

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ
KOMBINOVANÉ ŠTÚDIUM
2011–2014

DIPLOMOVÁ PRÁCA

Marianna Jenčíková

**Európske hlavné mesto kultúry ako inovatívny projekt
rozvoja cestovného ruchu**

Praha 2014

Vedúca diplomovej práce:
Ing. Katarína Macúchová Gabrišová

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER
COMBINED (PART TIME) STUDIES
2011-2014

DIPLOMA THESIS

Marianna Jenčíková

**European Capital of Culture project as an innovative tourism
development Title**

Prague 2014

Diploma Thesis Work Supervisor:
Ing. Katarína Macúchová Gabrišová

Prehlásenie

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je mojím pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne. Všetku literatúru a ďalšie zdroje, z ktorých som pri spracovávaní čerpala v práci riadne citujem a sú uvedené v zozname použitých zdrojov.

Súhlasím s prezenčným sprístupnením svojej práce v univerzitnej knižnici.

V Prahe dňa.....

Marianna Jenčíková:

Pod'akovanie

Ďakujem vedúcej diplomovej práce Ing. Kataríne Macúchovej Gabrišovej za jej cenné poznatky, rady a pripomienky, ktoré som mohla aplikovať pri tvorbe tejto práce.

Anotácia

Diplomová práca sa sústreďuje na aktuálny projekt Európskeho hlavného mesta kultúry. Inovatívna forma rozvoja cestovného ruchu v regióne prináša do sociálneho, kultúrneho, ekonomického sveta nové dimenzie. Rozoberá druhy cestovného ruchu, vznik projektu a jeho aplikáciu v Košiciach. Teoretické poznatky sú využívané do rozboru predpokladov cestovného ruchu. Cez hlbšie analýzy v meste Marseille a Košiciach je pripravený návrh na zlepšenie rozvoja, ale hlavne inovovanie už existujúceho stavu.

Kľúčové slová

Európske hlavné mesto kultúry, druhy cestovného ruchu, financovanie projektu, kandidatúra miest, kultúrny cestovný ruch, Košice, kreatívny priemysel, Marseille predpoklady rozvoja cestovného ruchu, strategické partnerstvá, inovácie.

Annotation

This thesis focuses on the current project of the European Capital of Culture. An innovative form of tourism development in the region brings to the social, cultural, economic world in a new dimension. Discusses the types of tourism, the emergence of the project and its application in Kosice. Theoretical knowledge is used in the analysis assumptions tourism. Through a deeper analysis in Marseille and Košice is prepared proposals to improve development, but mainly upgrading existing condition.

Key words

Assumptions tourism development, European Capital of Culture, cultural tourism, innovation, candidacy cities, Kosice, creative industries, Marseille, project financing, strategic partnerships, types of tourism.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH.....	9
1.1 Kultúra a jej význam v spoločnosti.....	9
1.2 Cestovný ruch a jeho formy.....	10
1.3 Faktory účasti na cestovnom ruchu	14
1.4 Kultúrny a kreatívny priemysel	15
2 PROJEKT EURÓPSKE HLAVNÉ MESTO KULTÚRY.....	18
2.1 Koncept projektu Európske hlavné mesto kultúry.....	18
2.2 Postup vymenovania	19
3 VPLYVY ZMIEN TRH CESTOVNÉHO RUCHU.....	22
3.1 Faktory vplývajúce na trh turizmu.....	22
3.2 Predpoklady rozvoja cestovného ruchu	24
4 INOVÁCIE V CESTOVNOM RUCHU	25
4.1 Inovačné prostredie.....	25
4.2 Strategické partnerstvá a financovanie destinácie cestovného ruchu	27
4.3 Výchova miestneho obyvateľstva k podpore cestovného ruchu.....	30
5 VZNIK PROJEKTU EHMK V KOŠICIACH.....	31
5.1 Projekt INTERFACE.....	31
5.2 Projekt PENTAPOLITANA	32
5.3 Nezisková organizácia Košice 2013	33
5.4 Financovanie neziskovej organizácie	35
6 PREDPOKLADY ROZVOJA CR	38
6.1 Lokalizačné predpoklady v Košickom regióne	38
6.2 Realizačné predpoklady v Košickom regióne	39
6.3 Selektívne predpoklady v Košickom regióne	41
6.4 Lokalizačne predpoklady v Marseille.....	45
6.5 Selektívne predpoklady v Marseille	49
6.6 Realizačné predpoklady v Marseille.....	50
7 POPIS PRIESKUMU	54
7.1 Cieľ prieskumu a hypotézy	54
7.2 Použitá metodológia	54
7.3 Popis vybranej vzorky	55
7.4 Časový harmonogram	55
7.5 Analýza výsledkov prieskumu.....	56
7.6 Zhrnutie a vyhodnotenie výsledkov prieskumu.....	66
7.7 Návrhy riešení rozvoja cestovného ruchu.....	67
ZÁVER	70
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV.....	72
ZOZNAM SKRATIEK	77
ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV a TABULIEK.....	78
ZOZNAM PRÍLOH.....	80

ÚVOD

Rok 2013 bude zapísaný v kultúrnych dejinách rokom podujatí, festivalov a najlepšej prezentácie kultúry miest Košíc a Marseille. Inovatívny projekt Európske hlavné mesto kultúry ponúka mnoho príležitostí realizácie a rozvoja regiónu. Mesto sa stáva viditeľné na kultúrnej mape Európy. Ekonomické, politické, sociálne, technicko-technologické a ekologické prostredie nemá síce k cestovnému ruchu výhradne priamy vzťah, ale cestovný ruch je týmito faktormi jednoznačne ovplyvnený.

Cieľom mojej diplomovej práce je zhodnotiť prínos projektu Európske hlavné mesto kultúry v Košiciach a Marseille pre rozvoj cestovného ruchu. Tému diplomovej práce som si vybrala, pretože sa jedná o zaujímavý projekt, ktorý môžem analyzovať v priamej konfrontácii s rozvojom regiónu. Hlavným motívom vypracovania práce bola masová kampaň o informovanosti obyvateľov Slovenska o projekte. Úvodná časť bude venovaná charakterizovaniu kultúrneho cestovného ruchu, ktorý naberá silné turbulencie v priemysle cestovného ruchu. Budem sa zaoberať aj otváracím ceremoniálom v mestách a spokojnosťou účastníkov podujatia. Definovanie histórie, princípov, implementačného procesu projektu bude súčasťou teoretickej časti. Dôležitou súčasťou diplomovej práce bude finančný rozpočet. V Košiciach sa špecializujem na vstup do projektu, organizačnú štruktúru, projekt Interface a najviac obľúbené podujatia v meste. Pri spracovávaní teoretickej časti diplomovej práce sa vyskytovalo viac zahraničných prameňov, ktoré boli publikované skôr v internetovej forme. Konkrétne o histórii, projekte, implementácii existuje malé množstvo publikačných, literárnych prameňov, ktoré by sa dostatočne odborne a hlbšie zaoberali inovatívnym projektom Európske hlavné mesto kultúry. Praktická časť je nasmerovaná na analýzu Košického a Provensálskeho regiónu cez lokalizačné, realizačné a selektívne predpoklady cestovného ruchu. Na základe teoretických poznatkov a vykonanej analýzy spokojnosti cez dotazníkový prieskum budú navrhnuté opatrenia na zlepšenie a zachovanie trendu rozvoja cestovného ruchu.

1 KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH

Človek obýva svet nie ako jedinec, ale ako člen spoločnosti. Kritérií na rozdelenie svetovej populácie je veľké množstvo – geografické, rasové, etnické, politické, jazykové, sociálne, podľa životného štýlu, umenia, názorov, postojov, správania sa. Celkové ponímanie existencie konkrétnej spoločnosti označuje pojem kultúra.¹ Kultúra je špecificky ľudský spôsob organizácie, uskutočňovania a rozvoja činností, premeneny v materiálnych i nemateriálnych výsledkoch každodennej činnosti. Má veľmi veľkú silu a vyznačuje sa tradovaním a predstavuje súhrn duchovných a materiálnych hodnôt vytvorených a vytváraných ľudstvom v celej jeho histórii.²

1.1 Kultúra a jej význam v spoločnosti

Etymologicky pochádza slovo kultúra z latinského slova colere, čo znamená pestovať, šľachtiť, obývať, vážiť si, uctievať a pôvodne bolo spájané s obrábaním pôdy. Latinské slovo cultus, označujúce pestovanie alebo obrábanie, kultivovanie zeme, ale súvisí aj s činnosťami duchovnými.³

Jednu z prvých definícií kultúry z antropologického hľadiska podal vo svojom diele Primitive Culture E. B. Tylor, ktorý ju chápal ako komplexný celok, ktorý zahŕňa poznanie, vieru, umenie, morálku, právo, schopnosti a zvyky osvojované si človekom ako členom spoločnosti.⁴

O kultúre sa niekedy hovorí i ako o sociálnom dedičstve a u mnohých autorov panuje zhoda v názore, že kultúra pozostáva z tých vzorov správania a produktov ľudskej činnosti, ktoré môžu byť dedené. Apeluje sa na tradovanie z generácie na generáciu nezávisle od biologických génov, čím sa chce zdôrazniť, že kultúru tvoria javy nebiologickej povahy, že kultúra sa prenáša neinštinktívnym spôsobom.⁵

¹LENOVSKÝ, L. a kol. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom*. 1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008, s. 98. ISBN 978-80-8094-229-8.

²BUCHTELOVÁ, R. *Slovník cudzích slov: akademický*. 1.vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo - Mladé letá, 2008, s. 1054, ISBN 978-80-10-01425-5.

³MALINA, J. *Antropologický slovník*. [online]. 2009.[cit. 2013-10-25].Kultúra. Dostupné z : <http://is.muni.cz/do/1431/UAntrBiol/el/antropos/index.html>.

⁴BURNETT, T. E. *Primitive Culture*. 1.vyd. London: Publ. House, 1871. ISBN 5-250-00379-6.

⁵Stratégia štátnej kultúrnej politiky a Akčný plán úvodnej fázy implementácie kultúrnej politiky prijatá uznesením vlády SR č. 1067 z 10. novembra 2004. [online]. [cit. 2013-10-25]. Dostupné z : <http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/GetUznesenia/?idRokovanie=319>.

Od kultúry závisí stupeň rozvinutosti jednotlivca v spoločnosti, kvalita individuálneho a kolektívneho vedomia. Kultúrny človek rešpektuje svoju slobodu a slobodu druhých a nebude ju svojim konaním ohrozovať, obmedzovať, či zhoršovať životné prostredie svojich spoluobčanov. Kultúra nie je akýmsi prebytkom, akousi zbytočnou ozdobou, ale nevyhnutnosťou, patriacou k vnútornej výbave človeka, orientuje ho vo svete, spoločnosti a dáva význam jeho existencii. Zvyšuje kvalitu života a prispieva k stabilite spoločnosti. S určitosťou vytvára životný štýl, napomáha k sebapoznaniu človeka. Je zdrojom zábavy a vyplnenia voľného času, zlepšuje duševné zdravie občanov, priťahuje celú spoločnosť. Jej marketingová hodnota pre mesto pozostáva v prínose prestíže, záujmu o región a zvyšovanie jeho renomé.⁶

Vzhľadom na to, že súčasný účastník cestovného ruchu nechce svoju dovolenku iba stráviť, ale chce ju kultúrne prežiť, vzrastá záujem o atraktívnu dovolenku, spojenú s iniciatívou a aktivitou. Do popredia sa tak dostávajú poznávacie cesty a kultúrny cestovný ruch, v rámci ktorých dochádza k uspokojovaniu potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom mimo miesta trvalého bydliska za účelom získania komplexného zážitku podmieneného poznávaním, kultúrnym vyžitím, spoločenským kontaktom, rozptýlením a zábavou a samozrejme odpočinkom.

1.2 Cestovný ruch a jeho formy

Cestovný ruch sa často označuje ako socioekonomický jav, ktorý siaha do širokej škály ekonomických i mimoekonomických oblastí.⁷ V súčasnosti sa pojem cestovný ruch spája s voľným časom a s jeho využívaním na rekreáciu a poznávanie. Cestovný ruch je súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, čo predstavuje získanie komplexného zážitku.⁸

Ide pritom vždy o formu spotreby, pre ktorú je charakteristické uspokojovanie špecifických potrieb počas cestovania a pobytu mimo trvalého bydliska, o účelné

⁶ LENOVSKEÝ, L. a kol. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom*. 1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008. s. 22. ISBN 978-80-8094-229-8.

⁷ PALATKOVÁ, M. a J. ZITKOVÁ. *Ekonomika turizmu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s.11. ISBN 978-80-247-3748-5.

⁸ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu 1.časť*. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2011.s.18. ISBN 978-80-89090-93-8.

využívanie voľného času aktivitami, ktoré sú spojené s poznaním, oddychom a rekreáciou, s výnimkou služobných ciest.

Cestovný ruch zahŕňa všetky pohyby a zotrvania obyvateľstva v rôznych destináciách. Upresňujú, že v celom cestovnom ruchu sa vyskytujú dva elementy a to cesta do danej destinácie a zotrvanie v nej vrátane rozličných aktivít. Cesta a zotrvanie sú vykonávané mimo obvyklého domovského miesta účastníkov cestovného ruchu, čiže cestovný ruch zvyšuje aktivity, ktoré sú rozdielne od tých bežných domácich a pracovných.⁹

Z uvedených definícií vyplýva, že cestovný ruch sa chápe ako oddychová aktivita, ktorá si vyžaduje strávenie potrebného času a peňazí.

Svetová organizácia cestovného ruchu presnejšie vymedzila na medzinárodnej konferencii konanej v Ottawe v roku 1991 základné pojmy súvisiace s cestovným ruchom. Jednotnosť používania terminológie je základom pre spracovanie štatistických údajov o cestovnom ruchu. Za cestovný ruch sa považuje činnosť osoby cestujúcej na prechodnú dobu do miesta mimo jej bežného životného prostredia, pričom hlavný účel jej cesty je iný ako vykonávanie zárobkovej činnosti v navštívenom mieste.¹⁰

Každý účastník sa rozhoduje podľa vyššie spomenutých faktorov o využití svojho voľného času. Na základe toho sa rozlišuje niekoľko foriem cestovného ruchu, ktoré vystihujú jeho podstatu, spôsob uskutočnenia, požiadavky účastníkov ako aj organizátorov cestovného ruchu. Medzi základné a veľmi časté formy cestovného ruchu patrí rekreačný cestovný ruch. Predstavuje rozšírenú formu oddychu, pohybu a zábavy, pri ktorej sa uskutočňuje proces regenerácie a naberania nových síl. Rekreácia prebieha vo vhodnom prírodnom prostredí a človek sa snaží pasívne a aktívne využiť voľný čas. V okolí veľkých miest sa realizuje prímestská rekreácia, ktorá býva na rozdiel od rekreačného pobytu kratšia a v kratšej vzdialenosti. Tento typ cestovného ruchu bol rozšírený hlavne v bývalom Československu, kedy nebolo možné cestovať do zahraničia a existovalo množstvo chatárov a záhradkárov. Ďalšou formou cestovného ruchu je kultúrny cestovný ruch. Má významné postavenie z hľadiska vzdelanostnej úrovne človeka. Ponuka tohto typu cestovného ruchu je orientovaná predovšetkým na

⁹ BURKART, J. a S. MEDLIK. *Tourism*. 2. vyd. London: Heinemann, 1981. s. 97. ISBN 0-434-90195-4.

¹⁰ GÚČIK, M. *Základy cestovného ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2000. s. 152. ISBN 80-8055-355-6.

miesta, ktoré sú atraktívne z hľadiska svojej histórie, či už ide o architektúru, múzeá, galérie a aj miesta zaujímavé svojou prírodou ako napríklad jaskyne, vodopády, púšte.¹¹

Kultúrno-poznávacie cestovný ruch alebo kultúrny cestovný ruch plní významnú spoločenskú funkciu ako prostriedok zvyšovania spoločenskej, kultúrnej, odbornej a všeobecnej vzdelanostnej úrovne človeka poznávaním kultúrnych, umeleckých, historických a spoločenských pamiatok a hodnôt, ktoré ľudstvo za stáročia vytvorilo. Je prostriedkom výchovy jedinca i národa k národnému povedomiu, k úcte k histórii, kultúrnym pamiatkam a tradíciám. Prostredníctvom kultúrno-poznávacieho CR sa účastníci oboznamujú s významnými a jedinečnými staviteľskými a architektonickými pamiatkami svetského a sakrálneho umenia doma aj v zahraničí, umeleckými dielami slávnych majstrov, s kultúrnymi pamiatkami a zariadeniami, s prírodnými zaujímavosťami, s dôležitými spoločenskými udalosťami. Kultúrno-poznávacie CR je tematicky orientovaný na miesta s prírodnými, civilizačnými alebo spoločenskými atraktivitami. Základným predpokladom rozvoja je existencia kultúrneho dedičstva. Zachovanie, ochrana a rozvoj hmotného kultúrneho dedičstva a nehmotného kultúrneho dedičstva je veľmi dôležité a permanentne aktuálne.¹²

Kúpeľno-liečebný a zdravotný cestovný ruch plní hlavnú zdravotnú, regeneračnú a rekreačnú funkciu. Tieto funkcie sledujú upevnenie zdravia, odstránenie negatívnych vplyvov životného prostredia a zníženie dôsledkov civilizačných chorôb na organizmus človeka. Predpokladom pre rozvoj tejto formy CR je prírodný liečivý zdroj, vhodné prírodné prostredie a spoločensko-kultúrny život. V dnešnom období sa rozvíja služba wellness, čo predstavuje poskytovanie kúpeľných služieb v prostredí, kde nie je potrebné, aby sa liečivé prírodné zdroje nachádzali priamo v mieste pobytu. Umelo vytvorené prostredie vďaka rôznym technológiám poskytuje klientovi podmienky na relax a pohodu.

Športovo-turistický cestovný ruch je produkt, ktorý je obohatený rozličnými športovými doplnkovými službami, ktoré sa často stávajú tou najlákavejšou službou, ktorá je v skutočnosti základom ponúkaného produktu cestovného ruchu. Orientuje sa na aktívne využitie ako je lyžovanie, surfovanie, horolezectvo. Väčšina predstavuje

¹¹ BOROVSÝ, J. a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. s.275. ISBN 978-80-8078-215-3.

¹² NOVACKÁ, E. a kol. *Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2007. s.110. ISBN 978-80-225-2342-4.

návrat k prírode. Tieto ekologicky vhodné športové aktivity patria do mäkkého alebo zeleného cestovného ruchu. Pasívna účasť klient sa sústreďuje na návštevu športových podujatí.

Poľovnícky a lovecký cestovný ruch si vyžaduje poskytovanie špecifických služieb, ktoré súvisia s poľovačkou alebo lovom na zver. Podnikateľské subjekty sa riadia zákonmi, ktoré upravujú ochranu prírody, poľovníctvo, rybárstvo.

Agroturistika alebo vidiecky cestovný ruch je formou rekreácie, pri ktorej sa využívajú prednosti vidieka. Tu podnikateľský subjekt poskytuje okrem bežných služieb, akým je stravovanie, ubytovanie aj doplnkové služby, typické pre danosti vidieku. Výhodami tohto cestovného ruchu je okrem rozvoja vidieka, aj udržiavanie miestnych kultúrnych tradícií a zvyklostí, v priblížení a zblížení vidieckeho obyvateľstva a jeho života s mestským obyvateľstvom, ako aj k udržiavaniu zdravého prostredia a poriadku. Incentívny cestovný ruch sa orientuje na uspokojovanie potrieb účastníka cestovného ruchu po ďalšom poznaní, vzdelaní alebo získaní nových skúseností, schopností či zručností. Je prevažne hradený firmou, ktorý má záujem o zvyšovanie kvality svojich spolupracovníkov. Kongresový cestovný ruch sa premieta v účasti na kongresoch, sympóziách, výstavách, veľtrhoch. Cieľom stretnutí účastníkov je výmena poznatkov, informácií, skúseností a vedomostí. Do tejto skupiny možno zaradiť aj cestovný ruch s náboženskou tematikou. Religiózný alebo náboženský cestovný ruch sa orientuje predovšetkým na návštevy tradičných pútnických miest, významných centier minulého alebo súčasného cirkevného života.¹³

Nákupný cestovný ruch sa uskutočňuje doma ale i v zahraničí do lokalít so širokou koncentráciou, kde ponuka je buď permanentná alebo príležitostná.

Zážitkový CR vyhľadáva klientela, ktorá túži po vzrušení a zvýšení adrenalínu v krvi. V minulosti sa turisti uspokojili s letom v balóne, potápaním alebo letom na rogale. V súčasnosti fantázia vo vyhľadávaní nových aktivít nemá hranice. Ponuka prichádza v ústrety s aktivitami, ktoré záujemca môže absolvovať len s podpísaním vlastnej zodpovednosti. Ekoturizmus je nová progresívna, environmentálna forma cestovného ruchu, je súčasťou trvaloudržateľného cestovného ruchu, ktorý uspokojuje potreby z aspektu ochrany životného prostredia vo vzťahu k účastníkom CR na jednej strane a hostiteľským regiónom na strane druhej. Ekoturistická spoločnosť chápe

¹³ NOVACKÁ, E. a kol. *Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2007. s.111. ISBN 978-80-225-2342-4.

ekoturizmus ako zodpovedné cestovanie a návštevu prírodných oblastí, kde je životné prostredie chránené a väčšina aktivít pôsobí na podporu a udržanie kvality života miestneho obyvateľstva. Ekoturizmus sa stáva reálnou ponukou až vtedy, ak je orientovaný na pochopenie vzťahu človeka a životného prostredia. Zelený cestovný ruch smeruje do chránených prírodných lokalít, orientuje sa na pozorovanie flóry alebo fauny, využíva sa ekologicky vhodný dopravný prostriedok alebo si nevyžadujú žiadnu dopravu. Virtuálny cestovný ruch je vďaka high-tech technológiám dostáva k zákazníkovi až do jeho domácnosti. Vesmírny cestovný ruch sa koncentruje na účasť klienta na konkrétnom vesmírnom lete.¹⁴

1.3 Faktory účasti na cestovnom ruchu

Cestovný ruch ovplyvňujú kultúrne, spoločenské, osobné a psychologické faktory. Medzi kultúrne dôsledky patrí závislosť od historických, geografických, národnostných, náboženských a ďalších podmienkach. Kultúrne vplyvy majú dynamickú povahu. Vo vyspelých krajinách vplýva tento faktor na zblížovanie kultúr, na zmeny v hierarchii hodnôt, na túžby po vysokom životnom štandarde a rastúci význam využívania voľného času.

Spoločenské faktory pôsobia celoplošne, čiastočne podmieňujú účasť obyvateľstva na cestovnom ruchu. Príkladmi sú vzdelanostná úroveň obyvateľstva, rast počtu obyvateľstva, migrácia obyvateľstva, základná zdravotná a sociálna starostlivosť štátu o obyvateľstvo, stupeň ochrany životného prostredia, stupeň urbanizácie, rozsah a úroveň spoločenskej spotreby. Najvýznamnejšou spoločenskou skupinou, ktorá ovplyvňuje rozsah účasti na cestovnom ruchu je rodina. Bez ohľadu na spoločenskú vrstvu je zrejmé, že bezprostrednou podmienkou účasti na cestovnom ruchu je dostatok finančných prostriedkov – kúpny fond a dostatočný rozsah voľného času.

Osobné faktory sú podmienené hierarchiou hodnôt, ktoré človek používa pri voľbe, oceňovaní určitého objektu alebo určitého spôsobu. Každý subjekt má svoj hodnotový rebríček, svoje individuálne preferencie. Hlavné psychologické faktory tvoria najmä motivácia, vnímanie, predstava a postoj.¹⁵

¹⁴ NOVACKÁ, E. a kol. *Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2007. s.115. ISBN 978-80-225-2342-4.

