creative activities since more than two-thirds of them (68 %) have already participated in such an activity at least once during the holiday and the majority of them would also like to be involved in creative experiences in the future, mainly in terms of gastronomy and ecology-related programmes, as well as courses of visual arts. On the other hand, the results also showed a high degree of passive participation in all the other offered options, it means that the most of the participants would like to take part in creative programmes only as spectators, in which case they cannot be considered as actively engaged creative tourists. Therefore, we assume that one of the challenges the creators – producers of creative programmes face is to turn passive observers into active participants. Regardless whether it is an activity of educational or entertaining character, the point is to enrich the tourists’ stay with a new, interesting and fascinating experience which is more likely to bring people a lasting emotional relationship to the destination and make them recommend it and revisit (Richards, 2011). Hence, the so-called attractiveness component, which will convince the potential participant to try out the given creative programme, should be included very consciously in creative programmes by the organisers.

Furthermore, in terms of the respondents’ motives for choosing the given destination, the findings showed that being involved in creative experiences was

not their primary motive. The reason that may lie behind this fact could be explained by the still limited opportunities for participating in creative activities in Slovakia despite the great potential of this country with rich cultural traditions and spectacular natural conditions, as well as by the lack of cooperation between the stakeholders in creative tourism and the ineffective or even missing propagation of the activities in question (Palenčíková et al., 2017).

Finally, since the respondents' dominating motives for attending creative activities are *experimentation* and *entertainment*, drawing on the classification of Tan et al. (2014), they could be mostly characterised as “*novelty- and fun-seekers*” who are also “*aware of green issues*”. This corresponds with descriptions of a typical Gen Z traveller longing for “new, unique, and authentic” experiences but also with a sense for “volunteering and an awareness of the environment” (CMO, 2019). Hence, it seems that our hypothesis, that the popularity of creative tourism and thus the number of creative tourists will only be rising in Slovakia in the future, has been proved. This tendency, though, may be hindered unless the above-mentioned drawbacks of the creative tourism supply in Slovakia, such as the lack of creative activities, cooperation and propagation, are addressed appropriately.

Acknowledgement

The current study is part of the VEGA 1/0169/18 project titled Creative Tourism as a new tourism product in Slovakia.

References

- BINKHORST, E. 2007. Creativity in Tourism Experiences: The Case of Sitges. In Greg Richards and Julie Wilson (eds.): *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge, 2007. pp. 125-144. ISBN 9780203933695. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203933695>
- CMO. 2020. *Travel Trends: On The Go With Generation Z*. [online]. [cit. 2020-09-12]. Available on the Internet: <<https://cmo.adobe.com/articles/2019/5/generation-z-travel.html#gs.g3pj1r>>.
- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *Is Creative Tourism the new Swiss army knife of post-COVID tourism?* [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/is-creative-tourism-the-new-swiss-army-knife-of-post-covid-tourism/>>.
- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *Why is creative tourism a solution to reactivate tourism in times of pandemic?* [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/why-is-creative-tourism-a-solution-to-reactivate-postcovid-tourism/>>.

- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *Creative experience worldwide*. [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/creative-experiences-worldwide/>>.
- CREATIVE TOURISM NETWORK. 2020. *What do we mean by Creative Tourism?* [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<http://www.creativetourismnetwork.org/about/>>.
- CSÍKSZENTMIHÁLYI, M. 1997. *Flow – Az áramlat – A tökéletes élmény pszichológiája*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 1997. 371 p.
- FRANCIS, T. – HOEFEL, F. 2018. *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. [online]. [cit. 2020-09-11]. Available on the Internet: <<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies#>>.
- JELINČIĆ, D. A. – ŽUVELA, A. 2012. Facing the Challenge? Creative Tourism in Croatia. In *Journal of Tourism Consumption and Practice*. vol. 4, no. 2, pp. 78-90.
- KOREZ-VIDE, R. 2013. Promoting sustainability of tourism by creative tourism development: how far is Slovenia? In *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*. vol. 6, no. 1, pp. 77-102.
- LIM, W. M. 2016. Creativity and sustainability in hospitality and tourism. In *Tourism Management Perspectives*. vol. 18, pp. 161-167.
- OECD. 2014. *Tourism and the Creative Economy - OECD Studies on Tourism*. Paris: OECD Publishing, 2014. 180 p. ISBN 978-92-64-20786-8. DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- PALENČIKOVÁ, Z. – HRUBALOVÁ, L. – REPÁŇOVÁ, T. 2017. Demand for Creative Tourism in Slovakia. In *SGEM2017 – Conference Proceedings of the 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts*. Sofia: STEF92 Technology Ltd., 2017, pp. 205-212. DOI: 10.5593/sgem-social2017/14
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? In *Tourism Management*. 2006, vol. 27, pp. 1209-1223. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.06.002
- RICHARDS, G. – WILSON, J. 2007. Tourism development trajectories: From culture to creativity? In Richards, G. and Wilson, J. (eds). *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge, 2007. ISBN 9780203933695. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203933695>
- RICHARDS, G. 2011. Creativity and tourism: The State of the Art. In *Annals of Tourism Research*. vol. 38, no. 4, pp. 1225-1253. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>.
- RICHARDS, G. – RAYMOND, C. 2000. Creative tourism. In *ATLAS News*. vol. 23, pp. 16-20.

- TA, D. T. – YANG, C. H. 2019. Impact of interactive service on international customers' behaviour intentions on local tourism service in Vietnam. In *International Journal of Business and Information*. vol. 14, no. 1, pp. 145-167. DOI: 10.6702/ijbi.201903_14(1).0006
- TAN, S. K. – KUNG, S. F. – LUH, D. B. 2013. A model of 'creative experience' in creative tourism. In *Annals of Tourism Research*. vol. 41, pp. 153-174. DOI: 10.1016/j.annals.2012.12.002
- TAN, S. K. – KUNG, S. F. – LUH, D. B. 2014. A taxonomy of creative tourists in creative tourism. In *Tourism Management*. vol. 42, pp. 248-259. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>

Mgr. Zuzana Sándorová, PhD.

Department of Tourism

Faculty of Central European Studies

Constantine the Philosopher University in Nitra

Dražovská cesta 4, 949 74 Nitra, Slovak Republic

E-mail: zsandorova@ukf.sk

Ing. Norbert Beták, PhD.

Department of Tourism

Faculty of Central European Studies

Constantine the Philosopher University in Nitra

Dražovská 4, 949 74 Nitra, Slovak Republic

E-mail: nbetak@ukf.sk

IDENTIFICATION OF POTENTIAL LOCALITIES FOR RESTORING FORMER HISTORICAL PONDS: CASE STUDIES FROM THE CZECH REPUBLIC

Hana Skokanová, Renata Pavelková, Marek Havlíček, Aleš Létal

Abstract

The paper presents methods and results how to identify place of former historical ponds that may have some potential for restoration in present landscapes. In this study, ponds represent a type of artificial water bodies with historical traditions in the form of fish breeding (fishponds) in Central European landscapes. For the identification, we used old maps from 19th to mid-20th century, digital terrain model, cadastral data about ownership and present land cover datasets. The methods consist of several steps – vectorising all ponds that occurred on old maps, identifying those that disappeared, selecting those that are more than 100 m distant from present settlements, assessing the existence of their dams by using digital terrain model, and finally identifying land use/land cover and number of owners in these localities. The methods were tested in nine catchments across the Czech Republic. Results show that the number of such identified ponds ranged from 3 to 51 in individual catchments. Majority of the selected ponds have no dam relicts and up to five owners usually own the land.

Keywords: ponds, restoration, old maps, dam relicts, ownership

Introduction

With the changing climate, hydrological extremes are expected to be more frequent, in terms of both floods and droughts (Asadih and Krakauer, 2017). Manifestations of these extremes are caused by bad landscape management where intensive large scale agriculture or construction of large transport and other technical structures worsen water retention of the landscape (Lucas-Borja et al., 2019). However, worsened water retention is not an issue of last couple of decades. It is a consequence of historical exploitation of the landscape that became very pronounced due to the industrial revolution during 18th and 19th centuries and accelerated during 20th century (Blackbourn, 2006). Landscape exploitation in relation to water regime included drying out wetlands and small anthropogenic water reservoirs constructed in past centuries, straightening watercourses and later on construction of large water reservoirs, predominantly on rivers (Skokanová, 2005). There was a need to drain landscapes for mostly but not only agricultural

purposes (Jakobsson, 2013) or for mining (Kubinský et al., 2015). At the same time, due to the occurrence of big floods thanks to these drainage works and other causes (e.g. cutting forests in upper river catchments), technocratic means to protect people and settlements against these floods, to provide water for settlements and industry and to irrigate agricultural land had to be carried out (Keken et al., 2015).

Construction of small water reservoirs can, under specific conditions, help in water retention of the landscape (Keken et al., 2015, Pavelková Chmelová et al., 2012). From the environmental perspective, it is better to restore wetlands, restore or build small water reservoirs, such as ponds (Pavelkova et al., 2016), or revitalize rivers.

Old maps, capturing ponds in the past, can be used as an inspiration for their restoration or for building new ones (Frajer et al., 2013, Havlicek et al., 2014, David and Davidova, 2015, Pavelkova et al., 2016). However, these maps can distort exact location of ponds or their size. This is true especially for medium scale maps from older periods that are not based on a geodetic base, such as Müller's map of Moravia and Bohemia from the beginning of 18th century (Krejčí and Cajthaml, 2009) or maps of 1st Military Survey from the end of 18th century (Podobnikar 2009, Affek, 2013). Therefore, it is better to use medium scale maps usually from later periods when a geodetic base became standard for constructing a map. The first such created maps are represented by e.g. maps from 2nd Military Survey from 1806-1869 (Timar, 2009), so called Saxon Mile Sheet from 1780-1784 (Walz, 2008) or maps from Prussian Survey from 1830-1865 (Herold and Hecht, 2018).

The idea of using old maps and other spatial historical data for identification and later restoration of water systems, especially rivers, wetlands and ponds, has been explored by e.g. Van Dyke and Wasson (2005), Mactaggart et al. (2007) or Gregory (2008). In the Czech Republic, Pavelkova et al. (2016) did a systematic investigation of historical ponds for a whole country. Their research, as well as that of Frajer et al. (2013), Havlicek et al. (2014) or David and Davidova (2015) focused only on ponds captured by maps from 2nd Military Survey (1836-1852) or preceding maps from Stable Cadastre (1826-1843). Some of these authors also used 1st Military Survey (1763-1785) or Josephinian cadastre (1785) (Frajer et al. 2013, Santruckova et al. 2017) for their local studies. Some of these studies capture usually only the existence of ponds in the respective period and then compare them with present situation (Havlicek et al., 2014, Pavelkova et al., 2016, Santruckova et al., 2017). Other studies include more data, such as digital terrain model to specify the size of the ponds (David and Davidova, 2015) or identify relics of former dams (Frajer et al., 2013).

In this article we focus not only on ponds existing in the second half of the 19th century but captured ponds present in later periods (until 1950s) that later

disappeared. However, the main focus of the article is to present guidelines how to identify ponds that can be restored by identifying other criteria, such as state of their dams or number and type of land owners. These guidelines were tested in selected catchments of the Czech Republic.

Materials and Methods

For the identification of ponds potentially suitable for restoration, old topographic maps from five periods were used (Table 1).

Table 1: Characteristics of used old topographic maps

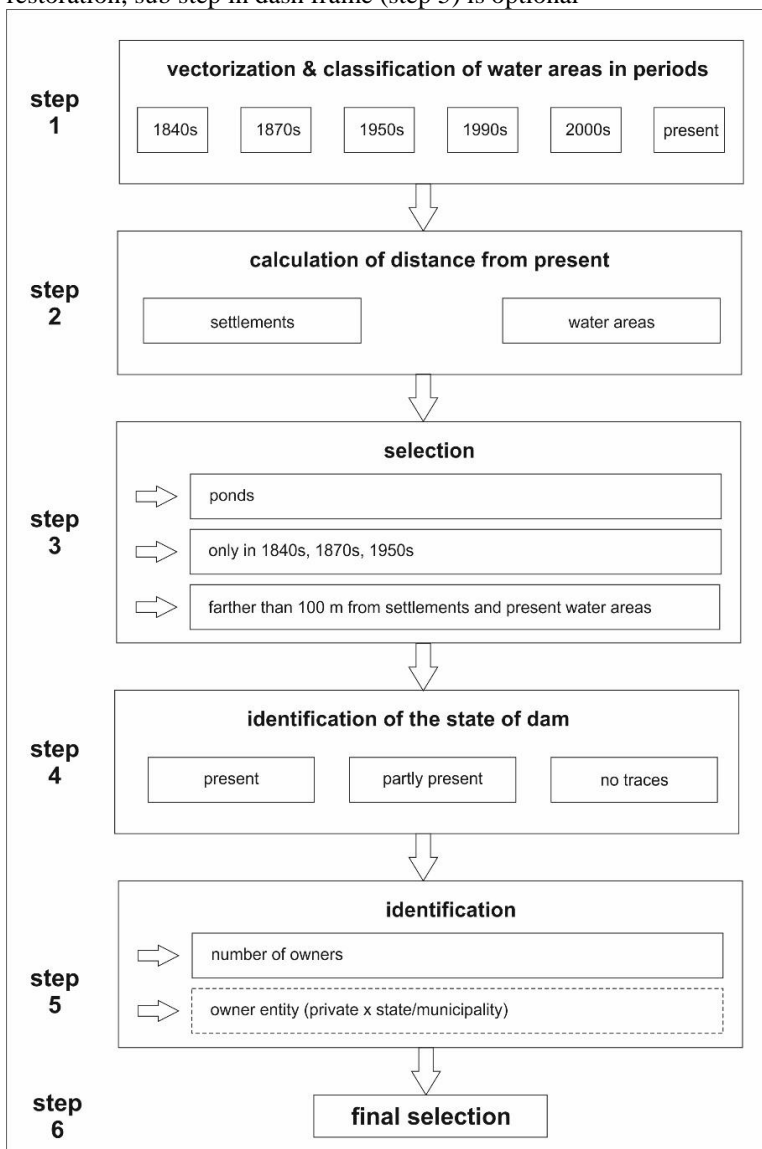
Period	Name	Date of creation	Scale	Positional error
1840s	2nd Austrian military survey	1836-1852	1:28,800	11-30 m
1870s	3rd Austrian military survey	1876-1880	1:25,000	13-30 m
1950s	Czechoslovak military topographic maps	1952-1955	1:25,000	10-15 m
1990s	Czechoslovak military topographic maps	1988-1995	1:25,000	10-15 m
	Czechoslovak topographic base maps	1982-1996	1:10,000	5-10 m
2000s	Czech topographic base maps	2002-2006	1:10,000	5-10 m

Maps from the first three periods served as a basis for identification of potentially suitable ponds. Maps from the last two periods (1990s and 2000s) and data about water bodies and settlements obtained from Fundamental Base of Geographic Data of the Czech Republic (ZABAGED) from 2016 served as one of the selection criteria which ponds to include and which not.

The Digital Terrain Model of the Czech Republic of the 5th generation (DMR 5G) from 2010-2013 created by the Czech State Administration of Land Surveying and Cadastre (ČÚZK) was used to identify some characteristics of studied river catchments, such as elevation and slope, and existence of dams for selected ponds. Number of owners and type of ownership (private, state, own by municipalities) were identified with the help of Cadastre of Real Estate.

Identification of ponds that might have capacity to be restored consists of several steps (Figure 1).

Figure 1: Selection process for identifying historical defunct ponds suitable for restoration; sub step in dash frame (step 5) is optional



The first step includes (usually manual) vectorization of all water bodies present on historical maps and possibly their classification into several categories, such as ponds (small water reservoirs, fishponds), other artificial water bodies (agricultural, industrial, fire tanks, aqua parks, large water reservoirs, water bodies created due to mining) and natural water bodies (lakes, oxbow lakes). While only ponds were considered for further analyses, vectorising and classifying all types of water bodies in the maps could be used in other analyses, which can show the state of the landscape/water management in a given period and its changes. In our case study areas we set minimum mapping unit to 0.1 ha. This criterion reflects high improbability of restoring small water bodies and also eliminates majority of artificial ones, namely tanks and swimming/bathing pools.

In the second step, a distance of the ponds from existing water bodies and from present settlements is calculated. For calculation, we used an ArcGIS extension called Multiple Minimum Distance, version 9. As mentioned above, present water bodies and settlements were taken from ZABAGED database.

For the third step, we considered only water bodies that were identified only in the 1840s, 1870s and 1950s and lay further than 100 m from existing water bodies and present settlements. Using three periods (instead of e. g. only one) broadened number of cases for potential restoration. The 100 m criterion was chosen because a) in case of distances to existing water bodies it helped avoiding potential errors stemming from less accurate maps from earlier periods and b) it was assumed that it is highly improbable to restore ponds in localities that are at present occupied by built-up area.

In the fourth step, the existence of a pond dam was identified for each preselected pond (based on step 3). The identification was based on the DMR 5G and verified in the field. We have distinguished three types of pond dams: present, partly present and without traces. Present dams were those that were well identified on the DMR 5G and in the field – either full dams or their parts with some type of communication leading across them. Partly present dams were those where small part or a trace of the dam was identifiable on the DMR 5G and in the field. For the last type, there were no traces on the DMR 5G or in the field.

In the fifth step we identified number of owners. We categorized the number of owners into three categories: one owner, two to five owners and more than six owners. In this step, it is also possible to identify the type of land ownership – private, state owned or owned by municipalities. Such information can also help in selecting ponds suitable for restoration because it is considered as more feasible to restore ponds in the areas owned by the state or municipalities in order to increase landscape water retention.

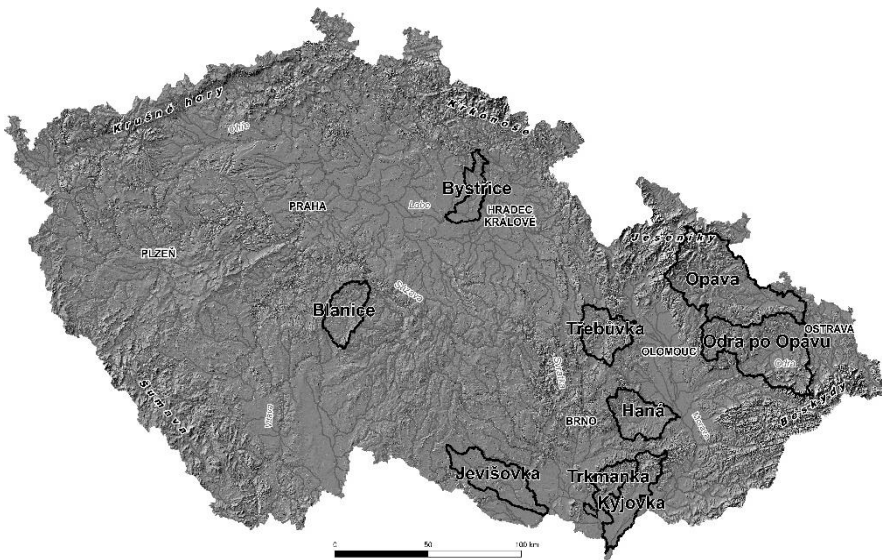
The final selection of ponds is a combination of steps four and five. We presume that the highest probability to restore ponds concerns ponds with

preserved or partly preserved pond dam, minimum number of owners (up to 5) and land use of wetland or open agricultural land.

Study areas

Nine catchments from three different overseas (Labe, Morava and Odra catchments; see Figure 2) were selected. Their size ranges from 363 to 2088 km². Their basic characteristics are stated in Table 2.

Figure 2: Selected catchments of the Czech Republic



We can distinguish several groups of catchments. Those in the lowlands (Haná, Kyjovka and Trkmanka) and middle elevations (Bystřice and Jevišovka) tend to have higher average annual temperatures and less precipitation while those in the uplands and mountains are characterized by lower average annual temperatures and more precipitation. Therefore, for further analyses, we divided studied catchments into three groups: lowlands (Haná, Kyjovka and Trkmanka), midlands (Bystřice and Jevišovka) and highlands (Blanice, Odra, Opava and Třebůvka).

Table 2: Selected characteristics of studied river catchment

catchment	area [km ²]	river length[km] ¹	max. elevation [m] ²	min. elevation [m] ²	aver. elevation [m] ²	aver. slope [%] ²	river network density [km/km ²] ¹	annual avg. temperature [°C] ³	annual avg. precipitation [mm] ⁴
Blanice	543	66	724	305	480	10.5	0.12	7.6	624
Bystřice	379	63	682	214	288	5.2	0.17	7.8	605
Haná	614	57	656	191	328	9.5	0.09	8.2	602
Jevišovka	787	82	587	172	324	6.1	0.10	8.6	605
Kyjovka	678	88	563	151	232	8.7	0.13	9.0	620
Odra up to confluence with Opava*	1616	113	1256	203	404	11.9	0.07	7.5	729
Opava	1956	120	1491	203	527	13.0	0.06	6.7	717
Trkmanka	363	42	439	159	239	12.0	0.12	8.)	588
Třebůvka	580	49	677	243	440	15.4	0.09	7.4	607

1 based on flow model from the DIBAVOD database

2 based on Digital terrain model of the Czech Republic of the 5th generation (DMR 5G)

3 based on EFSA Spatial Data database, Version 1.1

* further addressed as Odra

Results and discussion

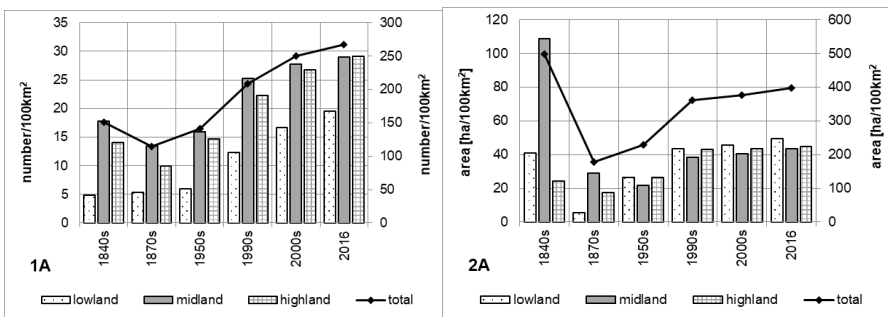
Majority of water bodies in the studied catchments were identified as ponds (Figure 3 1A). Unfortunately, many such ponds were transformed into arable lands during the 18th and 19th centuries. Both number and area of this category decreased until 1870s but steadily increased since 1950s. This was proven mainly for ponds in midlands and highlands. In lowlands, the number of ponds during 1870s slightly increased while their area decreased. The decrease in 1870s was

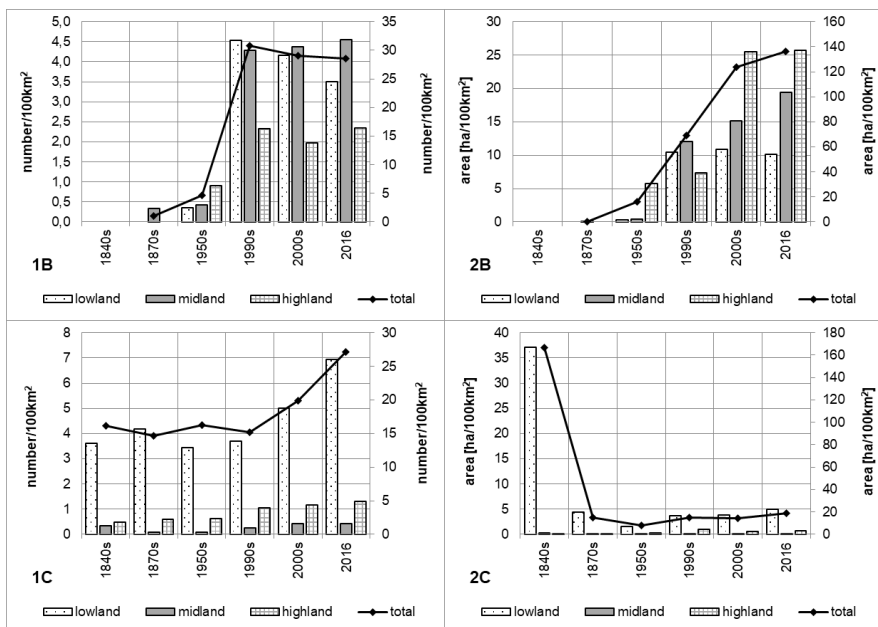
usually driven by socio-economic forces, be it introduction of sugar industry, coal mining, introduction of technical crops for e.g. textile industry or low economic profit from fish breeding (Havlicek et al., 2014). Increase in the number as well as area of ponds was caused first by renewed interest in fish breeding, especially between 1950s and 1990s. After 1990s, ponds were either restored or newly created as a flood prevention measures or for water retention, usually within the complex land consolidation projects undertaken in rural municipalities. Restoration or creation of new ponds is usually co-financed by Structural Funds, showing efficient benefits of the EU membership.

Category of other artificial water bodies occurred for the first time in midlands during the last decades of 19th century (Figure 3 1B). However, an explosion of building other artificial water bodies was noted in the 1990s, especially in lowlands and midlands and was connected mainly with construction of swimming pools and bathing areas. Since 1990s number of this category slightly decreased while the extent increased. This discrepancy was caused by building large reservoirs, mainly for drinking water, but also multipurpose reservoirs in midlands and highlands (for recreation, irrigation, electricity). The large number of water bodies appear in the floodplains of larger rivers (Morava, Odra, Bečva). This phenomenon is associated with the extraction of gravel and sand.

Natural water bodies, which are represented mainly by oxbow lakes but also by natural lakes, dominated in lowlands. Their number fluctuated throughout study periods, largely depending on river engineering works (Skokanová 2005) and restoration efforts. Significant drop in the area of natural bodies (Figure 3 2C) shows a major event that occurred and was associated with drying out the last large natural lakes (the Čejč lake and the Kobylské lake) in the studied river catchments for agricultural purposes, namely production of sugar beet (Havlíček et al., 2014).

Figure 3: Development of number (1) and area (2) per 100 km² of A) ponds, B) artificial reservoirs, C) natural reservoirs in three groups of selected catchments





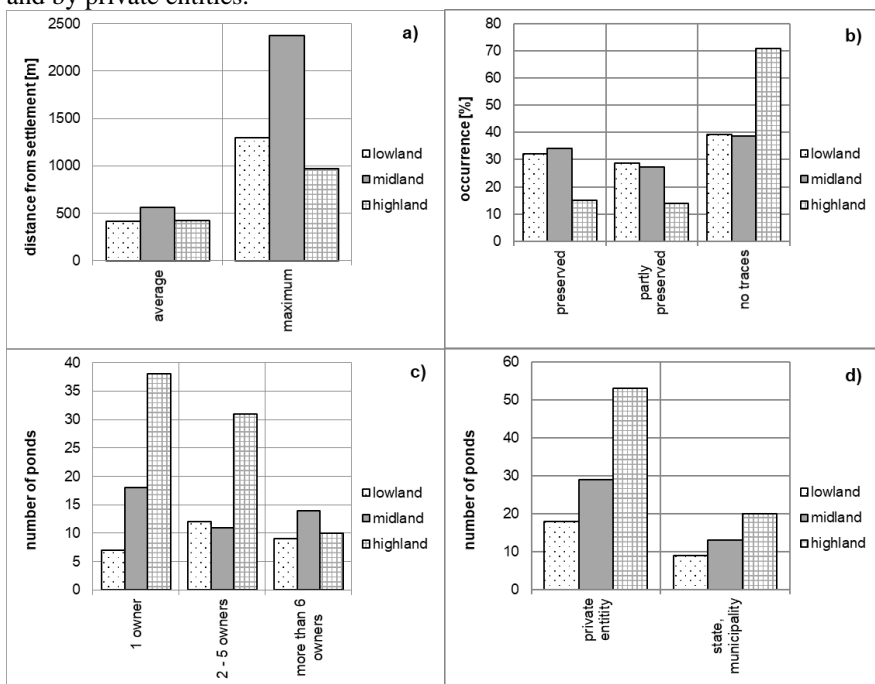
Selection of ponds suitable for restoration

Based on our procedure, we selected ponds that occurred only in the first three periods (1840s, 1870s and 1950s) and that were further than 100 m from present settlements and present water bodies (step 3 in Figure 1). This selection revealed 28 ponds in lowland catchments, 44 ponds in midland catchments and 79 ponds in highland catchments, which were considered in further steps. Higher number of ponds for potential restoration in midland and highland catchments reflects the higher frequency of ponds in these elevations. It also indirectly reflects natural conditions and consequently competition between fish breeding and agriculture; in lowlands with fertile soils, agriculture usually wins while in higher elevations where the natural conditions are not so favourable for agriculture, fish breeding can be better developed.

