

UNIVERZITA MATEJA BELA BANSKÁ BYSTRICA

Študentská vedecká aktivita

Kreatívne mesto v regióne

Meno a priezvisko: Jana Sokolová, Katarína Šulajová

Odbor: Ekonomika a manažment podniku

Rok: 2014/2015

Ročník: 1 ročník 2 stupňa

OBSAH

Obsah.....	2
Abstrakt	3
Zoznam tabuliek a ilustrácií	4
ÚVOD	6
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ KREATÍVNEHO MESTA.....	7
2. ANALÝZA KREATÍVNEHO POTENCIÁLU MESTA BANSKÁ BYSTRICA	14
2.1.Mesto Banská Bystrica	14
2.2. Metodika práce	19
2.3. Analýza a interpretácia výsledkov výskumu	20
3. ZHRNUTIE ZISTENÍ A NÁVRHY RIEŠENÍ.....	41
ZÁVER	47
Zoznam použitej literatúry.....	49
Prílohy	51

ABSTRAKT

Hlavným cieľom práce je prostredníctvom dotazníkového prieskumu identifikovať kreatívnu infraštruktúru mesta Banská Bystrica a na základe jeho výsledkov vypracovať kreatívnu mapu ako nástroj propagácie mesta. Práca prináša teoretický pohľad na zvolenú problematiku kreatívneho mesta, zhodnotenie terajšieho stavu kreatívnej infraštruktúry mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov a navrhuje kreatívnu mapu mesta Banská Bystrica, ktorá môže byť použitá aj ako nástroj reprezentácie mesta pre návštevníkov, nakoľko vytvára jedinečnú iniciatívu, kedy turistom odporúčia domáci čo vidieť, kam určite ísť a čo navštíviť v Banskej Bystrici. Súčasťou výsledkov práce sú aj návrhy a odporúčania na aplikáciu výsledkov práce a zlepšenia možností trávenia voľného času v meste Banská Bystrica.

Kľúčové slová:

Kreatívne mesto, kreativita, kreatívna ekonomika, rozvoj mesta, marketing mesta

ZOZNAM TABULIEK A ILUSTRÁCIÍ:

Schéma 1 Mechanizmus rastu miezd z pohľadu konceptu kreatívnej triedy	8
Schéma 2 Faktory kreatívneho mesta	11
Tabuľka 1 Vnútorne a vonkajšie činitele rozvoja miestnej ekonomiky	11
Tabuľka 2 Geografické a demografické údaje mesta Banská Bystrica.....	14
Tabuľka 3 Piliere rozvoja mesta Banská Bystrica roky 2014-2023.....	16
Tabuľka 4 SWOT analýza mesta Banská Bystrica	18
Tabuľka 5 Zaradenie respondentov do segmentov	20
Tabuľka 6 Iné aktivity	22
Tabuľka 7 Preferované aktivity	25
Tabuľka 8 Odporúčané miesta pre návštevníkov mesta Banská Bystrica	37
Tabuľka 9 Zoznam obľúbených miest obyvateľov Banskej Bystrice.....	38
Tabuľka 10 Zoznam najkreatívnejších miest podľa obyvateľov mesta Banská Bystrica	49
Tabuľka 11 Kreatívna infraštruktúra- úzky okruh	44
Tabuľka 12 Kreatívna infraštruktúra- stredný okruh	44
Tabuľka 13 Kreatívna infraštruktúra- široký okruh	45
Tabuľka 14 Kreatívna infraštruktúra- aktivity	45
Graf 1 Aktivity voľného času preferované občanmi mesta Banská Bystrica.....	22
Graf 2 Atraktivita podujatí organizovaných mestom Banská Bystrica.....	23
Graf 3 Záujem o aktivity organizované mestom Banská Bystrica	24
Graf 4 Informovanosť mesta Banská Bystrica o aktivitách a podujatiach.....	26
Graf 5 Spôsob získavania informácií v meste	27
Graf 6 Spôsoby propagácie mesta Banská Bystrica.....	28
Graf 7 Kreatívne mesto Banská Bystrica	33

Graf 8 Atraktivnosť Banskej Bystrice pre zahraničných turistov	34
Graf 9 Záujem o mesto Banská Bystrica zahraničnými turistami.....	36

ÚVOD

Kreatívny priemysel, kreatívna trieda či kreatívne mesto sú pomerne nové pojmy, ktoré v súčasnosti často rezonujú v ušiach ľudí. Ich základ však siaha až ďaleko do minulosti. Už v dobe antiky tvorila kreativita podstatnú súčasť rozvoja vtedajších miest. Pri pojme kreatívne mesto sa ľuďom zväčša vybaví svetové metropoly ako New York, Londýn, Amsterdam, Tokio. Kreativita sa ale nachádza v každom z nás a rovnako aj menšie mestá majú čo povedať, majú svoj jedinečný kreatívny potenciál.