¹⁵ NOVACKÁ, E. a kol. *Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2007. s.116. ISBN 978-80-225-2342-4.

Hlavným motívom účastníkov cestovného ruchu je získať zážitky a uspokojovať potreby takých vnemom, ktoré sa vymykajú z bežného života a ktoré zanechávajú pozitívny dojem. Freudova teória motivácie predstavuje vplyv psychiky človeka, ktoré vplýva na jeho podvedomie. Človek, ktorý prijíma výzvy spoločnosti, podvedome potláča psychologické túžby, avšak to ho dostáva do situácie, kedy neviem v plnom rozsahu odôvodniť vlastnú motiváciu.¹⁶ Poznanie očakávaní zákazníkov je dôležitou úlohou riadenia destinácií. Na destinácie je potrebné pozerat' komplexne a klásť si otázku, či samotná destinácia vytvára potrebné atrakcie, ktoré vzbudzujú motiváciu. V záujme vyššieho uspokojenia zákazníkov je potrebná snaha o rozšírenie ponuky atrakcií. V minulosti človekom vytvorené kultúrne artefakty, ktoré slúžili na bežné užívanie, dnes slúžia ako atrakcia v destinácií. Človekom vytvorené umelé artefakty ako múzeá, galérie, divadlá, kongresové centrá dnes slúžia na zachovanie nehmotného kultúrneho dedičstva. Všeobecne rastie dopyt po intenzívnych formách cestovného ruchu spojených so zábavou, zážitkom a emóciami. Úspechom organizácie v cestovnom ruchu bude jej schopnosť zvládnuť inovácie v tvorbe produktu. Získaná skúsenosť a zážitok môžu mať podobu vzdelávania, zábavy, rozptýlenia či estetického zážitku.¹⁷

1.4 Kultúrny a kreatívny priemysel

Európsky parlament prijal 10. apríla 2008 svoje druhé uznesenie o kultúrnom priemysle v Európe, v ktorom uvádza, že kultúrny priemysel a spoločnosť tvorcov rozhodujúcim spôsobom prispievajú k podpore kultúrnej rozmanitosti, k zabezpečeniu výberu zo strany spotrebiteľa, k väčšej rôznorodosti podnikateľského prostredia, k demokratizácii prístupu ku kultúre, k posilneniu európskej identity a integrácie, ako aj k podpore dialógu medzi kultúrami.¹⁸ Kultúrny priemysel prispieva aj k miestnemu a regionálnemu rozvoju a súdržnosti, pretože priťahuje investície do cestovného ruchu a vytvára nové kategórie tovarov a služieb miestneho charakteru a tým, že vytvára nové pracovné miesta a možnosti hospodárskeho rozvoja, predchádza sociálnej marginalizácii vzdialených alebo znevýhodnených regiónov. O význame kreatívneho

¹⁶ NOVACKÁ, E. a M. KULČÁKOVÁ. *Klient v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Eurounion, 1996. s. 14. ISBN 80-85568-60-8.

¹⁷ BOROVSÝ, J. a kolektív. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. s. 87. ISBN 978-80-8078-215-3.

¹⁸ Uznesenie Európskeho parlamentu zo 4. septembra 2003 o kultúrnom priemysle, Ú. v. EÚ C 76 E, 25.3.2004, s. 459. [online]. [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0025:0031:SK:PDF>.

priemyslu z pohľadu Európskej únie svedčí aj skutočnosť, že rok 2009 bol vyhlásený za Európsky rok kreativity a inovácií, čím bola zdôraznená dôležitosť inovácií a požiadavky na podporu kreativity pre budúcnosť Európy.

Obrázok 1: Objekty kultúrno-spoločenských služieb



Zdroj:¹⁹

Okrem tradičných umeleckých odvetví ako divadelné umenie, výtvarné umenie, kultúrne dedičstvo, zahŕňa kultúrny priemysel aj film a audiovizíu, televíziu a rozhlas, počítačové hry, nové médiá, hudbu, literatúru a vydavateľskú činnosť. Kreatívny priemysel zahŕňa aj odvetvia, ktoré využívajú produkty kultúrneho priemyslu ako vstup, aj keď ich výstupy sú predovšetkým funkčné; patria sem architektúra a dizajn, reklama. V širšej miere patrí do kreatívneho priemyslu aj odvetvie cestovného ruchu a odvetvie nových technológií vrátane informačných a komunikačných technológií.²⁰

Kultúrny potenciál regiónov môže byť dôležitým faktorom ich hospodárskeho rozvoja a prostredníctvom kultúrnej turistiky môže výrazne prispieť i k vytváraniu pracovných príležitostí pre obyvateľov. Kultúrny potenciál tvorí predovšetkým kultúrne dedičstvo, chránené ako pamiatkový fond a zbierkový fond múzeí a galérií, ďalej tiež rôzne kultúrne zariadenia a podujatia živej kultúry, či už profesionálne umelecké produkcie alebo prejavy ľudovej kultúry.

¹⁹ ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu 1.časť*. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2011. s. 108. ISBN 978-80-89090-93-8.

²⁰ LENOVSKEÝ, L. a kol. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom*, 1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008, s. 43. ISBN 978-80-8094-229-8.

Pod pojmom kultúrno-poznávaci cestovný ruch rozumieme druh cestovného ruchu, ktorý predstavuje rozličné spôsoby uspokojovania duchovných potrieb ľudí, ktorí sú motivovaní možnosťou poznávania kultúrneho dedičstva, kultúry a spôsobu života rezidentov navštívených cieľových miest, možnosťami zábavy a rozptýlenia.²¹ V praxi má podobu návštev múzeí, galérií, kultúrnych pamätihodností, archeologických nálezísk, hudobných, divadelných a filmových festivalov, výstav, spoločenských a náboženských podujatí.

Pobyť, ako jeden z hlavných produktov subjektov pôsobiacich na trhu cestovného ruchu, má z hľadiska dopytu splňať predpoklady ako sú atraktivnosť, prístupnosť, poskytovanie možností na uspokojovanie potrieb a požiadaviek účastníkov cestovného ruchu, disponovať určitým kladným imidžom, byť ocenený cenou, ktorú je ochotný účastník zaplatiť. Kultúrne pobyty sú zamerané na vzdelávacie, študijné, umelecké, archeologické, hudobné, literárne a divadelné ciele. Účastníci kultúrnych pobytov si z nich odnášajú zážitky a pôžitky. Ich podstata je v opätovnom poznaní kultúrnych výdobytkov známych už z iných foriem poznania – zážitkov z detstva, rozprávania predkov, opisov médií, kníh. U účastníkov kultúrnych pobytov sa predpokladá vysoká úroveň vedomostí a ustálené predstavy, názory a vysoký stupeň očakávaní.

Na účinnú propagáciu cestovného ruchu, ktorá by umožňovala získať si aj kultúrne nezainteresovaného turistu, treba zhodnotiť jednotlivé oblasti a špecifikovať trendy rozvoja do budúcnosti. Okrem umeleckého kultúrneho dedičstva, podujatí, výstav a prehliadok do kultúrneho cestovného ruchu patrí aj gastronomický a vidiecky cestovný ruch. Cez jedlo a rôzne atrakcie v regióne sa jednoducho propaguje celý región. V niektorých mestách je veľmi rozšírený kinematografický cestovný ruch s filmovou a televíznou produkciou, ktorá nepriamym spôsobom propaguje destináciu.²²

²¹ GÚČÍK, M. *Krátky slovník cestovného ruchu*. 1.vyd. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004, s. 67. ISBN 80-88945-73.

²² LENOVSKEÝ, L. a kol. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom* .1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008, s. 92. ISBN 978-80-8094-229-8.

2 PROJEKT EURÓPSKE HLAVNÉ MESTO KULTÚRY

Prestížny titul sa udeľuje každý rok. Mestá, ktoré majú záujem získať titul, majú možnosť spolupracovať aj s regionálnym územím, v ktorom sa nachádzajú. Projekt Európske hlavné mesto kultúry priblíži náležitosti vstupu do projektu a presné postupy uchádzania sa o titul. Môže to byť spolupráca v regióne, ale samozrejme aj mimo neho. Mestá, ktoré sú v nominácií za hlavné mesto kultúry nesúťažia čím sú, ale dôležité je ich smerovanie.

2.1 Koncept projektu Európske hlavné mesto kultúry

Titul je udelený mestu, ktorá ponúka jedinečné kultúrne podujatia, na obdobie jedného roka. Konceptia hlavného mesta kultúry sa odlišuje od ostatných projektov a nedá sa prirovnávať k ostatným záležitostiam. Značku, ktorú získa mesto alebo región je vrcholom kultúry nielen v krajine, ale celoeurópsky.²³

Od mesta sa očakáva precízna príprava bohatého programu a so správnou dávkou kreativity. Kultúrne podmienky v lokalite predstavujú len základ, vhodnú platformu pri organizovaní podujatí. Program roka Európskeho hlavného mesta kultúry musí mať špecifickú koncepciu vytvorenú výnimočne pre tento projekt.

Projekt je veľkou šancou na prehĺbenie spolupráce v kultúrnej oblasti a na otvorenie dverí do pre Európu. Má zdôrazniť rozmanitosť, pestrosť a spoločné prvky európskych kultúr.

Kultúrna pestrosť nie je len bohatstvo, ktoré nám ponúka samotné mesto, obyvateľstvo, ale aj spojenie rôznych národností, vierovyznania a politickej príslušnosti. Hlavný dôraz sa kladie na podporu Európanov. Preto by sa malo podujatie orientovať na európsku kultúru a európske obyvateľstvo. Tento projekt má svoje začiatky v Grécku ako aj Olympijské hry, kde pani Melina Mercouriová prišla s myšlienkou vytvorenie titulu Európske hlavné mesto kultúry v roku 1985.²⁴ Ministerka kultúry vyjadrila myšlienku, že kultúra, umenie a kreativita sú nemenej dôležité ako technológie, obchod

²³ Úradný vestník EÚ. Uznesenie Európskeho parlamentu z 10. apríla 2008 o kultúrnom priemysle v Európe (2007/2153(INI)). In: Kultúrny priemysel v Európe. [online]. © 15.10.2009. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0025:0031:SK:PDF>.

²⁴ NOVACKÁ, E. *Cestovný ruch a európska únia*. 1. vyd. Bratislava: Sprint dva, 2010. s. 97. ISBN 978-80-89393-26-8.

a ekonómia. Každým rokom počet uchádzačov a tento prestížny titul rastie v prospech celej Európskej Únie. Pozoruhodný je aj jeho kultúrny a sociálno-ekonomický dosah. Od roku vzniku projektu bolo zvolených už vyše 35 hlavných miest kultúry. V priebehu rokov sa projekt vyvíja bez toho, aby zmenil pôvodný zámer, cieľ a smerovanie. Cieľom programu Európske hlavné mesto kultúry je bohatosť a dôležitosť podujatí v celoeurópskom meradle a vytvoriť podmienky na vnímanie a cítenie európskeho občianstva.²⁵ V roku 1999 sa v Nemecku premenoval pôvodný názov projektu Európske mesto kultúry na Európske hlavné mesto kultúry. Kultúrny priemysel je priemyslom, ktorý pridáva dielam duševnej činnosti hospodársku hodnotu. Súčasnne vytvára jednotlivcom a celej spoločnosti nové hodnoty; keďže tento kultúrny priemysel zahŕňa tradičné priemyselné odvetvia, ako sú kinematografia, hudobné a knižné nakladateľstvá, médiá a oblasť tvorivého priemyslu (napr. móda a dizajn), cestovný ruch, umelecké odvetvia či poskytovanie informácií.²⁶

2.2 Postup vymenovania

Rada ministrov Európskej únie má právo udelenia titulu Európskeho hlavného mesta kultúry. Titul je momentálne vyselektovaný mestám v členských štátoch Európskej únie s platnosťou na jeden rok.

Európska komisia, presnejšie jej Generálne riaditeľstvo pre vzdelávanie a kultúru, monitoruje výber miest na titul. Výberový postup je stanovený v zákonomnom texte nazvanom „rozhodnutie“. Od 1. Januára 2007 je platným rozhodnutím pre Hlavné mestá kultúry rozhodnutie č.1622/2006/ES3.²⁷

Všetky členské štáty Európskej únie majú možnosť, aby sa prihlásili do projektu Európske hlavné mesto kultúry, a to v poradí určenom na roky 2005 až 2019. Rozhodnutie padlo po vzájomnej dohode členských štátov. Každoročne môžu titul pyšne niesť vždy dve európske mestá. Nie vždy tomu bolo tak, zmena nastala od roku

²⁵ NOVACKÁ, L. *Cestovný ruch a európska únia*. 1. vyd. Bratislava: Sprint dva, 2010. s. 97. ISBN 978-80-89393-26-8.

²⁶ Úradný vestník EÚ. Uznesenie Európskeho parlamentu z 10. apríla 2008 o kultúrnom priemysle v Európe (2007/2153(INI)). In: *Kultúrny priemysel v Európe*. [online]. © 15.10.2009. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0025:0031:SK:PDF>.

²⁷ Úradný vestník EÚ. Decison No. 1622/2006/EC of the european parliament and of the council of 24 October 2006. In: *Criteria for the cultural programme*. [online]. © 3.11.2006. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:304:0001:0006:EN:PDF>.

2011, kedy možno určiť pre rok dve mestá ako Európske hlavné mestá kultúry. Európske hlavné mestá kultúry do roku 2012 už boli vymenované. Od roku 2013 sa uplatňuje nový postup vymenovania.

Obrázok 2: Nominované krajiny do projektu Európske hlavné mesto kultúry od roku 2007-2019

Order of entitlement to nominate a 'European Capital of Culture' ⁽¹⁾

2007	Luxembourg	Romania ⁽¹⁾
2008	United Kingdom	
2009	Austria	Lithuania
2010	Germany	Hungary
2011	Finland	Estonia
2012	Portugal	Slovenia
2013	France	Slovakia
2014	Sweden	Latvia
2015	Belgium	Czech Republic
2016	Spain	Poland
2017	Denmark	Cyprus
2018	Netherlands	Malta
2019	Italy	Bulgaria ⁽²⁾

⁽¹⁾ Under the terms of Decision No 1419/1999/EC, the Romanian city of Sibiu was designated as European Capital of Culture for the year 2007.

⁽²⁾ Subject to its accession to the EU, Bulgaria will participate in the European Capital of Culture event of 2019.

Zdroj²⁸

Výber mesta sa uskutočňuje v šesťročnom predstihu. Predbežný výber uskutočňuje panel nezávislých expertov na základe návrhu každej krajiny a celý proces prípravy mesta je monitorovaný.²⁹ Mestá musia v priebehu desiatich mesiacov spracovať náčrt programu na celý kultúrny rok. Mestá sa môžu informovať ohľadom nezrovnalostí alebo vyskytnutých otázok na stretnutí, ktoré je organizované v tom istom období členským štátom, do ktorého patria. Následne sa komisia v každom

²⁸ Úradný vestník EÚ. Decison No. 1622/2006/EC of the european parliament and of the council of 24 October 2006. In: Criteria for the cultural programme. [online]. © 3.11.2006. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:304:0001:0006:EN:PDF>

²⁹ NOVACKÁ, E. *Cestovný ruch a európska únia*. 1. vyd. Bratislava: Sprint dva, 2010. s. 97. ISBN 978-80-89393-26-8.

z príslušných členských štátov stretne. Komisia je tvorená z trinástich osôb: šesť odborníkov je zvolených uchádzajúcou sa krajinou, ďalších sedem sú zvolení z európskych inštitúcií. Ich volebné obdobie je na tri roky. Vybraní členovia komisie na národnej úrovni nemusia byť iba štátnymi príslušníkmi daného členského štátu.

Komisia pripraví zoznam miest, ktoré sa budú hodnotiť a pripraví odporúčania, ktoré by bolo vhodné uplatniť pre úspešnosť v tomto projekte. Oficiálne pravidlá projektu vrátane pravidiel pre hlasovanie a predloženie kandidatúr komisii budú vytvorené vo výzve na predkladanie kandidatúr alebo v úradnom dokumente, ktorý uverejní ministerstvo.

Konkrétne vybrané mestá majú potom niekoľko mesiacov na podrobnejšie rozpracovanie programu. Detailná dokumentácia bude predložená na druhom stretnutí komisie v príslušnom členskom štáte. Koná sa väčšinou deväť mesiacov po zasadnutí týkajúcom sa predbežného výberu. Komisia dá návrh jedného mesta pre každú príslušnú krajinu a informuje vybranú krajinu o ďalšom postupe príprav projektu. Rada ministrov Európskej únie oficiálne vyhlási dve mestá, ktoré budú hlavnými mestami kultúry o štyri roky neskôr. V ďalšom postupe je vymenovaná komisia, ktorá bude celý priebeh a prípravu projektu monitorovať a bude poskytovať poradenské služby pre jednotlivé mestá.³⁰

³⁰ EUROPEAN COMMISSION. Usmernenia pre kandidátske mestá na vymenovanie za európske hlavné mesto kultúry. [online]. © 2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633_sk.pdf

3 VPLYVY ZMIEN NA TRH CESTOVNÉHO RUCHU

Každý subjekt turizmu je ovplyvnený spoločenskými silami. Trh turizmu je veľmi citlivý na faktory vnútorného prostredia, ktoré je možné rozdeliť do niekoľkých skupín. Celkový trh turizmu ovplyvňujú politické a bezpečnostné faktory, ekonomické, demografické, technicko-technologické, sociálne a ekologické faktory. Kapitola opisuje dôležitosť selektívnych, realizačných a lokalizačných predpokladov.

3.1 Faktory vplyvajúce na trh turizmu

Politické a bezpečnostné faktory, mierové usporiadanie sveta a voľný pohyb osôb je vedľa disponibilného príjmu, fondu voľného času a predpokladov na strane ponuky veľmi dôležitý pre rozvoj cestovného ruchu. Politická nestabilita a vojnové konflikty narúšajú cestovný ruch. V dnešnej dobe je veľmi aktuálna hrozba terorizmu. V dôsledku teroristických hrozieb sa mení spotrebné chovanie účastníka turizmu, kde dochádza k zmene destinácie, dopravných prostriedkov. K rozvoju neprispievajú epidémie a prírodné katastrofy, ktorých dopad má zvyčajne lokálny charakter.

Najvýznamnejším ekonomickým faktorom ovplyvňujúcim trh turizmu je ekonomický rast meraný makroekonomickou veličinou hrubým domácim produktom.³¹ Hrubý domáci produkt ovplyvňuje výšku disponibilného dôchodku jednotlivca. Je všeobecne známe, že v krajinách s vysokým HDP na jedného obyvateľa je vyššia intenzita cestovania. Ďalším ekonomickým faktorom ovplyvňujúcim trh turizmu je rozdielna ekonomická úroveň zdrojovej a cieľovej krajiny.³² S rozdielnosťou cenových hladín súvisí vzájomný menový kurz, ovplyvňujúci kúpnu silu obyvateľstva zdrojovej krajiny. Do tejto kategórie patrí fond voľného času, ktorý z určitého pohľadu spadá do ekonomických ale aj do sociálnych faktorov. Úroková miera ovplyvňuje ako stranu ponuky, tak aj dopytu v cestovnom ruchu.

Základným demografickým faktorom ovplyvňujúcim turizmus je neustály nárast populácie. Najväčší populačný nárast je zaznamenaný predovšetkým v rozvojových krajinách, kde nízka úroveň hospodárskeho rozvoja neumožňuje účasť na turizme vo väčšej miere. Ďalším významným globálnym demografickým trendom je starnutie

³² PALATKOVÁ, M. a J. ZITKOVÁ. *Ekonomika turizmu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011.s. 34. ISBN 978-80-247-3748-5.

populácie. V súvislosti s turizmom je možné v tomto trende určitú príležitosť v segmente seniorov, kde je potrebné brať do úvahy dôchodkovú reformu, ktoré majú dopad na disponibilné príjmy a voľný čas. V demografii sa mení rola ženy a zmena tradičnej štruktúry rodiny.

V oblasti technicko-technologického prostredia sa prejavuje rozvoj leteckej dopravy a informačných technológií. Rozvoj leteckej dopravy zaznamenáva v posledných rokoch najvyššiu dynamiku rastu vo vzťahu k ostatným druhom dopravy v turizme. Letecká doprava podstatne zlepšila priestorovú a časovú dostupnosť vzdialených destinácií v rámci celého sveta. Postupnou liberalizáciou, znižovaním cien v dôsledku zefektívnenia nákladov v rámci leteckých aliancií, vstupom nízkonákladových leteckých spoločností. Informačno-komunikačné technológie zasahujú do všetkých procesov spojených s realizáciou turizmu a významne menia ich charakter. Najzreteľnejšie sa v oblasti turizmu prejavil rozvoj internetu, nasledovaný rozvojom mobilných komunikačných prostriedkov. Významným trendom je personalizácia užívateľov, inteligentné vyhľadávanie a triedenie dát, rastúca interaktivita, aktuálnosť informácií, rastúce zavedenie multimédií a nové komunikačné kanály, ústup dôrazu na podrobný informačný obsah webových stránok.

Sociálne prostredie je do značnej miery závislé od spoločenského zriadenia. Je ovplyvňované daňovou politikou, vládnymi transfermi. Sociálny zákon určuje pre každú krajinu v závislosti od veku právo na dovolenku. Sociálny turizmus je dôležitou témou Európskej únie. Členské štáty EÚ sa zaviazali k presadzovaniu zásad podporujúcich sociálny turizmus.

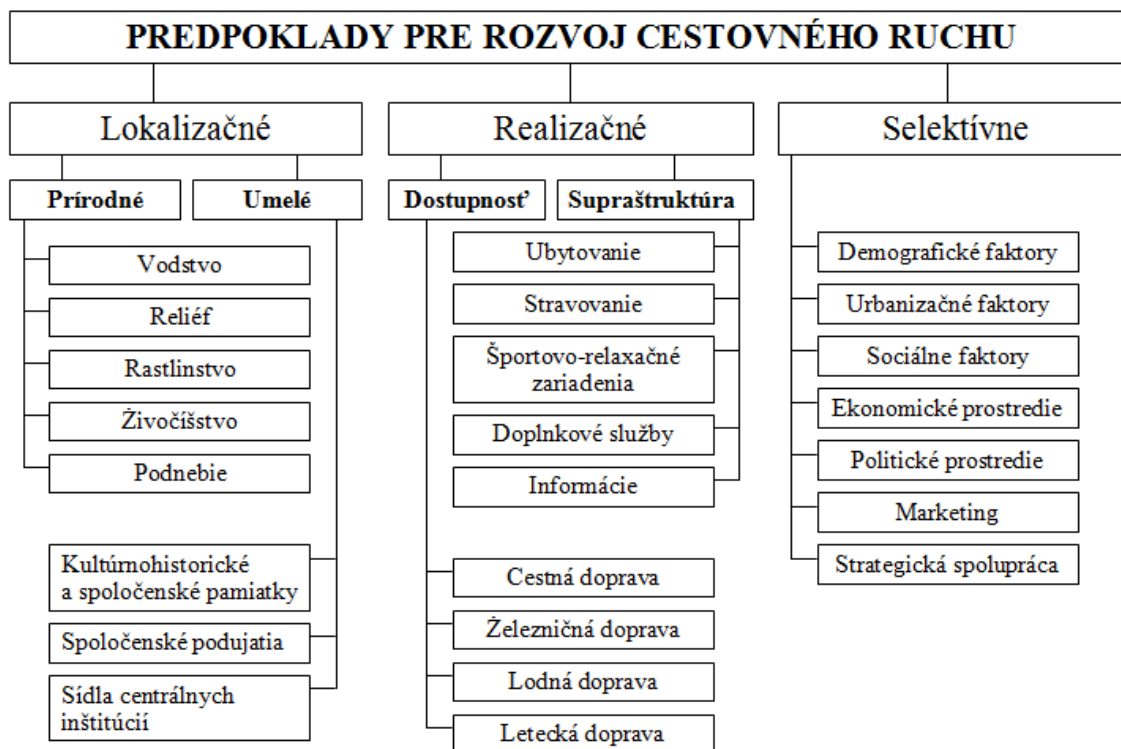
Ekologické faktory vplývajú na prirodzenú atraktívnosť prostredia. Takéto prostredie je v oblastiach, ktoré boli v minulosti, alebo stále sú priemyselne využívané a sú charakteristické vysokou urbanizáciou, dôsledkom čoho je narušená kvalita životného prostredia. Tieto negatívne externality majú vplyv na znehodnotení samotného potenciálu cestovného ruchu.³³

³³ PALATKOVÁ, M. a J. ZITKOVÁ. *Ekonomika turizmu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011 .s.36. ISBN 978-80-247-3748-5.