Using more than one period gave us larger selection of ponds for potential restoration. As such, we gained additional 10 ponds for lowland catchment, 7 ponds for midland catchment and 17 ponds for highland catchment. This was different from the work of Frajer et al. (2013) or Pavelková Chemlová et al. (2012) who worked only with databases from 1840s.

We set minimum distance from nearest settlement as 100 m. This criterion was set in order to avoid potential positional errors associated with processing old maps and errors associated with deteriorated quality of the original graphic documents (Skaloš et al., 2011, Pavelková Chmelová et al., 2012). The average distance from settlements for the selected ponds was around 450 m; the maximum around 1550 m, with the highest numbers typical for midland catchments (Figure 4a). It shows that ponds in middle elevations tended to be built further from settlements in the past. One can speculate that ponds close to settlements might have higher chance to be restored, either for recreational purposes or as a flood protection measure, especially if they are upstream from the settlement.

Figure 4: Characteristics for ponds selected for potential restoration in lowland, midland and highland catchments: a) average and highest distance from settlements [m], b) occurrence [%] of present and partly present dams and dams without a trace; c) number of ponds where the land is owned by 1 person, 2 - 5 people and more than 6 people; d) number of ponds that are owned by state and municipalities and by private entities.



In step 4 we identified the existence of dams for the selected ponds. We found differences between lowland and midland catchments on one hand and highland catchments on the other (Figure 4b). While lowland and midland catchments contain quite many ponds where the dams were present or partly present, in the highland catchments, pond localities without a trace of dam dominated. One of the explanations for such imbalance might stem from the fact that many dams in lowlands and midlands are used as roads.

It should be pointed out that the fact that a dam of a pond exists does not mean that it is functional and can be used for restoration. Normally, remnants of pond dams are torn down and the material used for construction of a new dam. This is because of security and existing technical guidelines. Only in cases where a pond dam serves as a road or is fully preserved, it can be used for ponds restoration. In such case, it is necessary to assess its condition, stabilize it and strengthen it.

For identification of former historical ponds that might be suitable for restoration, a number of owners of the land occupied by the historical pond is essential for success. The ideal is to have only one owner, if there are up to five, the restoration is also viable. In our case study areas, the number of owners ranged from 1 to 40. Majority of identified ponds in highland catchments are situated on land with one owner or two to five owners. This means that these ponds have the highest chance to be restored (Figure 4c). This fact is not so surprising since the highland catchments are less populated. Moreover three of the catchments (Opava, Odra and Třebůvka) belong to regions where the former dominant German population was expelled after 1945 and the land was confiscated by state (Skaloš et al., 2012). This is also reason why quite a lot of land with former ponds in these catchments belongs to state or municipalities (Figure 4d).

Conclusions

We have presented a method how to identify potential places for restoring former historical water bodies. This method is quite simple and yet it takes into consideration not only the existence of water bodies in the past but also the present situation in terms of ownership. Moreover, it also considers presence of dam relicts of the former water bodies and shows possibilities how to incorporate them into a restoration process. Therefore, we believe that it might be used by practitioners or by municipality administrations to identify places for restoration or construction of small water bodies.

Acknowledgments

The production of the article was supported by a research grant. DG18P02OVV019 "Historical water management objects, their value, function and significance for the present".

References

- AFFEK, A. 2013. Georeferencing of historical maps using GIS, as exemplified by the Austrian Military Surveys of Galicia. In *Geographia Polonica*. vol. 86, pp. 375-390.
- BLACKBOURN, D. 2007. *The conquest of nature: Water, Landscape, and the Making of Modern Germany*. New York, London: WW Norton Company.
- ASADIEH, B. – KRAKAUER, N. Y. 2017. Global change in streamflow extremes under climate change over the 21st century. In *Hydrology and Earth System Sciences*. vol. 21, pp. 5863-5874.
- DAVID, V. – DAVIDOVA, T. 2015. Analysis of available retention volume in extinct ponds - case study for Blanice river catchment. In *Efficient Irrigation Management and Its Effects in Urban and Rural Landscapes*. vol. 4, pp. 79-87.
- FRAJER, J. – KLADIVO, P. – GELETIČ, J. 2013. Reconstruction of extinct ponds using old maps, historical cadastres and the digital terrain model of the Czech Republic of the 5th generation. In *Acta Universitatis Palackianae Olomouensis – Geographica*. vol. 44, pp. 59-69.
- GREGORY, S. 2008. Historical channel modification and floodplain forest decline: implications for conservation and restoration of a large floodplain river - Willamette River, Oregon. In *Developments in Earth Surface Processes*. vol. 11, pp. 763-777.
- HAVLICEK, M. – PAVELKOVA, R. – FRAJER, J. – SKOKANOVA, H. 2014. The long-term development of water bodies in the context of land use: the case of the Kyjovka and Trkmanka river basins (Czech Republic). In *Moravian Geographic Reports*. vol. 22, pp. 39-50.
- HEROLD, H. – HECHT, R. 2018. 3D Reconstruction of Urban History Based on Old Maps. In Münster S., Friedrichs K., Niebling F., Seidel-Grzesińska A. (eds) *Digital Research and Education in Architectural Heritage*. UHDL 2017, DECH 2017. Communications in Computer and Information Science, vol 817. Springer, Cham, pp. 63-79.
- JAKOBSSON, E. 2013. Ditching from a water system perspective. Draining the Swedish water landscape 1200-1900. In *Water History*. vol. 5, pp. 349-367.
- KEKEN, Z. – PANAGIOTIDIS, D. – SKALOS, J. 2015. The influence of damming on landscape structure change in the vicinity of flooded areas: Case

- studies in Greece and the Czech Republic. In *Ecological Engineering*. vol. 74, pp. 448-457.
- KREJČÍ, J. – CAJTHAML, J. 2009. Müller's maps of the Czech Lands and their analysis. In *Acta geodaetica et geophysica Hungarica*. vol. 44, pp. 27-38.
- KUBINSKÝ, D. – WEIS, K. – FUSKA, J. – LEHOTSKÝ, M. – PETROVIČ, F. 2015. Changes in retention characteristics of 9 historical artificial water reservoirs near Banská Štiavnica, Slovakia. In *Open Geosciences*. vol. 1, pp. 880-887.
- LUCAS-BORJA, M. E. – ZEMA, D. A. – PLAZA-ÁLVAREZ, P. A. – ZUPANC, V. – BAARTMAN, J. – SAGRA, J. – GONZÁLEZ-ROMERO, J. – MOYA, D. – DE LAS HERAS, J. 2019. Effects of Different Land Uses (Abandoned Farmland, Intensive Agriculture and Forest) on Soil Hydrological Properties in Southern Spain. In *Water*. vol. 11, pp. 503.
- MACTAGGART, B. – BAUER, J. – GOLDNEY, D. 2007. When history may lead us astray: using historical documents to reconstruct swampy meadows/chains of ponds in the New South Wales Central Tablelands, Australia. In *Australian Geographer*. vol. 38, pp. 233-252.
- PAVELKOVA, R. – FRAJER, J. – HAVLICEK, M. – NETOPIIL, P. – ROZKOSNY, M. – DAVID, V. – DZURAKOVA, M. – SARAPATKA, B. 2016. Historical ponds of the Czech Republic: an example of the interpretation of historic maps. In *Journal of Maps*. vol. 12, pp. 551-559.
- PAVELKOVÁ CHMELOVÁ, R. – FRAJER, J. – PAVKA, P. – DZURÁKOVÁ, M. – ADÁMEK, P. 2012. Identification and analysis of historical pond (Chrudimka river basin). In *Acta Universitatis Palackianae Olomouensis – Geographica*. vol. 43, pp. 117-132.
- PODOBNIKAR, T. 2009. Georeferencing and quality assessment of Josephine survey maps for the mountainous region in the Triglav national park. In *Acta Geodaetica et Geophysica Hungarica*. vol. 44, pp. 49-66.
- SANTRUCKOVA, M. – DEMKOVA, K. – WEBER, M. – LIPSKY, Z.; DOSTALEK, J. 2017. Long-term changes in water areas and wetlands in an intensively farmed landscape: A case study from the Czech Republic. In *European Countryside*. vol. 9, pp. 132-144.
- SKALOŠ, J. – WEBER, M. – LIPSKÝ, Z. – TRPÁKOVÁ, I. – ŠANTRŮČKOVÁ, M. – UHLÍŘOVÁ, L. – KUKLA, P. 2011. Using old military survey maps and orthophotograph maps to analyse long-term land cover changes – Case study Czech Republic. In *Applied Geography*. vol. 31, pp. 426-438.
- SKALOŠ, J. – MOLNÁROVÁ, K. – KOTTOVÁ, P. 2012. Land reforms reflected in the farming landscape in East Bohemia and in Southern Sweden – Two faces of modernisation. In *Applied Geography*. vol. 35, pp. 114-123.

- SKOKANOVÁ, H. 2005. Channel changes of the lower part of the Dyje River in the 1830-2001 period caused by human activities. In *Geografie - Sborník ČGS*. vol. 110, pp. 271-285.
- TIMAR, G. 2009. System of the 1:28 800 scale sheets of the Second military survey in Tyrol and Salzburg. In *Acta Geodaetica et Geophysica Hungarica*. vol. 44, pp. 95-104.
- VAN DYKE, E. – WASSON, K. 2005. Historical ecology of a central California estuary: 150 years of habitat change. In *Estuaries*. vol. 28, pp. 173-189.
- WALZ, U. 2008. Monitoring of landscape change and functions in Saxony (Eastern Germany) - Methods and indicators. In *Ecological Indicators*. vol. 8, pp. 807-817.

Mgr. Hana Skokanová, Ph.D.

Výzkumný ústav Silva Taroucy pro krajinu a okrasné zahradnictví, v.v.i.
Lidická 25/27, 602 00 Brno, Česká republika
E-mail: hanka@skokan.net

RNDr. Renata Pavelková, Ph.D.

Katedra geografie, Univerzita Palackého v Olomouci
17. listopadu 12, 771 46 Olomouc, Česká republika
E-mail: r.pavelkova@upol.cz

Mgr. Marek Havlíček, Ph.D.

Výzkumný ústav Silva Taroucy pro krajinu a okrasné zahradnictví, v.v.i.
Lidická 25/27, 602 00 Brno, Česká republika
E-mail: marek.havlicek@vukoz.cz

RNDr. Aleš Létal, Ph.D.

Katedra geografie, Univerzita Palackého v Olomouci
17. listopadu 12, 771 46 Olomouc, Česká republika
E-mail: ales.letal@upol.cz

PROJEKT CREATIVE CITIES OF MEDIA ARTS KOŠICE AKO MOTIVAČNÝ FAKTOR KREATÍVNEHO CESTOVNÉHO RUCHU NA SLOVENSKU

Milena Švedová, Denisa Kurucová

Abstract

The development of culture and creativity deals with various organizations. To one of them, we can include UNESCO, which, through multiple projects (e.g., Creative Cities Network), supports cities and countries in developing tourism. The role of the Creative Cities Network is to enhance culture and creativity in cities. Our paper provides an overview of the Creative Cities project of the UNESCO organization with an emphasis on the analysis of Creative Cities of Media Arts Košice. Based on the formation of creativity, we forecast, endorse the utilization, capitalization of creative tourism in Slovakia.

Keywords: creative cities, Košice, opportunity, city, creativity

Úvod

*"Kreativita je cesta, nie destinácia. Je to proces, nie status."
(Landry, 2000)*

V každej sfére cestovného ruchu pozorujeme prítomnosť kreativity, kde najväčšiu mieru koncentrácie tvorivosti fixujeme v kultúrnom cestovnom ruchu, pri ktorom sú účastníci motivovaní kreativitou, tvorivosťou, novým zážitkom a kultúrou. Kultúra, naše presvedčenia, názory, zvyky a tradície, pomáhajú vytvárať, formovať komunitu. Dané sféry pôsobenia sú prostriedkom vzájomnej súčinnosti, účasti viacerých integrantov na základe ktorých vzniklo a vzniká množstvo kreatívnych projektov. Medzi takého projekty môžeme zaradiť projekt Creative Cities organizácie UNESCO, ktorý prezentujeme na príklade mesta Košice, ktoré získalo titul Creative city v oblasti mediálneho umenia.

Teoreticko-metodické východiská

Naša príspevok sa zaoberá analýzou projektu Creative Cities Network organizácie UNESCO, ktorý podporuje mestá a krajiny pri rozvoji cestovného ruchu. Úlohou Creative Cities Network, je zveľaďovanie kultúry a kreativity v mestách. Naším hlavným zdrojom informácií bola databáza organizácie

UNESCO s prepojením na projekt Creative Cities Network. Z metodologického posudzovania sme aplikovali niekoľko metodologických postupov SWOT analýzu mesta Košice, kde sme vyzdvihli silné a slabé stránky Košíc z pohľadu kreatívneho mesta, deskriptívu jednotlivých podujatí a partnerov, ktorí sa podieľali, respektíve stále podieľajú na reprezentovaní mediálneho umenia v Košiciach. Na základe preskúmania a spracovania získaných poznatkov o kreatívnych mestách a projekte, prognózujeme využitie kreatívneho cestovného ruchu na Slovensku.

Organizácia UNWTO, charakterizuje kultúrny cestovný ruch ako druh turizmu, v ktorom hlavnou motiváciou návštevníkov je učenie, objavovanie a spoznávanie kultúrnych atrakcií. Tieto kultúrne hodnoty môžu mať formu materiálnych predmetov, duševných vlastností, historických vzácností alebo tradícií (UNWTO, 2019).

Kultúrny cestovný ruch patrí medzi základné druhy, ktorý láka návštevníkov hľadajúcich zážitok z poznávania kultúrnych pamiatok, kultúrneho dedičstva, zvykov, tradícií krajiny alebo mesta, či rôznych kultúrnych podujatí. Patrí medzi najdôležitejšie a najviac prosperujúce segmenty cestovného ruchu (Matušiková, 2013).

V súčasnosti sa do popredia dostáva kreatívny cestovný ruch ako súčasť spoznávania kultúrneho potenciálu. Kultúra je v podstate podkladom pre kreatívny cestovný ruch, kde sa využíva kultúrny ale aj prírodný potenciál krajiny, či určitého mesta. Kreativita je chápaná ako nevyčerateľný zdroj nápadov, inšpirácie a predstavivosti, ktoré sa prostredníctvom ich realizácie premenia na jedinečné produkty, diela, kreácie i vynálezy. Je výsledkom duševnej práce a talentu jednotlivca, skupiny. Kreativita predstavuje, zobrazuje „implantát“ nášho podvedomia, ovplyvňuje zmýšľanie, rebríček hodnôt, náš pohľad na realitu (UNCTAD, 2008).

Kreatívny sektor konštituuju odvetvia a aktivity, založené na kultúrnej alebo umeleckej základni, ktoré sú výsledkom kreatívnej tvorby. Zahŕňa domény ako napr. architektúru, múzeá, divadlá, knižnice, kultúrne pamiatky a kultúrne dedičstvo, remeslá, festivaly, hudbu, film, televíziu, multimédiá, audiovizuálne umenie a rôzne iné vystúpenia a projekty. Na kreatívnom sektore sa môžu podieľať umelci, herci, výtvarníci, jednotlivci ale aj organizácie. Jej výhodou je paralelný rast s technickým pokrokom čím sa progresívne zdokonaľuje a inovuje (Montalto et al., 2019).

Projekt Creative Cities

UNESCO Creative cities network (ďalej len UCCN), bolo vytvorené v roku 2004 organizáciou UNESCO na podporu medzinárodnej spolupráce miest na celom svete, ktoré investovali do kultúry, tvorivosti a kreativity s cieľom podporiť mesto a jeho trvalo udržateľný rozvoj.

Creative city ponúka unikátnu príležitosť, možnosť pre rôzne formy spolupráce a projekty, s cieľom naplno využiť možnosti mestského kultúrneho potenciálu i kreovať základ pre hospodársky, ekonomický, sociálny a kultúrny rozvoj. Dnes do UCCN patrí 180 miest, zo 72 krajín sveta z rôznych regiónov a oblastí. Aj keď sú tieto mestá z rôznych kútov sveta, majú spoločné poslanie: zaradiť kultúru do centra svojho pôsobenia a svojich rozvojových stratégií, aby sa mestá stali atraktívnejšími, bezpečnými, odolnými a udržateľnými. Kreatívne mestá si navzájom pomáhajú a podporujú sa, zdieľajú svoje postupy, ciele a skúsenosti prostredníctvom medzinárodnej spolupráce (Reis a kol., 2009).

Medzi kľúčové vlastnosti pre úspech kreatívneho mesta podľa Landryho (2000) patrí: nezaujatosť, ochota, zameranie na dlhodobé ciele, porozumenie stratégie, záujem pracovať s občanmi mesta a ochota počúvať a učiť sa.

Hlavným cieľom UNESCO Creative Cities Network (UCCN) je posilniť spoluprácu medzi mestami, ktoré považujú tvorivosť a kreativitu ako jeden z hlavných faktorov trvalo udržateľného rozvoja svojho mesta, v sociálnej, kultúrnej, hospodárskej a environmentálnej oblasti (UNESCO, 2019).

Význam projektu Creative Cities a ciele

Význam projektu UCCN pre mestá:

- posilní jeho medzinárodný profil a vedúce postavenie mesta, zvýši sa povedomie o meste,
- zvýši jeho medzinárodnú a regionálnu atraktivitu, či už pre ekonomických investorov alebo zahraničných či domácich návštevníkov mesta,
- spolupráca s inými kreatívnymi mestami, v podobe pomoci, zdieľania know-how a rôznych spoločných projektov,
- rozvoj kreativity u jednotlivcov alebo v organizáciách a spoločenstvách, prostredníctvom vytvárania priaznivých podmienok pre ich rozvoj a propagáciu.

Súčasťou projektu UCCN je vytvoriť pre mesto trvalo udržateľný rozvoj, kde vznikajú isté povinnosti mesta voči organizácii:

- vykonávať činnosti v súlade so strategickým vyhlásením, navrhovať spoločné ciele s UCCN,
- zúčastňovať sa na každom UCCN výročnom stretnutí, na ktorých sa vytvárajú budúce spolupráce,
- každé štyri roky podávať správu o uskutočňovaní plánov, o dosiahnutých úspechoch a budúcich stratégiách,
- zvažovanie finančnej podpory pre organizáciu, s ohľadom na ich finančnú situáciu,
- aktívne sa zapájať do aktivít menších pod organizácií,

- aktívne komunikovať a udržiavať kontakt s UNESCO sekretariátom, na šírenie informácií o stave mesta.

Ambíciou kreatívneho mesta je zabezpečiť jeho prosperitu, zatraktívniť ho natoľko, aby prilákalo čo najviac jedincov pre prácu, štúdium, návštevu, ba dokonca pre celoživotné pôsobisko. Pripojením k organizácii, sa mestá zaväzujú zdieľať a rozvíjať svoje verifikované praktiky a postupy, vytvárajúce partnerstvá, ktoré podporujú tvorivosť a kultúrny priemysel, podporujú účasť na kultúrnom živote i zapojení kultúry do plánov mestského života. Mesto sa ďalej zaväzuje podporovať aj *2030 Agendu trvalo udržateľného rozvoja* (tento plán, zahŕňa celkovo 17 cieľových bodov, ktoré sa snažia dosiahnuť, práve v 11.bode: Vytvoriť mestá a ľudské sídla trvalé, bezpečné, odolné a udržateľné - je spojená kultúra a kreativita, ako hlavné a vedúce sily trvalo udržateľného rozvoja). Inovatívny prístup trvalo udržateľného rozvoja vychádza z vytvorenia rovnováhy medzi sociálno-kultúrnym, ekonomickým a ekologickým prostredím. Cieľom je posilniť ekonomiku súčasnosti, no bez škodlivých ekologických následkov do budúcnosti. Tento trvalo udržateľný rozvoj sa realizuje prostredníctvom úsporného využívania ekologických zdrojov, využívania kultúrneho a sociálneho potenciálu krajiny a miest a zabezpečenia stabilnej úrovne ekonomického rastu (UNIS, 2019).

Medzi hlavné ciele projektu UCCN patrí:

- posilniť medzinárodnú spoluprácu medzi mestami, ktoré uznali že kultúra a kreativita sú ich hlavnými zdrojmi trvalo udržateľného rozvoja,
- stimulovať a zlepšovať iniciatívu členských miest, aby sa kreativita stala nevyhnutným faktorom mestského rozvoja, najmä prostredníctvom spolupráce s verejným, súkromným sektorom a občanmi,
- posilniť tvorbu, výrobu, distribúciu a šírenie kultúrnych aktivít, tovarov a služieb,
- rozširovať centrá kreativity a inovácií a vyvíjať príležitosti pre tvorcov, umelcov a profesionálov v oblasti kultúry,
- zlepšiť prístup k účasti na kultúrnom živote, ako aj ku kultúrnym statkom a službám, najmä pre sociálne slabšie skupiny ľudí,
- integrovať kultúru a tvorivosť do plánov mestského rozvoja.

Všetky ciele UCCN sú realizované na členskej ale aj medzinárodnej úrovni, a uskutočňujú sa prostredníctvom:

- zdieľania informácií, skúseností, know-how, a najlepších postupov,
- hlavných projektov, partnerstiev a iniciatív spájajúcich verejný, súkromný sektor a občanov,
- profesionálnych a umelecky výmenných programov,
- štúdií, výskumov a hodnotení skúseností Creative cities,
- podmienok pre trvalo udržateľný rozvoj,
- činnosti v oblasti komunikácie a zvyšovania povedomia.

UNESCO Creative City pôsobí v 7 oblastiach kultúry:

- ľudové umenie a remeslá (Crafts & Folk Art),
- dizajn (Design),
- film (Film),
- gastronómia (Gastronomy),
- literatúra (Literature),
- mediálne umenie (Media Arts),
- hudba (Music).

Proces zapojenia sa do projektu UNESCO Creative cities network

Aby sa mesto stalo členom UCCN, kandidujúce mesto musí predložiť žiadosť, ktorá preukazuje jeho ambíciu, odhodlanie, samostatnosť a schopnosť prispievať k naplneniu cieľov daného projektu. Výzva na podanie žiadosti sa zverejňuje každý rok, pre všetky krajiny, ktoré sú členom UNESCO. Mesto si na základe svojich možností, predpokladu a potenciálu samostatne volí oblasť, ktorú chce alebo môže dostatočne prezentovať. Tento výber oblasti prebieha bez aktívnej participácie obyvateľstva (UNESCO, 2019).

Žiadosti sa zameriavajú predovšetkým na vybrané kreatívne oblasti – ako napr. ľudové umenie a remeslá, gastronómia, dizajn, film, hudba, literatúra a mediálne umenie. UNESCO môže obmedziť právo na podávanie prihlášok, v súvislosti so špecifickými geografickými podmienkami alebo tematickými prioritami. Do výzvy na podávanie žiadostí sa môžu zapojiť len dve mestá z rovnakej krajiny a to v dvoch rozdielnych oblastiach kultúry. Od roku 2017, sa podporujú hlavne Africké a Arabské krajiny, ktoré sú v tomto projekte nedostatočne zastúpené. Mestá, ktoré predložili žiadosť na dvoch po sebe nasledujúcich výzvach a nedostali ustanovenie, môžu podať žiadosť najskôr o štyri roky (UNESCO, 2019).

Mesto môže byť vyhlásené za Creative city, na základe obsahu navrhovaného akčného plánu, jeho dopadu a potenciálneho príspevku k celkovému plánu UCCN a tiež k záväzku plniť 2030 Agendu trvalo udržateľného rozvoja. Za výber Creative city zodpovedá generálny riaditeľ UNESCO, po predbežnej externej a internej technickej kontrole. Označenie UNESCO zaručuje uznanie kvality, relevantnosti a realizovateľnosti plánov, ktoré mesto uvádza vo svojom akčnom pláne v žiadosti. Následne UNESCO pravidelne monitoruje, dokumentuje, realizáciu dosiahnutých výsledkoch. Mestá, ktoré sa stanú kreatívnym mestom, musia výsledky svojho pôsobenia a teda konzekvencie vplyvu doložiť dokumentáciou do 4 rokov, po udelení titulu. Zahŕňajúc údaje o ekonomickej aspekto, návštevnosti podujatí i celkovom sociálnom, environmentálnom dopade na mesto (UNESCO, 2019).

Košice ako druhé najväčšie mesto na Slovensku, s viac ako 240 000 obyvateľmi sa nachádzajú vo východnej časti Slovenska, v Košickej kotline v údolí rieky Hornád. Košice patria k jedným z najkrajších a najnavštevovanejších miest Slovenska, často označované aj ako metropola východného Slovenska. Letisko, železničná trať a autobusové linky spájajú Košice s inými destináciami. Výhodná poloha mesta zabezpečila že sa z Košíc stalo dôležité obchodné, ekonomické a politické centrum už v minulosti (www.kosice.sk).

Košice lákajú mnoho domácich ale aj zahraničných turistov, investorov, podnikateľov a študentov, pretože sú aj univerzitným centrom. Ekonomiku mesta rozvíja najmä IT, hospodársky, politický a kultúrny priemysel. Košice sa pre svoj rozvinutý IT sektor a mladú kreatívnu komunitu stalo centrom pre mediálne umenie. Každoročne sa tu koná mnoho festivalov, konferencií a výstav i v oblasti mediálneho umenia (Dzurov Vargová, 2018).

Košice ako prvé mesto na Slovensku, získalo v októbri 2017 titul Creative city práve v oblasti mediálneho umenia. Tento titul získalo na základe prihlášky, ktorú podala nezisková organizácia Creative Industry Košice. Táto organizácia sa venuje rozvoju kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Košiciach. Vytvára nové projekty a naplňa kultúrnu stratégiu mesta. Mesto Košice podalo žiadosť v júni 2017, následne v októbri bolo vymenované ako jedno zo 64 miest z celého sveta za Creative city. Aktivity a projekty súvisiace s titulom mesta, priniesli Košiciam signifikantný rozvoj, prosperitu kultúry a kreatívneho umenia. (www.cike.sk)

Členstvo v Creative city, posilnilo globálne postavenie Košíc v oblasti kreatívneho priemyslu a mediálneho umenia. Košice sa svojím členstvom v UCCN, zaviazali aj na podieľaní a uskutočňovaní cieľov Agendy 2030 trvalo udržateľného rozvoja. Tie boli zamerané na zvyšovanie kvality vzdelávania, odstraňovanie nerovností medzi občanmi a udržateľnosť mesta a jeho ekonomiky. Mesto okrem titulu Creative city v roku 2017, nesie titul Európske hlavné mesto kultúry (2013), a významný titul Európske mesto športu (2016), Európske hlavné mesto dobrovoľníctva (2019).

V Košiciach sa počas roka Creative city konali rôzne podujatia, výstavy a festivaly, zamerané na prezentáciu mediálneho umenia. Podujatia prilákali mnoho domácich ale aj zahraničných záujemcov. Keďže mesto získalo tento titul v októbri v roku 2017, podujatia a akcie sa konali až do októbra 2018, ktoré sú uvedené v nasledujúcej tab. 1.

Tieto podujatia, výstavy a festivaly boli zamerané na medzinárodnú spoluprácu a rozvoj v oblasti kultúry a mediálneho umenia. Niektoré z týchto vyššie uvedených podujatí, sa v Košiciach konajú pre svoj úspech až dodnes, príkladom sú: Biela noc, ktorá je každoročne jedným z najnavštevovanejších podujatí v oblasti mediálneho umenia, Art & Tech days, DAAVS, Frida Talks a podobne.

Kreativita do istej miery mení životný štýl jedincov a následné podujatia majú motivačný charakter aj pre iné oblasti života s akcentom na kvalitu života jedincov v danom meste (Uher a kol., 2018).

Tab. 1: Podujatia a akcie organizované počas roka Creative city v Košiciach
Table 1: Events and events organized during the year Creative city in Košice

Názov podujatia	Termín	Miesto	Obsah podujatia
GAME DEVELOPERS MEETUP	28.9.2017	Kino úsmev	Stretnutie počítačových hráčov herného priemyslu na Slovensku, diskusia jeho vývoja, financovania a investorov.
BIELA NOC	30.9.2017	Košice	Festival súčasného umenia, moderných technológií, filmov a koncertov, so zameraním na svetelné efekty.
LIKE #2017	05. – 07. 10. 2017	Kunsthalle Košice	Festival súčasnej literatúry a multimédií. Výstavy komiksov, vizuálnej poézie a grafického dizajnu.
ÖÜ /cross-mediart happening	11. – 17. 11. 2017	Tabačka Kulturfabrik	Projekt zameraný na vizuálne a zvukové umenie, svetelné inštalácie, kinopremiéru a workshop.
DAAVS 2017	22. – 24. 11. 2017	Košice	Spojenie audiovizuálneho umenia a súčasnej hudby
ART & TECH DAYS	22. – 26. 11. 2017	Košice	Festival mediálneho umenia, technológií a dizajnu, umelej inteligencie a umeleckej tvorby.
MASS 2	23. 11 – 17. 12. 2017	Tabačka Gallery	Výstava media-artových prác študentov na Slovensku.
ART & TECH CONFERENCE	24.11.2017	Kasárne Kulturpark	Multidisciplinárna konferencia zameraná na dizajn informácií, inovatívnu tvorbu médií a estetiku vo vede a biznise.
ZIGURAT PROJECT & NANO VJ'S:	24. – 26. 11. 2017	DIG Gallery	Živá výstava choreografických inštalácií, spájajúca pohyb s umením médií.
MEDIA ART EXCHANGE	29. 11. - 08. 12. 2017	DIG Gallery	Výstava medzinárodnej spolupráce absolventov a študentov krátkych filmov, videoartov a inštalácií.
MASS 3	06. – 16. 03. 2018	Kasárne Kulturpark	Výstava študentských prác médií a fotografií vytvorených na košickej Fakulte umení.

FRIDA TALKS TECH	9.3.2018	Kasárne Kulturpark	Stretnutie inšpiratívnych žien z oblasti IT technológií, diskusie, možnosť vyskúšať si technológie.
MOVE FEST	26. - 28. 05. 2018	Tabačka Kulturfabrik	Festival súčasného tanca a divadla, prezentujúci umelecké produkcie s médiami a technickými novinkami.
SOUND CITY DAYS	20.9.2018	Kasárne Kulturpark	Projekt zvukového a experimentálneho umenia, sound artu, video artu, tanca, vizuálneho umenia a digitálnych technológií.
CREATIVE PLAYGROUNDS	05. – 06. 10. 2018	Technicom	Medzinárodný projekt zameraný na mediálne a kreatívne umenia. Spojenie lokálneho a medzinárodného kultúrneho prostredia.

Zdroj: <https://cityofmediaarts.sk>

Partneri mesta Košice z pohľadu Creative city

Medzi partnerov mesta Košice, v oblasti kreatívneho umenia a kultúry patria:

- Mesto Košice,
- Creative industry Košice -CIKE- Nezisková organizácia, ktorá sa venuje rozvoju kultúrneho a kreatívneho odvetvia v Košiciach,
- Fakulta umení TUKE - Fakulta poskytuje študentom vzdelanie v oblasti dizajnu, výtvarného umenia, fotografie, architektúry a mediálneho umenia.
- DIG GALLERY - Digitálna galéria, ktorá podporuje vývoj technológií, vedy a moderného elektronického umenia.
- K13, Košické kultúrne centrá - Mestská organizácia, ktorá spája sieť kultúrnych centier. Organizuje výstavy, festivaly, hudobné a filmové predstavenia, konferencie a rôzne iné podujatia. Najznámejším centrom sú Kasárne Kulturpark.
- Tabačka Kulturfabrik - Bývalá tabaková továreň v súčasnosti slúži na organizovanie koncertov, divadla, podporuje a poskytuje priestor pre začínajúcich umelcov a zohráva dôležitú úlohu pri plnení kreatívnej a kultúrnej stratégie v Košiciach,
- IT Valley - Je výsledkom spolupráce vzdelávacích inštitúcií, štátnej správy a IT spoločností. Zohráva dôležitú úlohu v miestnej a medzinárodnej spolupráci, realizuje výskumné projekty, analýzy, vzdeláva a poskytuje štúdie a prognózy ďalšieho vývoja v oblasti IT technológií,
- Biela noc - Medzinárodný, najnavštevovanejší a najväčší festival súčasného umenia na Slovensku. Vzdeláva verejnosť, prináša známych umelcov,

podporuje vznik nových diel a prináša mediálne umenie medzi bežných obyvateľov mesta,

- Kair - Košice artist in residence - Je medzinárodný program, ktorý podporuje umelcov a medzinárodnú spoluprácu medzi umelcami a organizáciami,
- VUNU - Kolektív mladých operátorov, ktorí sa venujú súčasnému umeniu. Hlavnou úlohou kolektívu je poskytovať priestor na prezentáciu súčasnej tvorby mladých slovenských ale aj zahraničných umelcov, v galériách a na audiovizuálnych podujatiach.

Všetci títo partneri sa podieľali na získaní titulu Creative city, a stále sa podieľajú na budovaní kreatívnej stránky mesta. Či už poskytovaním priestorov, podporovaním nových umelcov, vytváraním rôznych podujatí, festivalov, výstav alebo konferencií, alebo finančne podporujú mesto a oblasť kultúry (CITYOFMEDIAARTS, 2019).

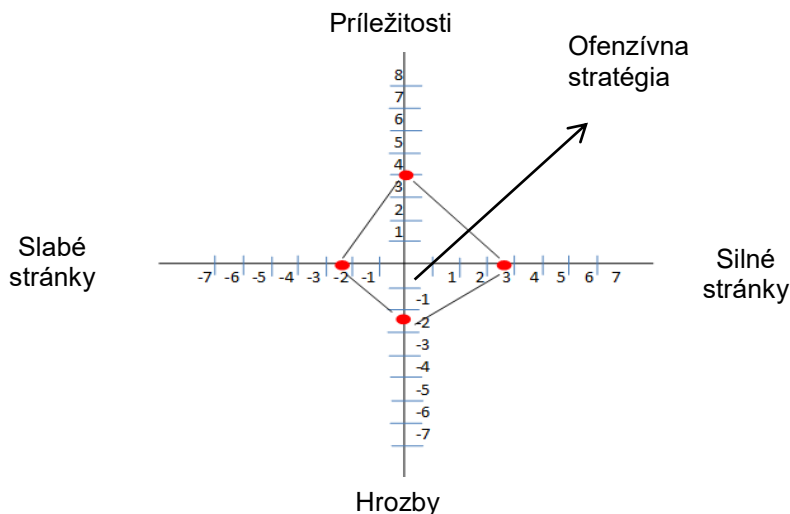
SWOT analýza mesta Košice

Na základe SWOT analýzy mesta Košice z pohľadu návštevnosti, obľúbenosti a výhod pre získané ocenenie Creative city v oblasti mediálneho umenia ilustruje (graf 1). Mesto Košice sa nachádza v ofenzívnej stratégii, čo znamená že silné stránky a príležitosti majú silnejšie postavenie a prevažujú nad slabými stránkami. Táto pozícia je pre mesto výhodná, čo dokazuje aj celkový počet turistov, či návštevnosť uskutočnených podujatí. Zotrvanie v ofenzívnej stratégii, môže priniesť mestu nové príležitosti i spolupráce.

Výsledky a diskusia

Projekt UCCN má celosvetový, globálny prínos a je zameraný najmä na väčšie mestá, no dá sa považovať za motivačný faktor aj pre menšie mestá, komunity. Príkladom môže byť projekt s rovnakým cieľom, no prispôbený našim podmienkam. Šancu stať sa kreatívnym mestom majú aj menšie mestá s bohatým kultúrnym potenciálom

Graf 1: SWOT analýza mesta Košice
Graph 1: SWOT analysis of the city of Košice



Budúcnosť pre mestá na Slovensku pre podporu kreatívneho cestovného ruchu

Projekt UCCN pôsobí v rôznych oblastiach kultúry - ľudové umenie a remeslá, dizajn, film, gastronómia, literatúra, mediálne umenie, hudba. Podobne ako mesto Košice získalo titul v oblasti mediálneho umenia, majú príležitosť na získanie titulu aj ďalšie mestá na Slovensku, ktoré by si tento titul zaslúžili aj v iných oblastiach kultúry a kreatívneho priemyslu. Môžu to byť mestá, ktoré už sú zapísané v zozname svetového dedičstva UNESCO. Kde veľkosť mesta nemusí odrážať potenciál, kultúrnu, či kreatívny charakter mesta. Aj počtom obyvateľov malé mestá, komunity môžu ukrývať bohaté možnosti pre turistov. Napriek vedúcemu postaveniu kultúrnych a kreatívnych odvetví vo veľkých mestách aj malé mestá, komunity majú svoje opodstatnenie a prínos pre celkovú kultúrnu renesanciu a progres.

Kultúrne dedičstvo na Slovensku má potenciál presadiť sa aj v zahraničnej konkurencii, preto je vhodné doň investovať a využiť ho pre prospech celku čo najefektívnejšie. Kultúra vystupuje ako dominantný podnet, impulz záujmu kultúrne motivovaných turistov, či už prostredníctvom spoznávania kultúry, prehliadok pamätihodností, návštevy kultúrnych podujatí a festivalov alebo podieľaní sa na ich organizovaní.

Slovensko je pomerne rozmanitá krajina, s veľkou, mnohotvárnou, opulentnou perspektívou príležitostí. Kultúrny a kreatívny priemysel poskytuje krajine ekonomické aj sociálne benefity. Pri výbere slovenských miest, ktoré by sa mohli uchádzať o získanie titulu „Creative cities“ pod záštitou Creative cities Network organizácie UNESCO, sme sa snažili o zastúpenie miest z každého regiónu. Na základe histórie, kultúrneho potenciálu, známych osobností z oblasti kultúrneho života sme vybrali nasledovné mestá vhodné pre vypracovanie projektu „Creative cities“ na Slovensku.

V našom príspevku uvádzame pre ilustráciu niekoľko miest, ktoré by už dnes mohli získať daný titul Creative cities network, vzhľadom na požadované kritériá. Samozrejme každé mesto môže mať ambíciu získať titul kreatívne mesto, no zároveň treba poukázať aj na podmienky slovenského vidieka.

Návrh za kreatívnu oblasť Literatúra – mesto Martin

Martin zohrával dôležitú úlohu už v minulosti, keď tu v roku 1840 vystúpili Štúrovci a v roku 1863 bola podpísaná Matica Slovenská. V Martine sa nachádza Slovenské národné literárne múzeum a Národný cintorín, na ktorom sú pochovaní významné slovenské osobnosti. Literárne múzeum sídli v pôvodnej budove Matice Slovenskej, ktorá bola v roku 1961 vyhlásená za národnú kultúrnu pamiatku. V múzeu sa nachádzajú stále expozície s názvom Najstaršia slovenská literatúra a Národná dvorana a uchováva dôležité dejiny a vývoj slovenskej literatúry. Je ústredným literárnym múzeom na Slovensku. Zhromažďuje dokumentáciu, odborne spracúva, ochraňuje a sprístupňuje národné dejiny literatúry, zabezpečuje výskum a spolupráce s vedeckovýskumnými organizáciami a podporuje slovenskú národnú kultúru a vzdelanosť. Múzeum pravidelne usporadúva rôzne zaujímavé knižné a literárne podujatia, pre deti aj dospelých. V druhej budove Matice Slovenskej sídli vydavateľstvo Národných novín a pracoviská Slovenského národného literárneho múzea (www.muzeum.sk).

Mesto uchováva a spravuje bohaté dejiny a poklady slovenskej literatúry, zároveň v meste sídli divadlo ako jedná z mnohých kultúrnych inštitúcií. Pod správou Slovenského národného literárneho múzea patrí Národný cintorín, vznikol koncom 18 storočia, no v roku 1976 bol vyhlásený za národnú kultúrnu pamiatku. Na cintoríne sa nachádza okolo 400 náhrobkov významných osobností slovenského kultúrneho a spoločenského života (J. C. Hronský, F. Hečko, M. Hodža, M. Kukučín, J. Smrek a mnoho iných významných osobností (www.snk.sk)).

Návrh za kreatívnu oblasť Dizajn – Bratislava

Bratislava ako hlavné a najväčšie mesto Slovenska, už od minulosti napredovala vo viacerých smeroch. Inak tomu nie je ani v oblasti dizajnu. V Bratislave bola už v roku 1946 založená prvá architektonická škola na Slovensku,

ktorej absolventi šírili a praktizovali svoje znalosti a schopnosti. To prispievalo k rozširovaniu moderného umenia v oblasti architektúry. Ako príklad môžeme uviesť dielo neskorého modernizmu - budovu Slovenského rozhlasu. Navrhli ju Š. Svetko, B. Kisling a Š. Ďurkovič v roku 1983. Budova má nezvyčajný tvar otočenej pyramídy a je príkladom technologickej architektúry. Zaujímavá konštrukcia budovy láka pozornosť mnohých turistov (Michalíková, 2016).

Dominantou a symbolom mesta je Bratislavský hrad, jeho história siaha až do 9. storočia. Pôvodná stavba bola niekoľko krát v jednotlivých obdobiach vývoja prestavaná. Svoju konečnú podobu po mnohých prestavbách hrad získal až v druhej polovici 20. storočia. Ďalšou atypickou stavbou a atrakciou Bratislavy je vysielateľ Kamzík. Vysielateľ má ihlanovitý tvar, bola dokončená v roku 1974 a dosahuje výšku 194 metrov. Televízna veža neslúži len ako vysielateľ televíznych a rádiových staníc, ale aj ako zaujímavá atrakcia pre turistov. Približne vo výške 70 metrov sa nachádza reštaurácia a o poschodie vyššie je kaviareň. K Bratislave patrí most SNP, ktorý je známy najmä pre pozoruhodnú reštauráciu UFO a bol postavený v roku 1972. Je druhým najstarším cestným mostom v meste a štvrtý závesný most na svete. Most SNP bol v roku 2001 vyhlásený za stavbu storočia a neskôr sa stal aj národnou kultúrnou pamiatkou. (Michalíková, 2016)

SND, Modrý kostol, Primaciálny palác, moderná štvrť Rozadol, most Apollo, Slovenské centrum dizajnu a múzeom a galériou, ale aj fakulta architektúry a Vysoká škola výtvarných umení majú čo ponúknuť turistom a záujemcom o dizajn alebo architektúru. V Bratislave nájdeme množstvo zaujímavých architektonických kúskov a reprezentantov dizajnu, v podobe umelcov, študentov umeleckých fakúlt, či v modernistických budovách, zastavaných moderných sídliskách alebo v budovách so staršími, no o to vzácnejšími prvkami. Každoročne sa tu konajú rôzne akcie, festivaly a podujatia v oblasti kultúry, umenia a dizajnu.

Návrh za kreatívnu oblasť Hudba – Prešov

Prešov, taktiež nazývaný aj „mesto hudby“ alebo „slovenský Seattle“ je tretie najväčšie mesto nachádzajúce sa na východnom Slovensku. Tento názov si Prešov zaslúžil nielen vďaka rušnému hudobnému životu ale aj vďaka známym hudobným skupinám či hudobníkom. Práve z Prešova alebo jeho okolia, pochádza mnoho známych úspešných kapiel ako IMT Smile, Chiki liki tu-a, Hefenine oči, Kandráčovci, Komajota alebo spevákov ako Peter Lipa, Katka Koščová, David Kollar, Peter Nagy a Katarína Knechtová a iní. Títo hudobníci obohacujú slovenskú hudobnú scénu o rôzne žánre a sú známi nielen na Slovensku, ale aj v okolitých krajinách.

Okrem významných hudobných rodákov, mesto Prešov reprezentuje hudbu aj prostredníctvom rôznych hudobných podujatí či festivalov. Každoročne sa tu koná viacero podujatí zameraných na hudbu, napríklad Prešovská hudobná jar

a Prešovská hudobná jeseň, Festival komornej hudby ARTIS, Prešovské dni klasickej gitary a Festival Jazz Prešov, Dobrý festival a ďalšie menšie projekty (www.gopresov.sk).

Návrh za kreatívnu oblasť Gastronómia - Liptovský Mikuláš

V súčasnosti gastronómia predstavuje nielen sprievodný jav pri turizme, no stala sa z nej samotná atrakcia. Slovensko má rozmanitú gastronómiu, bohatú na remeselné pivovary, svetoznáme vinice, a tradičné syrové či múčne špeciality. Organizujú sa festivaly jedla, jarmoky a rôzne slávnosti ako dni piva, vína, súťaže vo varení halušiek alebo rôznych iných slovenských špecialít. Slovensko má v rámci kvality Európskej únie zaregistrovaných 17 tradičných poľnohospodárskych a potravinárskych produktov. Vínné pivnice lákajú turistov na juhu krajiny (Klimo, 2019).

Určiť jedno mesto alebo oblasť, kde je koncentrácia gastronómie najvýraznejšia, je náročné, no väčšina tradičných špecialít pochádza z podtatranských oblastí. Keďže oblasť Liptova a Spiša sú vyhľadávanými turistickými oblasťami, aj vďaka iným atraktivitám, návštevník si v danom regióne nájde vhodnú ponuku, ktorú vie doplniť práve gastronomickým zážitkom v tradičných salašoch s autentickým prostredím vo vysokohorskom prostredí (www.slovakia.travel).

Návrh za kreatívnu oblasť Remeslá a ľudové umenie – Detva

Slovensko má bohaté zásoby kultúry a folklóru, preto by sme tento titul mohli priradiť viacerým mestám alebo oblastiam Slovenska. Práve Detva sa aj najčastejšie spája s ľudovým umením, folklórom a remeslami. Osobitosťou Detvy sú aj terasovito usporiadané polia a laznícke osídlenia s prvkami ľudovej architektúry. Spätosť s prírodou a spôsob života miestnych obyvateľov položili základy bohatej ľudovej kultúry a podieľali sa na vzniku prvej bryndziarne na Slovensku v roku 1787. Ku kultúrnemu dedičstvu Detvy patrí najmä folklór a iné prejavy tradičnej ľudovej kultúry, medzi ktoré patria tradičné kroje, umenie miestnych majstrov, remeslá, piesne a tance, tradujúce sa z generácie na generáciu. Detviensky ľudový kroj je jeden z najznámejších na Slovensku, pričom pánsky kroj je špecifický krátkou košeľou, a ženský kroj bohatou výšivkou a čiernou sukňou. K Detve neodmysliteľne patrí aj fujara, ktorá bola v roku 2005 zapísaná do Zoznamu svetového kultúrneho dedičstva UNESCO. K okoliu Detvy patrí aj Gajdošská kultúra, ktorá bola v roku 2015 taktiež zapísaná do Zoznamu svetového kultúrneho dedičstva UNESCO. Z oblasti ľudového remesla je známa detvienská výšivka a drevorezba. (www.detva.sk)

Detva a jej okolie patrí pre svoje aktivity v oblasti uchovávaní a prezentácie kultúrnych hodnôt medzi najživšie regióny Slovenska. Každoročne sa

tu organizujú podujatia zamerané na ľudovú kultúru, ktorých hlavnou úlohou je uchovávanie tradičných ľudových hodnôt a kultúrneho bohatstva. Od roku 1966 Detva organizuje Folklórne slávnosti pod Poľanou, ktoré sa každoročne konajú druhý júlový týždeň, jarmoky, rôzne hudobné a tanečné podujatia, festivaly či súťaže folklórneho charakteru. Tieto podujatia každoročne prilákajú mnoho návštevníkov z celého Slovenska ale aj zahraničia, ktorí sa zídu osláviť a zachovať tieto tradície a kultúrne dedičstvo (Smileková, 2018).

Podpora kreatívneho cestovného ruchu vo vidieckych oblastiach Slovenska

Slovensko je malá ale rozmanitá krajina, kde každý región má svoje zaujímavosti, bohaté zdroje kultúrnych a prírodných krás, ľudového umenia, etnické skupiny so špecifickými zvyklosťami a tradíciami. Na základe týchto podmienok ako aj na základe inšpirácie kultúrnym cestovným ruchom s akcentom na kreativitu považujeme za dôležitú podporu vidieckych regiónov cez (možno realizovateľný) projekt „Kreatívny vidiek“. Hlavnou myšlienkou projektu je zveľaďovať, uchovávať a propagovať tradičnú kultúru a dedičstvo medzi mladou generáciou na Slovensku, prostredníctvom kreatívnych podujatí a workshopov so zámerom prepojenia sa na oblasti svetového dedičstva UNESCO na Slovenku. Na základe toho sme vymedzili nasledujúce kultúrne oblasti kreatívneho cestovného ruchu:

- ľudové umenie,
- remeslá,
- hudba,
- tanec,
- literatúra,
- gastronómia,
- spev,
- architektúra v rámci drevených kostolíkov, domčekov a hradov.

Príprava projektu pozostáva s viacerých realizačných kritérií ako podanie žiadosti (návrh formuláru žiadosti uvádzame v prílohe článku) na Ministerstvo kultúry, s navrhovanou oblasťou, plánom aktivít a popisom udržateľnosti projektu. Súčasťou schválenia žiadosti a pridelenia tohto titulu mestu či obci by bol aj adekvátny nenávratný príspevok pre obec, na usporiadanie akcií a podujatí, s cieľom reprezentovať danú oblasť kultúry kreatívnym spôsobom, minimálne počas obdobia jedného roka. „Kreatívny vidiek“ by sa vymenúval raz ročne, s maximálnym počtom troch miest alebo obcí na jeden kalendárny rok. Zvolený „Kreatívny vidiek“ bude počas celého roka svojho pôsobenia komunikovať s kompetentnými a podávať správy o priebehu jednotlivých podujatí. Mesto alebo obec môže pokračovať v reprezentovaní danej oblasti kultúry, aj po uplynutí obdobia kalendárneho roka, v ktorom bolo zvolené za „Kreatívny vidiek“.

Záver

Variabilné formy kreativity, dávajú možnosť jedincovi vyjadriť, aktualizovať vlastné, názory, postoje, pocity a myšlienky. Kreativita je dôležitá, potrebná a nevyhnutná i v oblasti cestovného ruchu. Prostredníctvom tvorivej činnosti, schopností človek objavuje nové možnosti, vytvára si nezabudnuteľné zážitky. Poukazujeme na miesto, dôležitosť kultúry, kultúrneho dedičstva, kreatívneho prístupu pri kreovaní stále nových trendov v cestovnom ruchu, kde turistov oslovuje práve inovatívnosť hľadísk, prístupov a pod.. Na disemináciu kreativity a uchovávanie kultúry, kultúrneho dedičstva vo svete, sa zameriava práve projekt Creative Cities Network pod záštitou organizácie UNESCO. Pomáha a podporuje mestá, jednotlivcov a organizácie, k vytváraniu podujatí, festivalov a akcií s cieľom progresu spoločenskej prosperity. Prostredníctvom daných projektov sa môže posilniť nielen ekonomické postavenie mesta, regiónu, komunity, ale aj zvýšiť návštevnosť, posilniť, zviditeľniť prestíž a dobré meno mesta, lokality atď.

Naším dominantným cieľom bolo charakterizovať kreatívnu formu cestovného ruchu, poukázať na dôležitosť kultúry a kreativity v cestovnom ruchu, zhodnotiť zmysluplnosť, benefity projektu Creative city i poukázať na vybrané aspekty v konkrétnej rovine na príklade mesta Košice. Ďalej našou ambíciou bolo zhodnotiť potenciál miest na Slovensku vo vybraných oblastiach kultúry s apelom na projekt Creative City Network, a navrhnúť mestá alebo regióny na Slovensku, ktoré by potencionálne mohli získať titul „Creative city“.

Výber miest sme zvolili na základe charakteristických kultúrnych špecifik a existujúceho kultúrneho potenciálu.. Pre remeslá a ľudové umenie sme zvolili mesto Detva s jeho okolím, pre literatúru mesto Martin, v oblasti dizajnu zase Bratislavu. Mesto Prešov reprezentuje hudbu, Liptovský Mikuláš a jeho okolie slovenskú gastronómiu. Aj keď sa tieto mestá veľkosťou nedajú porovnať s inými kreatívnymi mestami vo svete, svojím potenciálom a bohatou kultúrou, im môžu konkurovať.

Pre svoju kandidatúru by mali mestá uskutočniť potrebné opatrenia, aby ich kandidatúra bola úspešná. Samotný proces zapojenia sa do výzvy Creative City Network zahŕňa:

1. Predloženie žiadosti, ktorá reflektuje ochotu, odhodlanie, samostatnosť a schopnosť mesta prispievať k cieľom projektu
2. Výber jednej zo siedmich kreatívnych oblastí pôsobenia vo sfére kultúry, vzhľadom na preferencie a špecifické vlastnosti mesta
3. Projekt môžu podať spoločne dve mestá
4. Popis a obhajoba svojej kandidatúry na mesto kreativity.

Projekty UNESCO sú zaujímavým motivačným faktorom pre mesto resp.

región v rozvoji kultúrneho cestovného ruchu. Konštatujeme, že takýto projekt môže posilniť jednotlivé obce či mestá v oblasti ekonomiky, kultúry, kreatívneho priemyslu, či cestovného ruchu a v neposlednom rade aj v spolupatričnosti, prostredníctvom zapojenia miestnych obyvateľov, organizácií, kultúrnych inštitúcií, podnikateľských subjektov a samotných turistov.