3.2 Predpoklady rozvoja cestovného ruchu

Aktivity cestovného ruchu sa môžu uskutočňovať vo veľmi rôznorodom prostredí. Návštevnosť daného regiónu je závislá hlavne od prostredia. Túto kvalitu prostredia utvárajú rôzne atraktivity ako i úroveň služieb, dostupnosť a iné.

Obrázok 3: Predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu



Zdroj³⁴

Ďalej je veľmi dôležité aj sociálno-ekonomické postavenie účastníkov cestovného ruchu. Hodnotenie predpokladov cestovného ruchu v ľubovoľnom regióne možno chápať z viacerých hľadísk. Podstatou zisťovania predpokladov cestovného ruchu je definovanie dôležitosti jednotlivých prvkov, ktoré sa podieľajú pri vytváraní prostredia cestného ruchu. Súbor predpokladov rozvoja cestovného ruchu možno rozdeliť do troch skupín do lokalizačných realizačných a selektívnych predpokladov.³⁵

³⁴ Mariot, P. *Geografia cestovného ruchu*. 1. vyd. Bratislava : Veda, 1983. s. 87 IBAN ISBN: 807158696X.

³⁵ Mariot, P. *Geografia cestovného ruchu*. 1. vyd. Bratislava : Veda, 1983. s. 87 IBAN ISBN: 807158696X.

4 INOVÁCIE V CESTOVNOM RUCHU

Nositeľom konkurenčných výhod sú inovácie, ktorými sú zmeny prinášajúce zvýšenú úžitkovú a pridanú hodnotu. Oproti rozšírenému chápaniu inovácií ako nových produktov, chápeme ich aj ako zmeny fungovania procesov, pôsobenia na nových trhoch alebo spôsobu komunikácie so zákazníkmi. Z regionálneho hľadiska inovačnými zmenami chápeme aj meniacu sa odvetvovú štruktúru regiónu, ktorej dôsledkom je zvyšovanie dlhodobej zamestnanosti v regióne, zvýšenie hospodárskeho rastu a zlepšovanie kvality života obyvateľstva.

4.1 Inovačné prostredie

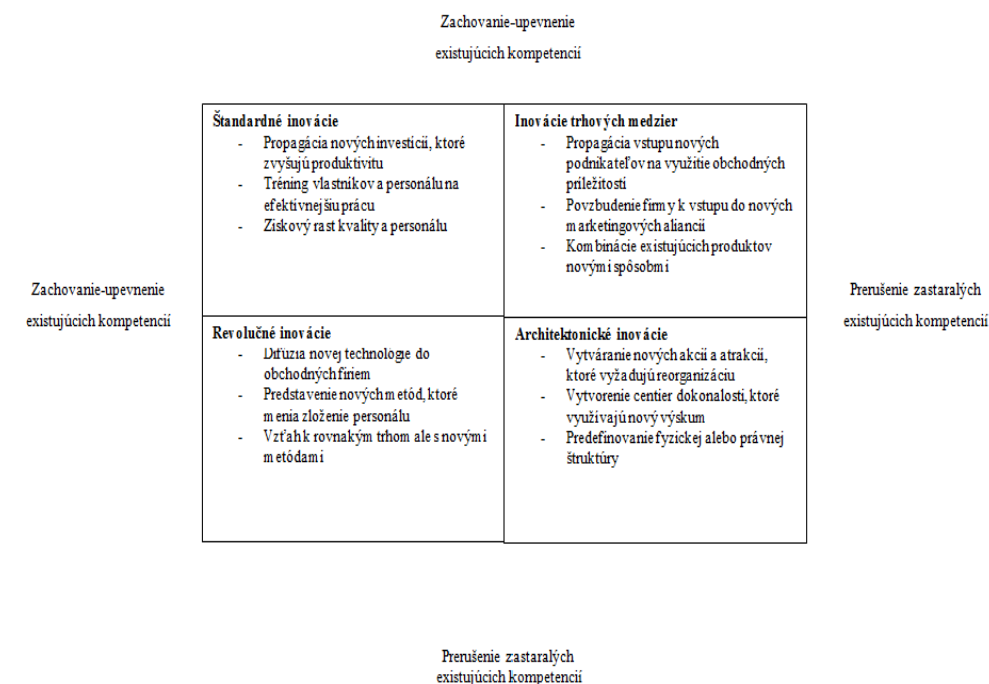
Tvorivosť a spoluprácu považujeme za základné zdroje inovácií v cestovnom ruchu. Nositeľom týchto atribútov je človek, ktorý je nositeľom inovačnej myšlienky a zároveň predstavuje iniciátora inovačného podnetu na úrovni kooperujúcich štruktúr.

³⁶ Každá inovácia v cestovnom ruchu závisí od tvorivosti a invencie, ktoré majú vplyv pri tvorbe produktových, inštitucionálnych alebo procesných inovácií. Prínosom je odlišenie sa, zvýšenie atraktívnosti a imidžu destinácie, zvýšenie jej rozpoznateľnosti, zvýšenie záujem u zákazníka. V cestovnom ruchu platí, že málo inovácií je originálnych. Podstatná časť sú napodobeniny vo forme kopírovania alebo adaptácie cudzích nápadov. Je dôležité nájsť jednotlivcov, ktorí vedia nielen čo, ale aj ako myšlienku uviesť na trh v podobe určitej služby. Inovácia je podľa OECD³⁷ hľadaním a objavovaním, rozvojom a zdokonaľovaním, prispôbovaním a komercializáciou nových procesov, produktov, organizačných štruktúr, postupov a modelov podnikania. Inovácie produktov predstavujú produkt alebo službu, ktoré sú vyvinuté s cieľom ich predaja, pričom inovačný prvok je jasný tak dodávateľom, ako aj zákazníkom a konkurencii.

³⁶ BOROVSKEÝ, J. a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008.s. 98. ISBN 978-80-8078-215-3.

³⁷ Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD z angl. Organisation for Economic Co-operation and Development) je medzivládna organizácia tridsiatich štyroch ekonomicky najrozvinutejších štátov sveta, ktoré prijali princípy demokracie a trhovej ekonomiky.

Obrázok 4: Členenie inovácií cestovného ruchu



Zdroj: ³⁸

Dôležité je využiť lokálne tradície, trvalo udržateľné ubytovacie zariadenia certifikované ako ekozariadenia, vernostné programy. Inovácie produktov majú veľký význam prepájania individuálnych produktov do integrovaného, tematicky zameraného produktu na úrovni destinácie a jeho náležitú propagáciu a marketingovú podporu. Inovované produkty zvyšujú spokojnosť zákazníka a umocňujú pozitívne dojmy z návštevy alebo pobytu v destinácii.

Inovácie procesov predstavujú zmenu existujúcich procesov, ich nahradenie novými alebo vylepšenými technológiami. Sú často krátko kombinované s produktovými inováciami. Patria tu manažérske informačné systémy. Logistické inovácie sú nové spôsoby, ako sa materiály, transakcie, informácie dostanú ku zákazníkovi. Do tejto kategórie môžeme jednoznačne doplniť marketing cez internet alebo integrovaný informačný systém destinácie. Inštitucionálne inovácie súvisia s vytvorenými štruktúrami spolupráce na úrovni regiónu a turistických destinácií. Formulujú

³⁸ BOROVSKEÝ, J. a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. s.100. ISBN 978-80-8078-215-3.

usmernenia, pravidlá a smernice. Manažérske inovácie predstavujú nové pracovné profily, spolupracujúce združenia a systém autorít v kombinácii s inováciami produktov, služieb alebo zavádzaním nových technológií.³⁹

Zlepšenie kvantitatívneho a kvalitatívneho rozvoja aktérov v cestovnom ruchu vyžaduje, aby malé a stredné podniky cestovného ruchu boli inovačnejšie a konkurencieschopnejšie, aby verejná správa pracovala efektívnejšie a viac podporovala podnikanie, aby vzdelávacie centrá posilňovali inovačný a podnikateľský potenciál a pracovná sila v cestovnom ruchu mala záujem o vzdelávanie. Prístup celoživotného vzdelávania má priamy rozvojový efekt na destinácie cestovného ruchu. Osobitosťou podnikov CR, ktorá ovplyvňuje ich trhové správanie a postoj voči inováciám a spájaniu sa je ich sezónny charakter, kapitálová náročnosť a náročnosť na ľudské zdroje, nevyhnutnosť spolupráce v cieľovom mieste s ostatnými podnikmi CR, ako aj s inštitúciami CR.

4.2 Strategické partnerstvá a financovanie destinácie cestovného ruchu

Strategické partnerstvá významne prispievajú k vytváraniu konkurenčných výhod, ktoré sú buď napodobiteľné alebo nenapodobiteľné, a tvoria jadro diferenciácie a následného budovania značky. Partnerstvá, ktoré vyvinú nenapodobiteľnú konkurenčnú výhodu alebo ňou disponujú, nie sú od iných závislé a rozhodujú, kto túto výhodu bude využívať prostredníctvom udelenia licencie alebo povolenia používať ochrannú známku. Preto musia subjekty cestovného ruchu uvažovať o inováciách produktov, ktoré je efektívnejšie a účinnejšie realizovať v rámci partnerského zoskupenia. Kooperujúca štruktúra poskytuje aktérom nielen možnosť odlíšiť sa prostredníctvom inovácií, ale aj rásť s veľkými v odvetví a chrániť jedinečnosť podnikateľských ideí a vzniknutých synergických efektov pred kopírovaním. Umožňuje budovanie jedinečnej poznatkovej základne v destinácií, a to prepojením podnikateľských subjektov s univerzitami a vedeckými pracoviskami, poradenskými spoločnosťami, regionálnymi rozvojovými a inovačnými agentúrami. Zároveň podporuje spoločné využívanie inovácií, informačných a komunikačných technológií,

³⁹ BOROVSKEÝ, J. a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. s. 98. ISBN 978-80-8078-215-3.

ako aj budovanie znalostných centier. Z historického vývoja stratégie destinácie je potvrdené, že destinácia je chápaná ako samostatný subjekt vystupujúci na trhu turizmu, ktorý musí byť riadený na obchodných princípoch. Konkurencieschopnosť destinácie závisí od schopnosti realizovať ponúkané služby a produkty na medzinárodnom a domácom trhu tak, aby dosiahnuté ekonomické a mimoekonomické efekty pre rezidentov a ostatných spolupracovníkov destinácie.⁴⁰

Partnerstvo v cestovnom ruchu sa chápe ako dvojstranný vzťah medzi miestnou správou a miestnymi podnikateľskými subjektmi. Za mimoriadne potrebné je rozšírenie o miestne občianske aktivity, občianske združenia a jednotlivcov. Zapojenie občanov do rozvojových aktivít je veľmi dôležitá úloha. Musí sa jednať o celú škálu spôsobov, ako mesta iniciuje zapojenie občanov do rozhodovania o budúcnosti mesta.⁴¹

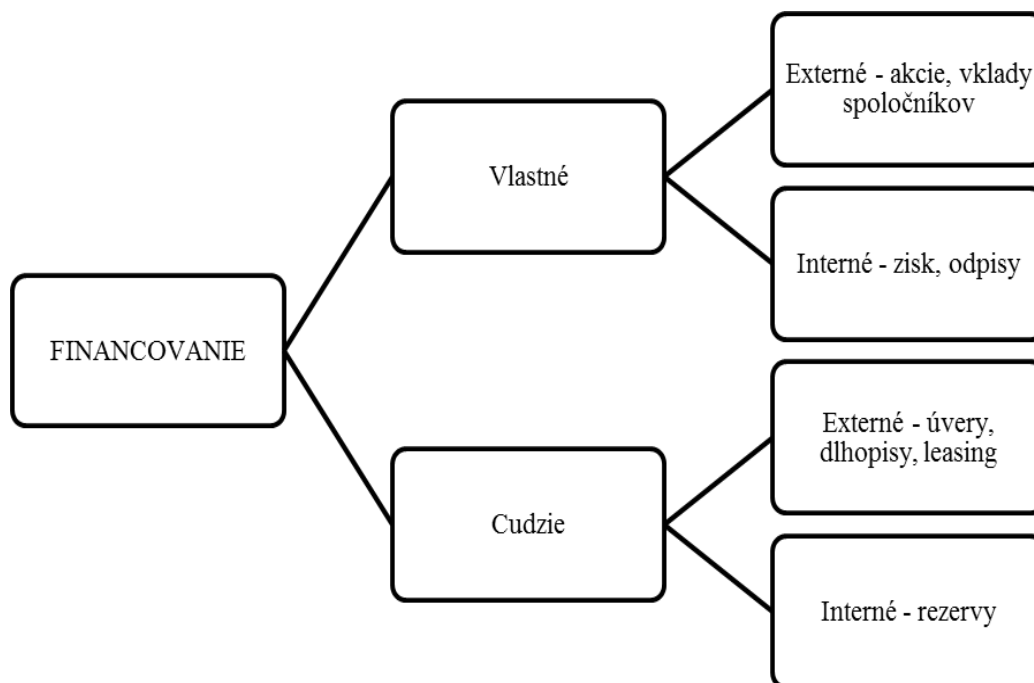
Pre jednoduchšie fungovanie destinácie je správne vymedzenie rozpočtu. Financovanie cestovného ruchu na mikroúrovni sa týka cieľového miesta ako stredisko, región cestovného ruchu, v ktorom pôsobia súkromné podniky, miestna samospráva a združenie cestovného ruchu. Súkromné podniky financujú svoju činnosť z vlastných a cudzích zdrojov. Na základe pôvodu prostriedkov existuje v súkromných podnikoch vonkajšie a vnútorné financovanie. Vonkajšou formou financovania je účastinné a úverové financovanie. Na plnenie týchto úloh je potrebné získať finančné prostriedky na ich realizáciu. Vlastnými príjmami obce sú výnosy miestnych daní a poplatkov, nedaňové príjmy z vlastníctva a z prevodu vlastníctva majetku obce a z činnosti obce a jej rozpočtových organizácií. Časť vlastných príjmov pochádza z výnosov z finančných prostriedkov obce, zo sankcií za porušenie finančnej disciplíny uložené obcou. Budovať si konkurenčnú výhodu založenú na službách je viac ako módný trend. Podstata budovania je založená na efektívnom riešení spotrebiteľových problémov spôsobom lepším, ako konkurencia. Jedným zo základov konkurenčnej výhody v službách by mala byť kvalita ľudí, ktorí služby poskytujú a riadia.⁴²

⁴⁰ PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinácií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 84. ISBN 978-80-247-3749-2.

⁴¹ FORET, M. a V. FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. s. 27. ISBN 80-247-0207-X.

⁴² ĎAĎO, J. a kol. *Marketing služieb*. 1. vyd. Bratislava: Epos, 2006. s. 115. ISBN 80-8057-662-9.

Obrázok 5. : Financovanie miestnej samosprávy



Zdroj: ⁴³

Miestna samospráva poskytuje svojim návštevníkom širokú paletu verejných statkov a služieb, čím dotvára komplexný produkt. Mala by plniť funkciu koordinovania. Koordinovanie je chápané nasledovne: ⁴⁴

- vypracúvanie programov rozvoja CR s ohľadom na existujúcu ponuku a zabezpečenie ich realizácie,
- analýza uspokojovania dopytu po CR vo svojom území,
- koordinácia spolupráce podnikateľov pri poskytovaní služieb CR
- iniciovanie založenia miestneho združenia cestovného ruchu
- propagácia CR obce alebo mesta
- výchova miestneho obyvateľstva k cestovnému ruchu
- vedenie štatistiky o CR v obci alebo v meste

⁴³ LENOVSKEÝ, L. a kol. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom*. 1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008. s. 29. ISBN 978-80-8094-229-8.

⁴⁴ GUČÍK, M. 2003, *Podiel verejného sektora na tvorbe organizačnej štruktúry cestovného ruchu*, 2003, IBAN, roč.36, č.2, s.72.

4.3 Výchova miestneho obyvateľstva k podpore cestovného ruchu

Výchova obyvateľstva je súčasťou riadenia ľudských zdrojov ako nevyhnutného predpokladu dosahovania cieľov strediska cestovného ruchu, a to nielen ako potenciálne pracovné zdroje, ale aj ako prvok komplexného produktu strediska a faktor ovplyvňujúci spokojnosť návštevníkov. Cestovný ruch sa realizuje v úzkom kontakte s miestnym obyvateľstvom v stredisku alebo regióne. Niektoré jeho formy sú zamerané na spoznávanie kultúry a spôsobu života miestneho obyvateľstva. To vyžaduje, aby miestne obyvateľstvo malo pozitívny vzťah k návštevníkom. Týmto spôsobom sa sú návštevníci obohatení o zážitky, prispieva to k zlepšovaniu imidžu mesta alebo regiónu. Každý návštevník očakáva, že sa s ním bude zaobchádzať ako s hosťom, ktorý je vítaný, ktorý prináša ekonomický a mimoekonomický efekt pre destináciu. Výchova obyvateľstva k cestovnému ruchu vyžaduje ucelený systém, kde každá zložka sa bude podieľať istou formou a rozsahom na výchove. Do tohto systému by sa mali zapojiť školy, miestna samospráva, masmédiá a podnikateľské subjekty v cestovnom ruchu. Dôležité je pestovať v žiakoch vzťah k rodnému kraju a vlasti, zároveň propagovať dejiny, prírodu, kultúru, pamiatky a tradície. Nezastupiteľnú úlohu vo výchove obyvateľstva k cestovnému ruchu majú orgány miestnej samosprávy. Mali by sa zamerať predovšetkým na osvetovú prácu medzi miestnym obyvateľstvom zameranú na zlepšovanie životného prostredia, iniciovať a podporovať podnikanie miestneho obyvateľstva v cestovnom ruchu, poskytovať poradenskú činnosť potenciálnym a začínajúcim podnikateľom.⁴⁵

⁴⁵ GUČÍK, M. a kol. *Manažment cestovného ruchu*. 2. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2010. s. 123. ISBN 978-80-89090-67-9.

5 VZNIK PROJEKTU EHMK V KOŠICIACH

Kapitola je venovaná analýze vzniku projektu Európske hlavné mesto kultúry v Košiciach. Bude predstavená nezisková organizácia, ktorá vybudovala pevný základ pre dobré fungovanie projektu ako aj významné projekty s dlhoročnou históriou. Záverečná časť priblíži náročné financovanie projektu od prípravy po investovanie do kultúrnych pamiatok mesta Košice.

5.1 Projekt INTERFACE

V roku 2009 sa začali práce na príprave projektu. Hlavným motívom bolo obnoviť spoluprácu s neziskovými organizáciami a záujmovými skupinami. Spoločne sa snažili o kreativitu a naplnenie kultúrneho poslania v regióne. Základnou myšlienkou projektu Interface je 2013 program, ktorý je smerovaný na kultúru a umenie a priamo komunikuje s európskym obyvateľstvom a má veľkú šancu zisku inovatívnych projektov. Projekty musia byť smerovaný na Európu a mala by sa vybudovať výmena medzi Košicami a zvyškom starého kontinentu. Hlavnou dominantou je vytvoriť mesto, ktoré bude modernou, dynamickou a kreatívnou európskou metropolou. Tento projekt sa usiluje o transformáciu priemyselného mesta na kreatívne a viac umelecké mesto s úzkou spoluprácou s univerzitným prostredím a novou kultúrnou infraštruktúrou. Priestor sa venuje nielen slovenských, ale aj zahraničných umelcom. Posilnenie komunitného rozvoja zainteresovaním obyvateľov sídlisk v rámci programu SPOTs, podporiť rozličnosť kultúr u ľudí z rôznych sociálnych podmienok, rôzneho náboženského vierovyznania a patriace k rôznej menšinovej skupine Dôležitým cieľom je vytvoriť novú kultúrnu metropolu tohto storočia v Strednej Európe s trvalo udržateľným rozvojom, pri tolerancii ku životnému prostrediu a rozvoju cestovného ruchu.⁴⁶

⁴⁶ BESKID, V. a T. ČÍŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 12. ISBN: 978-80-971159-4-4.

5.2 Projekt PENTAPOLITANA

Pentapolitana bolo združenie piatich najvýznamnejších miest na Východnom Slovensku (Košice, Levoča, Bardejov, Prešov, Sabinov). Spojenie týchto významných miest východného Slovenska boli zvyčajne ekonomicko-hospodárske spoločné ciele. Prvé stretnutie týchto obcí sa konalo v roku 1412. Spojením získali tieto mestá výhodu v sociálnom, kultúrnom, ale aj hospodárskom rozvete. Hlavným mestom boli Košice, kde sa vykonávali najčastejšie stretnutia. Mestá Pentapolitany boli a sú ojedinelé v Strednej Európe svojimi edukačnými aktivitami. V Bardejove bola škola, ktorú viedol v 16.storočí Leonard Stockel - učiteľ Uhorska. V Prešove vybudovali v tomto období Kolégium, ktoré si udržalo svoju vysokú úroveň a jeho knižnica dodnes patrí k európskym unikátom. V období reformácie bol Sabinov známy svojím školstvom, viacerí vynikajúci učitelia tu uplatňovali najmodernejšie spôsoby výučby.