Literatúra

- CIKE, 2019. *Stratégia pre mesto*. [online]. [cit. 2020-09-13]. Dostupné na internete: <https://www.cike.sk/co-je-cike/>
- CITYOFMEDIAARTS, 2019. *Podujatia v Košiciach*. [online]. [cit. 2020-09-13]. Dostupné na internete: <https://cityofmediaarts.sk/events/>
- CITYOFMEDIAARTS, 2019. *Košice & mediálne umenie*. [online]. [cit. 2020-09-23]. Dostupné na internete: <https://cityofmediaarts.sk/kosice-a-medialne-umenie/>
- DETVÁ, 2020. *Kultúra*. [online]. [cit. 2020-09-19]. Dostupné na internete: https://www.detva.sk/?id_menu=63514
- DUBSKÁ, M. 2015. *Kultúrne dedičstvo a kultúrny cestovný ruch*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, s. 14-36. ISBN 978-80-558-0886-4.
- DZUROV VARGOVÁ, T. 2018. Stav cestovného ruchu v Košickom kraji In *Mladá veda*. ISSN 1339-3189, 2018, roč. 6, č. 4. s. 1-16.
- GOPRESOV, 2019. *Top podujatia v Prešove*. [online]. [cit. 2020-01-15]. Dostupné na internete: <http://www.gopresov.sk/podujatia/top-podujatia-v-presove/>
- LANDRY, CH. 2000. *Creative city*. Londýn: Earthscan. pp. 4-118. ISBN 1-85383-613-3.
- MATUŠÍKOVÁ, D. 2013. *Základy cestovného ruchu pre manažérov*. Prešov: Bookman s. r. o., 2013. ISBN 978-80-89568-75-8.
- MICHALIKOVÁ, L. 2016. Budova Slovenského rozhlasu.
- MONTALTO, V. et al. 2019. *The Cultural and Creative Cities Monitor*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-76-08807-3.
- MUZEUM, 2020. *Literárne múzeum SNK Martin*. [online]. [cit. 2020-09-15]. Dostupné na internete: <https://www.muzeum.sk/literarne-muzeum-snk-martin.html>
- REIS, A. et al. 2009. *Creative city perspectives*. [online]. Sao Paulo: Garimpo de Solucoes & Creative City Productions. [cit. 2020-09-18]. Dostupné na internete: http://creart-eu.org/sites/default/files/studies-articles/Creative%20Cities%20Perspectives_0.pdf
- SLOVAKIA.TRAVEL, 2019. *Slovenská gastronómia*. [online]. [cit. 2020-09-13]. Dostupné na internete: <https://slovakia.travel/slovenska-gastronomia>

- SMILEKOVÁ, I. 2018. *Devianske ľudové umenie*. [online]. [cit. 2020-09-19]. Dostupné na internete: <https://dlu.sk/popis-kroja/>
- ŠAMBRONSKÁ, K. 2017. *Mestský a kultúrny turizmus: úvod do problematiky*. Bookman, s.r.o. Prešov 2017. ISBN 978-80-8165-223-3.
- ŠVEDOVÁ, M., DZUROV VARGOVÁ, T. 2019. Implementácia kreatívneho cestovného ruchu pre oblasť kultúry. In *Journal of Tourism, Hospitality and Commerce*. ISSN 1804-3836, 2019, roč. 10, č. 2, s. 41-51
- UHER, I. et al. 2018. Motivation and its basic theories. In *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*. ISSN 2577-2945, vol. 1, no. 5, article number 555572.
- UNCTAD, 2008. *Creative economy report*. New York: United Nation. ISBN 978-0-9816619-0-2.
- UNESCO. 2019. *Join the network*. [online]. [cit. 2020-09-22]. Dostupné na internete: <https://en.unesco.org/creative-cities/node/77>
- UNESCO. 2019. *Why creativity? Why cities?* [online]. [cit. 2020-09-05]. Dostupné na internete: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/why-creativity-why-cities>
- UNIS. 2019. *Ciele udržateľného rozvoja*. [online]. [cit. 2019-12-01]. Dostupné na internete: http://www.unis.unvienna.org/unis/sk/topics/sustainable_development_goals.html

CREATIVE CITY OF MEDIA ART KOŠICE PROJECT AS A MOTIVATIONAL FACTOR OF CREATIVE TOURISM IN SLOVAKIA

Summary

Different forms of creativity allow a person to express his opinions, feelings, and thoughts. Creativity is essential not only in human life but also in tourism. Through creativity and imagination, people discover new places and create unforgettable experiences. Creativity is also crucial in traditional culture, where it helps to rediscover and spread it among nations.

Imagination, independence, perseverance, and goals play a significant role in creativity. Because it is not enough to be creative and have an idea, but you also need to know how to implement it. Creativity requires diversity. It doesn't matter if a person is young, old, religious, or of diverse ethnicity. Everyone can have an idea or the potential to invent or create something and be successful.

The Creative Cities Network project from UNESCO focuses on disseminating creativity and preserving culture in the world. It helps and supports cities, individuals, and organizations to create events and festivals. Through such projects, it can strengthen the city's economy, increase attendance, and strengthen

the prestige and reputation. Slovakia is a small but diverse country, where each region has (its attractions, rich sources of cultural and natural beauty, folk art, ethnic groups) with specific customs and traditions.

The presented paper characterizes the creative form of tourism, points out the importance of culture and creativity in tourism, evaluates the meaningfulness, benefits of the Creative City project, and points out selected aspects at a specific level on the example of the city of Košice. Our ambition was to evaluate the potential of towns in Slovakia, with an appeal to the Creative City Network project, in selected areas of culture, and suggest cities or regions in Slovakia that could bear this title "Creative city."

We chose places based on the most characteristic features and facts. As well as select the city of Detva and its surroundings for crafts and folk art, Martin's town for literature, and Bratislava for design. The city of Prešov represents music, Liptovský Mikuláš, and its surroundings gastronomy. Their sizes will be hard to compare with other creative cities globally. Their potential and rich culture can compete with them.

Based on the presented indicators and the inspiration of cultural tourism emphasizing creativity, we also consider it essential to support Slovakia's rural areas through the creative countryside project, reflecting the diversity, variety, and diversity of cultural traditions. Slovakia. We believe that this project can strengthen individual municipalities or cities, in the field of economy, tourism and, last but not least, in co-ownership, through the involvement of residents, organizations, tourists or potential sponsors.

Príloha: Návrh žiadosti pre projekt Kreatívny vidiek

Názov mesta/obce	
Kraj/okres	
Zodpovedná osoba	
Kontaktná osoba	
Adresa	
Kontakt	
Kreatívne odvetvie	Ludové umenie, remeslá, hudba, tanec, literatúra, gastronómia, spev, architektúra
Stručná charakteristika mesta/obce	Základná charakteristika, jedinečnosť, zaujímavosti
Odôvodnenie	Dôvod, prečo by práve dané mesto/obec, malo získať titul Kreatívny vidiek
Súčasný stav mesta/obce	Momentálna situácia mesta/obce, v ekonomickej, sociálnej sfére a v sfére cestovného ruchu
Stratégia mesta/ obce	Stručný plán reprezentácie danej oblasti kultúry, cieľ mesta/obce
Plán mesta/obce	Jednotlivé kroky k dosiahnutiu stanoveného cieľa
Podujatia	Hlavné udalosti, konferencie, festivaly, akcie a pod.
Zúčastnení	Organizátori, jednotlivci, skupiny, organizácie a pod.
Partneri	Sponzori, médiá a pod.
Proces prípravy	Proces prípravy mesta/obce pre daný projekt
Predpokladaný rozpočet	Predpokladaný rozpočet, výdavky, finančné zdroje
Propagácia	Spôsob propagácie mesta/obce, aktivít a udalostí
Predpokladané dopady	Predpokladané prínosy pre mesto/obec
Dlhodobý vývoj	Predpokladané dlhodobé dopady titulu na mesto (nárast cestovného ruchu, ekonomický rozvoj, povedomie)
Monitorovanie	Spôsob komunikácie s kompetentnými, aktualizovanie situácie, správy z podujatí
Poznámky	
Dátum	
Podpis starostu/primátora	

PaedDr. Milena Švedová, PhD., MBA.

Bc. Denisa Kurucová

Katedra turizmu a hotelového manažmentu

Fakulta manažmentu

Prešovská univerzita v Prešove

Konštantínova 16, 08001 Prešov, Slovenská republika

E-mail: milena.svedova@unipio.sk, denisa.kurucova@smail.unipo.sk

IMPACT OF THE COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC ON TOURISM IN THE REGIONS OF SLOVAKIA

Marta Urbaníková, Michaela Štubňová

Abstract

Tourism is one of the fastest-growing sectors and forms a significant part of the economy in many countries. In Slovakia, tourism is also of great importance for the country's economy. Many countries have introduced various measures, from border closures, travel bans, and quarantines for incoming visitors to internal mobility restrictions, including a full lockdown, to reduce the spread of the new coronavirus (COVID-19). Although domestic tourism accounts for a large share in Slovakia, foreign tourism has a significant impact on total tourism revenues. Given the current situation and the overall drop in revenues, the consequences are not predictable at present. The Slovak Republic should therefore focus on domestic tourism, so that tourism can generate income as soon as possible to avoid an even greater collapse.

Keywords: tourism, COVID-19 coronavirus pandemic, regions of the Slovak Republic, economics

Introduction

Tourism is an inter-ministerial industry that directly affects several sectors of the economy, has a significant impact on employment, job creation, and GDP growth. It was one of the most dynamically developing industries in Slovakia until the outbreak of the COVID-19 coronavirus pandemic. In the non-industrially active regions, it is often the only source of income together with agricultural production. Currently, tourism is one of the sectors most affected by the economic situation caused by the spread of COVID-19. Extensive travel restrictions, especially at the international level, lead to a decrease in the number of visitors and overnight stays, which may have a negative impact on tourism in the future.

Theoretical background

Tourism is one of the most important economic sectors in the national economies worldwide. Its benefits are reflected in macroeconomic relations, in the economies of many sectors connected to it, as well as in the creation of new jobs, especially in regions with high unemployment. Tourism is called the cross-cutting

sector of the national economy, which means that it affects many other economic sectors (for example, transport, construction, food industry, agriculture). In terms of revenue, tourism is ranked at the forefront, along with the oil and car trade. In 83% of countries in the world, the tourism sector is among the five sectors with the largest share of exports of goods, and for 38% of countries in the world, it is the largest source of foreign exchange earnings (Ryglóvá et al., 2011).

Travel, transport, accommodation, food, recreation, and culture account for almost 10% of EU GDP and are a significant source of employment and income in many European regions. The 267 million Europeans (62% of the population) go on at least one tourist stay a year, and 78% of Europeans spend their vacations in their home country or another EU country (European Commission, 2020).

Tourism is one of the sectors most affected by the severe restrictions on movement and travel imposed as a result of a coronavirus outbreak. The World Tourism Organization (UNWTO) estimates that the influx of international visitors will be reduced by 60-80%, representing a global loss for the tourism industry of between EUR 840 and EUR 1 100 billion. In Europe, summer is crucial for tourism: in the average summer season (June to August), EU citizens take 385 million tourist trips and spend EUR 190 billion (European Commission, 2020).

The World Tourism Council has estimated that the COVID-19 pandemic could affect almost 50 million tourism jobs worldwide due to lost revenue, closed international borders, established public health measures, and people's decision not to travel (Swai Koski, 2020). Sanchez-Canizares et al. (2020) analyzed the impact of perceived risk on the intention to travel in the COVID-19 pandemic situation. International tourism is also significantly affected by the number of cases and deaths of COVID-19 in individual countries. Farzanegan et al. (2020) found a positive correlation between international tourism and the cumulated level of COVID-19 confirmed cases and death by April 30, 2020. Regression analyzes showed that countries exposed to high flows of international tourism are more prone to cases and deaths caused by the COVID-19 outbreak. Based on their estimations, a 1% higher level of inbound and outbound tourism is associated with 1.2% and 1.4% higher levels of confirmed COVID-19 cases and death, respectively.

In the tourism sector, there will undoubtedly be one of the first and probably most serious shocks caused by the international expansion of COVID-19. It is estimated that a reduction in international tourism revenues in the range of EUR 3.5 to EUR 10.5 billion would lead to a reduction in the GDP of the Greek economy by about 2% to 6%, which would reduce the employment rate by 2.1% to 6.4%, or an increase in the trade deficit by 2.4% to EUR 7.1 billion. This decline would mainly affect the "Hotels and restaurants", "Land transport", "Agriculture" and "Real estate agencies" sectors, while the trade deficit would be mainly affected by revenues from the "Hotel and restaurant services" sector (Mariolis et al., 2020).

Due to the growing number of travel restrictions, the COVID-19 epidemic has caused a crippling blow to the aviation and hotel industries, which are closely linked to tourism. Tourists are increasingly postponing their air travel. The perception of health risks, the perception of insecurity and well-being in the formation of travel attitudes, and the temporary avoidance of global destinations severely affected by the COVID-19 pandemic have also been reflected in US tourists (Chua et al., 2020).

Given the current pandemic situation, the various restrictions on international movement, and the overall decline in tourism revenues, it is significant for countries to focus on domestic tourism. It is crucial to offer new tourism products so that the tourism industry can generate profit as soon as possible. In Slovakia, clusters play a supporting role in introducing innovations in private companies (Fiľa, 2017). Examples of innovations in tourism are second-home tourism and vacations on agrotourism farms. Second-home tourism is a prominent feature of Nordic tourism. Against the backdrop of the COVID-19 pandemic, second-home tourism research can become a forerunner in understanding households' new spatial-temporal arrangements, combining various homes and places (Muller, 2020). Wojcieszak-Zbierska et al. (2020) confirmed that, according to Polish respondents, vacations in the country on agrotourism farms were a good choice in the era of the COVID-19 pandemic.

At the time of the COVID-19 pandemic, the behavior of tourists and the image of the destination are significantly influenced by the perception of safety and risk by tourists. Bhati et al. (2020) focused on post-pandemic travel behavior by understanding how intermediaries can change the relationship between destination perception and travel intentions after a crisis. Ivanova et al. (2020) analyzed the travel intentions of Bulgarian tourists in the post-pandemic world. The findings showed that most respondents are ready to travel within two months of being allowed to travel in the country. On their first trip, respondents will travel around the country, by car or with their families. Hygiene, disinfection, and a reliable health system in the destination were found to be the main factors in respondents' decisions. Women and older respondents have higher health and safety preferences than men and younger respondents.

Tourism in Slovakia

Tourism contributes to the creation of the country's GDP and its economic growth. The majority of business entities in the tourism sector in Slovakia are small and medium-sized enterprises, which make a considerable contribution to the economy of the country and its regions. (Korenková, 2016, Vojtech et al., 2019). The importance of tourism for the economic growth of a country depends on the

level of development of this sector. Even though the Slovak Republic was included among the countries with low performance in the tourism sector by the authors Brida et al. (2020), almost two and a half million foreign visitors and almost four million domestic visitors visited the Slovak Republic in 2019 (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020c). However, it is not the number of tourists and their time spent in the country that contributes to GDP, but the amount of money they spend during their stay on services such as accommodation, transport, and catering (Haller et al., 2020). In 2019, the gross sales from accommodation services to foreign and domestic visitors was more than EUR 516 million (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020c).

The attractiveness of the country for foreign and domestic visitors is also conditioned by the overall level of its development. According to Škrinjaríć (2019), achieving greater overall economic development of the Slovak republic could bring greater spillovers to the tourism industry. Visitors from the surrounding countries make up a significant part of foreign visitors to Slovakia, in 2019 they accounted for up to 54% of visitors (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020d). Compared to Austria, Slovakia still has a high proportion of domestic tourists, so it is necessary to significantly increase the interest of tourists from the surrounding countries (Malachovský, Marčeková, 2019). Cross-border cooperation programs are significant for tourism development and sustainable socio-economic development of border regions (Filip et al., 2020). Winter tourist destinations are a significant part of Slovak tourism. Those in the European environment face competition from other Carpathian regions and Alpine regions. According to Gajdošíková et al. (2019), these destinations should, therefore, try to attract foreign tourists not only during the winter season but should create tourist-attractive destinations all year round. In Slovakia, we also distinguish between urban and rural tourism, which differ in their character and type of tourists. Nevertheless, the most significant success factors for urban and rural destinations are the same: "1. the high- quality management of the tourist destination and the degree of tourism development in it, 2. the effectiveness of coordination and alignment of interactions among numbers of relevant entities, including municipal government, business and non-business entities, 3. creation of attractive innovative products for tourism sector (for example: typical urban tourism attractions that represent places of interest such as historical monuments, ancient statues, unique street patterns, museums, art galleries etc). 4. maintaining high-quality standards of provided services, 5. profiled destination marketing" (Saxunova, Le Roux, 2019). Tourism needs the support of municipal governments, which will be returned, for example, in the form of a local accommodation tax (Papcunová et al., 2018).

Aims and methods

Tourism is one of the most dynamically developing sectors in Slovakia. Tourism is an inter-ministerial industry that directly affects several sectors of the economy. This paper aims to analyze the impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on tourism on a global scale, but especially in Slovakia. We also emphasize the development of tourism in individual regions of Slovakia during the COVID-19 pandemic. The methodology of the paper consists of four stages. In the first stage of the solution, it was necessary to carry out literature research on domestic and foreign authors based on the analysis of secondary sources. At this stage, we use methods of scientific work such as summarization, synthesis of knowledge, and methods of analogy and deduction. In the second stage, we identify measures that were introduced in the Slovak Republic to reduce the spread of the new coronavirus (COVID-19). We analyze their impact on tourism. In the third stage, we analyze secondary data on tourism in individual regions of Slovakia using quantitative methods. We analyze the number of domestic and foreign visitors and the number of overnight stays. We use data from the Statistical Office of the Slovak Republic for the analysis. We evaluated the data descriptively, numerically, and graphically. In the third stage, we were using mathematical-statistical methods, analyzes, and comparisons. In the final stage, conclusions and recommendations were drawn using analogy, deduction, and summarization of knowledge.

Results and discussion

While the world was hit by a pandemic as early as January 2020, in Slovakia, the first case was confirmed on March 6 2020. The first measures against the pandemic were taken on March 6. On March 12, the Central Crisis Staff of the Slovak Republic took several measures to reduce the spread of the coronavirus. Border controls, bans on the entry of foreigners without residence or work in Slovakia, restrictions on shopping centers over the weekend, mandatory home quarantine for people coming from abroad, closure of international airports, international transport, social and cultural establishments, bars, ski resorts, amusement parks, and other similar services. On March 15, the Government of the Slovak Republic took further measures against coronavirus: declaration of a state of emergency, closure of all shops (except groceries, pharmacies, online stores, and other necessary services), and a ban on the presence of people in public catering operations and fast-food stands.

On April 1, the government presented a preliminary multi-phase program to relax the measures. On April 22, the first phase of the relaxation of measures

began. Among others, long-term accommodation, outdoor contactless sports, and markets were allowed.

On May 6, the second and third phases of the relaxation of measures began. Short-term accommodation without restaurants or meals in common areas, outdoor tourism, taxi service, services, weddings, massages, museums, galleries, libraries, and exhibition halls were also allowed. On May 20, the fourth phase of the relaxation of measures began. Theaters, cinemas, interiors of the restaurants, and shopping malls opened. Events with less than 100 participants were allowed. Swimming pools and gyms have been opened for members of sports clubs. The fifth phase of the relaxation of measures started on June 3. Based on the measures of the Public Health Authority and the favorable epidemiological situation in Slovakia, in addition to the establishments opened during the 1st, 2nd, 3rd, and 4th release phases, other businesses, services, premises, and mass events were allowed.

On June 13, the state of emergency declared on March 16 ended. Quarantine measures were released, allowing businesses to operate practically without any restrictions.

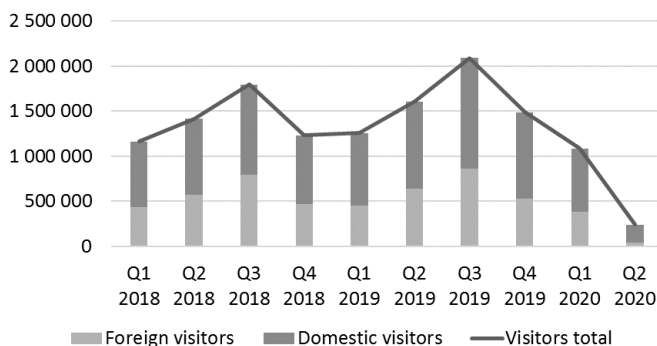
On August 11, after the meeting of the Pandemic Commission of the Government Office of the Slovak Republic, the Minister of Health of the Slovak Republic confirmed the second wave of the pandemic. The Commission approved the Pandemic Plan at its meeting. On September 3, the National Pandemic Commission of the Slovak Republic proposed a COVID-19 semaphore for the districts, following the example of safe and dangerous countries for traveling abroad. The first risky red districts were Bratislava I and Michalovce. The Pandemic Commission and the Council of Experts have recommended a ban on indoor mass events in the red and orange districts from 11 pm to 6 am, except weddings for up to 150 people, a ban on mass outdoor events for more than 500 people, and indoor events for over 250 people.

Tourism is one of the sectors most affected by the economic situation caused by the spread of COVID-19. Extensive travel restrictions, especially at the international level, have already led to a decrease in the number of visitors and overnight stays. The crisis caused by the new coronavirus pandemic has deprived domestic tourism of millions of euros in revenue between January and May. The situation in recent months has also significantly affected the total number of visitors to tourism establishments in Slovakia in the first half of 2020. In the first half of this year, 1 321 706 people were accommodated in tourism establishments. Year-on-year, the number of visitors lagged significantly behind, with the number of guests being 53.76% lower than in the first half of 2019. Visitors spent 3 852 669 nights in the establishments, which was 49.53% less year-on-year (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020c).

The number of visitors in the Slovak Republic was mainly made by domestic visitors; in the first half of 2020, they represented 68.26% of the total number of visitors. Year-on-year, the number of domestic visitors decreased by 49%. Only minimal attendance of foreigners persists. Only 419 548 foreign visitors were accommodated in hotels, boarding houses, and other accommodation establishments. In the same period last year, it was 1 088 427 visitors from abroad, which represents a decrease of 61.45% (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020c). Graph 1 shows the numbers of visitors to Slovakia in the years 2018 to 2020.

In the first half of 2020, the average occupancy of accommodation establishments reached 25.10%, while part of the accommodation capacity was still closed. The main reason was the low demand for accommodation. This was significant in hotels in cities, which are used by business clients, participants in congresses, conferences, and events during the year, but in the summer months, they are also used by foreign and domestic tourists. Accommodation establishments in the Bratislava Region were occupied at the level of 22.4% (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020a).

Graph 1: Visitors to Slovakia in the years 2018 to 2020



Among the regions of Slovakia, the most significant year-on-year decrease in guests in the first half of the year was by 63.67% in the Bratislava region. Foreign visitors have long been the majority of visitors in this region, their number was lower by 69.09% year-on-year. Apart from the Bratislava region, the most visited regions of Slovakia are the Žilina and Prešov regions, in which the year-on-year decrease in accommodation was approximately 44% (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020c).

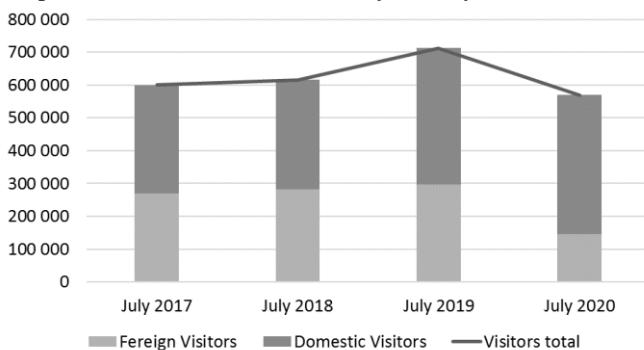
The drop in the number of foreign tourists who come to Slovakia will probably be so large that its economic consequences will be felt by every region.

Even the most sought-after holiday locations in Slovakia will have to try to replace the loss of income by attracting at least domestic tourists. The recovery of this segment will take many months. Foreign visitors are also significantly absent from the services of tourist guides. Domestic visitors use the services of tourist guides to a disproportionately less extent than foreigners. Proper planning is significant for tourism establishments during a crisis to help them overcome and thrive in adverse times (Rybanský et al., 2015).

Due to the Covid pandemic, the interests of tourists are also changing. Organized group tourism exists, but it is in decline. Individual tourism comes to the fore. Tourists want to experience as much as possible in the shortest possible time.

In July 2020, more than 570 000 visitors were accommodated in hotels, boarding houses, and accommodation establishments in the Slovak Republic, which represents a year-on-year decrease of 20%. Compared to June 2020 (193 468 guests), there is an almost threefold increase in accommodation establishments in July (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020b). Graph 2 shows the numbers of visitors to Slovakia in July in the years 2017 to 2020.

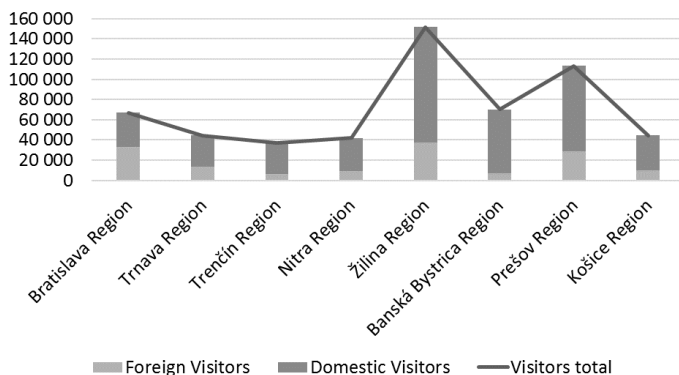
Graph 2: Visitors to Slovakia in July in the years 2017 to 2020.



Domestic tourists accounted for the majority of visitors to the Slovak Republic in July 2020. Their number at the level of the Slovak Republic exceeded the record numbers from the summer season of 2019. Year-on-year, their number increased by 2.2% to more than 424 000, representing 74.4% of the total number of accommodated visitors. In four of the eight regions, the number of guests was higher than in July 2019 - in Košice (by 3.7%), Prešov (by 9.9%), Trnava (by 17.6%), and Žilina Region (by 22.8%). However, the number of overnight stays of domestic guests in Slovakia decreased by 8.2% compared to the same period last year. The increase was only in the Žilina and Prešov regions (Statistical Office of

the Slovak Republic, 2020b). Graph 3 shows the numbers of visitors to the regions of Slovakia in July 2020.

Graph 3: Visitors to the regions of Slovakia in July 2020.



However, lower attendance of foreign visitors continued, with almost 146 000 foreigners staying in Slovakia, a year-on-year decrease of almost 50%. The most affected were hotels in cities. The negative impact was the largest in the Bratislava region, the total number of visitors decreased by up to 55.5% year-on-year, but the number of foreign visitors decreased by more than two thirds (by 68%). In summary, after taking into account the attendance of domestic and foreign visitors, the number of visitors increased year-on-year in July only in the Žilina Region (by 1.4%), mainly due to the Liptov region (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020b).

In July 2020, the occupancy rate of establishments increased and reached an average value of almost 38%. But in the same period of 2019, it was up to 72%. The decline was also caused by a drop in the number of foreign visitors. Room capacities in the Žilina and Prešov regions in July 2020 were used to approximately 50%, while, for example, in the Bratislava region to 22.4% and the Košice region to 27.6%. The same situation was probably repeated in August. In terms of long-term monitoring, hotels have the best results of the year this month (Statistical Office of the Slovak Republic, 2020b).

This whole situation, measures, restrictions, or thinking about potential measures by the government towards the citizens, brings changes in people's behavior when choosing vacations and spending free time. Further development will be influenced by the epidemiological situation and the rate of spread of COVID-19 not only in Slovakia but also in other holiday destinations of Slovak citizens. September measures ordering a maximum of five hundred guests for

interiors and a thousand guests for outdoor events, and the expected tightening in October will cause further declines in profits for hotels, restaurants, but also other areas of tourism, as well as industries related to tourism. Hotels in cities, whose revenues are mainly made up of congress visitors, are likely to be hit the hardest. It is autumn that is a period of corporate events for hotels. The second wave and the threat of tightening measures not only in Slovakia but also in Europe have a negative impact on these activities. Companies are gradually abolishing them, in several companies, they have an absolute ban on travel until the end of the year, or they can travel on business trips only in exceptional situations.

Conclusion

Restrictions on the organization of events, the onset of the second wave of the pandemic, and the consequent adoption of new measures are detrimental to tourism. Traveling has become the riskiest activity. It were hotels and cruise ships that became the outbreaks of the disease, another risky locations were ski resorts in Italy. The coronavirus seems to change tourism for a long time. The pandemic has also brought increased unemployment and reduced household funding for travel. Older people can be expected to travel less, and tourists will generally visit destinations close to home to a greater extent. Business travel, which has experienced a significant decline, will also face changes. Companies have found that many issues can be resolved over the phone and the internet. Business trips have been minimized, and this trend is likely to continue in the future.