V minulosti sa Levoča pod vedením učiteľa Michala Hlaváčka, stala útočiskom našich najväčších kultúrnych dejateľov 19.storočia. Mestá Pentapolis boli multietnické. Ich obyvateľstvo bolo vo väčšine - nie slovenské. Boli to práve predstavitelia menšín, ktorí najviac preslávili mestá v zahraničí - Márai, Stockel, Bocatius, Majster Pavol...V mestách Pentapolitany vždy vládol duch Ekumény. V každom meste bola veľká židovská komunita. Medzi najvýznamnejších predstaviteľov kultúry patrili evanjelici spolupracujúci s katolíkmi. Projekt Pentapolitana je konceptom spolupráce prirodzeného regiónu a pokračovaním spolupráce miest so spoločnou históriou a súčasným kultúrnym a duchovným potenciálom pod egidou projektu Košice-Európske hlavné mesto kultúry 2013.⁴⁷ Do projektu sú zapojené mestá Košice, Prešov, Levoča, Sabinov a Bardejov. Je to jedinečný koncept najmä pre organizátorov medzinárodných podujatí, komorných festivalov a jednorázových akcií, rovnako pre kultúrnych operátorov venujúcich sa prepájaniu nových edukačných a umeleckých aktivít a samozrejme aj pre tradičných organizátorov cyklických tradičných podujatí, aby mohli oživiť a obohatiť osvedčené koncepty. Projekt Pentapolitana v roku 2011 vytvoril základ novej spolupráce medzi kultúrnymi operátormi a samosprávou. Vytvorili sa aktivity smerujúce do oblasti kultúrneho a voľnočasového turizmu s perspektívou po roku 2013 vytvoriť podmienky na potenciálnu tvorbu pracovných

⁴⁷ PENTAPOLITANA. [online]. © 2012-2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.pentapolitana.sk/pentapolitana/>.

miest. Realizáciou programov Pentapolitany a užšou regionálnou spoluprácou má projekt Pentapolitana predpoklady stať sa dlhodobou udržateľným. Predmetom projektu Pentapolitana sú 3 tématické programy tvorené viacerými podprogramami.⁴⁸

Jeden z významných programov je Návrat k hodnotám, ktorý spracováva osobností z histórie, dôležité historické udalosti. Do programu sú zaradené dôležité programy a projekty celého regiónu ako Dni Majstra Pavla v Levoči, Príbehy regiónu a osobností, divadelné vystúpenie Historické obce košické, vydanie kníh kultúrno-umeleckých osobností. Ďalšia téma Vytvorené v mestách Pentapolitany je podpora alternatívnych umelcov, kultúry, klubov a využitie voľného času nielen miestnych obyvateľov. Vzdelávacie aktivity hrajú dôležitú úlohu, tvorivé dielne sú často krát liahňou mnohých talentov, ktorý vďaka spomínanému programu dostanú šancu uplatniť sa v oblasti kultúry a kreatívneho priemyslu. Mladých ľudí oslovia mnoho koncertov, talkshows, využitie formátu Open Mic, Sabinova ako Oskarové mesto. Posledný program sa zameriava na odbúravanie kultúrnych koridorov a hraníc pod názvom Regionálne kultúrne koridory. Keďže každé väčšie mesto a obec má partnerské mesto v zahraničí, mnoho potenciálnych partnerov nájdeme na Ukrajine, v Maďarsku, ale aj v Poľsku. Zámerom je šíriť vedomosti o spoločnej kultúre, histórii, zvykov na oboch stranách hraníc. Do cezhraničného projektu patrí aj projekt Sviatok maďarskej kultúry.⁴⁹

5.3 Nezisková organizácia Košice 2013

Mestské zastupiteľstvo Košice týmto uznesením schválilo financovanie projektu Košice Interface 2013 v rokoch 2009 – 2014 v celkovej sume 15,2 mil. EUR. Kompetencie projektu Interface 2013 má v plnej dôvere nezisková organizácia. Je to právnický subjekt, ktorý má plnú právomoc a zodpovednosť za prípravu programu na rok 2013, za rozmach programov v regióne, prevádzku kultúrneho centra Kasárne/Kulturpark. Celý tím pripravuje všetky marketingové aktivity a nezabúda sa na medzinárodnú spoluprácu. Nezisková organizácia má práva, ako právnickú osobu, vytvorená so zámerom poskytovania užitočných služieb za vopred dohodnutých rovnakých podmienok. Vyprodukovaný zisk sa používa len na prospešné projekty a služby. Mesto Košice, ako zakladateľ neziskovej organizácie, poskytol tejto

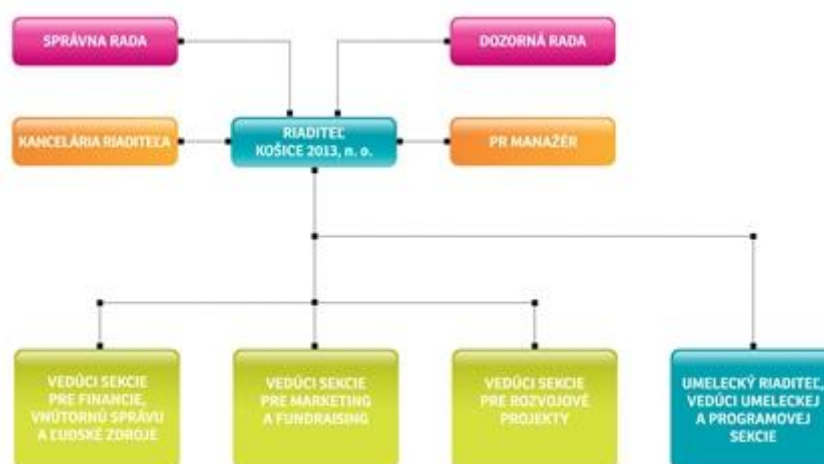
⁴⁸ PENTAPOLITANA. [online]. © 2012-2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.pentapolitana.sk/pentapolitana/>.

⁴⁹ BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 28. ISBN: 978-80-971159-4-4.

právnickej osobe majetok (peňažný vklad) pri jej založení v celkovej hodnote 500 000 SK (16 596,96 €), ktorý sa dňom vzniku neziskovej organizácie stal jej majetkom a s ktorým môže hospodáriť podľa vlastnej úvahy, avšak v súlade so zákonom č. 213/1997 Z. z. o neziskových organizáciách, poskytujúcich všeobecné služby v znení zákona č. 35/2002 Z. z. a zákona č. 335/2007 Z. z., ako i v súlade s jej zakladacími dokumentmi.⁵⁰

Financovanie neziskovej organizácie je zabezpečené na základe zmluvy o poskytnutí služieb a vykonaní prác na projekte Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013 medzi neziskovou organizáciou a mestom Košice. Nezisková organizácia získava peňažné prostriedky taktiež z darov, dotácií od mesta, štátne príspevky a v neposlednom rade čerpanie finančných prostriedkov zo štrukturálnych fondov. Pri zakladaní organizácie sa bola odobrená aj zakladacia listina, členov správnej a dozornej rady.

Obrázok 6 : Organizačná štruktúra neziskovej organizácie



Zdroj: ⁵¹

⁵⁰ Plán činnosti na rok 2013.[online]. 2012-2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf.

⁵¹ Plán činnosti na rok 2013.[online]. 2012-2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf.

Najvyšším orgánom neziskovej organizácie je správna rada. Hlavnou úlohou správnej rady je schvaľovanie rozpočtu a pripravuje záverečnú správu o činnosti a hospodárení. Má v plnej kompetencii v prípade potreby zrušiť, rozdeliť, alebo rozšíriť organizáciu. Správna rada si volí svojho riaditeľa, ktorému schvaľujú plat. Rozhodovanie o obmedzení práva riaditeľa je v plnej kompetencii správnej rady. Všetky vnútorné predpisy predkladá, prijíma a hodnotí, aby zabezpečila správnosť a efektívnosť fungovania neziskovej organizácie. Všetkých členov správnej rady je trinásť. Niektorí členovia sú nominovaný zo samosprávneho kraja, z Ministerstva kultúry a v neposlednom rade aj z podnikateľskej oblasti. Predsedom správnej rady je Richard Raši. Kontrolnú oblasť neziskovej organizácie vykonáva dozorná rada, ktorá má troch členov. Umelecký riaditeľ neziskovej organizácie riadi programovú a koncepčnú časť projektu Košice 2013. V súčinnosti s riaditeľom schvaľuje koncepcie, odborné materiály, stanoviská a všetky dokumenty odborného charakteru, ktoré sa týkajú umeleckého programu a rozvojových projektov. Hlavný podnetom pre výkon činnosti je príprava, koordinácia a finálna realizácia programových projektov pre aktuálny rok a rok 2013. Mestské zastupiteľstvo na svojom zasadnutí dňa 16.9.2013 schválilo založenie novej príspevkovej organizácie s názvom: „K13-Košické kultúrne centrá“ so sídlom Kukučínova 2, Košice. Sídlo spoločnosti v priestoroch Kulturparku zabezpečí priamy kontakt so záujemcami o realizáciu kultúrnych podujatí, lepšiu dostupnosť pre komunikáciu, ale aj kontrolu realizovaných podujatí a ochranu majetku najvýznamnejšieho projektu EHMK.⁵²

5.4 Financovanie neziskovej organizácie

Rozpočet neziskovej organizácie je plánovaný v rovnakej výške 4 997 232 EUR na strane aktív a pasív. Hlavný príjem tvorí príspevok od Mesta Košice v hodnote 1 600 000 EUR do konca roka 2013. Ministerstvo kultúry SR prispelo do pokladne kultúrneho a kreatívneho priemyslu výškou 1 684 232 EUR. Dotácie sa vyčerpali v prvom polroku 2013. Strategickou zložkou príjmovej časti sú príjmy od iných inštitúcií a organizácií. Do dotácie 130 365 EUR prispeli Japan fest, Francúzsky inštitút, Goetheho inštitút so sídlom v hlavnom meste. Peňažné prostriedky sú udelené formou

⁵² *Plán činnosti na rok 2013*. [online]. © 2012-2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf.

refundácie nákladov. Prostriedky z hlavného projektu Európskeho hlavného mesta kultúry cez cenu Meliny Mercour získavajú Košice peňažné prostriedky vo výške 1 048 000 EUR, kde je naplánované čerpanie ďalších 50 % v roku 2014. Prenájom reklamného priestoru počas otváracieho ceremoniálu v Košiciach, predaj služieb počas roku 2013 tvorili významnú časť príjmov, kde sa podarilo zarobiť 396 000 EUR. Po skončení prvého polroku 2013 nezisková organizácia vykazovala výnosy 3 550 636 EUR. Výdavková časť sa zameriavala hlavne na finančné náročné podujatia a prevádzkové výdavky. V júli 2013 bolo čerpaných 49 %, zvyšok smeroval na čerpanie finančných prostriedkov v druhej polovici roka.⁵³

Obrázok 7: Zdroje krytia projektu Európske hlavné mesto kultúry Košice

Štrukturálne fondy EÚ	60,0%	42,4 mil. EUR	Celková predpokladaná suma zdrojov na organizáciu podujatia (všetky sumy v bode 2 sú uvádzané v mil. €)
Mesto	18,8%	15,2 mil. EUR	
Vláda SR	11,4%	9,5 mil. EUR	
KSK	10,7%	8,9 mil. EUR	
Súkromní partneri	6,2%	5,2 mil. EUR	
Mestá KSK	1,9%	1,6 mil. EUR	
Spolu	100,0%	82,8 mil. EUR	

Zdroj: Interný materiál mesta Košice

Tabuľka predstavuje naplánované finančné prostriedky pre Košice, kde najvyššie percento až 60 % tvoria štrukturálne fondy, ktoré prispievajú k rozvoju celého regiónu. Príjmová časť celého rozpočtu je tvorená 19 % dotáciou mesta. Každá jedna finančná pomoc či už od vlády, Košického samosprávneho kraja či súkromného sektora prispela k fungovaniu prestížneho projektu Európske hlavné mesto kultúry.

Obrázok 8: Delenie nákladov projektu

⁵³ Plán činnosti na rok 2013.[online]. © 2012-2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf

mzdy - personálne náklady	2,3 mil. EUR
administratívne náklady	2,5 mil. EUR
program + sprievodné projekty	23,1 mil. EUR
marketing a propagácia	3,5 mil. EUR
monitoring a hodnotenie	0,3 mil. EUR
spolu	31,7 mil. EUR

Zdroj: Interný materiál mesta Košice

Výdavková časť je zameraná hlavne na projekty, programy, sprievodné akcie v meste a širšom okolí. Dôležitým faktorom správneho fungovania projektu je marketing a propagácia. Náklady mesta sú spojené so mzdami, administratívou a monitoringom projektu.

6 PREDPOKLADY ROZVOJA CR

6.1 Lokalizačné predpoklady rozvoja v Košickom regióne

Košický kraj s rozlohou 6 755 km² sa rozprestiera na juhovýchode Slovenskej republiky a zaberá 13,8 % jej územia. Počtom obyvateľov je druhý, rozlohou štvrtý najväčší na Slovensku. Najbližšia hranica je s Maďarskou republikou, na východe s Ukrajinou, na severe s Prešovským a na západe s Banskobystrickým krajom. V kraji sa nachádzajú štyri historické regióny - Gemera, Abov, Spiš a Zemplín. Tieto oblasti sú veľmi navštevované pre výnimočné tradície, zvyky, obyčaje a ľudovú slovesnosť.⁵⁴

Podľa územno-správneho usporiadania v zmysle zákona NR SR č. 221/1996 Z. z. sa člení na 11 okresov: Gelnica, Košice I, Košice II, Košice III, Košice IV, Košice okolie, Michalovce, Rožňava, Sobrance, Spišská Nová Ves a Trebišov. Hlavným mestom kraja sú Košice, ktoré sú druhým najväčším mestom na Slovensku. Nový štatút mesta získali zákonom č. 401 Zb. z roku 1990, pozostávajúc z 22 mestských častí s vlastnou miestnou samosprávou. V kraji je 440 obcí, z toho 17 získalo štatút mesta. Najmenším okresom s rozlohou 16,9 km² je okres Košice III a najväčším s rozlohou 1 534,6 km² je okres Košice okolie.

V kraji sa nachádzajú štyri chránené územia a to národný park Slovenský raj a Slovenský kras a chránené krajinné oblasti Latorica a Vihorlat. Jedinečnou prírodnou raritou, ktorá je známa v celej Európe je Dobšinská ľadová jaskyňa i Herliansky gejzír. Mnoho jaskýň nachádzajúcich sa v regióne sú zapísane v prírodnom dedičstve UNESCO. Hospodársky i rekreačný význam majú vodné nádrže Zemplínska šírava, Bukovec, Ružín a Palcmanská maša. Kraj je veľmi bohatý na lesy a v jej východnej časti sa nachádza Gelnický okres, ktorý si drží prvenstvo ako najviac zalesnený okres na Slovensku. Na juhovýchode územia sú lužné lesy, východná a južná časť má nížinato-pahorkovitý charakter. Územie Košického kraja patrí do severného mierneho pásma.

Najvyšší vrch kraja je 1 476 m vysoká Stolica v Slovenskom rudohorí, najnižší bod je Klín nad Bodrogom 94 m.n.m.. Vodné toky patria k typu nížinných, vrchovinných a stredohorských riek. Najväčšou riekou je Bodrog, ktorý spolu so sútokmi odvodňuje najvýchodnejšiu časť kraja. Ďalšie kotliny odvodňuje rieka

⁵⁴ KOLCUN, M. a M. BON. *Potulky mestom Košice*. 1. vyd. Bratislava: Agentúra K, 2003. s. 4. ISBN 80-89054-12-9.

Hornád s prítokmi, západnú časť rieka Slaná a juhovýchodným cípom územia preteká rieka Tisa. Z hľadiska cestovného ruchu je možnosť využitia vodných nádrží na vodné športy. Medzi najväčšie patria Zemplínska šírava, Ružín a Palcianska Maša. Košická kotlina patrí k oblastiam, ktoré najviac majú veľký potenciál využívania geotermálnej energie. Minerálne vody s liečivými účinkami sa využívajú v Sobranceckých kúpeľoch.⁵⁵

Národnými kultúrnymi pamiatkami sú hrad Krásna Hôrka, kaštieľ s areálom parku v Betliari v okrese Rožňava, Kláštor premonštrátov v Jasove v okrese Košice okolie a ďalšie. Centrum časti Staré Mesto Košice je vyhlásené za mestskú pamiatkovú rezerváciu. Turisticky atraktívne stavby sú Dóm sv. Alžbety, Kaplnka sv. Michala, Urbanova veža a ďalšie nehnuteľné a hnutel'né kultúrno-historické a sakrálne pamiatky. Dôležitou výnimočnosťou regiónu sú tri kultúrno-historické cesty: Gotická, Železná a Vinná cesta.⁵⁶

6.2 Realizačné predpoklady rozvoja v Košickom regióne

Košice sú najvýchodnejšou metropolou Slovenska, druhým najväčším mestom Slovenska s 245 000 obyvateľmi, domovom pre tri univerzity a medzinárodné letisko Košice, napojené denne na Prahu, Viedeň a Bratislavu. Leží len 3 hodiny jazdy autom od Budapešti a od Krakova 5 hodín od hlavného mesta Bratislava. Košice sú mestom s najväčšou mestskou pamiatkovou rezerváciou na Slovensku, ktorej príbehy môžete spoznať na púťavých prehliadkach so sprievodcom. Majú najdlhšiu promenádu na Slovensku s nekonečným radom štýlových kaviarní a reštaurácií, ktorej majestátne kraľuje najvýchodnejšia gotická katedrála v Európe Dóm sv. Alžbety.

Košický kraj má dostatočný počet ubytovacích zariadení od najluxusnejších až po penzióny, aby mohli uspokojiť požiadavky od náročnejších hostí. Keď porovnáme výstavbu a vznik ubytovacích zariadení tak od roku 2006 sa zvýšil počet o 20 %.

⁵⁵ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Poloha, rozloha, geografické podmienky*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=714>.

⁵⁶ KOLCUN, M. a M. BON. *Potulky mestom Košice*. 1. vyd. Bratislava: Agentúra K, 2003. s. 65. ISBN 80-89054-12-9.

Tabuľka 1: Počet ubytovacích zariadení v Košickom kraji

	Počet ubytovacích zariadení						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Košický kraj	281	357	379	356	351	346	357

Zdroj: ⁵⁷

I napriek zvýšeniu ubytovacích zariadení sa nám javí, že v roku 2006 navštívilo ubytovacie zariadenie viac návštevníkov ako v roku 2012.

Tabuľka 2: Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Košickom kraji

	Počet návštevníkov v ubyt. zariadeniach						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Košický kraj	305 970	321 774	356 946	291 115	281 205	289 435	283 180

Zdroj: ⁵⁸

Rovnaké porovnanie vychádza pri počte prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach, kde v roku 2006 bolo v Košickom kraji 698 704 a o šesť rokov neskôr 596 457 prenocovaní.

Tabuľka 3: Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach

	Počet prenocovaní návštevníkov v ubyt. zariadeniach						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Košický kraj	689 704	726 891	825 024	662 006	618 308	620 403	596 457

Zdroj: ⁵⁹

V roku 2012 bolo zaznamenaných v Košickom kraji 596 457 prenocovaní, čo je o 23 496 menej. Údaje o roku 2013 neboli zatiaľ dostupné pre spracovanie.

⁵⁷ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet ubytovacích zariadení* .[online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>.

⁵⁸ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach* .[online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>.

⁵⁹ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach* .[online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>.

6.3 Selektívne predpoklady v Košickom regióne

Územie celého Košického kraja predstavuje zvýšenú pôrodnosť od roku 2003. Východoslovenský región patrí medzi migračne turbulentné regióny, kde sa väčšie percento obyvateľov vysťahuje, ako prísťahuje. Počet obyvateľov v celom Košickom kraji sa miernym tempom zvyšuje z roka na rok, kde pri porovnaní s rokom 2006 je to nárast o 20 939 obyvateľov.

Tabuľka 4: Počet obyvateľov v Košickom kraji

Počet obyvateľov ku koncu obdobia (31.12.) v Košickom kraji							
Košický kraj	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Spolu	773 086	774 103	775 509	778 120	780 000	792 991	794 025

Zdroj:⁶⁰

Národnostná štruktúra regiónu je vcelku ustálená, kde najvyššie percento predstavuje slovenská národnosť. Blízkosť maďarskej hranice vykazuje maďarská menšina nasledujúc za rómskou menšinou, ku ktorej sa prihlásilo 37 949 obyvateľov. Približne rovnaké zastúpenie má česká a rusínska menšina.

Tabuľka 5: Národnostná štruktúra v Košickom kraji

Obyvateľstvo podľa národnosti k 31.12 v Košickom kraji							
Košický kraj	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
slovenská	627 229	626 896	626 837	628 012	628 528	580 604	580 545
maďarská	84 925	84 886	84 951	84 986	84 954	74 715	74 603
rómska	35 748	36 785	37 894	38 859	39 876	37 041	37 949
česká, moravská, sliezka	5 226	5 250	5 322	5 425	5 513	3 488	3 536
rusínska	2 001	2 004	2 003	2 008	2 012	3 071	3 066
ukrajinská	2 268	2 336	2 382	2 421	2 460	1 667	1 709
nemecká	1 623	1 640	1 660	1 677	1 686	1 184	1 186
poľská	326	345	363	410	460	350	380
ruská	299	305	308	312	317	280	287
iná a neudaná	13 441	13 656	13 789	14 010	14 194	90 591	90 764

Zdroj:⁶¹

⁶⁰ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet obyvateľov v Košickom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>.

Tabuľka 6: Miera evidovanej nezamestnanosti v Košiciach

Miera evidovanej nezamestnanosti v Košiciach								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Okres Košice I	7,8	5,85	6,01	8,09	8,07	9,83	11,27	11,47
Okres Košice II	9,07	7,43	7,56	9,87	9,27	10,79	10,97	10,35
Okres Košice III	8,38	6,66	6	9,22	8,59	10,09	10,17	10,34
Okres Košice IV	7,05	5,54	5,89	7,82	7,82	9,38	9,58	10,28
Košice-okolie	19,39	16,52	17,37	21,71	21,27	22,86	24,6	19,49

Zdroj:⁶²

Nezamestnanosť v Košickom kraji je vysoká, kde miera bola vyjadrená 17 %. Konkrétne v Košiciach sa pohybuje nezamestnanosť v rozmedzí od 10-11 %. Okrem okresu Košíc, ktorý vykazuje zvýšenú mieru 19%. Nezamestnanosť v kraji sa najviac týka okresu Rožňava, kde je mnoho obyvateľov bez vzdelania, ukončenej strednej školy a s obmedzenými príležitosťami zamestnať sa v okrese. Priemerná nominálna mesačná mzda Košického kraja dosiahla v roku 2012 878,- EUR, čo je zvýšenie oproti roku 2011 o jedno percento. Košický kraj je svojimi bohatými nerastnými surovinami zaradený do významnej priemyselnej zóny Slovenska. V oblasti je zastúpený hutnícky, strojársky, elektrotechnický, chemický, drevospracujúci a potravinársky priemysel. Poľnohospodárstva zohráva dôležitú úlohu vo Východoslovenskej nížine, kde sú vhodné podmienky na pestovanie obilnín a olejní. ⁶³

Hlavnou úlohou projektu je oživenie už existujúcich tradícií a podujatí, ktoré budú predstavené opisnou formou. Terra Incognita alebo krajina nespoznaná nie je projekt, ktorý je plánovaný iba na jednu sezónu. Dlhodobé plánovanie je výsledkom Košického samosprávneho kraja. Projekt prepája tradície kultúrneho charakteru celého regiónu s Európou cez tematické výlety a podujatia. ⁶⁴ Významné cesty v histórii sa stávajú novoobjavené a ponúkané ako výlet mimo mesta Košice. Cez Gotickú cestu sa návštevník dostane ku kultúrno-prírodným pamiatkami UNESCO, kde môže obdivovať Spišský hraj, Levoču, jaskyne, národný park Slovenský raj. Pre záujemcov o vinárstvo

⁶¹ SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Národnostná štruktúra v Košickom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>.

⁶² SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Miera evidovanej nezamestnanosti v Košiciach*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>.

⁶³ SLOVAK INVESTMENT AND TRADE DEVELOPMENT AGENCY. *Košický kraj*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/regiony/kosice/kosicky_kraj.pdf.

⁶⁴ BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 34. ISBN: 978-80-971159-4-4.

sa môžu turisti vybrať po stopách Vinárskej cesty. Ideálne prírodné podmienky sú pre pestovanie viniča. Špecializáciou je pestovanie sladkého viniča vo veľmi obľúbenej Tokajskej oblasti. Pre zachovanie tradícií baníctva a hutníctva sa môžu turisti rozhodnúť pre Železnú cestu.⁶⁵

Dni nového tanca sú zrkadlom nových trendov tanca a predstavenia toho najlepšieho nielen zo Slovenska, ale hlavne nových vplyvov zo zahraničia. Festival prinesie do Košíc významných choreografov a tanečníkov, s ktorými bude česť spolupracovať. Medzinárodný jazzový festival v Košiciach je zapísaný v kultúre ako najstarší festival na východnom Slovensku. Biela noc alebo Nuit Blanche je medzinárodný projekt, ktorý sa koná deň pred medzinárodným maratónom mieru. Mesto využíva, že v meste sa situuje veľa zahraničných športovcov, ktorí majú jedinečnú šancu pozrieť si hru svetiel. Ulice sa menia do svetelných efektov a robia z priestoru interaktívne divadlo. Hudba je súčasťou príjemnej atmosféry. Pôvod projektu je vo francúzskej hlavnej metropole a od roku 2002 sa rozšíril do veľkomiest. V roku 2013 sa konal už tretí ročník.⁶⁶

Jakubiskove dni je špecifický festival filmografie známeho rodáka z Košického kraja Juraja Jakubiska. Festival sa koná nielen v Košiciach, ale aj v mestách Pentapolitany. Súčasťou projektu je mnoho sprievodných podujatí, ktoré obohacujú besedu s režisérom, umeleckými školami a širokou verejnosťou.⁶⁷

Kasárne/Kulturpark sú jedným z kľúčových projektov projektu Košice Interface. Cieľom je premena pôvodných vojenských kasární na kreatívnu štvrť. Budovy pochádzajú z 19. Storočia a sú situované v blízkosti centrálnej časti mesta. Hlavným architektom objektu sa stal Irakli Eristavi, ktorý je pôvodom z Gruzínska, avšak od malička žije v Prešove. V priestoroch vznikli obrovské priestory na výstavy, koncerty, kultúrne vystúpenia. Otvorenie dominanty Košíc sa naplánoval na začiatok augusta 2013, kde sa stihol pripraviť projekt Leto v Parku. V troch poschodiach hlavnej budovy vyrástol Steel Park, nazývaná aj Kreatívna fabrika. V spolupráci s veľkou oceliarskou

⁶⁵ SLOVAK INVESTMENT AND TRADE DEVELOPMENT AGENCY. Košický kraj. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/regiony/kosice/kosicky_kraj.pdf
http://www.arr.sk/file/projekty_file97.pdf.

⁶⁶ BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 137. ISBN: 978-80-971159-4-4.

⁶⁷ BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 59. ISBN: 978-80-971159-4-4.

firmou, univerzitami budú predstavené vzdelávacie workshopy, miniatúry spracovania železnej rudy a najnovšie technológie, aby aj deti a mládež získavali odborné informácie hravou formou.

Sídliskový komunitný projekt SPOTS vznikol z nápadu premeniť budovy zastavanej a nevyužívanej infraštruktúry. V meste existovalo množstvo budov, ktoré neboli využívané. Spojenie sociálneho a kreatívneho sveta prispieva k obohateniu kultúrneho života v jednotlivých častiach mesta. Hlavne sa využili staré vymenníkové stanice tepla, ktoré aktívnym pričinením mesta, obyvateľov dali život starším budovám. Budova krytej plavárne bola v minulosti ohrozovaná statikou, kedy rieka Hornád zmenila smer. Dnes nesie hrdo meno Kunsthalle. Budova bola postavená v prelome rokov 1950 a 1960. Cieľom rekonštrukcie bolo nielen zachovať budovu, ale priniesť aj nový rozmer, ktorý by bol venovaný umeleckej sfére. Keďže v minulosti bol priestor zaplnený vodou a využívaný rekreačne, aj ďalšie nasmerovanie predstavuje spojenie zvuku, svetla, tieňov a hlavne vody. Dokončená budova sa otvorila širokej verejnosti v júli 2013.⁶⁸

Košice A.I.R (Košice artist in residence) je medzinárodný projekt, ktorého hlavný cieľ je pozývať umelcov zo susedných krajín, ale aj partnerských krajín. Z prihlásených umelcov sa vyberie len pár, ktorí dostanú obrovskú šancu predstaviť svoje umenie v otvorenom verejnom priestore mesta. Do projektu sa zapísalo vyše 400 umelcov z celého sveta. Pretože je to príležitosť umelca dať o sebe vedieť a spropagovať seba cez kultúrne mesto. Krátkou prechádzkou od Dómu sv. Alžbety je celoročne otvorený projekt Uličky remesiel. Nachádza sa tu kováčska dielňa, stolár, bylinkárka, pekáreň s domácimi špecialitami. Počas sviatkov oživa svojou neopakovateľnou atmosférou. Najväčšiu obľubu si získali deti, pre ktorých je to akoby sa dostali do sveta rozprávok.

⁶⁸ BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Viena, 2013. s. 164. ISBN: 978-80-971159-4-4.

Obrázok 9: Investičné projekty kandidatúry

Investičné projekty kandidatúry	
Mesto	23,1 mil. EUR
*Kasárne/ Kulturpark	3,5 mil. EUR
*SPOTs	1,6 mil. EUR
Ulička remesiel I (mesto)	0,8 mil. EUR
Plaváreň Kunsthalle	4,7 mil. EUR
Dom autentickej kultúry	1,2 mil. EUR
Parky (Mestský, Modrý, Moyzesova, Za Sladovníou)	5,0 mil. EUR
Rekonštrukcia Dómu sv. Alžbety	3,8 mil. EUR
Oprava ďalších kultúrnych pamiatok	2,5 mil. EUR
Košický samosprávny kraj	19,5 mil. EUR
Ostrov Kultúry - Mediatéka	8,5 mil. EUR
Ostrov Kultúry - dostavba VSL Múzeum	7,3 mil. EUR
Terra Incognita	1,6 mil. EUR
Turistický informačný systém	1,3 mil. EUR
Ulička remesiel II (KSK)	0,8 mil. EUR
Projekty súkromných subjektov	4,0 mil. EUR
Baňa Bankov	4,0 mil. EUR
Spolu	46,6 mil. EUR

Kľúčové projekty kandidatúry, bez ktorých nebude možné realizovať projekt a pre ktoré si mesto vytváľa finančnú rezervu vo výške 4,5 mil. B

Zdroj: Interný materiál mesta Košice

Tabuľka popisuje finančný plán investícií na jednotlivé projekty v Košiciach a jeho okolí. Nezisková organizácia si rozdelila investície podľa dôležitosti, kde najviac finančných prostriedkov prislúchajú Kulturparku, do ktorého investovalo hlavne mesto. Do projektov investovalo okrem mesta Košice aj Košický samosprávny kraj s čiastkou 19,5 milión EUR. Podpora cestovného ruchu si vyžaduje investície aj zo súkromného sektora.

6.4 Lokalizačne predpoklady v Marseille

Región Provence je najpopulárnejšie miesto pre turistov a dovolenkárov, ktoré má všetko. Zatiaľ čo niektoré regióny majú len more, iné majú krásnu prírodu alebo kultúrne dedičstvo. Provence je región, ktorý má všetky tri. Provensálsko alebo Provence je historické územie v juhovýchodnom Francúzsku. Pôvodne bolo osídlené Ligurmi. Pobrežie od 6. storočia pred Kristom kolonizovali grécki Ióni s centrom

v Massalii (Marseille). Od 4. storočia pred Kristom sa tu usádzajú Kelti, v 2. storočí pred Kristom ovládli časť Provensálska Rimania. Tu založili tu prvú zaalpskú provinciu - Provincia Romana, ku ktorej bolo pripojené územie Massalie. Začiatkom 6. storočia územie Provensálska ovládli Ostrogóti a v roku 537 Frankovia. V 8. storočí až 10. storočí boli časté vpády Arabov. Od roku 879 do 928 bolo Provensálsko nezávislé a v 928 splynulo s Burgundským kráľovstvom.⁶⁹

Región Provence - Riviéra má nielen pláže, kde ľudí vidieť aj v zimnom období, ale aj vysoké alpské vrcholy. Kontinentálne Francúzsko má len šesť národných parkov, kde tri z nich sú v oblasti Provensálska. Oblasť má aj štyri regionálne prírodné parky a prírodné chránené rezervácie, o ktoré je veľmi vysoký záujem. Oblasť miestneho vidieku je označená ako oblasť ochrany životného prostredia v rámci programu Európskej sústavy Natura 2000. Región má tiež tri zo siedmich UNESCO biosférických rezervácií vo Francúzsku. Región Provence, v juho-východnej oblasti kontinentálneho Francúzska, predstavuje zvláštne čaro pre cestovateľov z celého sveta. Nie sú to len levanduľové polia, ale aj olivové stromy, skalnaté pobrežia. Pozdĺž talianskych hraníc sa nachádza Národný park Mercantour. Vznikol v roku 1979 a ročne ho navštívi vyše 800 000 turistov. Park je veľmi obľúbený u turistov. Rovnako ako väčšina takýchto oblastí má skoro 700 kilometrovú sieť turistických chodníkov. Je bohatá na množstvo živočíchov a rastlín, ktoré su typické pre tento park. Ako napríklad svište, kamzíky, divoké kozy a na oblohe orly a supy, ktoré sa tu udomácnili z Egypta. Národný park des Ecrins je čiastočne v Provence, čiastočne v regióne Rhône-alpes na severe. Oblasť je tiež populárna u horolezcov, vďaka vyšším štítom. Národný park Port Cros zahŕňa malé plochy na pevnine, a pár ostrovov neďaleko pobrežia. Leží neďaleko Saint Tropez, kde masívy pohoria Esterel zostupujú do mora. Camargue je jedným z regionálnych prírodných parkov, ktorý je špecifický pre mokradie v Európe. Nachádza sa v delte rieky Rhone, je na migračnej trase pre státisíce vtákov každý rok, a preto je to veľmi populárne miesto pre ornitológov. Viac ako 400 druhov je možné vidieť v regióne Camargue, a najpopulárnejšie z nich sú nepochybne plameniáci. Táto oblasť je tiež slávna pre biele kone Camaguais a čierne býky. Približne tretina z oblastí pokrývajú mokradia a jazerá. Ostatné časti sú používané pre poľnohospodárstvo vrátane

⁶⁹ VISITPROVENCE. Cultural agenda. [online]. © 2009-2012. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.visitprovence.com/enhttp://sk.wikipedia.org/wiki/Provensalsko>

pestovania ryže. Camarguais je jedna zo siedmich biosférických rezervácií UNESCO vo Francúzsku. Oblasť Luberonu tvoria suché pahorkatiny nachádzajúce sa približne šesťdesiat kilometrov východne od údolia rieky Rhone. Zahŕňa tradičné provensálsky vidiek, polia a sady, rovnako ako malebné dedinky. Luberon je tiež biosférická rezervácia UNESCO. Masív Luberon má maximálnu nadmorskú výšku 1256 m.n.m a rozlohu 600 km². Skladá sa z troch horských pásiem. Malý Luberon, Veľký Luberon a orientálny Luberon, ležiaci uprostred Provensálska na juhu Francúzska. Je obľúbenou destináciou pre francúzsku smotánku hlavne pre britských a amerických návštevníkov kvôli príjemnej atmosfére malebných miest a obcí. Vidiecky turizmus je v tejto oblasti obohatený o kultúrno-historické pamiatky a vinice. Gorges de Verdon je oblasť strmých údolí, roklín a neskrotnej rieky. Kaňon Verdon je najväčší kaňon v Európe, ktorý sa u miestnych nazýva aj Grand Canyon. Strmé bralá, rieky sú populárne pre extrémne športy ako rafting, jazda na kajaku a kanoe.⁷⁰ Provence ponúka pozoruhodné kultúrne dedičstvo, a zostáva jedným z najlepších rímskych zbierok v Európe. Berúc do úvahy modernú architektúru v oblasti sa môže región pochváliť celým radom rímskych pamiatok ako rímske arény (Nimes, Arles), amfiteátre (Orange, Arles), Parížske víťazné oblúky, chrámy (Glanum, St Rémy, a Orange), akvadukty (Pont du Gard a Barbegal) a ďalších pamiatok, ako je La Trophée des Alpes La Turbie alebo vily ako v Vaison. Múzea staroveku v meste Vaison, Arles, Marseille. Provensálsko bol strategický a dôležitý región, kde história zanechala svoje stopy. Medzi najzaujímavejšie stredoveké pamiatky sú kostol Saint Trophime, v Arles z 12.storočia, kde sú najjemnejšie zdobené románske pamiatky v južnom Francúzsku. Neďaleko Arles kostol a kláštor v Saint Paul de Mausolle, kde pôsobil aj významný maliar van Gogh. Za povšimnutie stojí aj antická pamiatka s mauzóleom v Saint-Rémy. Najstarší kostol v Marseille je Saint Victor, pochádza z 12. storočia. Najnavštevovanejší stredoveký pamätník v Provence je Palác pápežov v meste Avignon, kedysi sídlom pápežstva v čase, kedy Rím bol príliš nebezpečné miesto. Provensálsko je vo Francúzsku najobľúbenejší turistický región.

.

⁷⁰ BEYOND. *Verdon*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.beyond.fr/sites/verdon.html>.

Obrázok 10: Politické rozdelenie Francúzska



Zdroj:⁷¹

Mesto Marseille sa s 2600 rokmi existencie radí medzi najstaršie mestá Francúzska. Za jeho vznikom treba vidieť aj gréckych moreplavcov a obchodníkov. Gréci rozvíjali obchod prakticky v celom Stredozemí a keď prišli na územie súčasného mesta Marseille, zistili, že sa okolie podobá na lokality, z ktorých prišli. Miesto bolo chránené okolitými kopcami, Grékom sa lokalita zapáčila a ostali tam. Gréckeho vodcu Protisa si podľa tradície vyvolila Gyptis, dcéra miestneho panovníka Segobrigesov, za manžela. Tento prvý sobáš symbolizoval spojenie budúceho mesta Marseille so Stredozemím, teda prijatie cudzinca prichádzajúceho z mora. Základy mesta začali miestni obyvatelia klásť 600 rokov pred Kristom.⁷²

⁷¹ MAPSWORLD. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://emapsworld.com/france-political-map.html>.

⁷² CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. The world factbook. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ax.html>.

Obrázok 11: Erb a vlajka Marseille



Zdroj⁷³

Väčšia časť z Provensálska bola začlenená do Francúzska v roku 1486. Z historického hľadiska je Provensálsko staršie ako Francúzsko a bolo centrom kultúry, učenia a obchodu dlho pred Parížom. V severnom Francúzsku získal Marseille obrovské meno.

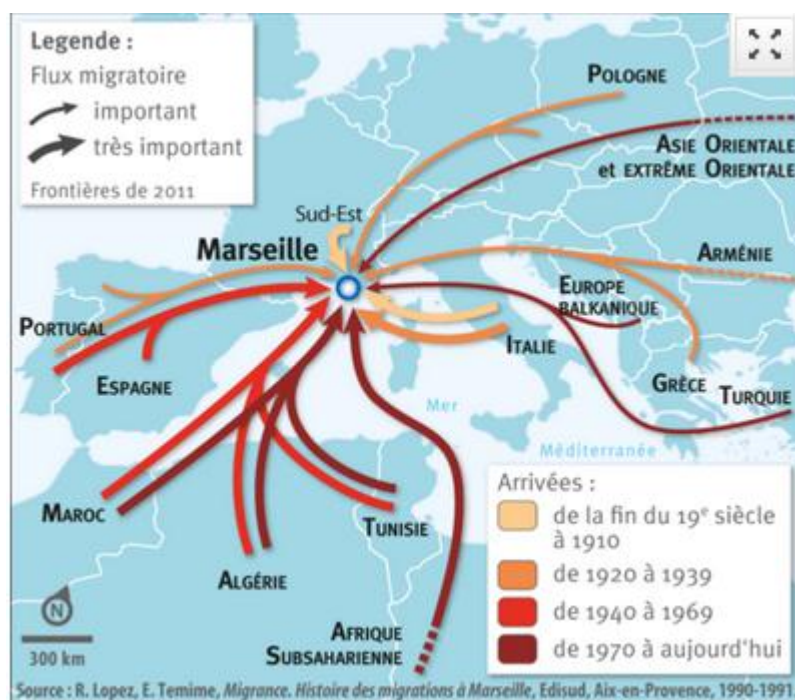
6.5 Selektívne predpoklady v Marseille

Z administratívneho hľadiska, dnešné Provence je súčasťou regiónu Provence-Alpes-Côte d'Azur, často označované ako PACA, jeden z 21 regiónov Francúzska, siahajúce od talianskych hraníc po riekou Rhone. So 4,7 milióna obyvateľov, je tretím najdôležitejším regiónom vo Francúzsku a jeden z top dvadsať regiónov Európskej únie. Krajské mesto, Marseille, je druhé najväčšie s vyše 800 000 obyvateľov a najdôležitejší prístav vo Francúzsku. V celom regióne žije vyše 1,6 milióna obyvateľov a Marseille je druhé najväčšie mestské oblasti vo Francúzsku. Región patrí medzi hlavné ekonomické centrá Stredozemného mora a je obzvlášť dôležitý v sektore telekomunikácií (najväčšie telekomunikačné stredisko v južnej Európe), mikroelektroniky, ropy a chemikálií a samozrejme cestovného ruchu. Počet obyvateľov je koncentrovaný prevažne na pobrežnom páse a v údolí Rhône. Z týchto, do kopcov a hôr vysoké Provence,

⁷³ WIKIMEDIA. Blason-Marseille. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/01/Blason-Marseille.png>.

neexistujú žiadne veľké mestá a dokonca mestečká sú vzdialené ďaleko od seba. Najväčšie mestá v tomto regióne sú Marseille, Nice, Toulon a Avignon.

Obrázok 12: Imigrácia do Marseille



Zdroj: ⁷⁴

Zahraniční návštevníci, ktorí sa naučili francúzsky v škole môžu nájsť provensálsky jazyk ťažké pochopiť. Veľa ľudí tu hovorí francúzsky so silne regionálnym prízvukom. Provensálsky jazyk pripomína katalánsky a španielsky jazyk. Vo východnej časti regiónu, Nice a talianskych hraníc, miestne nárečia a kultúra sú oveľa bližšie do Talianska.⁷⁵

6.6 Realizačné predpoklady v Marseille

Železničná doprava je preferovaná varianta dopravy v Marseille. Zároveň cez mesto prechádza kvalitná železničná doprava TGV. Vlakom z Marseille do Paríža

⁷⁴ LELIVRESCOLAIRE. Marseille, terre d'immigration au xxesiècle.[online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

http://lelivrescolaire.fr/4258/2_Marseille_terre_d_immigration_au_XXe_siecle.html#Document=17063.

⁷⁵ GITELINK..Provence heritage. [online]. © 2012. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://gitelink.com/provence/provence-heritage.htm>.

sa dá urobiť za necelé 3 hodiny. Marseille má jedno letisko (Marseille Provence letisko), ktoré má dva terminály, tradične jeden pre väčšie letecké spoločnosti a pre nízkonákladové letecké spoločnosti. Lodná doprava je využívaná pre nákladnú dopravu, ale čoraz viac populárnejšie sú výletné lode. Je tu aj pravidelná trajektová doprava do Chateau d'If a Iles de Frioul. Množstvo prevádzkovateľov robí návštevy loďou do okolitých prístavných miest. Marseille sa pripojil do spoločného systému verejnej dopravy zahŕňajúce električky, metra a autobusov s jednotným systémom predaja cestovných lístkov. Marseille City Pass umožňuje dopravu bezplatne a taktiež mnoho zliav a voľných vstupov do 14 múzeí, galérií, expozícií. Sú vydávané s platnosťou na 1 a 2 dni a dajú sa kúpiť v turistickej informačnej kancelárii. Cestovanie autom po meste je veľmi náročné pre mnoho jednosmerných ciest, ale hlavne veľmi úzkych. Mesto Marseille má dve linky metra, tri linky električiek, 88 autobusových liniek a takmer 10 000 parkovacích miest v 15 parkovacích domoch. Marseille poskytuje ubytovacie zariadenia od najnižšej úrovne až po luxusné hotely. Všetky významné hotelové siete sú zastúpené vo francúzskej metropole. Mesto je známe aj gastronómiou, najmä známou rybacou polievkou bouillabaisse, ako i miestnym nápojom pastis.

Tabuľka 7: Ubytovacie služby kapacity Marseille

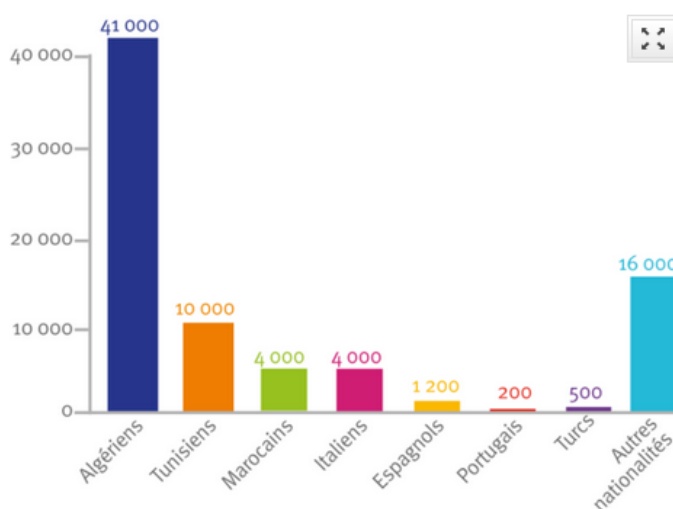
Typ hotela	Počet hotelov
Apartmán	50
Penzión	16
Hostel	2
Hotel	79
Rezidencia	6
B&B (nocľah s raňajkami)	17
Spolu	170

Zdroj ⁷⁶

⁷⁶ HOTZEBRA. Hotelové reťazce v meste Marseille. [online]. © 2012 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.hotzebra.sk/hotely/marseille/statistiky>.

Program Európskeho hlavného mesta je rozdelený do troch častí . Víťanie sveta predstavuje program, ktorý sa odohráva od januára do mája. Návštevníci si môžu vychutnať à la carte rôznorodých služieb v kombinácii s turistickými atrakciami. Aby sa podujatie vrylo do pamäte všetkými zmyslami, je potrebné spojiť oblasť slnka , mora ,kuchyne, hudby a umenia. Všetky uvedené predpoklady sú dostupné v tejto destinácii. Druhý program pod názvom Marseille Provence ako otvorená obloha prebieha po celé leto a zameria sa na vzťah s prírodou , pešiu turistiku a prechádzky v okolí. Vonkajšie, nočné predstavenia a koncerty sa konajú prvý krát na špecifických miestach, kde by ich miestny občan vôbec neočakával. Posledná časť programovej štruktúry je Krajina tisíc tvárí, ktorá upozorňuje na umenie a jednotnosť vo verejných priestoroch, literatúry. Svoje uplatnenie získajú nielen deti a mladí ľudia, ale aj seniori, celkovo ľudia s rôznymi národnosťami. Program veľmi decentne poukazuje na fakt, že mesto Marseille a jeho okolie je plné imigrantov a rozdiely sa nerobia.

Obrázok 13: Migrácia obyvateľstva do Provensálskeho regiónu



Zdroj⁷⁷

Z grafu možno vyčítať, že najviac migrujúcich obyvateľov je z Alžírsku, Tuniska, Maroka. Tento trend zodpovedá blízkosti afrického kontinentu, kde mnoho ľudí cestuje za prácou, lepším životom. Snahou francúzskej vlády je popasovať sa

⁷⁷ LELIVRESCOLAIRE. Marseille, terre d'immigration au xxesiécle.[online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://lelivrescolaire.fr/4258/2_Marseille_terre_d_immigration_au_XXe_siecle.html#Document=19809.

s problematikou čo najzodpovednejšie nielen ku obyvateľstvu a harmonickému nažívaniu v jednej spoločnosti.