References

- BHATI, A. S. – MOHAMMADI, Z. – AGARWAL, M. – KAMBLE, Z. – DONOUGH-TAN, G. 2020. Motivating or manipulating: the influence of health-protective behaviour and media engagement on post-COVID-19 travel. In *Current Issues in Tourism*. DOI: 10.1080/13683500.2020.1819970.
- BRIDA, J. G. – GOMEZ, D. M. – SEGARRA, V. 2020, 104131. On the empirical relationship between tourism and economic growth. In *Tourism Management*. vol. 81. DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104131.
- CHUA, L. – AL-ANSI, A. – LEE, M. J. – HAN, H. 2020. Impact of health risk perception on avoidance of international travel in the wake of a pandemic. In *Current Issues in Tourism*. 2020. DOI: 10.1080/13683500.2020.1829570.
- EUROPEAN COMMISSION. 2020. Tourism and transport: Commission's guidance on how to safely resume travel and reboot Europe's tourism in 2020 and beyond. [online]. 2020 [cit. 2020-09-11.] Available online: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_854>.

- FARZANEGAN, M. R. – GHOLIPOUR, H. F. – FEIZI, M. – NUNKOO, R. – ANDARGOLI, A. E. 2020. International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. In *Journal of Travel Research*. DOI: 10.1177/0047287520931593.
- FILA, M. 2017. Innovations and Clusters as an Engine of Enterprises & Regional Development. In *Engines of Urban and Regional Development: 6th Central European Conference in Regional Science - CERS 2017*. Banská Bystrica: Faculty of Economics, Matej Bel University in Banská Bystrica, 2017, pp. 412-423. ISBN 978-80-557-1335-9.
- FILIP, S. – FILIPOVA, Ľ. – RAYEVNYEVA, O. 2020. European Territorial Cooperation as a Factor of Tourism Development. In *MEST Journal*. vol. 8, no. 2, pp. 89-99. DOI: 10.12709/mest.08.08.02.09.
- GAJDOŠIKOVÁ, Z. – GAJDOŠÍK, T. – KUČEROVÁ, J. 2019. Slovak Winter Tourism Destinations: Future Playground for Tourists in the Carpathians. In *Tourism and Hospitality Management*. vol. 25, no. 1, pp. 161-178. DOI: 10.20867/thm.25.1.7.
- HALLER, A. P. et al. 2020. The relationship between tourism and economic growth in the EU-28. Is there a tendency towards convergence? In *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2020. DOI: 10.1080/1331677X.2020.1819852.
- IVANOVA, M. – IVANOV, I. K. – IVANOV, S. 2020. Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. In *Anatolia-International Journal of Tourism and Hospitality Research*. DOI: 10.1080/13032917.2020.1818267.
- KORENKOVÁ, M. 2016. Business in Slovakia. In *Sborník příspěvku z mezinárodní vědecké konference: Region v rozvoji společnosti 2016*. Brno: Mendel University in Brno, 2016, pp. 459-469. ISBN 978-80-7509-459-9.
- MALACHOVSKÝ, A. – MARČEKOVÁ, R. 2019. Slovak and Austrian Tourism Strategies and Products. In *22nd International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press, 2019, pp. 1-5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-64.
- MARIOLIS, T. – RODOUSAKIS, N. – SOKLIS, G. 2020. The COVID-19 multiplier effects of tourism on the Greek economy. In *Tourism Economics*. 2020, Advance online publication. DOI: 10.1177/1354816620946547.
- MULLER, D. K. 2020. 20 Years of Nordic second-home tourism research: a review and future research agenda. In *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. DOI: 10.1080/15022250.2020.1823244.
- PAPCUNOVÁ, V. – HUDÁKOVÁ, J. – BERESECKÁ, J. 2018. Changes in the Local Self - Government in the Conditions of Slovak Republic per 25 Years. In *Geographical Information: 26th International Geographical Conference on Geographical Aspects of Central Europe - Slovakia and Czechia - 25 Years on*

- the Political Map of the World*. Nitra: Constantine the Philosopher University in Nitra, 2018, vol. 22, no. 2, pp. 223-231. ISSN 1337-9453.
- RYBANSKY, L. – LANCARIC, D. – MAROS, M. 2015. Selected Factors Influencing Enterprise Planning Horizons: Evidence from Slovakia. In *Proceedings from IX. International Conference on Applied Business Research (ICABR 2014)*. Brno: Mendel University in Brno, 2015, pp. 928-936. ISBN 978-80-7509-223-6.
- RYGLOVÁ, K. – BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. 2011. *Cestovní ruch – podnikateľské princípy a príležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SANCHEZ-CANIZARES, S. M. – CABEZA-RAMIREZ, L. J. – MUNOZ-FERNANDEZ, G. – FUENTES-GARCIA, F. J. 2020. Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel. In *Current Issues in Tourism*. DOI: 10.1080/13683500.2020.1829571.
- SAXUNOVA, D. – LE ROUX, C. L. 2019. Tourism Industry in Rural and Urban Areas: Slovakia and United Arab Emirates Examples. In *Management International Conference MIC 2019 Conference Proceedings*. 2019, pp. 157-172. DOI: 10.26493/978-961-6832-68-7.15.
- STATISTICAL OFFICE OF THE SLOVAK REPUBLIC. 2020a. Capacity and performances of accommodation facilities by regions - quarterly data. [online]. 2020 [cit. 2020-09-10.] Available online: <http://datacube.statistics.sk/#!/view/en/VBD_SK_WIN/cr3003qr/v_cr3003qr_00_00_00_en>.
- STATISTICAL OFFICE OF THE SLOVAK REPUBLIC. 2020b. Development of tourism in accommodation establishments in the SR in July 2020. [online]. 2020 [cit. 2020-09-10.] Available online: <https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/products/informationmessages/inf_sprava_detail/bf81a95f-95c1-43a7-a274-825451a7d9a5>
- STATISTICAL OFFICE OF THE SLOVAK REPUBLIC. 2020c. Visitors and turnover of accommodation facilities by regions - quarterly data. [online]. 2020 [cit. 2020-09-10.] Available online: <http://datacube.statistics.sk/#!/view/en/VBD_SK_WIN/cr3005qr/v_cr3005qr_00_00_00_en>.
- STATISTICAL OFFICE OF THE SLOVAK REPUBLIC. 2020d. Visitors in accommodation establishments of tourism by country of permanent residence - yearly data. [online]. 2020 [cit. 2020-09-10.] Available online: <http://datacube.statistics.sk/#!/view/en/VBD_SK_WIN/cr1002rs/v_cr1002rs_00_00_00_en>.
- SWAIKOSKI, D. 2020. Leisure in the time of coronavirus: indigenous tourism in Canada and the impacts of COVID-19. In *World Leisure Journal*. DOI:

10.1080/16078055.2020.1825266.

ŠKRINJARIC, T. 2019. Examining the Causal Relationship between Tourism and Economic Growth: Spillover Index Approach for Selected CEE and SEE Countries. In *Economies*. vol. 7, no. 1, article number 19. DOI: 10.3390/economies7010019.

VOJTECH, F – LEVICKÝ, M. – FILIP, S. 2019. Economic policy for sustainable regional development: A case study of Slovak Republic. In *Journal of Security and Sustainability Issues*. vol. 8, no. 4, pp. 597-608. DOI: 10.9770/jssi.2019.8.4(4).

WOJCIESZAK-ZBIERSKA, M. M. – JECZMYK, A. – ZAWADKA, J. – UGLIS, J. 2020. Agritourism in the Era of the Coronavirus (COVID-19): A Rapid Assessment from Poland. In *Agriculture*. vol. 10, no. 9, article number 397. DOI: 10.3390/agriculture10090397.

doc. RNDr. Marta Urbaníková, CSc.

Mgr. Michaela Štubňová

Institute of Economics and Management

Faculty of Natural Sciences

Constantine the Philosopher University in Nitra

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra, Slovak Republic

E-mail: murbanikova@ukf.sk, mstubnova@ukf.sk

KREATÍVNA KUBA

Ján Veselovský, Petr Chalupa

Abstract

If we were looking for a country of creative people, it would definitely be Cuba. To understand the creativity of Cubans means not only to know the nature and history of a country that has undergone a completely different historical, social and political development than other countries, but also the impact of the economic embargo that affected the lives of one generation and gave rise to a specific mentality and creativity of the islanders. The emergence of specific peculiarities is most evident and further accelerates in the so-called A specific period after 1989. The paper is prepared with a synergistic approach, where we describe the specific creative skills of the present as a continuation of past developments and the impact of the natural environment and socio-economic as well as political conditions.

Keywords: Cuba, Fidel Castro, creativity, embargo, natural conditions, economic conditions

Úvod

V posledných desaťročiach zažíva Kuba neuveriteľnú explóziu kreativity obyvateľstva. Je to spôsobené neutešenou ekonomickou situáciou, vplyvom embarga USA, nedostatkom surovín a dostupného tovaru ako aj uvoľnením súkromného podnikania. Nie je žiadnou zvláštnosťou vidieť na ulici Kubáncov opravovať veci, ktoré by sa v iných krajinách ocitli na smetisku ako úplne nepoužiteľné. Nepoznáme asi inú krajinu, kde by sa na uliciach opravovali zapaľovače a vyrábali taštičky pre ženy z viečok na otváranie nápojov v kovových obaloch a bežne jazdili autá z 50. rokov minulého storočia. Nielen opravovne zapaľovačov, ale tiež okuliarov, výmeny náplní prepisovacích ceruziek, servis starých čínskych bicyklov, sú bežným obrázkom v kubánskych mestách. Koráliky z tropických plodov, rôzne puzdrá z textilie, bábiky, sošky z dreva a obrázky pouličných maliarov dopĺňajú zvyčajný kolorit mestských ulíc a okolia pamiatok. Kubánci využívajú na zvýšenie svojej sociálnej a finančnej úrovne kreatívne nielen výrobky z prírodných produktov, plastov a kovov, ktoré v Európe končia v odpadových kontajneroch, ale prispôsobili sa aj podmienkam embarga a danej ekonomickej situácii ako aj akcelerujúcemu rozvoju cestovného ruchu.

Historický, ekonomický a politický vývoj v období po roku 1959 a kreativita obyvateľov

Koncom roku 1958 kubánsky revolucionári zvíťazili nad diktátorom Fulgenciom Batistom a začala sa písať nová éra Kuby. Už v roku 1959 odstránila Kuba analfabetizmus. V tom istom roku bola pri pozemkovej reforme rozdelená roľníkom statkárska pôda a pôda amerických spoločností. Postupne došlo ku znárodneniu bánk, zmrazeniu cien nájomného, cien za elektrinu a základných potravín (Chalupa, 2002a). V súčasnosti má 93% obyvateľov zaistenú dodávku pitnej vody, 95% krajiny je elektrifikovaných a 85% obyvateľov je vlastníkom svojho obydli. Sociálne najslabší neplatia za odber vody a majú znížené poplatky za elektrinu a nájomné. Situácia v zdravotníctve a vysokom školstve bola v krajine začiatkom 60. rokov minulého storočia veľmi zložitá, pretože z celkového počtu 6 286 lekárov polovica odišla do USA. Zo 157 vysokoškolských profesorov lekárske fakulty ich na ostrove zostalo iba 16. Teraz v krajine vykonáva prax 67,5 tisíc lekárov a v bezplatných školách pracuje 250 tisíc vysokoškolsky vzdelaných pedagógov. Všestranná starostlivosť je venovaná talentovanej mládeži, pre ktorú je zriadené veľké množstvo špecializovaných internátnych športových a umeleckých škôl. (Chalupa, 2009). Podpora obyvateľstva revolučnej vláde sa preukázateľne prvýkrát prejavila v roku 1961 pri vojenskej invázii, ktorú z obavy, že by ... *"nebezpečný ekonomický rozvoj mohol byť kľúčom k sociálnym a politickým zmenám a nebezpečnému kultúrnemu pokroku v Latinskej Amerike, čo by narušilo americkú politiku v záujmovej oblasti"* ... organizovala americká CIA (Chalupa, 2002b).

Až do roku 1989 sa Kuba rozvíjala za pomoci krajín sovietskeho bloku. V roku 1989 však došlo k situácii, ktorú Kubánci neočakávali. Takmer zo dňa na deň prestala byť Kuba masívne ekonomicky podporovaná krajinami bývalého sovietskeho bloku, ktoré navyše tvorili prakticky jediných zahraničných obchodných partnerov. V pomerne krátkom čase došlo k rozpadu skoro 50% poľnohospodárskych družstiev a k zániku mnohých tovární. Po rokoch sa objavila nezamestnanosť a citeľne klesla životná úroveň obyvateľstva. Zastavila sa ročná dodávka 13 miliónov ton sovietskej ropy, bol prakticky ukončený dovoz sovietskych výrobkov (asi 80% importu) a bol zastavený kubánsky export do ZSSR (95%). Dopravný kolaps bol riešený dovozom pol milióna čínskych bicyklov. Asi 30 tisíc odstavených traktorov nahradilo prakticky cez noc 300 tisíc voľských poľahov. V krajine boli úplne zastavené porážky dobytká. Po dlhých rokoch sa objavila nezamestnanosť (viac ako 30%), došlo k rozpadu poľnohospodárskych družstiev a zániku mnohých priemyselných závodov. Nedostatok ropy znamenal obrovské výpadky elektriny (Chalupa, Némethová, Hübelová, 2010).

Aj po rozpade sovietskeho bloku, ktorý Kubu ekonomicky podporoval, sa do dnešných dní podarilo pre 1,012 miliónov starobných dôchodcov zachovať penziu, pre 12 tisíc osôb zabezpečiť sociálnu podporu a pre 325,3 tisíce osôb zachovať inú formu dôchodkovej podpory. Na rozdiel od ostatných krajín Latinskej Ameriky na Kube nikto nehladuje, nevidíte bezdomovcov a žobrajúce otrhané deti. Na kultúrne a športové podujatia sa od 90. rokov síce už platí, v prepočte sú to zhruba dve koruny, ale podarilo sa zachovať, aby platená materská dovolenka začínala tri mesiace pred predpokladaným pôrodom a trvala ďalej ešte 18 mesiacov. Všetky deti sa stále rodia v pôrodniciach a sú očkované proti 13 chorobám. Ak má rodina tri a viac detí, má stále nárok na trojizbový byt zdarma. Náklady na pohreb tiež čiastočne znáša štát. Aby bolo možné zabezpečiť pre všetkých Kubáncov potraviny, bol na začiatku 90. rokov zavedený štátom dotovaný prídelový systém, vznikla konvertibilná mena, bolo povolené súkromné podnikanie a bolo umožnené budovať podniky so zahraničnou účasťou (49%). Kto chce, ten môže súkromne pracovať, vlastniť reštauráciu alebo ubytovacie zariadenia alebo sa venovať niekoľkým desiatkam rôznych profesií (Chalupa, 2015).

Od začiatku 90. rokov však nastali v krajine iné významnejšie politické a ekonomické zmeny. Uskutočnila sa verejná diskusia k reformám, ktorá potvrdila odpor väčšiny obyvateľstva k neoliberalnej politike. Od roku 1992 je zavedená priama voľba poslancov z návrhov sídelných-politických jednotiek (CDR). Kresťania začali vstupovať do Komunistickej strany a politická otvorenosť sa prejavila už na IV. Zjazde KS Kuby, kedy nové opatrenia neboli prijaté jednomyselne. Kubánci si uvedomili, že vlastne po prvýkrát vo svojej histórii - aj keď vplyvom vonkajších okolností - si sami bez zásahov nejakej veľmoci riadia svoju krajinu. Kubánske národné zhromaždenie v auguste 2011 schválilo ďalší plán ekonomických reforiem, ktoré mali obmedziť byrokráciu a umožniť podnikanie v malom. Zmenil sa aj systém volieb, kedy pred voľbami sú na verejnom zhromaždení zúčastnenými občanmi navrhovaní najmenej dvaja kandidáti a schválený je ten, pre ktorého hlasuje najviac zúčastnených. Zhromaždenia sú verejne prístupné a tiež ďalej pri voľbách do volebnej miestnosti môžu vstúpiť nielen zahraniční novinári a cudzí diplomati, ale pozrieť sa môžu aj turisti, ktorí v tom čase bývajú v krajine. Ku zvoleniu musí získať navrhovaný kandidát viac ako 50% platných hlasov. Ak sa nestane tak, postupujú do volieb za vyššie územné celky dvaja kandidáti s najviac hlasmi. Hlasovanie je tajné a volebné právo je dobrovoľné. Na záver niekoľkých kôl volieb sú zvolení poslanci, ktorí však nie sú profesionáli. Za svoju činnosť nepoberajú poslancový plat, ale majú len ten, ktorí poberajú vo svojom zamestnaní. V Národnom zhromaždení sú zástupcovia všetkých územných obvodov, pričom sú zvolení - bez ohľadu na počet tu žijúcich ľudí - dvaja poslanci. Nad tento počet sú ďalší volení s ohľadom na

počet obyvateľov. Volebný zákon ustanovuje, že sa volí jeden poslanec na 20 tisíc obyvateľov alebo nad neúplnú skupinu nad 10 tisíc voličov. Zhruba polovica poslancov musí byť navrhovaná z volebných obvodov s počtom medzi šiestimi stovkami až tromi tisícami obyvateľov, čo vytvára dominantný ľudový prvok v kubánskom zastupiteľskom systéme. Pri každých voľbách sa v Národnom zhromaždení cez polovicu poslancov obmení. Štyrikrát ročne je poslanec povinný prísť na zhromaždenie výboru ľudovej správy v obvode, za ktorý bol zvolený. Tomuto obvodnému zhromaždeniu je povinný raz za svoje volebné obdobie predložiť prehľad svojej poslanskej činnosti. Kubánska ústava umožňuje navrhovať zákony nielen poslancom a najvyšším štátnym inštitúciám (Štátna rada, Rada ministrov, Najvyšší ľudový súd, Generálna prokuratúra), ale aj mimovládny organizáciám, obyvateľom jednotlivých obvodov a všetkým občanom, ktorých návrh podporí podpisom 10 tisíc oprávnených voličov. Rovnaký počet podpisov je nutný k vzniku politickej strany.

V priebehu rokov bola postupne odstránená nezamestnanosť na mieru asi tri percentá, ale v mesiacoch pandémie Covid 19 v dôsledku zastavenia cestovného ruchu nezamestnanosť narastá. Cestovný ruch sa postupne rozvíjal až k roku 2020 a teraz je v problémoch. Štát sa usiluje o to, aby skôr ako by si nezamestnaní mali chodiť pre podporu, tak zametajú ulice, sekajú trávu pozdĺž ciest, zbierajú odpadky alebo pomáhajú v obchodoch ukladať tovaru ľuďom do tašiek. Do istej miery ide o prezamestnanosť, ktorá však účinne zabránila vzniku výraznejších sociálnych patologických problémov, ktoré strata práca prináša. Príroda bez odpadkov sa stala znakom súčasnej Kuby. Za nie celkom šťastné však považujeme zrušenie povinnosti pracovať pri vlastníctve oprávnenia k nákupu dotovaných potravín a ďalšieho tovaru.

Na rozdiel od ostatných krajín Latinskej Ameriky sa aj na vidieku v horách a v mestských častiach, tam, kde by ste to ani nečakali, môžete stretnúť s ľuďmi vysoko vzdelanými, sčítanými a s naozaj neformálnou úctou k svojim mŕtvym národným hrdinom. Rozvíjajúca sa obchodná spolupráca v organizácii ALBA s Venezuelou, Bolíviou, Ekvádorom, Nikaraguou a ďalšími krajinami sa osvedčila, ale v súčasnej dobe v dôsledku ekonomických ťažkostí Venezuely sa tiež stretáva s problémami. Kuba platí za suroviny a výrobky taktiež vysielaním lekárov, učiteľov a trénerov do týchto krajín. Zdá sa to až neuveriteľné, ale za dodávky venezuelskej ropy bolo za jeden rok vykonaných cez 100 tisíc očných operácií. Ďalšie tisíce očných operácií umožnilo vidieť svoje deti a vnúcatá Latinoameričanom z mnohých krajín Strednej a Južnej Ameriky (Chalupa, Schlixbierová, 2015).

13. decembra 2014 prezidenti USA Barack Obama a Kuby Raul Castro nečakane oznámili, že sa budú snažiť o normalizáciu vzťahov. Z USA sa vrátili zadržávaní kubánski spravodajcovia a do USA sa vrátil väznený americký novinár, ktorý na ostrove vykonával protikubánsku činnosť. Obnovilo sa letecké spojenie, uvoľnili sa návštevy príbuzných, Kuba bola vyradená zo zoznamu "darebáckych

krajín" a v lete nasledujúceho roka sa vzájomne otvorili ambasády oboch krajín. Zrušiť embargo a navrátiť územie terajšej základne Guantánamo sa v tej dobe neriešilo. Problém je najmä v tom, že americké ekonomické embargo voči Kube je zložené z mnohých zákonných predpisov a tie môže zrušiť len Federálny Kongres Spojených štátov amerických a v ňom, na rozdiel od demokrata Obamu, mali vtedy prevahu republikáni.

Kubu nezlomilo ani ekonomické embargo, ktoré od roku 1959 do roku 2007 spôsobilo krajine škodu vyše 80 miliárd dolárov (Hübelová, Chalupa, 2012). Ekonomická blokáda, ktorú uvalili USA na Kubu a vynucujú jej praktizovanie aj ostatným štátom, je úplne zjavnou genocídou. Jedná sa o najdlhšiu a najstrašnejšiu blokádu v dejinách ľudstva. V súčasnosti sa 70% ľudí na Kube narodilo v podmienkach blokády.

Pred víťazstvom kubánskej revolúcie a víťazného príchodu Kubáncov do Havany sa Batistovi podarilo previezť do amerických bánk 427 miliónov dolárov v zlate a zlatých minciach. Žiadosti kubánskej Národnej banky o vrátenie boli kategoricky zamietnuté. 6. júla 1960 zrušil Eisenhower kvóty na kubánsky cukor a Kuba tak prišla o finančné prostriedky na nákup základných životných potrieb - potravín, liekov, pohonných hmôt, a iných.

Na túto blokádu reagovala Kuba znárodnením 26 najväčších amerických spoločností na Kube. V októbri 1960 zakázala vláda USA vývoz akéhokoľvek tovaru a surovín na Kubu.

Vo februári 1962 vyhlásil prezident Kennedy zákaz všetkých dovozov z Kuby. V marci 1962 USA schválili zákon, zakazujúci tretím krajinám dovoz výrobkov vyrábaných z kubánskych surovín alebo obsahujúci tieto suroviny. Takisto bol prijatý dodatok k zákonu o zahraničnej pomoci z roku 1961, ktorým sa zakazuje poskytovať pomoc USA ktorejkoľvek krajine, ktorá tento zákaz poruší alebo poskytne pomoc kubánskej vláde.

V roku 1963 boli mrazené všetky kubánskej fondy a majetok v USA. Všetky finančné operácie medzi USA a Kubou boli len na špeciálne povolenie. V roku 1964 zakázalo ministerstvo obchodu USA predaj potravín a liekov Kube. Kuba nesmie vyvážať svoj tovar do USA a nesmie dovážať z USA, okrem poľnohospodárskych výrobkov s obmedzeniami. Demokratickí senátori USA Robert Torricelli z New Jersey a Robert Graham v roku 1992 predložili zákon, ktorý nielenže zakazuje obchodovať s Kubou, ale zákaz sa vzťahuje aj k dcérskym firmám amerických obchodníkov v zahraničí. V dôsledku tohto zákona, ktorý je jasným porušením medzinárodného práva, zaznamenala Kuba deficit v obchode v celkovej výške 718 miliónov dolárov, z čoho 91% pripadalo na potraviny a na lieky. Keď ani to Kubu nezrazilo na kolená, bol Torricelliho zákon o štyri roky neskôr doplnený zákonom, ktorý pripravili senátori Dan Burton a Jesse Helms. Predložili tzv. "Helms-Burton Act.", ktorý zasahuje dokonca do suverenity

medzinárodných organizácií a iných štátov a prekračuje akékoľvek právomoci USA. Keby medzinárodné finančné inštitúcie napr. poskytli úver Kube, USA vyhlásia proti nej sankcie, čo sa vzťahuje na akúkoľvek hospodársku pomoc alebo na akýkoľvek obchod s Kubou. Ani výrobky z tretích krajín, ktoré obsahujú kubánske suroviny, sa nesmú dovážať do USA a americkým manažérom a ich rodinným príslušníkom je zakázaný vstup na kubánske územie. Zákon tiež úplne protiprávne stanovuje, aké politické pomery musia na Kube byť, aby bola blokáda zrušená (Chalupa, 2010). Politickú zmenu na Kube nevyvolal ani americký zákon, tzv. "Cuban Adjustment Act.", ktorý podporuje ilegálnu kubánsku migráciu (s ilegálnymi prísťahovalcami na mexickej hranici jedná americká pohraničnej polície ako so zločincami, ale pre kubánskych utečencov neplatí žiadna vízová povinnosť ani prísťahovalecké kvóty).

Špecifické podmienky života v embargu prispeli tiež k vzniku šedej ekonomiky, s ktorou štát síce bojuje, ale aj tak je zrejmä. Táto negatívna kreativita je vidieť všade. Taxikári nevydávajú doklad, často ani pri vstupe do pamiatok márne čakáte na vstupenku. Lístok vydaný kočišom na vozíku ťahanom koňom alebo na bicy-taxi neexistuje. Ponúkané cigary na uliciach alebo v rekreačných centrách sú výrobky, ktoré majú nejakú vadu a neprešli prísnou kontrolou v tabakárni. Nakupujúcim sú predávané síce výrazne lacnejšie než originálne v štátnych obchodoch, ale pri kontrole na colnici chýba požadovaný doklad o predaji.

Za Batistovho režimu bola Kuba s počtom automobilov k počtu obyvateľstvu na prvom mieste na svete. Osobné americké autá z 50. rokov minulého storočia a motocykle sovietskej výroby a československé Jawy z obdobia po roku 1959 vo veľkom množstve stále jazdia po Kube a slúžia najmä pre zahraničných turistov. Stretáme sa s nimi nielen v Havane, Santiagu a v krajských mestách, ale najmä v prímorských letoviskách Varadero, Guardalavaca a na ostrovoch Cayo Coco a Cayo Brujas. Turisti voziaci sa v naleštených automobiloch veľakrát ani netušia, že kolesá poháňa motor zo staršej Lady, Volgy, alebo Moskvič.

Prírodné pomery a kreativita obyvateľov

Územie Kuby je tvorené zväčša nížinami a rovinami, ktoré miestami prechádzajú v pahorkatinu až vrchovinu. Zaujímavými pohoriami sú v centrálnej časti ležiace Sierra Escambray a na západe ostrova pohorie Cordillera de Guaniguanico, ktorého súčasťou je aj Národný park Valle de Viñales s jedinečnými krasovými javmi a špecifickými izolovanými vápencovými útvarmi, ktoré sa volajú mogoty. Najvyšším kubánskym pohorím je Sierra Maestra, ležiace na juhovýchodnom cípe krajiny v provinciách Granma a Santiago de Cuba s najvyšším bodom Pico Turquino (1974 m n.m.). Pobrežie je veľmi členité a nepravidelné s viac ako 200 zálivmi a zátokami a má celkom 3 735 kilometrov.

Kuba sa nachádza v tropickom, striedavo vlhkom podnebí ovplyvňovanom severovýchodnými pasátmi, ktoré prinášajú zrážky na náveternú stranu ostrova (mesta Baracoa), ktoré je považované za najvlhkejšie miesto na Kube. Priemerná ročná teplota vzduchu sa na väčšine územia pohybuje medzi 22 - 24 °C. Väčšina ostrova dostáva 1000-1200 mm zrážok ročne, exponovaná voči pasátom okrajová časť Severovýchodná vysočiny až cez 3400 mm/rok. Teplota morskej vody pri pobreží spravidla neklesá pod 24 °C (Chalupa 2002a). Karibské more je jedným z najteplejších morí na svete vôbec. Teplota vody sa tu pohybuje medzi 25 - 29 °C a plytké prielivy okolo koralových ostrovčekov lemujúcich Kubu bránia prístupu chladnejšej hlbokoceánskej vody (Chalupa, Némethová, Hübelová, 2010). Najdlhšou riekou je Cauto (370 km), pretekajúcej medzi pohoriami Sierra Maestra a Sierra del Cristal. Ďalšími väčšími riekami vo východnej oblasti Guantánamo sú rieky Duaba, Toa, Miel a Mayara. Je tu 14 národných parkov, ktoré pokrývajú takmer 5% rozlohy štátu (Chalupa, 2002b). Pred príchodom Španielov väčšinu územia zaberali tropické dažďové lesy, a to až 60%, dnes je to už iba 10%. Celkovo lesy zaberajú plochu cca 27% (Fros, 2017). Najväčšia časť pôdy (60%) sa využíva na poľnohospodárske účely - chov dobytka, pestovanie tabaku, cukrovej trstiny a pod. Na južnom pobreží, predovšetkým na polostrove Zapata v biosférickej rezervácii Cienaga de Zapata sa hojne vyskytujú mangrovníky.

Kone, ktoré ťahajú bežne povozy, alebo pluhu na poli, sa môžu - v prípade záujmu zahraničných turistov - veľmi rýchlo stať atraktivitou slúžiacou k prechádzke po krasovej krajine národného parku. Kávovníky, s ktorými sa stretne najmä v hornatejšej provincii Pinar del Rio v biosférickej rezervácii Las Terrazas a v provincii Guantánamo v okolí mesta Baracoa a v Parque Nacional Alejandro de Humboldt svojou produkciou zásobujú nielen štátne obchody, ale doma pražená káva je ponúkaná aj turistom. Prepražené zrná sú v lieviku z dámskej silónovej pančuchy preliate vriacou vodou a nápoj, zanechávajúci každý porcelánový hrnček čierny, popíjajú u dedinských domčekov turisti. Málokto odolá tiež ponuke kakaových gulí z lisovaného kakaa veľkosti tenisovej loptičky alebo cucuruchu, čo je sladká zmes kokosu, manga, papáje a ďalších rôznych tropických plodov zabalená do kornútka z banánového listu. Stačí tiež v blízkosti kokosových paliem objaviť turistu a už sa ponúka možnosť sledovať, ako šikovne kubánsky chlapec výšplhá na palmu a zhodí niekoľko kokosových orechov, ktoré rýchlo zbaví mačetou obalu a so slamkou ponúkne na ochutnanie kokosového mlieka. A kto chce, môže si za príplatok doplniť rumom. Bohatá je ponuka rôznych korálok z tropických semien, výrobky z morských živočíchov (mušľové náhrdelníky, mušľové náramky, čierny koral) a výrobky z suchozemských živočíchov (šperky z krokodílích kostí, korytnačieho panciera šperky z slimáčích ulít). Umelecké predmety (obrazy, drevené sošky, masky, skrinky, hlavolamy ...) sú síce druhovo bohaté, ale prakticky po celej Kube v rovnakom sortimente.

Kubánske kreatívne produkty

Prírodné predpoklady ako aj historický vývoj ostrova prispeli k veľkej fantázii v rámci kreatívnych prejavov miestneho obyvateľstva. Nedostatok zdrojov prinútil Kubáncov hľadať zdroje v prírode ako aj recyklácii rôznych výrobkov.

S ohľadom na limitovaný rozsah príspevku je priložená fotodokumentácia (obr. 1-16):

- nové výrobky (obrusy, háčkované šaty, domáce cigary, magnetky),
- recyklované výrobky (hračky z použitých plechoviek, kabelky z plechovkových otváračov),
- hudobné nástroje – pomôcky (rumbagule, rytmické paličky),
- výrobky z plodov rastlín (náhrdelníky, náramky),
- výrobky z morských živočíchov (mušľové náhrdelníky, mušľové náramky, čierny korál),
- výrobky z suchozemských živočíchov (šperky z krokodíľích kostí, šperky z slimačích ulít),
- umelecké predmety (obrazy, drevené sošky, skrinky, hlavolamy),
- sladkosti (kukurucho, kakaové gule).

Obr. 1: Výroba a predaj cigár

Figure 1: Manufacture and sale of cigars



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 2: Výroba a predaj keramiky

Figure 2: Production and sale of ceramics



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 3: Recyklovanie starého papiera a výroba obrazov
Figure 3: Recycling old paper and painting



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 4: Predaj obrazov na ulici
Figure 4: Sale of paintings on the street



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 5: Náhrdelníky zo semien plodov
Figure 5: Fruit seed necklaces



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 6: Magnetky

Figure 6: Magnets



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 7: Výrobky z dreva

Figure 7: Wooden products



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 8: Hudobné nástroje – pomôcky

Figure 8: Musical instruments - tools



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 9: Pamiatkové postavičky z handier
Figure 9: Monumental figures from handier



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 10: Náhrdelníky zo slimačích ulít
Figure 10: Necklaces made of snail shells



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 11: Výrobky z plechoviek
Figure 11: Cans products



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 12: Náhrdelníky z čierneho koralu a krokodíľích kostí

Figure 12: Necklaces made of black coral and crocodile bones



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 13: Náramky z plodov rastlín a ulít

Figure 13: Bracelets from fruit plants and shells



Zdroj: Ján Veselovský

Obr. 14: Módne doplnky z kože a textilu

Figure 14: Fashion accessories made of leather and textile



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 15: Drevené postavičky

Figure 15: Wooden figures



Zdroj: Petr Chalupa

Obr. 16: Cucurucho

Figure 16: Cucurucho



Zdroj: Ján Veselovský

Záver

Kuba sa snaží lákať cudzincov k turistike, ktorá dnes tvorí už 42% príjmov krajiny. To všetko iba zväčšuje sociálne rozdiely v spoločnosti. Úplne neobvyklý je

však na Kube pocit bezpečia, ostatne tak už tomu v silne centralizovaných režimoch býva. Prechádzka nočnými mestami po chabo osvetlených uliciach a nábreviach plných ľudí je úplne bezpečná. Vláda a väčšinová spoločnosť zvyknutá od roku 1959 na relatívne rovnostársky systém má v súčasnosti obavy zo špekulatívneho skupovania nehnuteľností a prílišného rozvrstvenia spoločnosti, takže aj tento uvoľnený trh je významne regulovaný a všetko musí ísť kvôli kontrole cez centrálnu banku.

Kubánci sú zvyknutí na chudobu, ktorú zdieľali donedávna takmer všetci spoločne, ale nie sú pripravení na to, že niektorí z nich budú vďaka svojim floridským príbuzným či inému zdroju dolárov čoskoro tvoriť podnikateľskú elitu.

Špecifické podmienky ich života však viedli k ojedinelým kreatívnym produktom, ktoré si tu môžete kúpiť. Turistika je teda hlavným zdrojom príjmov štátnej kasy spoločne s ťažbou niklu a s poplatkami za prevody peňazí od príbuzných žijúcich v zahraničí. Na dokonalý chod štátu to ale nestačí, takže do infraštruktúry sa príliš neinvestuje. Cesty sú v zlom stave, priemysel tu nie je príliš rozvinutý. Poľnohospodárstvo, ktoré sa opieralo o spracovanie cukrovej trstiny, je vybavené zastaranou technikou. No sú tu turistické letoviská, kde je sieť kvalitných all inclusive hotelov, takže o turistov vyznávajúcich tento štýl dovolenky je tu skvele postarané.

PodĎakovanie

Príspevok bol vypracovaný v rámci projektu VEGA č. 1/0169/18 „Kreatívny cestovný ruch ako nový produkt cestovného ruchu na Slovensku“.

Literatúra

- FROSE, G. 2017. *Kuba*. Mairdumont, Ostfildern: Marco Polo, 2017. 136 s.
- CHALUPA, P. 2009. *Kuba a súčasný svet*. Sborník vystoupení na konferenci v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky. Praha: Oreo, 2009. s 7-22. ISBN 978-80-86741-85-7.
- HŮBELOVÁ, D. – CHALUPA, P. 2012. *Latinská Amerika v přehledu a cvičeníh*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2012. 189 s. ISBN 978-80-7375-593-5.
- CHALUPA, P. 2002a. *Kuba libre I*. In *Lidé a Země*. roč. 51, č. 9, s. 612-622.
- CHALUPA, P. 2002b. *Kuba libre II*. In *Lidé a Země*. roč. 51, č. 10, s. 721-728.
- CHALUPA, P. 2010. *Época especial - 12 roků zvláštního období revoluce na Kubě*. In *Geografia – časopis pre základné, stredné a vysoké školy*. ISSN 1335-9258, 2010, č. 1, s. 30-36.
- CHALUPA, P. – NĚMETHOVÁ, J. – HŮBELOVÁ, D. *Geografia Ameriky*. Nitra: UKF, 2010. 200 s. ISBN 978-80-8094-686-9.

- CHALUPA, P. 2015. Politická, ekonomická situace na Kubě a její vliv na cestovní ruch. In *Aktuální problémy cestovního ruchu*, VŠPJ Jihlava, s. 130-140. ISBN 978-80-88064-09-1
- CHALUPA, P. – SCHLIXBIEROVÁ, I. 2015. Latinská Amerika se mění – Latin America has changed. In *Biologie-Chemie-Zeměpis*. ISSN 1210-3349, roč. 24, č. 1, s. 42-50.

CREATIVE CUBA

Summary

In recent decades, Cuba has experienced an incredible explosion of population creativity. This is due to the unhappy economic situation, the impact of the US embargo, the shortage of raw materials and available goods, as well as the liberalization of private enterprise. It is no strange to see things repaired on Kubáncov street, which would find themselves in a landfill in other countries as completely unusable. We probably don't know another country, where lighters would be repaired on the streets and bags were made for women from lids to open drinks in metal containers, and cars from the 1950s were commonly driven. Not just lighter repair shops, but also glasses, changing the refills of fountain pens, servicing old Chinese bicycles, are a common picture in Cuban cities. Beads of tropical fruits, various textile cases, dolls, wooden statues and paintings of street painters complement the usual color of city streets and the surroundings of monuments. Cubans use not only products made of natural products creatively to increase their social and financial level, plastics and metals, ending up in waste containers in Europe, but they have also adapted to the conditions of the embargo and the given economic situation, as well as to the accelerating development of tourism. The natural conditions as well as the historical development of the island contributed to a great imagination within the creative expressions of the local population. The lack of resources forced Cubans to look for resources in nature as well as the recycling of various products.

Coffee trees, which we will encounter especially in the more mountainous province Pinar del Rio in the Las Terrazas Biosphere Reserve and in the province of Guantánamo around Baracoa and in the Parque Nacional Alejandro de Humboldt are not only supplied by state shops, but home-roasted coffee is also offered to tourists. The fried grains are poured into boiling water in a funnel made of women's silicone stockings, and tourists drink them from the village houses, leaving a drink leaving each porcelain cup black. Few can also resist offering cocoa balls made of pressed cocoa the size of a tennis ball or cucuruch, a sweet blend of coconut, mango, papaya and other various tropical fruits wrapped in a

banana leaf cone. It is also enough to discover a tourist near the coconut palms and it is already possible to watch how a clever Cuban boy climbs a palm tree and throws a few coconuts, which he quickly removes from the package with a machete and offers to taste coconut milk with a straw. And if you want, you can add rum for an extra charge. There is a rich offer of various beads from tropical seeds, products from sea animals (shell necklaces, shell bracelets, black coral) and products from terrestrial animals (jewelry from crocodile bones, tortoiseshell jewelry from snail shells). Art objects (paintings, wooden statues, masks, cabinets, puzzles ...) are species-rich, but practically all over Cuba in the same assortment.

To understand the creativity of Cubans means not only to know the nature and history of a country that has undergone a completely different historical, social and political development than other countries, but also the impact of the economic embargo, which affected the lives of one generation and gave rise to the specific mentality and creativity of the inhabitants of this island state. However, the specific conditions of their lives have led to unique creative products that you can buy here. Tourism is thus the main source of income for the state coffers, together with nickel mining and fees for money transfers from relatives living abroad. The presented paper is prepared with a synergistic approach, where we describe the specific creative skills of the present as a continuation of past developments and the impact of the natural environment and socio-economic as well as political conditions.

RNDr. PaedDr. Ján Veselovský, PhD.

Katedra cestovného ruchu
Fakulta stredoeurópskych štúdií
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Dražovská 4, 949 01, Nitra, Slovenská republika
E-mail: jveselovsky@ukf.sk

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.

Katedra cestovního ruchu
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16, 58601 Jihlava, Česká republika
E-mail: chalupapet@seznam.cz

FUNCTIONAL URBAN AREAS IN NITRA REGION

Andrej Kóňa, Kristína Dzureková

Abstract

The number of people living in and around cities is growing exponentially. Adjacent urban areas are expanding and the number of required services is increasing as the population grows. This creates requirements that need to be addressed comprehensively for the whole region and not individually for local governments. A functional urban area and its creation can be a response not only to system settings, but also to the development of such a region. The aim of the paper is to define the theoretical basis of functional urban areas and to point out the approaches and possibilities of creating such areas on a specific example (the city of Nitra). Using the data of the Slovak Smart City Index in this paper, we will design functional urban areas in the Nitra region of Slovakia. Our contribution is based on the database of the index, whose methodology is based on 74 indicators. Subsequently, according to the OECD methodology for the creation of functional urban areas, we will link the data and create geographical units.

Keywords: functional urban areas, region, Nitra, smart city, index

Introduction

Cities are becoming the center of economic activity of the population. However, there is a trend of increasing the population of adjacent urban areas. This trend is caused by several factors, such as the availability of housing, the environmental factors, and the economic side of life in the adjacent part of the city.

While there is a trend of increasing population in adjacent urban areas, life in the adjacent area of the city has a direct impact on the city itself. The transit of the population to work in the city requires significantly higher demands on the technical and technological provision of road management. However, this paper is not intended to discuss the consequences of the population's decision to live in adjacent areas of economically strong cities, but the article aims to explore the creation of functional urban areas.

The current situation for local governments (especially in the cities) is the use of "euro-funds" directly to help build technological infrastructure, which moves the local government forward to technological challenges (in building so-called building smart cities). On the other hand, legislative regulations set requirements and conditions for local governments in order to utilize funds, and

they also determine the needs of the city of the future.

Specifically in the environment of the so-called "Eastern bloc", which includes the Slovak Republic; the merging of urban zones into larger units results in a better functioning area and not only for the population living there but also for the economy that develops this functioning area.

However, in order to be able to identify functional urban areas, it is necessary to define the theoretical basis of such an area and the approaches that deal with the creation of functional urban areas. Simultaneously to determine the data structure on the basis of which the geographical location of a functional urban area is defined.

The first Slovak smart city index, which evaluates the innovative approaches of Slovak self-governments, can be the data structure that can find the links of local governments with each other and with the right algorithms can create a logical functional urban area. However, in order to create a logical area, it is necessary to take into account more than just statistical data.

Theoretical and methodological basis

The city is a local administrative unit (LAU), where the majority of the population lives in an urban center with at least 50,000 inhabitants. A functional urban area consists of the city and its access zone. Prior to the introduction of the functional urban area (FUA), the Large urban zone (LUZ) was discussed. Adjacent areas of the city are approaching the city center, which extends beyond the administrative boundaries of the city (Eurostat, 2020).

The functional urban areas were first defined by Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) in the book *Redefining "urban": A new way to measure metropolitan areas* in 2012 (Gonnrad, 2019).

According to Bezák (2014), functional urban regions (FUA) represent a specific category of functional region, this category is defined on the basis of criteria related to the spatial interaction between the city and its surroundings.

It follows from these concepts that FUA distinguishes between a core, consisting of one or more cities (which may be metropolitan cities or cities with a strong economic and social status) and a perimeter connected to the core by a network of links of various kinds (transport to employment, distribution of drinking water, collection of municipal waste or other), the intensity of which decreases with increasing distance from the core.

However, among the first methods that focused on the identification of functional urban regions, we can rank the CURDS method (Center for Urban and Regional Development Studies). This method was defined at the local university in Newcastle upon Tyne, England (Coombes et. al., 1982).

If we take into account the functional and economic extent of cities, but we do not only take into account the density and size of the population, we come to the last, as well as the most widespread concept, which includes other areas surrounding the city. However, the essence is that these surrounding areas are closely connected with the city from an economic and functional point of view. This concept is called a functional urban area (FUA). FUA consists of the "city" and its surrounding, sparsely populated local units that are part of it (Gonnrad, 2019).

For comparison, FUA is not a finite area into which it is possible to connect the logical units of the city and its surroundings. However, it is based on the gradual expansion of the urban area. The following table (Table 1) is a clear view of the terms used and the geographical level within the expansion and connection of the city and its surroundings.

Table 1: Terminology related to functional urban areas (Dijkstra et. al., 2019)

Preferred term	Synonym	Discontinued terms	Geographic level
Urban centre	High-density cluster (HDC)	-	Grid
City	Densely populated area	City core Urban core	Local unit
Commuting zone		Hinterland	Local unit
Functional urban area (FUA)	FUA of at least 250 000 inhabitants	Larger urban zone (LUZ)	Local unit
Metropolitan area	-	-	Local unit

The European Union and the OECD, in cooperation, have developed a methodology for creating and defining functional urban areas within countries not only of the EU but of the world (Dijkstra and Poelman, 2012; OECD, 2012).

A functional urban area can be defined in four steps:

1. Identify an urban centre: a set of contiguous, high density (1,500 residents per square kilometer) grid cells with a population of 50,000 in the contiguous cells;
2. Identify a city: one or more local units that have at least 50% of their residents inside an urban centre;
3. Identify a commuting zone: a set of contiguous local units that have at least 15% of their employed residents working in the city;
4. A functional urban area is the combination of the city with its commuting zone (Gonnrad, 2019).

FUAs are listed by its size, according to OECD four classes:

- Small FUAs, with population between 50,000 and 100,000
- Medium-sized FUAs, with population between 100,000 and 250,000
- Metropolitan FUAs, with population between 250,000 and 1.5 million
- Large metropolitan FUAs, with population above 1.5 million (Gonnrad, 2019).

Within the framework of OECD studies, 8 functional urban areas were determined in Slovakia, which are shown in Figure 1. At the same time, these 8 FUAs are located within 8 self-governing regions, which are also regulated by Act no. 302/2001 Collections of Acts on Self - Government of Higher Territorial Units. Table 2 discusses the OECD study of FUA Nitra, describes the definition of the size and number of the population of this area.

Figure 1: FUA based on OECD research (Gonnrad, 2019)



Table 2: FUA NITRA classification based on OECD (OECD, 2019)

FUA name	FUA code	Classification	Pop.2015 (GHS)	Share Pop. core (%)
Nitra	SK004L1	Medium-sized area	160 000	48

In 2009, the Ministry of Construction and Regional Development of the Slovak Republic ensured the elaboration of KURS 2011 - Amendments no. 1 Concept of Territorial Development of Slovakia 2001 (KURS, 2001). Amendments no. 1 KURS 2001 are processed in accordance with Act no. 50/1976 Coll. as

amended (Building Act) and §17 of Decree no. 55/2001 Coll. on spatial planning documents and spatial planning documentation (KURS, 2011).

The urban functional area is defined in KURS 2001 as amended by KURS 2011 by a system that uniformly represents urban functional areas and on which measures of sustainable urban development will subsequently be implemented in accordance with Art. 7 EP and Council Regulations (EU) no. 1301/2013.

KURS 2001, as amended by Amendments no. 1 KURS 2011 defines the following municipalities in the vicinity of the regional city of Nitra as an urban functional area: Jelšovce, Zbehy, Čakajovce, Nitra, Lužianky, Nitrianske Hrnčiarovce, Malý Lapáš, Veľký Lapáš, Čechynce, Ivanka pri Nitre (Nitra.sk, 2018). Figure 2 shows the distribution of the functional urban area of Nitra according to KURS.

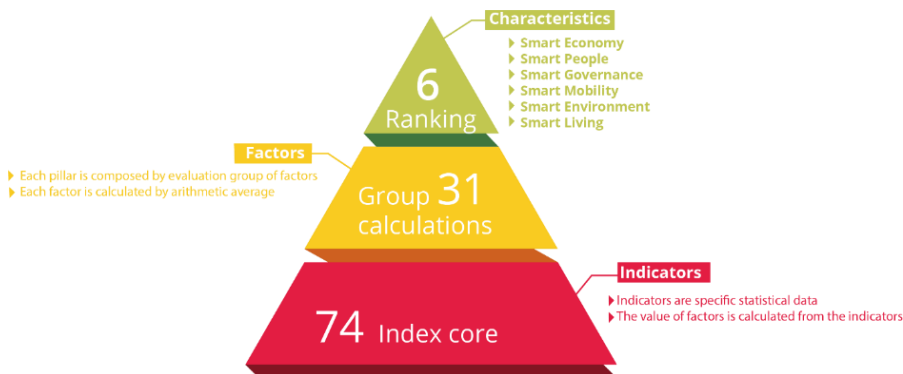
Figure 2: FUA Nitra based on KURS 2011 (OECD, 2019)



The authors dealing with the topic of Smart Cities from an academic point of view agree on six main components that are the pillars of the Smart Cities concept. The individual names for these pillars do not always coincide but contain the same areas for all academics and their approaches. Thus, we can generally define the following pillars of each Smart City: Government and self-government; Buildings; Mobility; Energy and the environment; Education; Health (Kóňa and Kóňa, 2020).

These six characteristics were regarded as the relevant group characterizing for every smart city. They can be divided into 31 relevant factors which reflect the most important aspects of every smart city characteristic. At the bottom level, every factor of a smart city characteristic has been defined empirically through a group of related indicators. Absolute 74 indicators were defined and used for operationalizing and aggregating the relevant factors (in all 31 factors in second level of the ranking procedure), whole structure is shown in Figure 3 (Giffinger et al., 2007; Giffinger and Gudrun, 2010).

Figure 3: Smart City Index data structure (own elaboration)



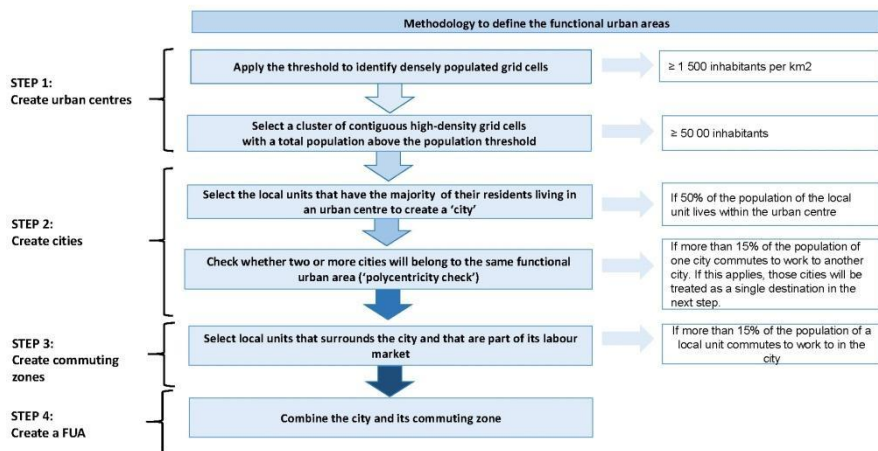
The data for the Slovak Smart City Index are based on the described methodology with regard to the localization of data and the level of localization of this data. In the case of the national level they are used the data of the Slovak Statistical Office or Slovak ministries. At the local and regional level are used data from the Statistical Office or data from regional cities or local governments. If the methodology requires international data when identifying indicators, these are obtained from Eurostat or OECD databases (Griffinger, 2007). Indicators in Slovak Smart City Index are standardized through a z-transformation resulting in a distribution with an average value '0' and a standard deviation of '1'.

Table 3: Overall Slovak Smart Cities position (Own elaboration)

Slovak Smart City Index	Municipality	District	Region	Citizens
Overall position	Regionalization in the Slovak Republic			
1	Bratislava	Bratislava	Bratislava	411,228
2	Pezinok	Pezinok	Bratislava	21,179
3	Malacky	Malacky	Bratislava	17,051
4	Senec	Senec	Bratislava	17,050
5	Modra	Pezinok	Bratislava	8,751
41	Topoľčany	Topoľčany	Nitra	27,177
73	Zlaté Moravce	Zlaté Moravce	Nitra	12,337

The creation of a functional urban area, based on the steps shown in Figure 4, with a focus on the Nitra region, is compared within the data obtained by the Slovak Smart City Index.

Figure 4: The algorithm to identify a functional urban area (Dijkstra et. al., 2019)



The methodology of the procedure for the creation of FUA in the Nitra region is based on the OECD algorithm using data from the Slovak Smart City

Index. Those data has to be similar, linked and statistically represents created FUA. In Slovak Smart City Index, municipalities over 3k citizens are benchmarked. For this purpose, we use only municipalities in Nitra Region and data similarities are identified.

Results

In order to create a FUA in the Nitra region, it is necessary to identify the economically strongest cities in the entire region (Table 4). In this case, we use data from the location of local governments in the Slovak Smart City Index, regardless of other links. By defining these self-governments, we obtain basic positions, around which it is then possible to assign logical units.

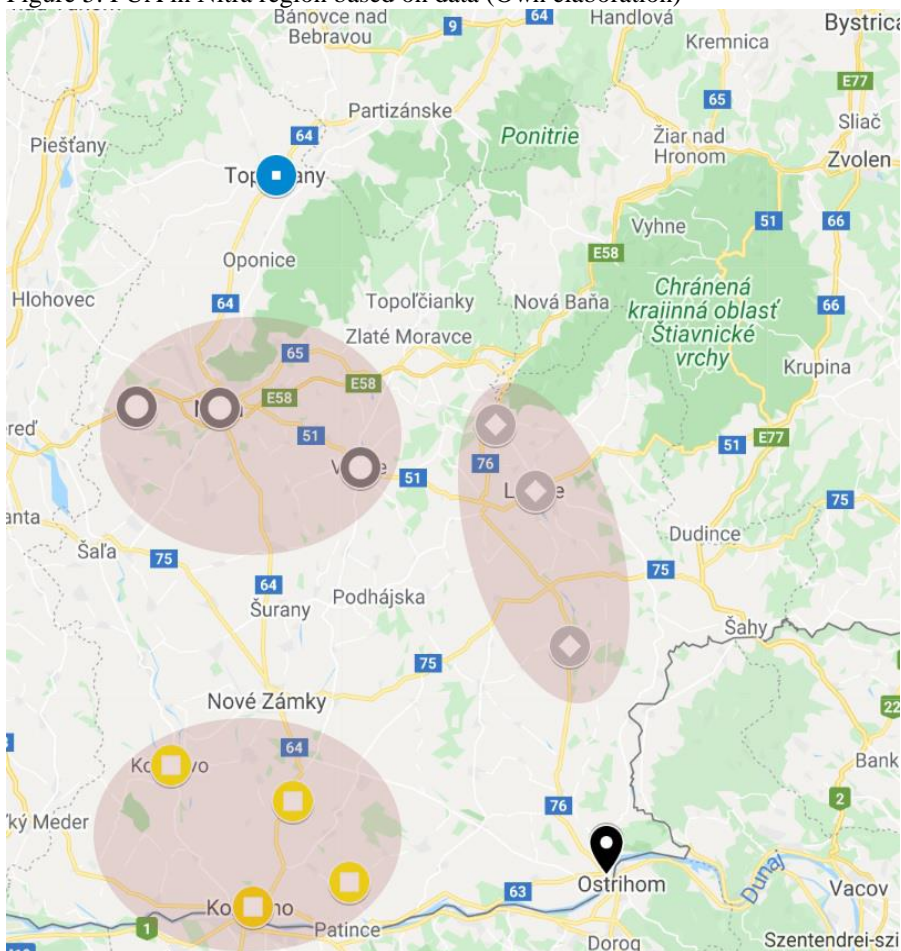
Table 4: The most economically developed municipalities in Region (Own elaboration)

Municipality	District	Region	Number of Citizens	Position
Štúrovo	Nové Zámky	Nitra	10919	AAA
Nitra	Nitra	Nitra	78916	AA
Topoľčany	Topoľčany	Nitra	27177	A
Komárno	Komárno	Nitra	34349	BB
Levice	Levice	Nitra	34844	B

As part of the recalculation, we always proceed from the arithmetic mean and we observe the smallest possible deviation of the individual indicators. Indicators are monitored at the local or regional level. Other indicators of the Slovak Smart City Index, such as national and international, are not monitored and are not taken into account in the logical connection and creation of FUA.