Medzi najvýznamnejšie investičné projekty v Marseille patrí Múzeum civilizácii Európy a Stredozemia, kde architekt Rudy Riciotti vytvoril unikátne dielo pri prístave mesta. Budova predstavuje pevnosť, ktorá je však otvorená pre všetkých. Architekt použil inovatívnu formu betónu, kde jednotlivé panely sú deravé a v spojení so sklom vytvárajú jedinečné umelecké diela. V priestoroch sa konajú významné výstavy rôznych maliarov, ktorí našli inšpiráciu v regióne ako van Gogh i Picasso. Levanduľové polia sú krásnym obrazom celého územia regiónu. Villa Méditerranée prechádza ponad a popod more, kde sa nachádza obrovský amfiteáter pre 400 návštevníkova. V meste Marseille pribudlo nové konferenčné centrum s najmodernejšou projekciou. Zaujímavým projektom v letných mesiacoch je sezónny presun zvierat ulicami mesta. Myšlienka evokuje v ľuďoch potrebu zastaviť sa a uvedomiť si, že zvieratá ako súčasť prírody sú obmedzené zdroje, ktoré si treba vážiť a objaviť čaro vidieka. So spomínanou migráciou súvisí aj vznik medzinárodného filmového arabského festivalu. V súčasnosti je Marseille v prvom rade obchodné mesto, množstvo tovaru sa dostáva do a z krajiny cez prístav, je to mesto dizajnu a módy. Marseille je historické mesto s tradíciami, ktoré je otvorené každej zmene.

7 POPIS PRIESKUMU

7.1 Cieľ prieskumu a hypotézy

Cieľom praktickej časti je zhodnotiť prínos projektu Európske hlavné mesto kultúry v metropolách Košíc a Marseille. Zámerom bolo zistiť názor turistov, obyvateľov Košíc a Marseille na rozvoj kultúry v destináciách. Skúmanou otázkou je aj zistiť návrhy na zachovanie a konštantný rozvoj kultúrneho cestovného ruchu po ukončení roku 2013. Cez čiastkové ciele uvedené v hypotézach sa pokúsim zistiť spokojnosť s podujatiami a mojou úlohou bude navrhnúť inovatívne riešenia vyplývajúce zo skúseností oboch miest.

Hypotéza č. 1: Predpokladáme, že spokojnosť s otváracím ceremoniálom v Marseille a v Košiciach prevýšila hranicu 75 percent.

Hypotéza č. 2: Predpokladáme, že väčšina obyvateľov a návštevníkov Košíc a Marseille plne využíva mestské karty s výhodnými zľavami.

Hypotéza č. 3: Predpokladáme, že medzi najobľúbenejšie a najnavštevovanejšie architektonické inovácie v Košiciach patria staré Kasárne – Kulturpark, ktorý má predpoklad na zachovávanie a rozvoj kultúry aj po skončení oficiálneho vládnutia Košíc v oblasti kultúry.

7.2 Použitá metodológia

Pri štúdiu zahraničnej, domácej literatúry a dokumentov bola použitá metóda analýzy. Získané čiastkové výsledky a pozorovania boli spracované syntézou. Komparácia bola aplikovaná do niektorých porovnateľných faktorov miest Košíc a Marseille. Pre zistenie názorov, podnetov a spokojnosti s projektom Európske hlavné mesto kultúry som zvolila dotazníkovú metódu, ktorá sa javí ako objektívna metóda prístupu k názorom, ktoré majú obyvatelia miest a turisti destinácií. Zmyslom dotazníkov bolo zistiť vplyv významného projektu na obyvateľov miest Košíc a Marseille a turistov. Prvá časť dotazníkovej formy je venovaná informačným

otázkam, ďalšia časť je smerovaná na otázky týkajúce sa vhodných podmienok ďalšieho rozvoja regiónu. Záverečná časť dávala priestor každému respondentovi vyjadriť svoj názor, dojmy, návrhy na zlepšenia v meste alebo regióne. Dotazník bol vyhotovený v slovenskom jazyku a kratšia forma dotazníku v anglickom jazyku.

7.3 Popis vybranej vzorky

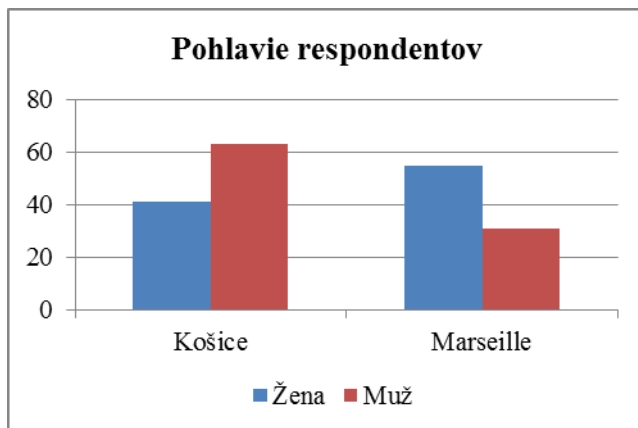
Z celkového počtu 150 dotazníkov sa vrátilo 104 dotazníkov v Košiciach. Dotazníky boli distribuované priamo návštevníkom niektorých vybraných podujatí, taktiež za spolupráce mestského informačného centra v Košiciach. Do Marseille boli dotazníky zaslané elektronickou formou, kde v spolupráci so študijným oddelením Aix Marseille Univerzity a Francúzskym inštitútom na Slovensku bola návratnosť dotazníkov s počtom 86 dotazníkov. Do dotazníkového prieskumu sa zapojili väčšinou študenti a mladí ľudia, ktorí priamo žijú v regiónoch Európskeho hlavného mesta kultúry, ale aj prichádzajúcich turistov. Prekvapením sa javí informovanosť francúzskych respondentov o slovenskej kultúrnej metropole.

7.4 Časový harmonogram

Príprava dotazníkov prebiehala v októbri a jej nasledovná distribúcia bola realizovaná v novembri a decembri 2013. Dosiahnutie návratnosti dotazníkov sa javila horšia vo Francúzku. Keďže projekt Európske hlavné mesto kultúry oficiálne trvá jeden celý kalendárny rok bolo potrebné dotazníkový prieskum realizovať až na konci roka, aby sa mohli obyvatelia a turisti objektívne vyjadrovať ku všetkým zrealizovaným kultúrnym podujatiam. Začiatok januára bola naplánovaná analýza a rozbor dotazníkov. Niektoré štatistické údaje o návštevnosti podujatí, finančných ziskov, naplnenia plánovaných programov nebola dostupná, keďže štatistické úrady sú vo fáze spracovania. Monitorovací a kontrolný orgán projektu Európske hlavné mesto kultúry do termínu odovzdania diplomovej práce nemal vypracované reporty za rok 2013.

7.5 Analýza výsledkov prieskumu

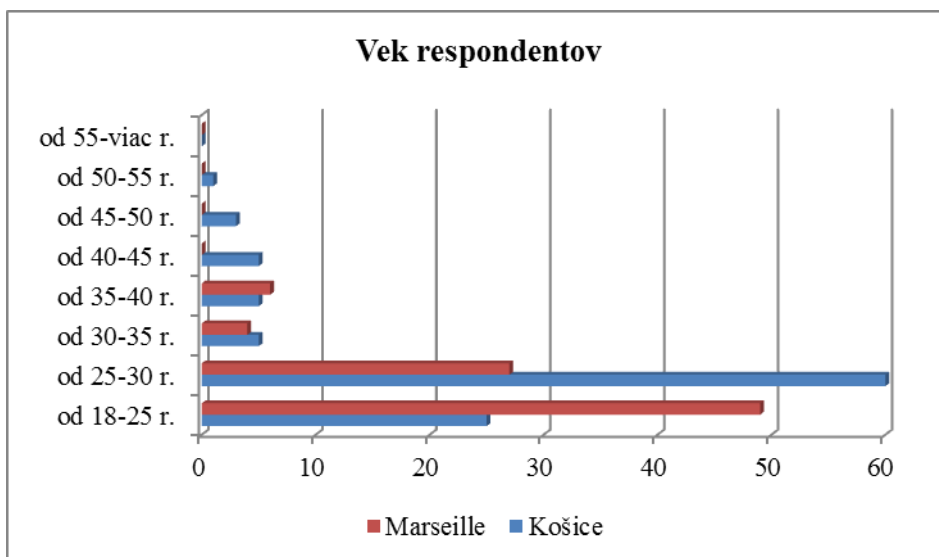
Graf 1 : Pohlavie respondentov



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Z výsledkov je zrejmé, že v Košiciach vyplnilo dotazníkov viac mužov ako žien. V kultúrnej metropole Francúzska bola opačná situácia, kde až 63 % tvorili ženy pred mužmi.

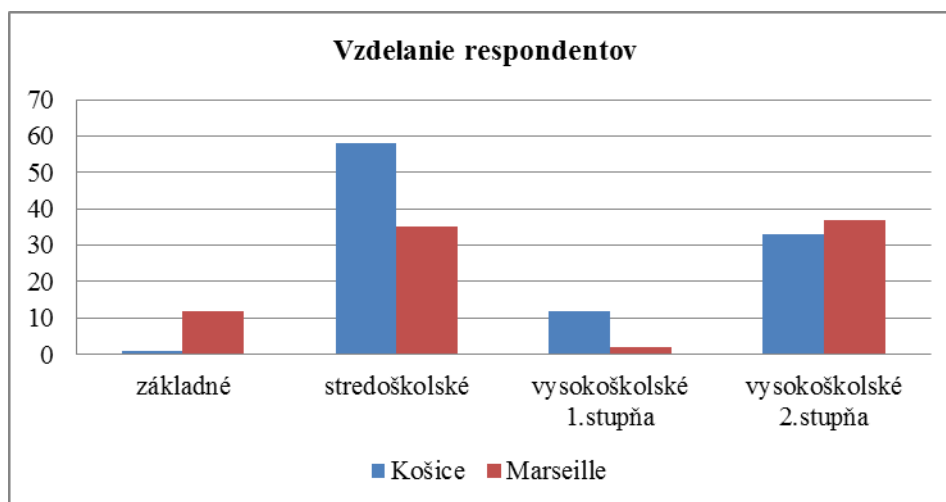
Graf 2: Vek respondentov



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Do dotazníkového prieskumu sa zapojili skoro všetky vekové kategórie, kde v Košiciach najviac respondentov bolo z kategórie v rozmedzí od 25 do 30 rokov nasledujúc za vekovou kategóriou od 18 do 25 rokov. V Marseille bola oslovená kategória najviac vo veku od 25 do 30 rokov. Ďalšiu väčšiu časť vzorky v Marseille tvoria mladí ľudia od 18 do 25 rokov.

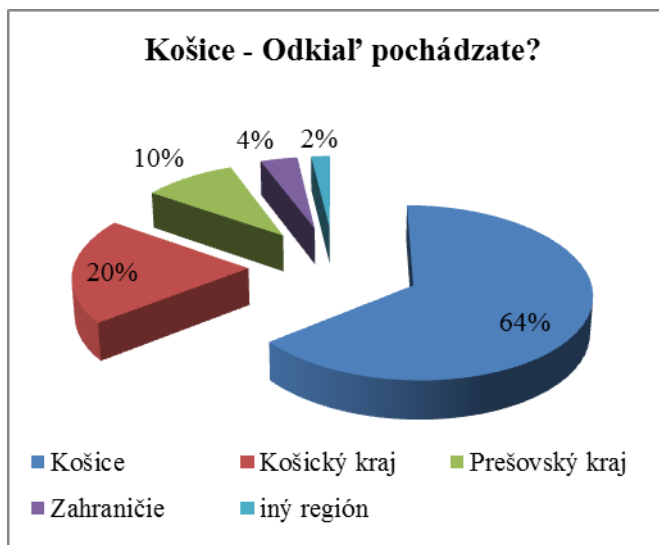
Graf 3: Vzdelanie respondentov



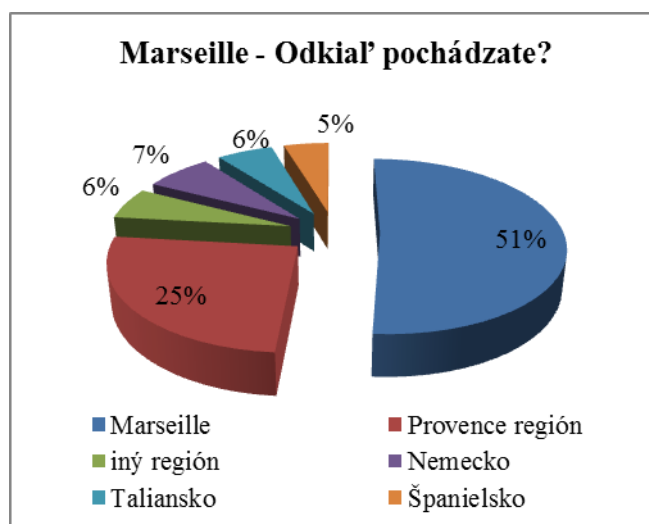
Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

V Košickom regióne až 56 % respondentov dosiahlo stredoškolské vzdelanie. Vysokoškolsky vzdelaní ľudia predstavovali 43 % z opýtanej vzorky. Iba jeden respondent mal základné vzdelanie. Marseille nám nepriniesol výrazné zmeny oproti štatistikám v Košiciach, pretože stredoškolské vzdelanie bolo zastúpené 41 % a vysokoškolské vzdelanie až 45 %. V provensálskej oblasti bolo až 12 respondentov, ktorí mali iba základné vzdelanie.

Graf 4: Bydlisko



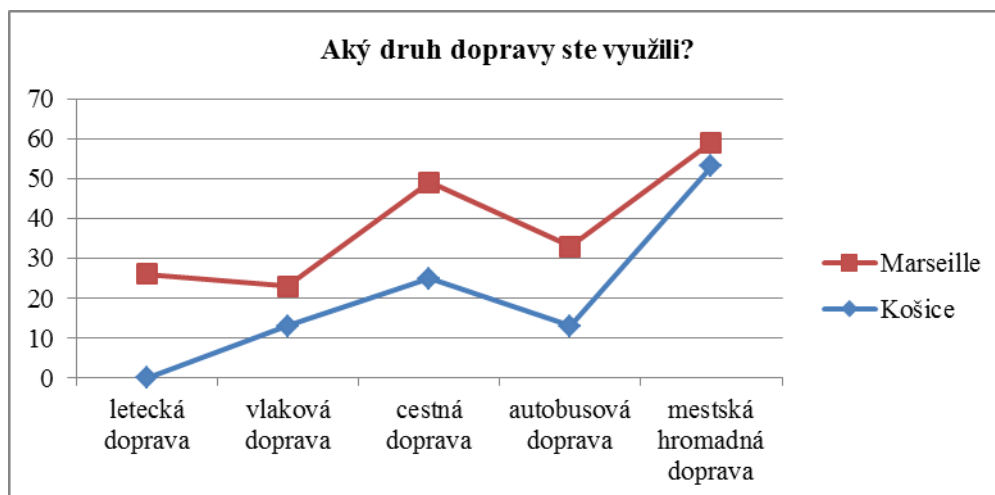
Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Zo skúmanej vzorky v Košiciach až 64 % tvorili obyvatelia z Košíc a ľudia s trvalým bydliskom v Košickom kraji. Zaznamenali sme početnú účasť susedného Prešovského kraja 10 %. Ostatné skupiny respondentov pochádzali zo zahraničia a iných regiónov Slovenska. V Marseille bola situácia podobná, kde obyvatel'ov veľkomesta tvorilo až 51 %. Podobne ako na Slovensku aj vo Francúzsku ďalšiu početnú skupinu tvorili respondenti z Provensálskeho regiónu. V rozmedzí od 5 do 7% svoje bydlisko uviedla väčšinou hostí zahraničia ako je Taliansko, Nemecko a Španielsko a ostatné kraje Francúzska.

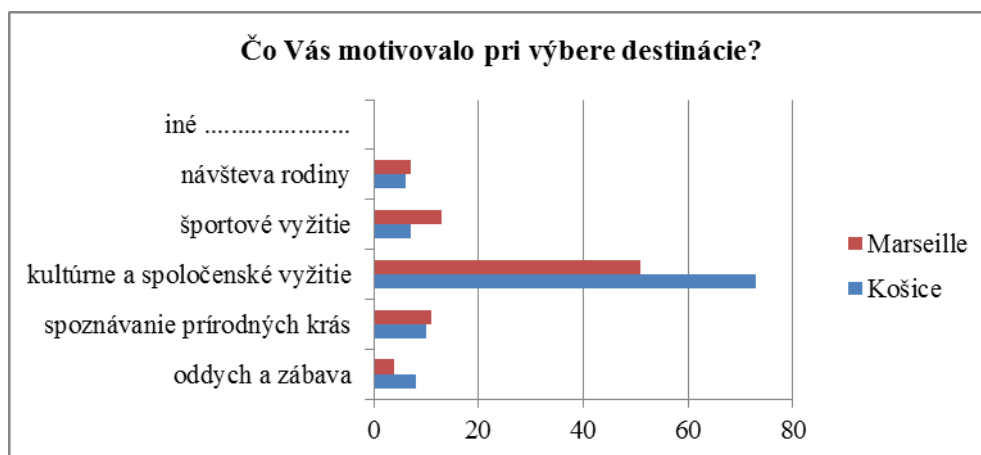
Graf 5: Využitie dopravy do destinácie alebo na podujatie



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Z grafu nám vyplýva, že väčšina využíva v mestách mestskú hromadnú dopravu a cestnú dopravu. V rovnakom pomere je zastúpená aj vlaková a autobusová doprava. Rozdiel sa vidí v leteckej doprave, kde v Košiciach nikto z opýtaných nevyužil tento druh dopravy, avšak v Marseille ich bolo zaznamenaných 26.

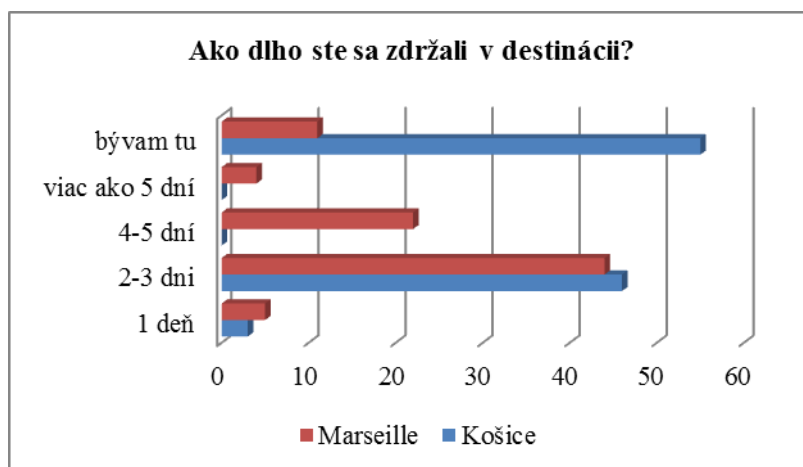
Graf 6: Motív pri výbere destinácie alebo podujatia



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Hlavným motívom výberu destinácie sú v oboch mestách jednoznačne kultúrne a spoločenské vyžitie, kde v Košiciach to bolo 71 % a v Marseille 59 %. Na ďalších pozíciách sa skoro rovnomerne umiestnili športové aktivity, spoznávanie prírodných krás, návšteva rodiny a oddych spojený so zábavou.

Graf 7: Dĺžka pobytu v destinácii



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

V Košickom regióne jednotlivé podujatia využívajú väčšinou miestni obyvatelia. Turisti vo východnej metropole zostávajú v rozmedzí od 2-3 dní. Provensálsky región navštevujú turisti najviac na 2-3 dni, ale taktiež dĺžka pobytu od 4-5 dní bola zastúpená až u 22 respondentov. Viac ako 4 dni a viac neprišiel nikto z opýtaných do regiónu Košíc.

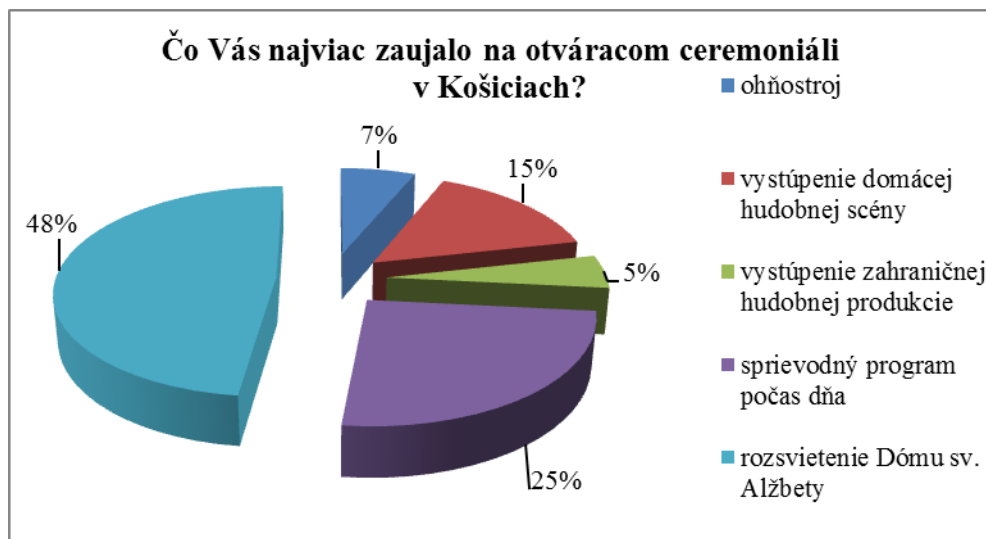
Tabuľka 8: Účasť na otváracom ceremoniáli

Účasť na otváracom ceremoniáli	Košice	Podiel v %	Marseille	Podiel v %
áno	79	76%	53	62%
nie	25	24%	33	38%
Spolu	104	100%	86	100%

Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Z opýtaných respondentov sa otváracieho ceremoniálu zúčastnilo v Košiciach 76% opýtaných a v Marseille 63 %.

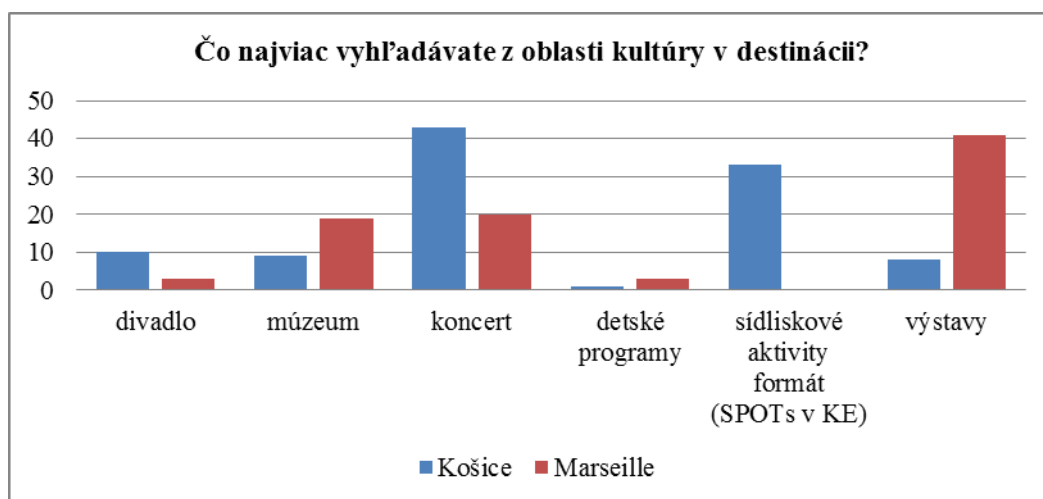
Graf 8: Dojmy z otváracieho ceremoniálu v Košiciach



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Najväčší dojem z otváracieho ceremoniálu mali respondenti z rozsvietenia Dómu svätej Alžbety, kde až 48% opýtaných sa vyjadrilo pozitívne. Ďalšou významnou atrakciou sa stal sprievodný program počas dňa a vystúpenie domácej hudobnej scény. Sklamanie bolo zjavné pri vystúpení zahraničnej hudobnej produkcie a ohňostroja.