Based on the data, three FUAs in the region are created, although the five basic cities have been identified, which were the strongest. In Figure 5 there are three areas, based on Slovak Smart City Index benchmarked cities which are compared. Symbols in created areas are those cities benchmarked in Index. One city has not its FUA and it is Topoľčany. The same is it with city Štúrovo (bottom map, bordered with Hungary). First of all it is at the district borders, secondly Topoľčany has near position to Nitra and its FUA. Nitra (up on the left FUA), Levice (in the middle FUA) and Komárno (bottom FUA) has been identified. Complementary data for those FUAs are based on Smart City Index Data and are strong linked and similar in defined areas.

Figure 5: FUA in Nitra region based on data (Own elaboration)



The Slovak Smart City Index only compares municipalities with at least 3,000 inhabitants (inclusive), so we only compared these municipalities. Subsequently, we filled the area between the core city and its surrounding municipalities belonging to FUA with those municipalities that are located in this locality, even though they were not compared in the Index. Municipalities belonging to selected localities are set out in Table 5. The size classification of FUAs is determined according to the OECD methodology. The data in parentheses for individual municipalities present the number of inhabitants of this municipality.

Table 5: Municipalities and citizens in FUAs (Own elaboration)

FUA	Municipalities in area (with number of citizens)	Total citizens	FUA classification
FUA Nitra	Veľké Zálužie (4208); Lehota (2217); Jarok (2018); Lužianky 2978); Zbehy (2242); Nitrianske Hrnčiarovce (2083); Štitáre (920); Ivanka pri Nitre (2673); Čechynce (1203); Golianovo (1743); Veľký Lapáš (1495); Pohranice (1071); Klasov (1372); Vrábľe (8656); Paňa (360)	112155	medium
FUA Levice	Tlmače (3570); Malé Kozmálovce (328); Veľké Kozmálovce (709); Starý Tekov (1451); Nový Tekov (860); Hronské Kľačany (1429); Kalná nad Hronom (2077); Horná Seč (550); Dolná Seč (478); Turá (205); Jur nad Hronom (948); Šarovce (1616); Tekovské Lužany (2860); Želiezovce (6859)	58101	small
FUA Komárno	Kolárovo (10546); Kameničná (1915); Vrbová nad Váhom (525), Nesvady (5094); Imeľ (1949); Martovce (687); Hurbanovo (7469); Bajč (1234); Dulovce (1727); Svätý Peter (2788); Chotín (1395); Marcelová (3731); Iža (1651); Virt (293)	70793	small

Looking at the map of the Nitra region, we can see that the relatively strong city, which is Nové Zámky (with a population of 39646), is not considered the core of a possible FUA. This is due to the fact that this city does not have sufficient economic strength and even in the Slovak Smart City Index it is placed in a low position. However, it would also be possible to create small FUA around this city.

The creation of FUA cannot be done from the table based on statistics. The logical continuity of interconnected localities must be tested locally too. However, if it would be necessary to create a FUA, for example for the unified creation of destination strategies, there is data according to which these units can be created.

The town of Topoľčany is interesting, according to the index data is the third strongest and most intelligent in the region. Same as Štúrovo, it is located on the edge of the region and both municipalities are growing mainly due to the surrounding regions. If we created FUA with the overlap of regions, Topoľčany could be the basis of FUA. Štúrovo does not have such a possibility and can only create the so-called Commuting zone.

Conclusion

The Slovak Republic has few local governments with a population of over 100,000. Basically, they are just the cities of Bratislava and Košice. It is so difficult to create FUA. Prešov, Žilina, Banská Bystrica, Nitra, Trnava, Martin, Trenčín and Poprad have a population of over 50,000. In their case, it is possible to talk about the FUA kernel and much easier to assign a commuting zone to be able to create a full-fledged FUA.

However, the logical continuity of FUA has many aspects and there are cases when the catchment area of the zone may have larger distances in the case of Slovakia, for example when residents come to work from the surrounding municipalities.

The FUAs created in this paper can be an inspiration for local authorities. By creating such FUAs, the destination can help to develop and resolve many problems more quickly, which, thanks to cooperation and common approaches, can accelerate the progress of all local authorities involved.

Acknowledgements

The paper was prepared within the project KEGA 001UCM-4/2019 Dynamics of public administration changes in the Slovak Republic.

References

- BEZÁK, A. 2014. Funkčné mestské regióny na Slovensku v roku 2001. In Lauko, V. et al. (eds.). *Regionálne dimenzie Slovenska*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, pp. 169-198.
- COOMBES, M. G. – DIXON, J. S. – GODDARD, J. B. – OPENSHAW, S. – TAYLOR, P. J. 1982. Functional regions for the population census of Great Britain. In Herbert, D. T., Johnston, R. J. (eds.). *Geography and the urban environment. Progress in Research and Applications*, vol. 5, Chichester: Wiley, pp. 63-112.
- DIJKSTRA, L. 2019. *The EU-OECD definition of a functional urban area*. [online]. 2019. [cit. 2020-09-18]. Available on the internet: <<https://dx.doi.org/10.1787/d58cb34d-en>>
- EUROSTAT. 2020. *What is a city?* [online]. 2020 [cit. 2020-09-18]. Available at: <<https://ec.europa.eu/eurostat/web/cities/spatial-units>>
- GIFFINGER, R. et al. 2007. *Smart cities. Ranking of European medium-sized cities*. Final report. Vienna: The Centre of Regional Science, Vienna University of Technology.

- GIFFINGER, R. – GUDRUN, H. 2010. Smart cities ranking: An effective instrument for the positioning of cities?. In *ACE: Architecture, City & Environment*. vol. 4, no. 12, pp. 7-25.
- GONNRAD, E. 2019. *Functional urban areas*. OECD. [online]. 2019 [cit. 2020-09-18]. Available on the internet: <<http://www.oecd.org/cfe/regionaldevelopment/Slovak%20Republic.pdf>>
- GRANTY. 2018. *Príloha M 1.1*. [online]. 2018 [cit. 2020-09-18]. Available at: <<http://granty.sk/wp-content/uploads/2018/08/Pr%C3%ADloha-zoznam-oblast%C3%AD-pre-CIZS.pdf>>
- KÓŇA, A. – KÓŇA, J. 2020. Implementácia smart cities na Slovensku – potreba a východiskový stav. In *Trvalo udržateľný rozvoj v krajinách Európskej únie II*. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, pp. 92-98. ISBN 978-80-8152-855-2.

Mgr. Andrej Kóňa, PhD.

Faculty of Social Sciences
University of St. Cyril and Methodius
Bučianska 4/A, 917 01 Trnava
E-mail: andrej.kona@ucm.sk

Mgr. Kristína Dzureková

Faculty of Social Sciences
University of St. Cyril and Methodius
Bučianska 4/A, 917 01 Trnava
E-mail: kristina.dzurekova@gmail.com

MAPOVANIA A ANALÝZA ZMIEN KRAJINNEJ POKRÝVKY VO VYBRANEJ ČASTI MALEJ FATRY (VRÁTNA DOLINA)

Veronika Málíková, Martin Boltížiar

Abstract

The landscape of Vrátna dolina valley has long been influenced by a number of factors, in which elements induced by human activity and natural processes. As a result of these factors, significant changes occur mainly in the land cover of the territory. These changes result in many distortions and deviations from its natural development, which often cause a cascade of unintended consequences. Studying these changes through the mapping and analysis of land cover is an important indicator and source of information about its current state, as well as previous and possible future developments. The growing demand for high-quality, accurate and especially detailed large-scale maps, whose creation by classical mapping techniques is almost unrealistic at present, prompts us to join the solution of the abovementioned issue. Many mountains in Slovakia still represent areas that have not been thoroughly mapped and evaluated in terms of landscape changes. One of such places is Vrátna dolina valley as a part of the Malá Fatra Mountains. The thesis is based on mapping and statistical-spatial analysis of land cover and its changes during the past 70 years (1950-2020) based on the use of aerial imagery and geographic information systems (GIS). The aim of this paper is to provide comprehensive information on its long-term development in the context of natural and socio-economic factors influencing its formation. The content and results of the thesis are supported by charts and map outputs.

Keywords: mapping, analysis, land cover, changes, Malá Fatra Mts., Vrátna dolina valley

Úvod

Na krajinu Vrátnej doliny dlhodobo pôsobilo a stále pôsobí množstvo faktorov, v ktorých sa prelínajú prvky vyvolané ľudskou činnosťou spolu s prírodnými procesmi. V dôsledku pôsobenia týchto činiteľov dochádza k výrazným zmenám predovšetkým v krajinnej pokrývke územia. Výsledkom uvedených zmien sú potom mnohé deformácie a odchýlky od jej prirodzeného vývoja, ktoré neraz spôsobujú kaskádu negatívnych dôsledkov. Štúdium týchto zmien prostredníctvom mapovania a analýzy krajinnej pokrývky je dôležitým ukazovateľom a zdrojom informácií o jej súčasnom stave, ako aj predošlom a

možnom budúcom vývoji. Rastúci dopyt po kvalitných, presných a najmä podrobných veľkomierkových mapách, ktorých vytvorenie klasickými mapovacími technikami je i v súčasnosti vo vysokohorskom prostredí takmer nereálne, nás inšpirovalo k príspevku riešenia tejto problematiky. Viaceré pohoria Slovenska totiž predstavujú dodnes územia, ktoré neboli z hľadiska zmien krajiny podrobne zmapované a vyhodnotené. Jedným z takýchto miest je aj Vrátna dolina ako súčasť pohoria Malá Fatra, ktoré sme si vybrali za záujmové územie.

Cieľom štúdie je mapovanie a štatisticko-priestorová analýza krajiny pokrývky a jej zmien za ostatných 70 rokov na báze využitia leteckých snímok a geografických informačných systémov (GIS) v snahe poskytnúť komplexné informácie o jej dlhodobom vývoji v kontexte prírodných a spoločensko-ekonomických činiteľov vplyvujúcich na jej formovanie.

Záujmové územie

Malá Fatra je jadrové pohorie situované na severe Slovenska medzi Žilinskou a Turčianskou kotlinou. Na juhozápade hraničí so Strážovskými vrchmi a na severovýchode v údolí Oravy s Chočskými vrchmi. Strečnianskou tiesňavou je rozdelená na južnú - lúčanskú časť a severnú - krivánsku časť (Lukniš a kol., 1972).

Záujmové územie je súčasťou Krivánskej časti Malej Fatry. Je súčasťou Fatransko-tatranskej oblasti a geomorfologického celku Malá Fatra (Mazúr, Lukniš, 1980). Z hľadiska územno-správneho členenia sa nachádza v Žilinskom kraji, okres Žilina, obec Terchová v závere doliny Vrátna, ktorá v tejto oblasti vytvára široké, silne sklonené vejáre (30° – 40° a viac), často rozčlenené lavínóznymi ryhami zbiehajúcimi z ústredného hrebeňa (Mazúr, 1963). Zo severu zasahuje do územia časť cestnej komunikácie a technickej infraštruktúry v podobe dolnej stanice kabínkovej lanovky (740 m n. m.). Z tejto časti smerom na juhozápad územie lemuje takmer identicky trať kabínkovej lanovky do sedla Snilov (1 524 m n. m.). Odtiaľ južnou až juhovýchodnou hranicou záujmového územia prechádza samotný ústredný hrebeň vrátane príslušných vrcholov (Chleb, Hromové, Steny) a sediel (Snilovské sedlo, Sedlo v Stenách). Rozloha záujmového územia je 4 020 m².

Na geologickej stavbe územia sa podieľajú najmä granodiodidy, ílovité a slienité bridlice, slieňovce, ale i vápence guttensteinského typu a rádiolarity, pričom táto štruktúrno-litologická pestrosť má výrazný vplyv na reliéf územia, ktorý sa vyznačuje veľkou pestrosťou povrchových tvarov. Spôsobuje ich striedanie rozlične odolných hornín so svojráznym zvetrávaním. Z javov patriacich k ľadovcovej modelácii sa v literatúre uvádzajú malé kotly v severnej expozícii pod Chlebom. Prevažná časť územia patrí do miernej chladnej oblasti s priemernou ročnou teplotou 3° - 6°, pričom celkový vývoj klimatických podmienok určuje hlavný hrebeň. Nad celou oblasťou prevláda v priebehu roka cyklonálny charakter,

kedy spadne 90 % všetkých zrážok v roku. Územie spadá do povodia Váhu a odvodňuje ho sústava horských riečok a potokov, ktoré majú bystrinný charakter. Hlavným zdrojom vodnosti sú dažďové a snehové zrážky, a z časti aj podzemná voda. Pôdne typy tvoria litozem, ranker, rendzina, podzol, kambizem a v okolí potokov i fluvizem. Územie je prevažne zalesnené s výnimkou hrebeňov či lokalít ovplyvnených antropogénnym faktorom. Rastlinstvo možno diferencovať podľa sledu rozdielov výškovej a expozičnej klímy do týchto vegetačných stupňov: dubovo-smrekového, bukového, jedľovo-bukového, smrekovo-bukovo-jedľového, smrekového, kosodrevinového a alpskeho. Stupne dopĺňajú skalné spoločenstvá, vysokohorské lúky (hole), mokrade a prameniská. Zo živočíchov tu môžeme nájsť rôzne druhy hmyzu, cicavcov, vtákov a i. (Pagáč, Vološčuk, 1983).

Skúmané územie je súčasťou Národného parku Malá Fatra, ako aj sústavy chránených území európskeho významu NATURA 2000 (Chránené vtáčie územie Malá Fatra). Časť územia zasahuje aj do NPR Chleb, pričom v tejto oblasti platí 5. stupeň ochrany prírody.

Dôvodom výberu záujmového územia bola skutočnosť, že ide o najatraktívnejšiu časť pohoria s rozmanitým zastúpením tried krajinej pokrývky, ktoré podliehali relatívne veľkým priestorovým zmenám, a to jednak pod vplyvom antropogénneho faktora na priestorovú štruktúru (baníctvo, pastierstvo, lesné hospodárstvo, cestovný ruch) ale vzhľadom na jeho vysokohorský charakter aj jeho náchylnosti na rýchle geomorfologické procesy (najmä murové prúdy a lavínovú aktivitu) a s ich dopadom na priestorové zmeny v usporiadaní krajinej pokrývky. Bližšie sa reliéfu a vybraným geomorfologickým procesom tohto územia venujeme v štúdiu Málíková (2018).

Teoreticko-metodické východiská

Krajinná pokrývka (land cover) je všeobecne jedna zo základných prvkov krajiny opisujúci pozemské prostredie v spojení s prírodnými procesmi a antropogénnymi aktivitami (Jansen, di Gregorio, 2002; Bender et al., 2005). V širšom zmysle ju môžeme definovať ako materiálny prejav prírodných a sociálno-ekonomických procesov, týkajúcich sa najmä využitia krajiny (land-use) na zemskom povrchu. Priestorovo je diferencovaná na základe jej fyziognomických a morfoštruktúrnych znakov a indikuje intenzitu procesov a zmien prebiehajúcich v krajine. Identifikácia krajinej pokrývky je primárna a nevyhnutná podmienka pre analýzu využitia krajiny, príčin a konzekvencií využitia, hodnotenia vplyvu človeka na krajinu, ako aj riešenia problému ekologickej stability (Feranec, Ořahel, 1992, 1999, 2001, 2009, Feranec a kol., 2016). Analýza jej zmien má zásadný význam pre pochopenie mnohých sociálnych, ekonomických a environmentálnych problémov (Pelorosso et al., 2008).

Vo všeobecnosti autori domácej proveniencie považujú resp. definujú krajinnú pokrývku za fyzický prejav prírodných a socioekonomických procesov, na základe ktorých vznikli na zemskom povrchu rôzne areály identifikovateľné na základe vizuálnej interpretácie (Falt'an a kol., 2018). Objektom výskumu krajinnej pokrývky je zemský povrch a objekty, ktoré sa na ňom sa vyskytujú, pričom predmetom je znázornenie priestorovej štruktúry identifikovaných jednotiek krajinnej pokrývky v mapových dielach a ich slovné charakterizovanie (Falt'an, 2000a, b, 2005).

Bližšie sa zmenám tejto priestorovej štruktúry vysokohorského prostredia venovali viacerí autori a to najmä Boltižiar, 2001, 2007, 2009, Hreško, Boltižiar, 2001, Hreško a kol., 2003, 2008, Kapusta a kol., 2018, Čerňanský a kol., 2003).

Metodika práce

Pri tvorbe práce sme vychádzali zo súčasných dostupných metód, ktoré slúžia k detailnému mapovaniu krajinnej štruktúry, resp. pokrývky a jej následnej analýze, ktorá hodnotí zmeny v jej štruktúre dôsledkom prírodných a socioekonomických činiteľov.

Dôležitým krokom bola najmä prípravná fáza, ktorá pozostávala zo štúdia odbornej literatúry, vďaka ktorej sme nadobudli dostatočné poznatky o problematike. Do tejto fázy zahrňame aj štúdium podkladových máp, leteckých ortofotosnímkov a taktiež verifikáciu/aktualizáciu súčasného stavu krajinnej pokrývky terénnym výskumom v roku 2020. Tvorba jednotlivých veľkomierkových máp krajinnej pokrývky za časové obdobia rokov 1950 a 2020 sa realizovali v počítačovom prostredí geografických informačných systémov (GIS). Zo softvérových produktov sme využili desktop ArcGIS s nadstavbami, v ktorom sme realizovali väčšinu nasledovných operácií:

1. Tvorbu veľkomierkových máp krajinnej pokrývky identifikáciou a následnou vektorizáciou údajov areálov tried na základe digitálnych ortofotomáp dostupných na webových portáloch (1950, 2018),
2. Tvorbu flexibilného databázového systému vo forme tabuľky, v ktorej sú uložené všetky relevantné informácie v podobe kódov, a ktoré umožnili realizovať všetky ďalšie potrebné operácie,
3. Štatisticko-priestorovú analýzu jednotlivých tried krajinnej pokrývky,
4. Komparáciu výsledkov z jednotlivých časových období (1950, 2020)
5. Kartografické znázornenie informačných vrstiev výstupov tematických máp krajinnej pokrývky v mierke 1 : 10 000.

Pre interpretáciu historického stavu krajinnej pokrývky Vrátnej doliny z roku 1950 sme použili historickú ortofotomapu, ktorá je dostupná na portáli www.mapy.tuzvo.sk. Za pomoci geografických informačných systémov (GIS) sme

ju použili ako relevantný podklad pre tvorbu veľkomierkovej mapy krajinej pokrývky záujmového územia v mierke 1 : 10 000. Vizualnú interpretáciu údajov sme začlenili do vopred stanovených pozorovaných tried.

Pri výbere a usporadúvaní krajinných tried sme čerpali z metodiky CORINE Land Cover, ktorú sme účelovo modifikovali pre identifikáciu a zaznamenávanie krajinej pokrývky v mierke 1 : 25 000. Modifikácia vychádzala z konceptov a postupov tvorby hierarchicky vyšších tried, pričom koncept identifikácie krajinej pokrývky na báze dát diaľkového prieskumu Zeme DPZ primárne rešpektuje i morfoštruktúrne a fyziognomické (vzhľadové znaky odlišujúce jednotlivé objekty (areály) krajiny (prírodných, modifikovaných a človekom vytvorených).

V zásade sme teda mapovacie jednotky – triedy krajinej pokrývky (areály v podobe objektov/plôch) v špecifickom prostredí Vrátnej doliny začlenili do nami navrhnutých tried. V súvislosti s historickým stavom tried krajinej pokrývky záujmového územia z roku 1950 sú to 3 hlavné triedy a 7 podtried:

1. *Areály sídiel* - chatová oblasť, objekty (budovy, salaše),
2. *Areály vegetácie* - lesný porast (listnatý, ihličnatý, smrekový les), kosodrevina, NDV (nelesná drevinová vegetácia), bylinno-trávne porasty,
3. *Areály odkrytého substrátu* - bralá/sutinový pokrov.

Podobne sme postupovali aj pri interpretácii súčasného stavu krajinej pokrývky Vrátnej doliny z roku 2020. Ako podklad pre detailnú veľkomierkovú mapu nám slúžil súbor dát Slovenskej agentúry životného prostredia a ortofotomapy dostupné na portáli www.geoportal.sk. Následnou vizuálnou interpretáciou sme údaje zatriedili do stanovených tried.

Identifikované areály záujmového územia z roku 2020 sme zaradili do 3 tried a 14 podtried:

1. *Areály sídiel* - chatová oblasť, objekty (budovy, salaše),
2. *Areály vegetácie* - listnatý les, ihličnatý les, smreková monokultúra, zmiešaný les, kosodrevina, NDV), bylinno-trávne porasty,
3. *Areály odkrytého substrátu* - bralá/sutinový pokrov.

Rozdiel medzi triedami a podtriedami krajinej pokrývky Vrátnej doliny z roku 1950 a 2020 je výsledkom rôznorodosti dostupných údajov pri spracúvaní a identifikácii krajinných prvkov.

Výsledky

Po vypracovaní relevantných tematických mapových podkladov sme v prostredí ArcGIS pristúpili k podrobnej štatistickej analýze a hodnoteniu tých tried krajinej pokrývky, ktoré mali charakter areálov (polygónov). Hodnotili sme najmä plošný podiel v % a rozlohu jednotlivých tried v ha.

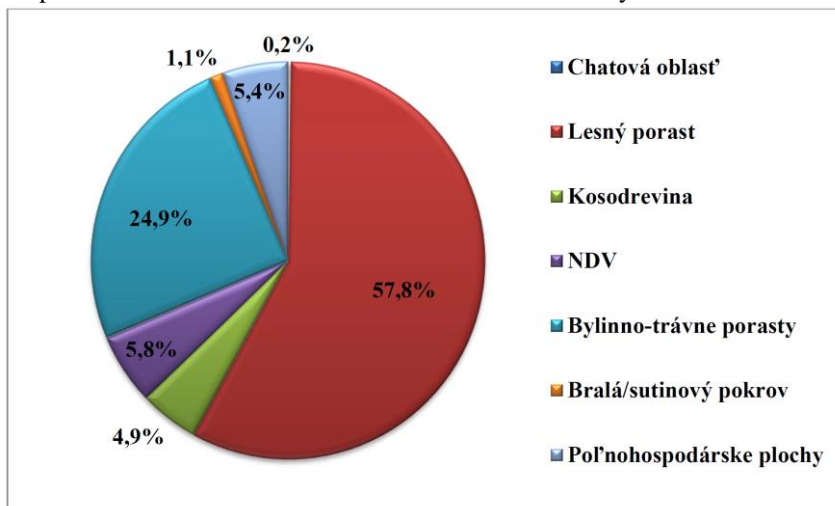
Z výsledkov, ktoré sme prostredníctvom vyššie popísanej metodiky

nadobudli sme dospeli k nasledovným zisteniam a poznatkom.

Stav krajinej pokrývky Vrátnej doliny v roku 1950

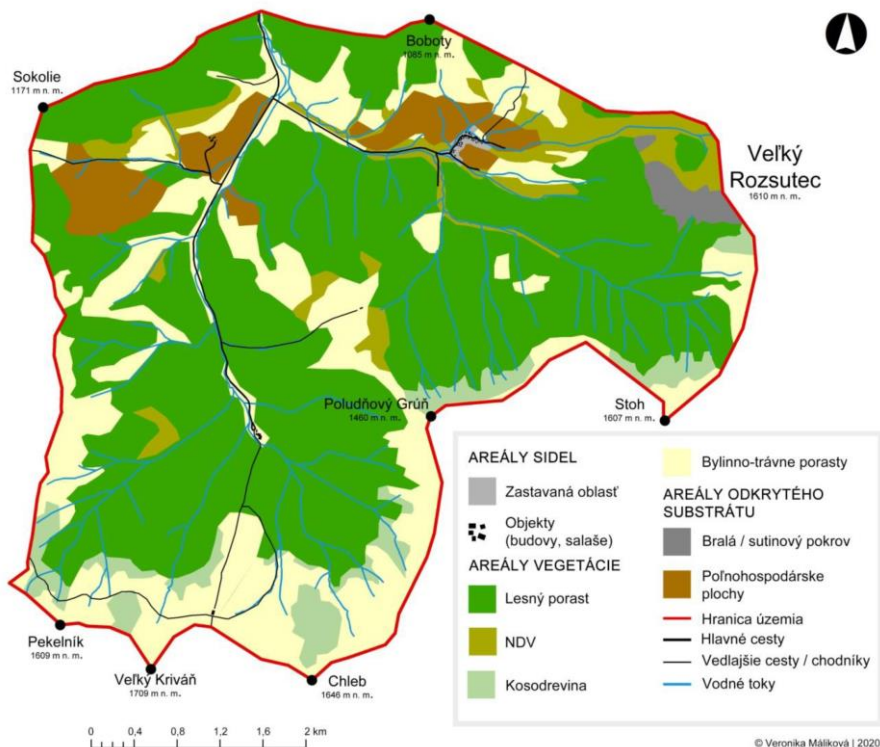
Usporiadanie tried krajinej pokrývky Vrátnej doliny je výsledkom historického vývoja, ktorú podrobnejšie opisujeme v úvode práce. Po vizuálnej a následnej štatistickej analýze vytvorenej tematickej mapy z roku 1950 (graf 1, mapa 1) konštatujeme, že najväčšiu časť záujmového územia v roku 1950 tvoril lesný porast s rozlohou 1590,7 ha (57,8 %), do ktorého radíme prirodzene odvodené lesné druhy ako listnatý, ihličnatý či zmiešaný les a smrekovú monokultúru, ako je to aj v prípade krajinných podtried Vrátnej doliny v roku 2020, kde ich máme bližšie samostatne špecifikované vďaka dostupným/presnejším údajom vo forme . Druhú najväčšiu kategóriu tvorili bylinno-trávne porasty s plochou 685,1 ha (24,9 %), ktoré sa nachádzali zväčša nad hornou hranicou lesa, ale aj v nižších častiach územia. Nad hornou hranicou lesa zaberala pomerne veľkú plochu z územia aj kosodrevina s rozlohou 134,2 ha (4,9 %). Významné je aj zastúpenie krajinného prvku s názvom NDV, teda nelesná drevinová vegetácia pod ktorou chápeme rozptýlenú vegetáciu mimo súvislého lesa. V území zaberala plochu až 159,7 ha (5,8 %). Najmenšiu časť územia tvorili bralá so sutinovým pokrovom 29,8 ha (1,1%) a zastavaná oblasť 5,9 ha (0,2). Na záver spomíname poľnohospodársku plochu, ktorá v území zaberala 148,8 ha (5,4 %), ktorá bola v tom čase intenzívne využívaná.

Graf 1: Plošné zastúpenie tried krajinej pokrývky Vrátnej doliny v roku 1950
Graph 1: Area of land cover classes in Vrátna dolina valley in 1950



Mapa 1: Mapa krajiny pokrývky Vrátnej doliny v roku 1950

Map 1: Land cover map of Vrátna dolina valley in 1950



Zmeny krajiny pokrývky Vrátnej doliny od roku 1950 do súčasnosti

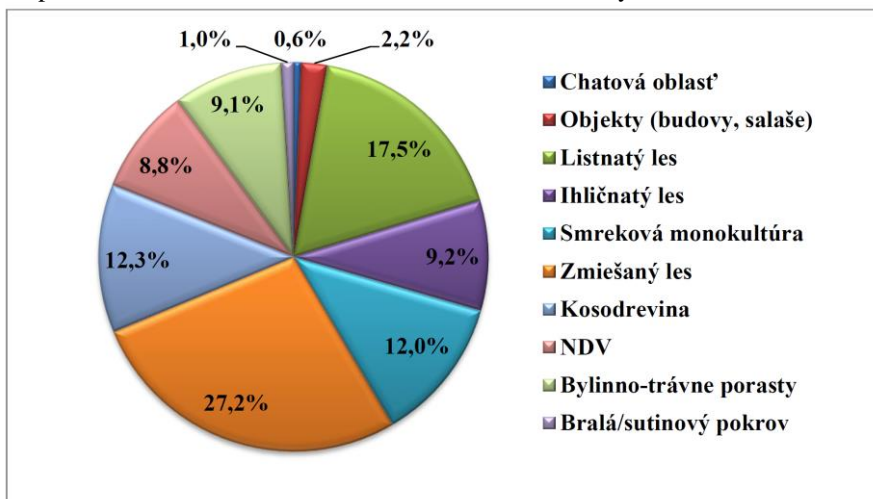
Z hľadiska rozlohy jednotlivých tried, resp. podtried krajiny pokrývky Vrátnej doliny v roku 2020 (graf 2, mapa 2) patrí najväčšie zastúpenie krajinnému prvku lesný porast (listnatý, ihličnatý, zmiešaný les a smreková monokultúra) s rozlohou až 1816,4 ha (65,9 %), čo je viac ako polovica celkovej rozlohy územia (2754,5 ha). V porovnaní s rokom 1950 je to z hľadiska stability krajiny pozitívna zmena, keďže ide o nárast rozlohy tohto prvku o 225,7 ha (8,1 %). Tento nárast je spojený so zmenou lesníckeho hospodárenia, ktorá súvisí aj s vyhlásením danej oblasti za časť Národného parku Malá Fatra a s tým spojená sekundárna sukcesia spojená aj s účelovou výsadbou drevín. Keďže pri analýze panchromatických (čiernobielych) leteckých snímok záujmového územia z roku 1950 absentovali dostupné údaje v rámci subkultur lesného porastu v zmysle lesného, ihličnatého, zmiešaného lesa a smrekovej monokultúry, rozhodli sme sa ich však pre súčasný

časový horizont 2020 interpretovať a následne aj analyzovať. Najväčšiu plochu v rámci tejto krajinej triedy má podtrieda zmiešaného lesa s rozlohou až 749,6 ha (27,2 %).

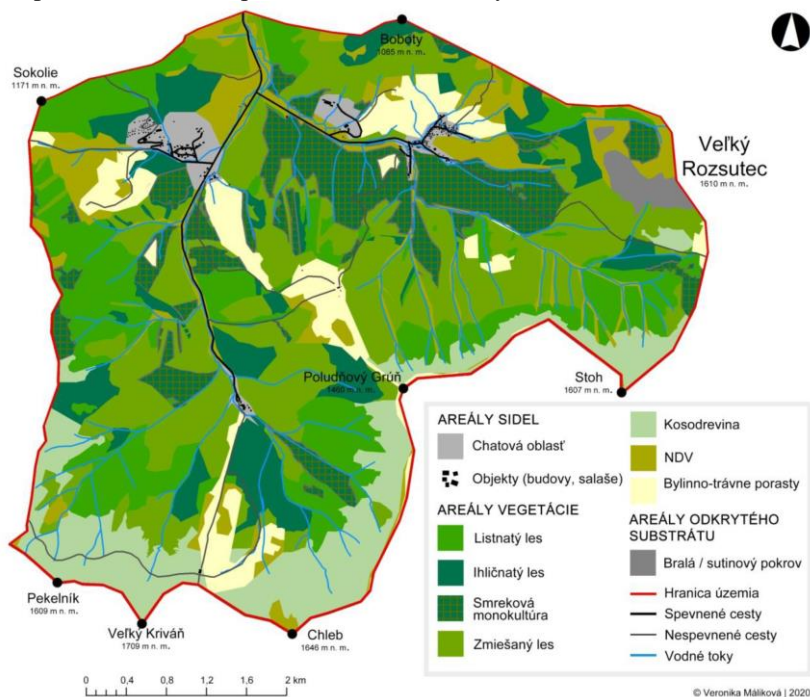
Kosodrevinové porasty zaberali 339,8 ha (12,3 %), čo je v porovnaní s rokom 1950 nárast až o 205,1 ha (7,4 %), ktorý je spôsobený zalesňovaním partií na hornej hranici lesa a opustenie týchto oblastí pastiermi. Zmenu hodnotíme pozitívne, nakoľko kosodrevina plní v území prirodzenú protieróznú bariéru pred nepriaznivými prírodnými procesmi ako sú napríklad lavíny, či murové (sutinové) prúdy a úšusty (pôdnodnozvetralinové strže). Kosodrevinové porasty tak dnes osídľujú opäť svoje pôvodné stanovištia, ktoré sa sústreďujú vo vrcholových a podvrcholových partiách hlavného hrebeňa. Kosodrevina zväčša nahradila sekundárnou sukcesiou ale i umelou výsadbou bylinno-trávne porasty a v menšej miere aj lesný porast.

Významne sa zmenila aj rozloha triedy bylinno-trávných porastov, ktorá bola v roku 1950 na úrovni 685,1 ha (24,9 %), pričom v roku 2020 už len 251,2 ha (9,1 %). Ide o pokles o 433,9 ha (15,8 %) spôsobený úbytkom pastvín a poľnohospodárskej pôdy na úkor lesných spoločenstiev. Tento jav hodnotíme skôr pozitívne, nakoľko v dôsledku tohto procesu dochádza v území k obnove prirodzenej vegetácie, resp. krajinej pokrývky typickej pre túto oblasť.

Graf 2: Plošné zastúpenie tried krajinej pokrývky Vrátnej doliny v roku 2020
Graph 2: Area of land cover classes in Vrátna dolina valley in 2020



Mapa 3: Mapa krajinej pokrývky Vrátnej doliny v roku 2020
 Map 3: Land cover map of Vrátna dolina valley in 2020



Naopak, vzhľadom na ekologickú stabilitu krajiny, resp. aj celkový krajinný ráz, možno negatívne hodnotiť zmenu triedy zastavaná oblasť (chatová oblasť, objekty, budovy, salaše). Pri porovnaní rokov 1950 (5,9 ha; 0,2 %) a 2020 (76,7 ha; 2,8 %) možno identifikovať signifikantnú zmenu až o 70,8 ha (2,6 %), čo je odrazom rozvoja spoločnosti v priebehu času. V oblasti sa výstavbou ubytovacích zariadení zvýšila kapacita pre návštevníkov, ktorá bola sprievodným javom pri uľahčení vstupu návštevníkom do vrcholových partií územia vybudovaním kabínkovej lanovky, a teda zároveň rozšírením ponuky služieb pre verejnosť. V tomto zmysle však v území dochádza k druhotnému javu, ktorý prechádza v poškodzovanie krajinej pokrývky antropogénnou činnosťou. Ide najmä o zošľapávanie vegetácie prostredníctvom turistických chodníkov, ktoré často prekračujú svoju pôvodnú líniu, a dávajú tak vznik degradačným krajnotvorným procesom.

Nelesná drevinová vegetácia (NDV) sa v porovnaní s rokom 1950 (159,7 ha; 5,8 %) (243,3 ha; 8,8 %) zmenila len nepatrne, a to o 83,6 ha (3 %). Podobne ako bylinno-trávne porasty nahradili v území poľnohospodársku krajinu, tak i nelesná

drevinová vegetácia v podobe podhorských jelšových lužných lesov, fragmentov dubovo-hrabových lesov, trnkových kríkov, lieštin a stromoradií s primiešanými druhmi okolitých porastov nahradila kedysi intenzívne poľnohospodársky využívané plochy. Prírodzene ju nájdeme aj v okolí žľabov s priaznivým hydrologickým režimom, a to najmä v južných podhrebeňových oblastiach pod Stohom (1607 m n. m.) a Poludňových Grúňom (1460 m n. m.), kde sú jej porasty koncentrované v pozdĺžnych líniových pásoch. Jej význam dnes spočíva v otvorenej krajine aj ako prvok systému územnej ekologickej stability - biokoridoru.

Bralá a sutinový pokrov sa podobne v priebehu rokov nezmenili takmer vôbec, čo dokumentujú aj výsledky z rokov 1950 (29,8 ha; 1,1 %) a 2020 (27,5 ha; 1,0 %). Drobná zmena (2,3 ha; 0,1 %) súvisí s prebiehajúcimi prírodnými procesmi v podobe erózneho zvetrávania skalných partií a brál, ktoré sa premieňajú na sutinový pokrov situovaný v bezprostrednej blízkosti. V území ide predovšetkým o oblasť Veľkého Rozsutca (1610 m n. m.), ktorý tento prvok charakteristicky zastupuje.

Z hľadiska jednotlivých typov zmien za ostatných 70 rokov ide vo väčšine prípadov o postupný prechod - modifikáciu jednej triedy, resp. podtriedy na inú. Jedná sa najmä o postupnú zmenu v dôsledku sukcesie – t.j. zmenu rastlinných formácií, prípadne zarastanie iných plôch vegetáciou (kosodrevina, lesný porast). K najväčším zmenám patrí zmena bylinno-trávných porastov na kosodrevinové a lesné spoločenstvá, a taktiež zmena poľnohospodárskej plochy na bylinno-trávne porasty a nelesnú drevinovú vegetáciu (NDV). Tieto zmeny hodnotíme pozitívne, nakoľko došlo k obnoveniu prírodzenej krajinnej pokrývky na daných stanovištiach.

Zásadnou zmenou bolo aj rozšírenie zastavanej plochy o 70,8 ha (2,6 %) na úkor bylinno-trávných porastov a vtedajšej poľnohospodárskej plochy. Jedná sa najmä o oblasť Príslopu, kde pribudlo množstvo chatových objektov, ktoré plnia rekreačnú funkciu v krajine. Ďalej je to oblasť Novej doliny (Boboty, Štefanová), kde vzniklo rovnako množstvo nových chatových objektov, ktoré slúžia jednotlivcom, ale i širokej verejnosti.

Celkovo hodnotíme zmenu krajinnej pokrývky Vrátnej doliny v priebehu sedemdesiatich rokov (1950-2020) z hľadiska fungovania krajinnookologických procesov pozitívne. Domnievame sa, že kategorické zmeny, ktoré sme vyššie analyzovali, prispeli k zlepšeniu a obnoveniu stavu prírodzenej krajinnej pokrývky Vrátnej doliny, a tým podporili aj funkciu jej jednotlivých tried. Svoj podiel na týchto zmenách mal aj manažment krajiny a systematické plánovanie lokalizácie vybraných aktivít, ktoré v tejto oblasti zabezpečuje najmä Správa Národného parku Malá Fatra, do ktorého územia spadá aj celé územie Vrátnej doliny. V niektorých prípadoch sa jednalo aj o zmenu aktivít podporou štátnych, samosprávnych či miestnych opatrení.

Na základe dosiahnutých výsledkov a analýzy zmien si zároveň dovoľujeme tvrdiť, že z hľadiska budúcnosti má vývoj krajinnej pokrývky Vrátnej doliny

pozitívny charakter. Neodporúčame však ďalšie rozšírenie zastavanej plochy na úkor lesného porastu či bylinno-trávných porastov, nakoľko by v území mohlo dôjsť k nárastu antropogénnych aktivít, ktoré by nepriaznivo ovplyvnili abiotickú, ale i biotickú zložku krajiny v rôznych formách. Naopak sme toho názoru, že aktivity realizované v skúmanom území by mali byť pod prísnych dozorom ochrany prírody a ostatných príslušných orgánov, aby bol zabezpečený trvalo udržateľný rozvoj územia v súlade s jeho potrebami. Keďže sa Vrátna dolina nachádza pod ochranným pásmom národného parku Malá Fatra a na jej území sa nachádzajú aj samostatne chránené územia so zvláštnou pozornosťou v podobe NPR Chleb, NPR Tiesňavy a NPR Rozsutce s 5. stupňom ochrany prírody, malo by byť stálym faktom aj prísne regulovanie návštevnosti a ďalšej hospodárskej činnosti tohto krajinného celku s cieľom zabezpečiť jej najvyššiu ochranu.

Záver

Krajina a jej štruktúra je výsledkom dlhodobého pôsobenia najmä antropogénnych, ale aj prírodných činiteľov na zložky krajiny. V príspevku sme sa zamerali na detailnejšie poznanie krajinej štruktúry Vrátnej doliny s dôrazom na jej zmeny prostredníctvom mapovania krajinej pokrývky na báze využitia leteckých ortofotosnímkov ako výsledkov DPZ s podporou technológie GIS.

Výsledkom sú veľkomierkové digitálne tematické mapy krajinej pokrývky Vrátnej doliny vypracované v prostredí geografických informačných systémov (GIS), ktoré sme následne podrobili štatisticko-priestorovej analýze komparácií.

Analýzou a následnou komparáciou stavu krajinej pokrývky vybraných časových horizontov (1950, 2020) sme charakterizovali priestorové zmeny, ktoré za vyše polstoročie nastali medzi jednotlivými triedami v skúmanom území. Zároveň sme zdôraznili význam detailného veľkomierkového mapovania krajinej pokrývky. Výsledky sme interpretovali aj vo forme grafov pre lepší prehľad, pričom metódou vysvetľujúceho opisu sme popísali zmeny v kontexte spoločensko-historických zmien.

K cenným údajom patrí získanie skutočných exaktných hodnôt rozlôh jednotlivých tried, resp. podtried krajinej pokrývky ako aj ich priestorovo-polohové vyjadrenie vo forme originálnych kartografických výstupov.

Vďaka výsledkom analýz sme dospeli k zisteniam, že za uvedené obdobie sedemdesiatich rokov (1950 – 2020) sa odohrali v území pomerne významne zmeny, z ktorých za najrelevantnejšie považujeme nárast lesného porastu (8,1 %), kosodreviny (7,4 %), ale i rozšírenie zastavanej plochy (2,6 %) či úbytok bylinno-trávnnej vegetácie (15,8 %). Vplyvom výsadby a sekundárnej sukcesie lesných a kosodrevinových porastov sa zvýšilo celková ekologická stabilita krajiny. K tomuto javu prispel aj zánik vtedajších poľnohospodárskych plôch.

Analýza zmien krajinnej pokrývky a jej mapové vyjadrenie ako aj štatistické vyhodnotenie dokumentujú výraznú závislosť zmien jednotlivých tried od spoločensko-hospodárskych (pastierstvo, lesné hospodárstvo) a vlastníckych záujmov, ako aj od spoločenskej legislatívnej zmeny (vyhlásenie NP Malá Fatra) a v neposlednom rade aj od vplyvu prírodných činiteľov, najmä sukcesie či erózie.

Výslednými analýzami sme sa dopracovali k získaniu komplexných informácií o dlhodobjšom vývoji krajinnej pokrývky Vrátnej doliny v kontexte prírodných a spoločensko-ekonomických činiteľov vplývajúcich na jej formovanie. Na tento účel sme využili metódy diaľkového prieskumu zeme (DPZ) a geografických informačných systémov (GIS). Uvádzame tiež aj niektoré odporúčania spojené s budúcim optimálnym manažmentom územia, ku ktorým sme dospeli na báze hodnotenia zmien v krajine.

Výsledky práce predstavujú cenné podklady pre ďalšie vedecko-výskumné práce s podobnou tematikou. Za cenný prínos možno považovať získanie informácií o zmenách krajinnej pokrývky z dvoch odlišných časových období (1950, 2020) nakoľko výskum problematiky zmien priestorovej krajinnej štruktúry, resp. pokrývky v tejto oblasti doteraz absentoval. Osobitý prínos môžu mať výsledky pre manažment resp. ochranu prírody a krajiny či krajinné plánovanie vo forme vhodného výberu lokalizácie vybraných ľudských aktivít, ktoré by tak prispeli k celkovému trvalo udržateľnému rozvoju daného územia.

Pod'akovanie

Tento príspevok bol podporený Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-18-0185“.

Literatúra

- BENDER, O. – BOEHMER, H. J. – JENS, D. – SCHUMACHER, K. P. 2005. Using GIS to analyse long-term cultural landscape change in Southern Germany. In *Landscape and Urban Planning*. vol. 70, pp. 111-125.
- BOLTIŽIAR, M. 2001. Evaluation of vulnerability of high-mountain landscape on example Velická valley in the High Tatras Mts. In *Ekológia (Bratislava)*. vol. 20, Supplement 4, pp. 101-109.
- HORNÍK, S. 1986. *Fyzická geografia II*. Praha: SPN, n. p., 1986. 320 s.
- HREŠKO, J. – BOLTIŽIAR, M. 2001. The influence of the morphodynamic processes to landscape structure in the high mountains (Tatra Mts.). In *Ekológia (Bratislava)*. vol. 20, Supplement 3, pp. 141-148.

- HREŠKO, J. – BOLTÍŽIAR, M. – BUGÁR, G. 2003. Spatial structures of geomorphic processes in high-mountain landscape of the Belianske Tatry Mts. In *Ekológia (Bratislava)*. vol. 22, Supplement 3, pp. 341-348.
- HREŠKO, J. – BUGÁR, G. – BOLTÍŽIAR, M. – KOHÚT, F. 2008. Dynamics of recent geomorphic processes in alpine zone of the Tatra Mts. In *Geographia Polonica*. vol. 81, no. 1, pp. 53-65.
- KAPUSTA, J. – PETROVIČ, F. – HREŠKO, J. 2018. Monitoring open water area changes in a small tarn using historical orthophotomaps and a historical bathymetric map: a case study of the Litworowy Staw lake, the High Tatras. In *Journal of Mountain Science*. vol. 15, no. 10, pp. 2089-2102.
- BOLTÍŽIAR, M. 2007. *Štruktúra vysokohorskej krajiny Tatier - veľkomierkové mapovanie, analýza a hodnotenie zmien aplikáciou údajov diaľkového prieskumu Zeme*. Nitra: FPV UKF, 2007. 248 s. ISBN 978-80-8094-197-0.
- BOLTÍŽIAR, M. 2009. *Vplyv georeliéfu a morfodynamických procesov na priestorovú štruktúru vysokohorskej krajiny Tatier*. Nitra: FPV UKF, 2009. 158 s. ISBN 978-80-8094-544-2.
- ČERŇANSKÝ, J. – KOŽUCH, M. – STANKOVÁ, H. 2003. Sledovanie a hodnotenie zmien vysokohorskej krajiny s využitím ortofotomáp. In *Zborník z 15. kartografickej konferencie „Geoinformatizácia kartografie“*. Zvolen: TU, 2003 s. 93-101.
- FALŤAN, V. 2000a. Krajinná pokrývka okolia Kysuckého Nového Mesta identifikovaná metódou Corine. In *Geografický časopis*. roč. 52, č. 4, s. 363-376.
- FALŤAN, V. 2000b. Krajinná pokrývka okolia Borinky identifikovaná metódou Corine. In *Geografické spektrum*. roč. 2, č. 4, s. 109-114.
- FALŤAN, V. 2005. *Veľkomierkové mapovanie vegetácie a krajinnej pokrývky*. Bratislava: PrIF UK, 2005, 108 s. ISBN 80-223-2148-4.
- FALŤAN, V. – OŤAHEL, J. – GÁBOR, M. – RUŽEK, I. 2018. *Metódy výskumu krajinnej pokrývky*. Bratislava: UK, 2018, 123 s. ISBN 978-80-223-4441-8.
- FERANEC, J. – OŤAHEL, J. 1992. Land cover forms in Slovakia identified by application of colour infrared space photographs at scale 1 : 500 000. In *Geografický časopis*. roč. 44, č. 2, s. 120-126.
- FERANEC, J. – OŤAHEL, J. 1999. Mapovanie krajinnej pokrývky metódou CORINE v mierke 1 : 50000 : Návrh legendy pre krajiny programu Phare. In *Geografický časopis*. 1999, Roč. 51, č. 1, s. 19-44.
- FERANEC, J. – OŤAHEL, J. 2001. *Krajinná pokrývka Slovenska*. Bratislava : Veda, 2001. 124 s. ISBN 978-80-224-0663-5
- FERANEC, J. – OŤAHEL, J. 2009. Land cover/land use change research and mapping in Slovakia. In *Geographia Slovaca*. roč. 26, s. 169-190.
- FERANEC J. – HAZEU, G. – KOSZTRA, B. – ARNOLD, S. 2016. CORINE land cover nomenclature. In Feranec J., Soukup T., Hazeu G., Jaffrain G., (eds.).

- European landscape dynamics: CORINE land cover data*. Boca Raton: CRC Press, 2016, pp. 17-25. ISBN 978-1-4822-4466-3.
- JANSEN, L. J. M. – di GREGORIO, A. 2002. Parametric land cover and land use classification as tools for environmental change detection. In *Agriculture, Ecosystems & Environment*. ISSN 0167-8809, 2002, vol. 91, pp. 89-100.
- LUKNIŠ, M. a kol. 1972. *Slovensko II. - Príroda*. Bratislava: Obzor, 1972. 920 s.
- MAZÚR, E. 1963. *Žilinská kotlina a priľahlé pohoria (Geomorfológia a kvartér)*. Bratislava: SAV, 1963. 188 s.
- MAZÚR, E., LUKNIŠ, M. 1980. *Regionálne geomorfologické členenie Slovenskej republiky*. [online]. [cit. 2020-08-09]. Dostupné na internete: <http://mapserver.geology.sk/tmapy/>.
- MÁLIKOVÁ, V. 2018. Morfometrická analýza a morfodynamické procesy vo vybranej časti Malej Fatry. In *Geografické informácie*. ISSN 1337-9453, 2018, roč. 22, č. 2, s. 148-162.
- PAGÁČ, J. – VOLOŠČUK, I. 1983. *Malá Fatra - Chránená krajinná oblasť*. Bratislava: Príroda, n. p., 1983. 356 s.
- PELOROSSO, R. – LEONE, A. – BOCCIA, L. 2008. Land cover and land use change in the Italian central Apennines: a comparison of assessment methods. In *Applied Geography*. vol. 29, no. 1, pp. 35-48.

MAPPING AND ANALYSIS OF LAND COVER CHANGES IN A SELECTED PART OF THE MALÁ FATRA MTS. (VRÁTNA DOLINA)

Summary

Landscape and its structure are a result of a long-term influence of mainly anthropogenic but also natural factors on the landscape components. In the article, we focus on the detailed knowledge of the landscape structure of the Vrátna dolina valley, emphasising the changes thereof by means of land cover mapping using the aerial orthophotographs as the remote sensing results with the support of geographic information system (GIS) technology.

It resulted in large-scale digital thematic maps of the Vrátna dolina valley land cover made in the GIS environment, which were subsequently subject to the statistic and spatial comparison analysis. Through the analysis and subsequent comparison of the land cover condition in the selected time horizons (1950, 2020), we described the spatial changes had occurred over more than a half of century between the specific categories in the examined territory. At the same time, we emphasised the importance of large-scale mapping of land cover. We interpreted the results in form of charts for better overview and described the changes in the

context of socio-historical changes using the explanatory description method. The data of special value include the obtained real and exact measures concerning the area of the specific categories or subcategories of the land cover, as well as their spatial-position expression in form of original cartographic outputs.

Thanks to the analyses results we found that during last 70 years (1950-2020), there had been significant changes where of the growth of the forest stands (8.1%) and dwarf-pine stands (7.4%), reduction of tallus-hebaceous vegetation (1.8%), and extension of built-over area (2.6%) are considered to be the greatest. As a result of planting and secondary succession of forest stands and dwarf-pine stands growth, the overall ecological stability of the landscape improved. Elimination of agricultural areas contributed to the phenomenon, as well.

The analysis of the land cover changes and its expression in form of maps, as well as the statistic evaluation, document the significant dependence of changes in the specific categories on the socio-economic (pasturing, forest economy) and ownership interests, as well as on the social legislation changes (declaration of the Malá Fatra National Park) and, last but not least, on the influence of the natural factors, mainly succession and erosion.

Through the processed analyses we achieved our goal defined at the beginning, that is providing complex information on the long-term development of land cover of Vrátna dolina valley in the context of natural and socio-economic factors influencing its formation. For this purpose, we used the remote-sensing methods and geographic information systems.

In the conclusion, we provide several recommendations related to the future optimal management of the territory, which were the outcome of the landscape changes evaluation.

The results of the work present valuable resources for further scientific research on similar topics. The information obtained on the land cover changes in two different time periods (1950, 2020) can be considered a valuable contribution, as there has been no previous research of land cover changes in this area. The results are of special contribution for the management and protection of the nature and landscape or for landscape planning in form of adequate selection of adequate human activities localisation, which would contribute to the overall sustainable development of the given territory.

Mgr. Veronika Málíková

Prof. PhDr. RNDr. Martin Boltžiar, PhD.

Katedra geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre

Trieda A. Hlinku 1, 949 01 Nitra

E-mail: veronika.malikova@student.ukf.sk, mboltzciar@ukf.sk

Názov: **GEOGRAFICKÉ INFORMÁCIE**
Title: **GEOGRAPHICAL INFORMATION**

Časopis Katedry geografie a regionálneho rozvoja FPV UKF v Nitre
Journal of the Department of Geography and Regional Development FNS CPU in Nitra

Ročník / Volume: 24 Číslo / Issue: 2 Rok / Year: 2020

Vydavateľ: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Publisher: Constantine the Philosopher University in Nitra

Hlavný redaktor / Editor-in-Chief: Prof. PhDr. RNDr. Martin Boltiziar, PhD.
Výkonný redaktor / Executive editor: Doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.
Výkonný redaktor / Executive editor: Doc. RNDr. Matej Vojtek, PhD.

Medzinárodná redakčná rada / International editorial board:

Doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc.
(Fakulta prírodných vied Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre)

Doc. RNDr. Eduard Hofmann, CSc.
(Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity, Brno)

Prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.
(Vysoká škola polytechnická Jihlava)

Doc. RNDr. Milan Jeřábek, Ph.D.
(Přírodovědecká fakulta Masarykovy univerzity, Brno)

Prof. RNDr. Jaromír Kolečka, CSc.
(Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity, Brno)

RNDr. Hilda Kramáreková, PhD.
(Fakulta prírodných vied Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre)

RNDr. Jana Némethová, PhD.
(Fakulta prírodných vied Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre)

Prof. RNDr. František Petrovič, PhD.
(Fakulta prírodných vied Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre)

Doc. RNDr. Dagmar Popjaková, PhD.
(Fakulta prírodných vied Univerzity Mateja Bela, Banská Bystrica)

Doc. PhDr. Mgr. Hana Svatoňová, Ph.D.
(Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity, Brno)

Doc. RNDr. Zdeněk Szczyrba, Ph.D.
(Přírodovědecká fakulta Univerzity Palackého v Olomouci)

Dátum vydania / Date of publishing: december / December 2020
Periodicita vydávania / Publication periodicity: 2x ročne / half-yearly
Počet strán / Pages: 405
Počet výtlačkov / Number of copies: 100

© 2020 Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

ISSN 1337-9453

**ZA PODPORU ĎAKUJEME
THANKS FOR SPONSORSHIP TO:**

Slovenská geografická spoločnosť



Nitrianska organizácia cestovného ruchu