Graf 9: Najväčší záujem o podujatie v oblasti kultúry

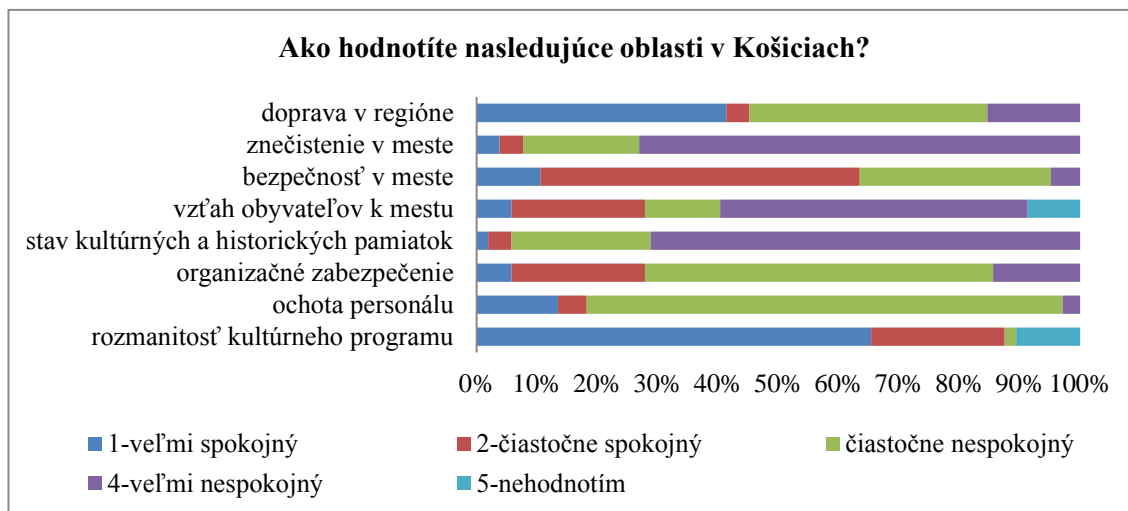


Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Široká paleta kultúrnych podujatí bola veľmi rozmanitá, ale najviac oslovila v Košiciach návštevou koncertov až 41 % respondentov. Ďalším najzaujímavejším podujatím boli sídliskové aktivity formátu SPOT v Košiciach. Určite nezostali bez

povšimnutia výstavy, divadlá a múzea v meste. Zo skúmanej vzorky slovenských a francúzskych respondentov bola väčšina mladých ľudí, ktorí ešte nemali založené vlastné rodiny, preto najnižšie percento prislúchalo detským programom. Vo francúzskom meste Marseille je najväčší záujem o výstavy, ktoré predstavovali až 48 %. Nasledovali koncerty, múzeum a divadlá.

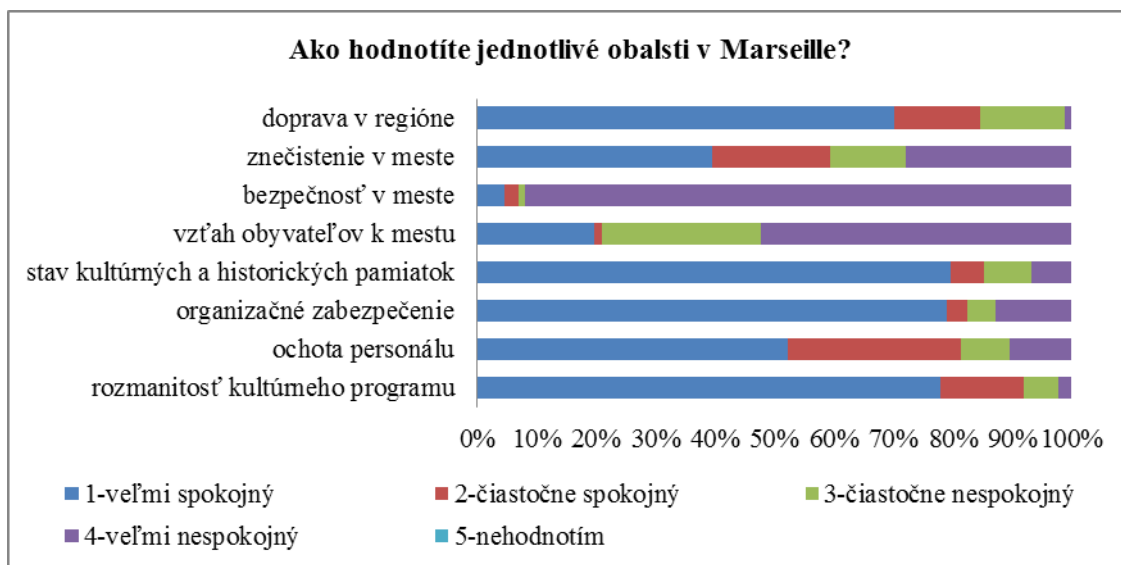
Graf 10: Hodnotenie spokojnosti v jednotlivých oblastiach v Košiciach



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Nasledujúci graf poskytuje pohľad na jednotlivé oblasti v meste Košice, ktoré majú vplyv na rozvoj a kvalitu života v regióne. Jednoznačnú spokojnosť vyjadrilo vyše 68 %, s rozmanitosťou kultúrneho programu a dopravou v regióne 43 %. Ukazovateľ bezpečnosti v meste prekračuje hranicu 66 % spokojnosti, ale 55 % to potvrdzuje len čiastočne. Veľmi neuspokojivý je stav kultúrnych a historických pamiatok v meste a regióne, kde sa negatívne vyjadrilo až 74 % opýtaných. Do kategórie zlepšenia sa taktiež zapísala ochota personálu a organizačné zabezpečenie. Vzťah obyvateľov k mestu nie je veľmi pozitívny, kde 13% bolo čiastočne spokojných, ale až 53% nespokojných. Otázka ohľadom znečistenia v meste ukazuje silnú nespokojnosť z jeho riešením.

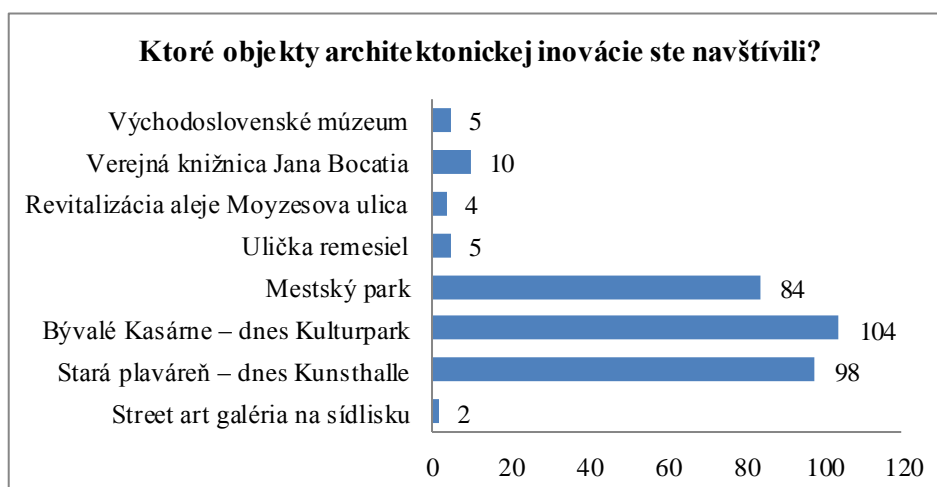
Graf 11: Hodnotenie spokojnosti jednotlivých oblastí v Marseille



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Z dotazníka aplikovaného na mesto Marseille a okolie nám vyplýva, že v tomto prieskume prevláda väčšia spokojnosť vo väčšine opýtaných otázkach. Doprava v regióne, stav historických a kultúrnych pamiatok, organizačné zabezpečenie, rozmanitosť kultúrneho programu predstavovala vysoké percento spokojnosti od 60 a viac %. Bezpečnosť v meste Marseille sa javí ako kľúčový faktor nespokojnosti predstavujúce až 79 %. Vzťah obyvateľov k mestu vykazuje nespokojnosť 23 %, ale 45 % ľudí má presvedčivý názor o nespokojnosti. Názor respondentov na čistotu v meste bol pri porovnaní s Košicami viac pozitívny, kde úplnú spokojnosť predstavovalo 34 % a čiastočnú spokojnosť 17 %.

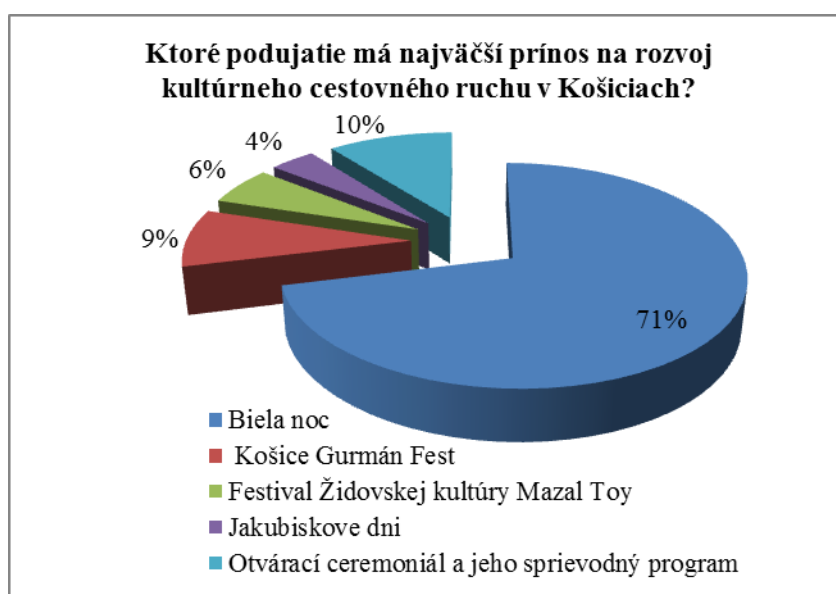
Graf 12: Najobľúbenejšie architektonické inovácie v destinácii - Košice



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

V Košiciach prebiehalo mnoho architektonických a inovačných zmien, kde najväčšie pozitívum si pripísali bývalé kasárne, dnes už Kulturpark, ktorý získal maximálny počet bodov celej skúmanej vzorky. Dnešná Kunsthalle získala 98 bodov a predbehla revitalizáciu mestského parku. Študujúca mládež sa priklonila k obnove verejnej knižnice Jana Bocatia. Najnižší počet bodov získalo Východoslovenské múzeum a Ulička remesiel. O poslednú priečku sa delí Revitalizácia aleje Moyzesova ulica a Street art galéria na sídliskách.

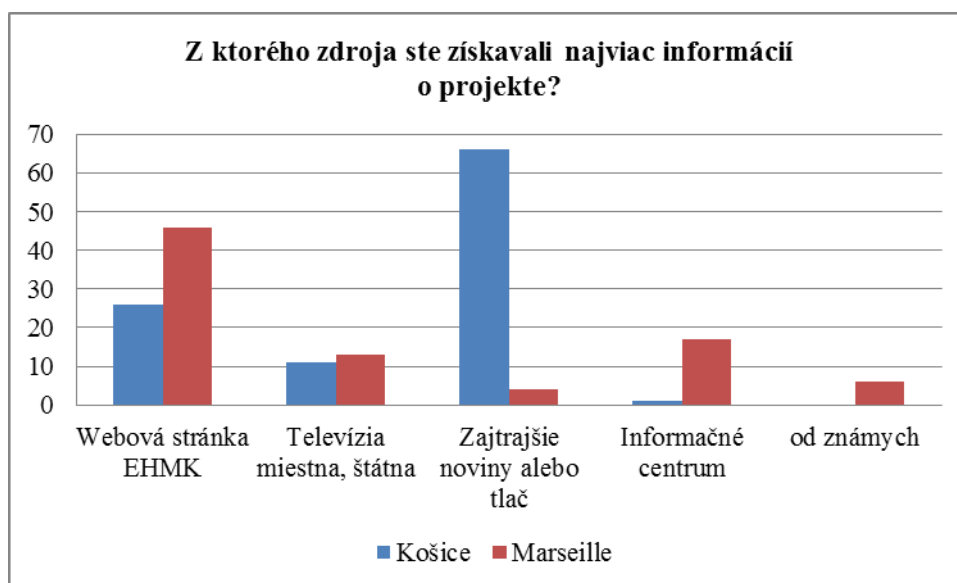
Graf 13: Podujatie s najväčším prínosom rozvoja kultúrneho cestovného ruchu v Košiciach



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Najväčším prínosom pre rozvoj kultúrneho cestovného ruchu v Košiciach sa stalo podujatie Biela noc so 71 %. Otvárací ceremoniál a jeho sprievodný program bol ohodnotený u 10 % ľudí. Tretiu pozíciu si získalo podujatie Košice Gurmán Fest. Oblíbeným podujatím sa stali aj Festival Židovskej kultúry Mazal Toy a Jakubiskove dni.

Graf 14: Zdroj čerpania informácií o projekte Európskeho hlavného mesta kultúry



Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Informácie o projekte Európske hlavné mesto kultúry a hlavne o kultúrnom programe sa najviac dostávajú informácie k cieľovej skupine v Košiciach cez zajtrajšie noviny a inú tlač, je to až 66 opýtaných. Zároveň je veľmi dobre využitá webová stránka projektu a miestna, či štátna televízia, ktorá v pravidelných týždenných intervaloch informuje o udalostiach v regióne. Iba jeden sa vyjadril, že využíva informačné centrum. V Marseille je pri porovnaní najviac využívaná webová stránka, ktorá oslovila až 53 % opýtaných. Obyvatelia mimo mesta Marseille a zahraniční turisti sa najviac informujú v informačnom centre, po ktorom nasleduje televízia, tlač a známi ľudia.

Tabuľka 9: Využívanie mestskej karty

Mestská karta	Košice	%	Marseille	%
áno	34	33	74	86
nie	70	67	12	14

Zdroj: vlastný dotazníkový prieskum

Z opýtaných respondentov využilo mestskú kartu v Košiciach 33 % a v Marseille 86 %.

7.6 Zhrnutie a vyhodnotenie výsledkov prieskumu

Hypotéza č. 1: Predpokladáme, že spokojnosť s otváracím ceremoniálom v Marseille a v Košiciach prevýšila hranicu 75 %.

Otvárací ceremoniál v mestách predstavuje oficiálne otvorenie projektu a spája sa s nezabudnuteľnými zážitkami a s prezentáciou kultúry zaujímavo a pútavo. Nasledujúce zistenie nám potvrdilo hypotézu, že usporiadanie úvodného podujatia v Marseille bude prevyšovať 75 % spokojnosti. Hypotéza bola potvrdená, keďže mesto získalo až 78 % pozitívnych odpovedí. Síce Košice mali vyššie percento účasti na otváracom ceremoniáli, ale iba 33 % bolo spokojných s programom. Na konci dotazníka mali respondenti možnosť vyjadriť sa ku projektu, kde až 50 % okomentovala otvárací ceremoniál v Košiciach.

Hypotéza č. 2: Predpokladáme, že väčšina obyvateľov a návštevníkov Košíc a Marseille plne využíva mestské karty s výhodnými zľavami.

Z realizovaného prieskumu je využívaná mestská karta v Marseille u 86 % opýtaných, čo predstavuje 53 % viac ako v regióne Košíc. V Marseille je zaužívaná mestská karta s názvom Marseille city pass. Predstavuje kultúrny pas, ktorý je možné zakúpiť na jeden alebo dva dni. Balík služieb zahŕňa voľný vstup do skoro 14 múzeí, zadarmo mestskú dopravu, metro a plavbu trajektom na ostrov If, tematické výlety. Desať percentná zľava na vstup do múzeí a ďalšie zľavy vo vybraných obchodoch. Bonusom tejto karty je aj obdržanie vzorky mydla a ochutnávka vín vo vybranej reštaurácii pri konzumácii jedla. V regióne Košíc je mestská karta skôr orientovaná na

mestskú hromadnú dopravu. Hypotéza o mestských kartách sa potvrdila v Marseille, ale v Košiciach je hypotéza vyvrátená.

Hypotéza č. 3: Predpokladáme, že medzi najobľúbenejšie a najnavštevovanejšie architektonické inovácie v Košiciach patria staré Kasárne – Kulturpark, ktorý má predpoklad na zachovávanie a rozvoj kultúry aj po skončení oficiálneho vládnutia Košíc v oblasti kultúry.

Hypotéza sa nám potvrdila, keďže všetci respondenti dali po jednom hlase tomuto centru kultúrneho života. Kulturpark patrí medzi najobľúbenejšie a najnavštevovanejšie architektonické inovácie v meste Košice. Väčšina stavieb spätá s projektom Európske hlavné mesto kultúry posúvala svoje otvorenie o pol rok a niektoré až o rok.

7.7 Návrhy riešení rozvoja cestovného ruchu

Výsledky zo skúmaných hypotéz mi priniesli nové možnosti zlepšenia rozvoja kultúrneho cestovného ruchu v regiónoch. Prostredníctvom analytickej a empirickej časti práce sa ukázalo, že pri veľkých eventových podujatiach sa musí brať veľký dôraz na detaily. Začiatok otváracieho ceremoniálu sa začal už ráno raňajkami s významnými predstaviteľmi mesta, návrhármi, grafológmi, spisovateľmi, architektmi. Každý návštevník mal voľný vstup do jednotlivých kaviarní, či reštaurácií v meste, avšak po obdržaní letáka a mapy mesta sa aj lokálni obyvatelia trápili s nedostatočným označením vstupu do kaviarní a reštaurácií. Rozsvietenie Dómu sv. Alžbety na obdobie 3 hodín bolo nedostačujúce. Oslava sa konala na otvorenom priestore pre širokú verejnosť, kde vystúpili rôzni interpreti zo Slovenska, regiónu a zahraničná hviezda Ichitaro s bubnujúcim predstavením. Celý duch veľkej show sa niesol v objavení planéty Košice 2013. Najväčším sklamaním z dotazníkového prieskumu vyšiel ohňostroj, ktorý bol propagovaný ako najväčší a najpompéznejší v celej histórii, avšak realita bola úplne iná. V zimnom období a pri veľmi nízkej teplote sa vytvoril v ovzduší oblak hmly, cez ktorý účastníci nemohli vidieť vôbec nič. Navrhujem preto pri realizácii otváracích ceremoniálov v zimnom období brať do úvahy aj alternatívu prízemného ohňostroja, viacej konfiet, ktoré by mohli byť vypustené z budov, ktoré sú blízko pódia. Predstavenie v meste vo večerných hodinách bolo nasmerované na Steel arénu, kde sa konal koncert zahraničného interpreta Jamiroquai. Do mestskej haly sa dostali účastníci

len pri zaplattení vstupného. Obyvatelia v Marseille mali v dotazníku veľmi pozitívne ohlasy na otvárací ceremoniál, kde som nezaznamenala negatívne ohlasy. Celá atmosféra od obrovského ohňostroja až po program počas dňa zanechal v ľuďoch waw efekt. Košice sa môžu inšpirovať mestom Marseille perfektnou organizáciou a výsledným efektom. Aj konštruktívna kritika vie priniesť nové impulzy do budúročných veľkých udalostí v meste.

Pre zachovanie povedomia o mestských a regionálnych kultúrnych pamiatkach navrhujem vznik novej regionálnej karty s názvom Kultur Card. Doterajšia mestská karta nevykazuje atraktívnosť smerujúca k zachovaniu povedomia o kultúrnych pamiatkach a kultúrnom priemysle. Centrom celého východného Slovenska sú Košice, preto odporúčam vznik novej karty Kultur card. Hlavným cieľom bude propagovať novú kultúrnu kartu aj do okolitých miest a dedín. Väčšina obyvateľov regiónu nemá dostatočné finančné prostriedky na zahraničné výlety, ale sú otvorení spoznávaní krás Východoslovenského kraja. Domnievam sa, že existujúca mestská karta v Košiciach, ktorá je smerovaná na výhody mestskej dopravy a niekoľko kultúrnych podujatí, by priniesla úspech a nový smer. Pokladám za dôležité zamerať sa najprv na výhody pre lokálnych obyvateľov, keďže najviac opýtaných a zúčastnených prieskumu bolo priamo z Košíc, alebo z jeho okolia. V navrhovanej cene 9,- EUR by mal každý držiteľ 20 % zľavu na dopravu v mestskej, autobusovej a vlakovej doprave a 50 % zľavu na všetky vstupy do múzeí, galérií, podujatí v celom Východoslovenskom kraji. Platnosť karty navrhujem na jeden rok. Súčasťou by bolo mnoho iných vstupov a výhod. V Marseille je prioritou pre turistov Marseille city pass, keďže toto mesto je viac navštevované zahraničnými turistami. Ak sa zmení stav dopravnej infraštruktúry do Košíc, ktorá by priniesla zvýšené množstvo turistov, ukáže čas, či je potrebné vytvoriť aj kultúrnu kartu pre turistov zo zahraničia na jeden alebo viac dní. Pre fungovanie novej karty pre obyvateľov regiónu je potrebná úzka spolupráca a koordinácia hlavných predstaviteľov celej samosprávy.

Cez odpovede v tretej hypotéze som dospela k názoru, že nové investičné projekty je potrebné riešiť v dostatočnom predstihu. Niektoré kandidátske krajiny dokázali užšou spoluprácou s miestnymi samosprávami, vládou zabezpečiť rýchlejšie vybavovanie dokumentov a otváranie zrenovovaných stavieb už v januári vládnuceho roka kultúry. Rok kultúry je veľkou propagáciou aj pre zahraničných turistov, ktorí

si vyberú destináciu len kvôli tomu, pretože dané mesto vyhralo tento titul a v daný rok. Zostávajú však veľmi prekvapení, keď mesto je ako rozostavaná stavba a všade sa propaguje, že finančné prostriedky sú čerpané v rámci projektu Európskeho hlavného mesta kultúry. Zakrytie čiernych stavieb, ktoré nemajú majiteľa a sú v dezolátnom stave reklamnými plachtami nie je riešením. Navrhujem preto aplikovanie rýchlejšieho jednania na úradoch, rýchlejšie prerozdelenie finančných prostriedkov na projekty týkajúce sa rekonštrukcií, výstavbe, revitalizácií kultúrnych pamiatok. Ministerstvo kultúry Európskej únie by malo zvážiť nastavenie priorít v prípravnej fáze. Spolupráca by sa mala zmeniť nielen na medzinárodnej úrovni, ale taktiež v prerozdeľovaní a príprave dokumentácie, schválení, realizácie na Slovensku. Rok panovania a nosenia titulu Európske hlavné mesto kultúry by malo byť už finálnou prezentáciou dosiahnutých výsledkov 3-4 rokov prípravy. Všetky nedostatky týkajúce sa nedostavaných budov, schátraných parkov, nevyhovujúci stav cestných komunikácií, vlakových vozňov, autobusov nerobí dobré meno pre návštevníkov.

ZÁVER

Obidve mestá Marseille a Košice spája mnoho spoločných znakov, ktoré vďaka svojej unikátnej histórii, polohe a kultúre otvárajú dvere celému svetu nielen počas roku 2013. Dejiny Marseille sú úzko späté s koloniálnymi vplyvmi Grékov, Keltov a jeho poloha na hranici Schengenského priestoru urobila z mesta silnú multikultúrnu veľmoc. Košice tiež bojovali s vybudovaním si silného postavenia na Slovensku. Strategicky výhodná poloha na križovatke ciest predurčila celý región k obchodno-strategickej metropole. Mnoho kultúrno-historických pamiatok nasvedčuje tomu, že mesto prekvitalo a bolo centrom nielen obchodu, služieb ale aj kultúry. Každá krajina má veľmi dobre vybudované vzťahy so susednými krajinami. Obidve mestá sú tiež multikultúrnymi mestami, v ktorých dochádza k miešaniu rôznych národností. V Marseille je to veľký vplyv z afrického kontinentu a v Košiciach rôznorodosť národností blízkej vzdialenosti maďarskej, poľskej a ukrajinskej hranice. Vzájomná spolupráca miest má počiatky už v prípravnej fáze projektu Európske hlavné mesto kultúry, kde mnoho umelcov, spoločných projektov v rámci divadla, hudby sa stali úspechom spolupráce. Vynikajúcim prostriedkom na aktívnejšie zapájanie občanov do projektu sa uplatnil projekt SPOTs v Košiciach a vo francúzskom partnerskom meste projekt s názvom Kreatívne štvrte. Zapájanie miestneho obyvateľstva ruší jazykové, národnostné, náboženské, politické bariéry. Preto pre mesto Marseille, ktoré nemalo veľmi dobrú povest' a zvýšenú kriminalitu, sa môže pýšiť významným krokom dopredu v oblasti sociálneho nažívania. Na Slovensku sa ujala aj spolupráca s rómskou komunitou, ktorá bola tiež priamo zaangažovaná do projektov cez hudbu, tanec. Obidve mestá sa sústredili na rôznorodosť kultúrnych podujatí, ale dôležitou úlohou bolo vyzdvihnutie zrenovované architektonického dedičstva. Finančné prostriedky pomohli pri prestavbe kasárni na Kulturpark, plavárne na Kunsthallu, parkov, ktoré sa stali zrkadlom pre ďalší rozvoj cestovného ruchu. V Marseille sa vlajkovou loďou projektu stalo Múzeum civilizácií Európy a Stredomoria, kde sa použila inovovaná forma betónu. Propagácia cestovného ruchu v destináciách vybudovala dobrý imidž mesta v očiach domácich, ale ja návštevníkov. Cestovný ruch pomáha oslovovať potenciálnych investorov prostredníctvom miestnych pamiatok, hodnôt, udalostí. Celkovo turizmus prispieva k oživeniu mesta a k jeho väčšej atraktivnosti ako miesto

pre bývanie a aj k návšteve. Spojenie športu, prírodných krás s kultúrou má svoje opodstatnenie, ako je to nasmerované v Košiciach, kde večer pred Medzinárodným Maratónom Mieru sa koná podujatie plné svetiel, záhad a hudby. Vstupná brána do Stredomoria ponúka aj chuť Orientu a mnoho prírodných krás. Ukončenie prác vo vybraných francúzskych múzeách, divadlách či galériách bolo nespĺnené pred oficiálnym otváracím ceremoniacom. Na Slovensku sa väčšina inovovaných architektonických projektov splnilo dokončiť tiež až v druhej polovici roku 2013. Som presvedčená, že ak sa spoja sily štátu, samosprávnych orgánov, podnikateľov, destinácia sa presadí ako turisticky atraktívna. Práve regionálna samospráva podľa mňa dokáže prinútiť miestne a regionálne subjekty cestovného ruchu k tomu, aby sa naučili navzájom rešpektovať a spolupracovať. A tým pripravovať pre svojich hostí nielen výborné služby, ale aj atraktívne podujatia a nezabudnuteľné zážitky. Zlepšiť treba aj osvetu, kde každý občan prispieva k spokojnosti a nespokojnosti návštevníka. A to nielen tým, či ochotne poskytne cudzincovi dobrú radu, ale aj tým, ako sa stará o svoje obydlie, dedinu, mesto. V budúcnosti bude nevyhnutné nájsť finančné prostriedky na zachovanie hmotného a nehmotného kultúrneho dedičstva.

Po oficiálnom skončení projektu Európske hlavné mesto kultúry sa prirodzeným spôsobom miestni obyvatelia stali lojálnejšími k mestu a hrdí na kultúrne bohatstvo krajiny. Jedine aktívnou prácou na rozvoji kreatívneho priemyslu sa zachovávajú ľudozvučné piesne, tance, zvyky, rituály a slávnostné udalosti. Každá destinácia je ovplyvňovaná demografickým vývojom, ekonomickým a sociálnym prostredím, technologickým pokrokom. Len správne využitie potenciálu prináša pozitívne výsledky k napredovaniu.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Zoznam použitých českých zdrojov

FORET, M. a V. FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-X.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

PALATKOVÁ, M. a J. ZITKOVÁ. *Ekonomika turizmu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.

PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

Zoznam použitých slovenských zdrojov

ŠIKULA, M. a kol. *Dlhodobá vízia rozvoja slovenskej spoločnosti*. 1. vyd. Bratislava: Repro-print, 2009. ISBN 978-80-7144-171-7.

BESKID, V. a T. ČIŽMÁRIK. *Košice 2013 Európske hlavné mesto kultúry*. 1. vyd. Košice: Vienala, 2013. ISBN: 978-80-971159-4-4.

BUCHTELOVÁ, R. *Slovník cudzích slov: akademický*. 1.vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo - Mladé letá, 2008. s.1054, ISBN 978-80-10-01425-5.

BOROVSKÝ, J. a kol. *Cestovný ruch, trendy a perspektívy*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2008. ISBN 978-80-8078-215-3.

BUČEK, M. a kol. *Regionálna ekonómia a politika*. 1. vyd. Bratislava: Iura Edition, 2010. ISBN 978-80-8078-362-4.

GÚČÍK, M. *Krátky slovník cestovného ruchu*. 1.vyd. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004. ISBN 80-88945-73.

GUČÍK, M. a kolektív. *Manažment cestovného ruchu*. 2. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2010. ISBN 978-80-89090-67-9.

GÚČÍK, M. *Základy cestovného ruchu*. 1.vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2000. ISBN 80-8055-355-6.

KOLCUN, M. a M. BON. *Potulky mestom Košice*. 1. vyd. Bratislava: Agentúra K, 2003. ISBN 80-89054-12-9.

LENOVSKÝ, L. a kolektív. *Cestovný ruch a kultúrne dedičstvo, učebné texty k vybraným problémom*. 1. vyd. Nitra: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2008. ISBN 978-80-8094-229-8.

NOVACKÁ, Ľ. *Cestovný ruch a európska únia*. 1. vyd. Bratislava: Sprint dva, 2010. ISBN 978-80-89393-26-8.

NOVACKÁ, Ľ. *Marketingový management podnikov cestovného ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Elita, 1993. ISBN 80-85323-30-X.

NOVACKÁ, Ľ. a kolektív. *Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Ekonóm, 2007. ISBN 978-80-225-2342-4.

NOVACKÁ, Ľ. a M. KULČÁKOVÁ. *Klient v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Bratislava: Eurounion, 1996. ISBN 80-85568-60-8.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovnom ruchu 1. časť*. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-bb, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8.

Zoznam použitých zahraničných zdrojov

BURKART, J. a S.MEDLIK. *Tourism*. 2. vyd. London: Heinemann, 1981. ISBN 0-434-90195-4.

BURNETT, T. E. *Primitive Culture*. 1. vyd. London: Publ. House, 1871. ISBN 5-250-00379-6.

Zoznam použitých internetových zdrojov

BEYOND. *Verdon*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://www.beyond.fr/sites/verdon.html>

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY. *The world factbook*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ax.html>

Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice, história, súčasný stav a perspektívy rozvoja. [online]. © 02.10.2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Mater-Dokum->

159640?prefixFile=m_ Správa o stave projektu Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice, história, súčasný stav a perspektívy rozvoja.

EUROPEAN COMMISSION. Usmernenia pre kandidátske mestá na vymenovanie za európske hlavné mesto kultúry. [online]. © 2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633_sk.pdf

Plán činnosti na rok 2013. [online]. © 2012-2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf

GUBOVÁ, I. *Final Report of the Meeting of the Selection Panel of the second round of the European Capital of Culture competition-Slovakia 2013* [online] 2008 [cit.2013-10-10]. Dostupné z:

http://ec.europa.eu/culture/documents/rapport_juryecoc_skselection_finale_en.pdf

Návrh žiadosti o titul Evropského hlavného mesta kultúry [online]. [cit. 2013-10-10].

Dostupné z: http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc629_en.htm

GITELINK. *Provence heritage*. [online]. © 2012. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://gitelink.com/provence/provence-heritage.htm>

HOTZEBRA. *Hotelové reťazce v meste Marseille*. [online]. © 2012 [cit. 2013-10-10].

Dostupné z: <http://www.hotzebra.sk/hotely/marseille/statistiky>

KOŠICE 2013. *Plán činnosti na rok 2013*. [online]. © 2012-2013 [cit. 2013-10-10].

Dostupné z:

http://www.kosice2013.sk/wpcontent/uploads/downloads/2013/06/KE2013_plan_cinnosti_na_rok_2013.pdf

LELIVRESCOLAIRE. *Marseille, terre d'immigration au xxesiécle*. [online]. © 2013

[cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

http://lelivrescolaire.fr/4258/2_Marseille_terre_d_immigration_au_XXe_siecle.html#Document=19809

MAPSWORLD. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:

<http://emapsworld.com/france-political-map.html>

PENTAPOLITANA. [online]. © 2012-2013. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z:
<http://www.pentapolitana.sk/pentapolitana/>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet ubytovacích zariadení*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Poloha, rozloha, geografické podmienky*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=714>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/Saveshow.asp>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Počet obyvateľov v Košickom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>

SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Národnostná štruktúra v Košickom kraji*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/index.htm>

SLOVAK INVESTMENT AND TRADE DEVELOPMENT AGENCY. *Košický kraj*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/regiony/kosice/kosicky_kraj.pdf

WIKIMEDIA. *Blason-Marseille*. [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/01/Blason-Marseille.png>.

Úradný vestník EÚ. Uznesenie Európskeho parlamentu z 10. apríla 2008 o kultúrnom priemysle v Európe (2007/2153(INI)). In: *Kultúrny priemysel v Európe*. [online]. © 15.10.2009. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0025:0031:SK:PDF>

Úradný vestník EÚ. Decison No. 1622/2006/EC of the european parliament and of the council of 24 October 2006. In: *Criteria for the cultural programme*. [online]. © 3.11.2006. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:304:0001:0006:EN:PDF>

VISITPROVENCE. *Cultural agenda*. [online]. © 2009-2012. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.visitprovence.com/en>

Zoznam ostatných zdrojov

GUČÍK, M. 2003, *Podiel verejného sektora na tvorbe organizačnej štruktúry cestovného ruchu*. 2003, IBAN, roč. 36, č.2, s.72.

ZOZNAM SKRATIEK

- EHMK - Európske hlavné mesto kultúry
- PACA - Provence-Alpes-Côte d'Azur
- OECD - The Organisation for Economic Co-operation and Development
- TGV - Train à Grande Vitesse
- UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- CR - Cestovný ruch

ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV a TABULIEK

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Objekty kultúrno-spoločenských služieb.....	16
Obrázok 2: Nominované krajiny do projektu Európske hlavné mesto kultúry od roku 2007 - 2019.....	20
Obrázok 3: Predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu.....	24
Obrázok 4: Členenie inovácií cestovného ruchu.....	26
Obrázok 5. : Financovanie miestnej samosprávy.....	29
Obrázok 6 : Organizačná štruktúra neziskovej organizácie.....	34
Obrázok 7: Zdroje krytia projektu Európske hlavné mesto kultúry Košice.....	36
Obrázok 8: Delenie nákladov projektu.....	37
Obrázok 9: Investičné projekty kandidatúry.....	45
Obrázok 10: Politické rozdelenie Francúzska.....	48
Obrázok 11: Erb a vlajka Marseille.....	49
Obrázok 12: Imigrácia do Marseille.....	50
Obrázok 13: Migrácia obyvateľstva do Provensálskeho regiónu.....	52

Zoznam grafov

Graf 1 : Pohlavie respondentov.....	56
Graf 2: Vek respondentov.....	56
Graf 3: Vzdelanie respondentov.....	57
Graf 4: Bydlisko.....	58
Graf 5: Využitie dopravy do destinácie alebo na podujatie.....	58
Graf 6: Motív pri výbere destinácie alebo podujatia.....	59
Graf 7: Dĺžka pobytu v destinácii.....	59
Graf 8: Dojmy z otváracieho ceremoniálu v Košiciach.....	61
Graf 9: Najväčší záujem o podujatie v oblasti kultúry.....	61
Graf 10: Hodnotenie spokojnosti v jednotlivých oblastiach v Košiciach.....	62
Graf 11: Hodnotenie spokojnosti jednotlivých oblastí v Marseille.....	63

Graf 12: Najobľúbenejšie architektonické inovácie v destinácii – Košice.....	64
Graf 13: Podujatie s najväčším prínosom rozvoja kultúrneho cestovného ruchu v Košiciach.....	64
Graf 14: Zdroj čerpania informácií o projekte Európskeho hlavného mesta kultúry.....	65

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Počet ubytovacích zariadení v Košickom kraji.....	40
Tabuľka 2: Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Košickom kraji.....	40
Tabuľka 3: Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach.....	40
Tabuľka 4: Počet obyvateľov v Košickom kraji.....	41
Tabuľka 5: Národnostná štruktúra v Košickom kraji.....	41
Tabuľka 6: Miera evidovanej nezamestnanosti v Košiciach.....	42
Tabuľka 7: Ubytovacie služby kapacity Marseille.....	51
Tabuľka 8: Účasť na otváracom ceremoniáli.....	60
Tabuľka 9: Využívanie mestskej karty.....	66

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha A – Dotazník slovenský	I
Príloha B – Dotazník anglický	IV
Príloha C – Historický prehľad miest projektu EHMK	VII

PRÍLOHY

Príloha A – Dotazník slovenský

DOTAZNÍK

Dobrý deň, volám sa Marianna Jenčíková a som študentkou Univerzity Jana Amosa Komenského v Prahe. Rada by som Vás poprosila o vyplnenie dotazníka, ktorý je smerovaný na projekt Európskeho hlavného mesta kultúry v Košiciach a rozvoj regiónu. Dotazník je anonymný, prosím vyplňujte otázky pravdivo. Vopred ďakujem za vyplnenie a za Váš čas.

- 1. Pohlavie** žena muž
- 2. Vek** od 18-25 r. od 25-30 r. od 30-35 r od 35-40 r
 od 40-45 r. od 45-50 r. od 50-55 r od 55-viac r.
- 3. Vzdelanie** základné stredoškolské vysokoškolské 1.stupňa
 vysokoškolské 2.stupňa
- 4. Bydlisko** Košice Košický kraj Prešovský kraj iný kraj
 Zahranie

5. Aký druh dopravy ste využili pri ceste do destinácie alebo na podujatie?

- Letecká doprava
- Vlaková doprava
- Cestná doprava
- Autobusová doprava
- Mestská hromadná doprava
- Pešo

6. Čo Vás motivovalo pri rozhodovaní výberu destinácie alebo podujatia?

- Oddych a zábava
- Spoznávanie prírodných krás
- Kultúrne a spoločenské vyžitie
- Športové vyžitie
- Návšteva rodiny
- Iné.....

..

7. Ako dlho ste sa zdržali v destinácii Košice?

- 1 deň 2 – 3 dni 4 – 5 dní viac ako 5 dní bývam tu

8. Zúčastnili ste sa otváracieho ceremoniálu EHMK Košice?

- áno nie

9. Čo Vás najviac zaujalo na otváracom ceremoniáli?

- Ohňostroj
- Vystúpenie domácej hudobnej scény
- Vystúpenie zahraničnej hudobnej scény
- Sprievodný program počas dňa
- Rozsvietenie Dómu sv. Alžbety
- Iné.....

Prosím doplňte Vaše postrehy , pocity poprípade návrhy na zlepšenie

.....

.....

.....

10. Čo najviac vyľadávate z oblasti kultúry v destinácii?

- Divadlá
- Múzeum
- Koncerty
- Detské programy
- Sídľiskové aktivity formát SPOTs
- Výstavy
- Iné.....

11. Ako hodnotíte nasledujúce oblasti?

Oblasti	1	2	3	4	5
rozmanitosť kultúrneho programu					
ochota personálu					
organizačné zabezpečenie					
stav kultúrnych a historických pamiatok					
vzťah obyvateľov k mestu					
bezpečnosť v meste					
znečistenie v meste					
doprava v regióne					

Možnosť výberu z nasledujúcej škály:

1-veľmi spokojný 2-čistočne spokojný 3-čistočne nespokojný 4-veľmi nespokojný 5-neviem

12. Ktoré objekty architektonickej inovácie ste navštívili? Vyberte najviac 3 najobľúbenejšie.

- Street art galéria na sídlisku
- Stará plaváreň – dnes Kunsthalle
- Bývalé Kasárne – dnes Kulturpark
- Mestský park
- Ulička remesiel

- Revitalizácia aleje Moyzesova ulica
- Verejná knižnica Jana Bocatia
- Východoslovenské múzeum

13. Ktoré podujatie má najväčší prínos na rozvoj kultúrneho CR v Košiciach?

- Biela noc
- Košice Gurmán Fest
- Festival Židovskej kultúry Mazal Toy
- Jakubiskove dni
- Otvárací ceremoniál a jeho sprievodný program
- Iné.....

14. Prosím označte zdroj, z ktorého ste získavali najviac informácií ohľadom EHMK?

- Webová stránka EHMK
- Miestna televízia
- Zajtrajšie noviny
- Informačné centrum
- Od známych
- Iné.....

15. Počuli ste o možnosti zakúpenia mestskej karty plnej zliav?

- áno nie

16. Mali by ste záujem o kúpu novej región karty, ktorá by zahŕňala aj podujatia mimo mesta Košice a koľko peňazí by ste boli ochotní investovať? poznámka: platnosť karty je jeden kalendárny rok

- áno nie
- Navrhovaná cena.....EUR

17. V tejto časti máte možnosť vyjadriť svoje pripomienky, názory ku projektu EHMK a taktiež návrhy riešení pokračovania rozvoja cestovného ruchu.

.....

.....

.....

.....

Ďakujem za vyplnenie dotazníka.

Príloha B – Dotazník anglický

QUESTIONNAIRE

Hello, my name is Marianna Jenčíková and I am a student of the University of Jan Amos Comenius in Prague. I would like to ask you to complete a questionnaire, which is directed to project European Capital of Culture in Marseille and development of the region. The questionnaire is anonymous, please fill in the questions truthfully. Thank you in advance for completing and for your time.

- 1. Sex** woman man
- 2. Age** from 18-25 y. from 25-30 y. from 30-35 y. from 35-40 y.
 from 40-45 y. from 45-50 y. from 50-55 y. from 55-more y.
- 3. Education** basic Secondary education Bachelor's degree
 Master's degree
- 4. Country** Marseille Provence region Italy Germany
 Spain Other region

5. What kind of transportation did you use when traveling to destination or event?

- Air transport
- Train transport
- Road transport
- Bus service
- City transport
- On foot

6. What motivate you to decide for destination Marseille or event in the city?

- Recreation and Entertainment
 - Discovering natural beauty
 - Cultural and social activities
 - Sport activity
 - Family visit
 - Others.....
-

7. How long did you stay in destination Marseille:

- 1 day 2 – 3 days 4 – 5 days more than 5 days I live here

8. Have you participated in the opening ceremony in Marseille?

- yes no

9. What was the most interested in opening ceremony in Marseille?

- Fireworks
- Performance of domestic music scene
- Performance of foreign music scene
- Accompanying program of the day
- Others.....

Please add your comments, feelings and suggestions for improvement.

.....

.....

.....

10. What do you search most of the cultural sector in region?

- theater
- museum
- concert
- children's programs
- housing estate activity
- exhibitions
- others.....

11. How do you assess following areas?

Marseille	1	2	3	4	5
Cultural diversity program					
Helpful staff					
Organizational support					
State of cultural and historical monuments					
Relationship to city residents					
Safety in					
Pollution in city					
Transport in the region					

Choice:

1-very satisfied 2-partially satisfied 3-partially dissatisfied 4-very dissatisfied 5-I do not know

12. Please indicate the source from which you acquire information about European capital city of culture?

- Website
- Local TV
- Newspapers
- Information center in city
- From friends
- Others.....

13. Did you hear about the possibility of buying a city card full of discounts?

- yes no

14. Are you interested in buying a new card region – which would also include events outside the city Marseille and how much money would you be willing to invest? Note: the cards is valid for one calendar year

- yes no
- Proposed price.....EUR

15. In this section you can express your comments to projekt and other development of tourism in region.

.....

.....

.....

.....

Thank you for filling out the questionnaire.

Príloha C – Historický prehľad miest projektu

Európske hlavné mestá kultúry - historický prehľad				
ROK	Mesto	Krajina	Mesto	Krajina
1985	Atény	Grécko		
1986	Florencia	Taliansko		
1987	Amsterdam	Holandsko		
1988	Západný Berlín	Nemecko		
1989	Paríž	Francúzsko		
1990	Glasgow	Veľká Británia		
1991	Dublín	Írsko		
1992	Madrid	Španielsko		
1993	Antwerpy	Belgicko		
1994	Lisabon	Portugalsko		
1995	Luxembourg	Luxembursko		
1996	Copenhagen	Dánsko		
1997	Solún	Grécko		
1998	Štokholm	Švédsko		
1999	Weimar	Nemecko		
2000	Reykjavík	Island	Bergen	Nórsko
2000	Helsinski	Fínsko	Brusel	Belgicko
2000	Praha	Česko	Krakow	Poľsko
2000	tiago de Compostela	Španielsko	Avignon	Francúzsko
2000	Boloňa	Taliansko		
2001	Rotterdam	Holandsko	Porto	Portugalsko
2002	Bruges	Belgicko	Salamanca	Španielsko
2003	Graz	Rakúsko		
2004	Janov	Taliansko	Lille	Francúzsko
2005	Cork	Írsko		
2006	Patras	Grécko		
2007	Luxembourg	Luxembursko	Sibiu	Rumunsko
2008	Liverpool	Veľká Británia	Stavanger	Nórsko
2009	Vilnius	Litva	Linz	Rakúsko
2010	Pécs	Maďarsko	Essen	Nemecko
2010	Istanbul	Turecko		
2011	Tallin	Estónsko	Turku	Fínsko
2012	Maribor	Slovinsko	Guimaraes	Portugalsko
2013	Košice	Slovensko	Marseille-Provence	Francúzsko
2014	Umea	Švédsko	Riga	Lotyšsko
2015	Plzeň	Česko	Mons	Belgicko
2016	San Sebastian	Španielsko	Wroclav	Poľsko
2017		Dánsko		Cyprus
2018		Holandsko		Malta
2019		Taliansko		Bulharsko

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Meno autora: Marianna Jenčíková

Odbor: Management cestovného ruchu

Forma štúdia: kombinované

Názov práce: Európske hlavné mesto kultúry ako inovatívny projekt rozvoja cestovného ruchu

Rok: 2014

Počet strán textu bez príloh: 64

Celkový počet strán príloh: 7

Počet titulov slovenských a českých použitých zdrojov: 19

Počet titulov zahraničných použitých zdrojov: 2

Počet internetových zdrojov: 24

Počet ostatných zdrojov: 1

Vedúca práce: Ing. Katarína Macúchová Gabrišová