Cieľom práce bolo vyzdvihnúť potenciál mesta Banská Bystrica ako kreatívneho mesta z pohľadu jej obyvateľov. Identifikovať kreatívnu infraštruktúru mesta Banská Bystrica a na základe jeho výsledkov vypracovať kreatívnu mapu ako nástroj propagácie mesta.

Práca je rozdelená do troch hlavných kapitol. Prvá kapitola približuje teoretický pohľad na zvolenú problematiku. Druhá kapitola práce sa venuje identifikácii kreatívnej infraštruktúry mesta a jej potenciálu z pohľadu občanov prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Tretia kapitola práce sa zaoberá tvorbou kreatívnej mapy mesta a ponúka návrhy a odporúčania pre rozvoj mesta Banská Bystrica v skúmanej oblasti.

Veríme, že výsledky práce budú podnetom pre ďalší rozvoj mesta, aby sa naplnila vízia na rok 2014-2023, že Banská Bystrica bude mestom, kde sa oplatí žiť, prísť a zostať.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ KREATÍVNEHO MESTA

V prvej časti práce objasníme základné teoretické a pojmy týkajúce sa témy kreatívneho mesta. Priblížime tiež základné informácie o meste Banská Bystrica.

Kreativita a jej význam v meste

Kreativita neodmysliteľne patrí do života ľudí. Tvorivým potenciálom ľudia rozvíjajú a pôsobia nielen na seba a svoju sebarealizáciu, ale aj mnohé iné oblasti. Jednou z nich môže byť aj mesto, či región. J. G. Young (1985) chápe tvorivosť ako schopnosť, pri ktorej sa sami realizujeme. Tvorivosť je teda sebvýjadrenie, sebarealizácia, aktualizácia nášho potenciálu v zmysle vymyslieť, vytvoriť niečo nové a hodnotné, pretvárajúc tak niečo čo je na niečo lepšie. Tvorivosť sa tak stáva dobrodružstvom v neznáme.

V súčasnosti sú ľudská kreativita a talent považované za kľúčové faktory úspechu. Howkins (2001) vo svojom diele *The Creative economy* nazýva ekonomiku, ktorá je založená práve na nových spôsoboch myslenia a práce, pojmom kreatívna ekonomika. Primárnymi vstupmi takejto ekonomiky sú ľudské individuálne schopnosti a talent. Tieto vstupy môžu byť známe alebo nové, ale dôležitejšie je, že kreativita ich transformuje novým spôsobom. Kreatívna ekonomika spája spolu myšlienky o kreatívnej triede, kreatívnom priemysle a kreatívnych mestách, klastroch.

Americký ekonóm Richard Florida vo svojej knihe *The Rise of the creative class* (2002) uvádza koncept kreatívnej triedy ako hnacieho motora regenerácie mesta a ekonomického rastu. Kreatívna trieda sa vzťahuje na populáciu žijúcu v meste, ktorá pôsobí v kreatívnom sektore t.j. napr. vo výskume, architektúre, dizajne, vzdelávaní, vizuálnom či scénickom umení alebo v zábavnom priemysle, manažmente či právnej oblasti. Kreatívnu triedu, ktorá tvorí základ a rozvoj kreatívnej ekonomiky delí Richard Florida do dvoch skupín:

- Super kreatívne jadro – vedci, inžinieri, univerzitní profesori, básnici, architekti, umelci. Ich cieľom je vytvoriť nové formy a návrhy.
- Kreatívni profesionáli – high-tech sektor, zdravotníci, fin. služby. Teda ľudia pracujúcich v priemysle vyžadujúcom si intenzívne znalosti, ktoré uplatňujú v kreatívnych riešeniach problémov.

Podľa Floridu by mali mestá, ak chcú prosperovať, pritiahnuť práve tento typ pracovníkov. Nato však musí mesto zabezpečiť, aby existovala kreatívna komunita, aby boli

pracovné miesta v kreatívnom sektore liberálne, tolerantné, flexibilné a aby v meste existovali miesta s bohatým kultúrnym životom, predstavujúce tzv. bohémску kultúru, keďže tento typ profesionálov vyhľadáva takéto prostredie pre svoj život i prácu.

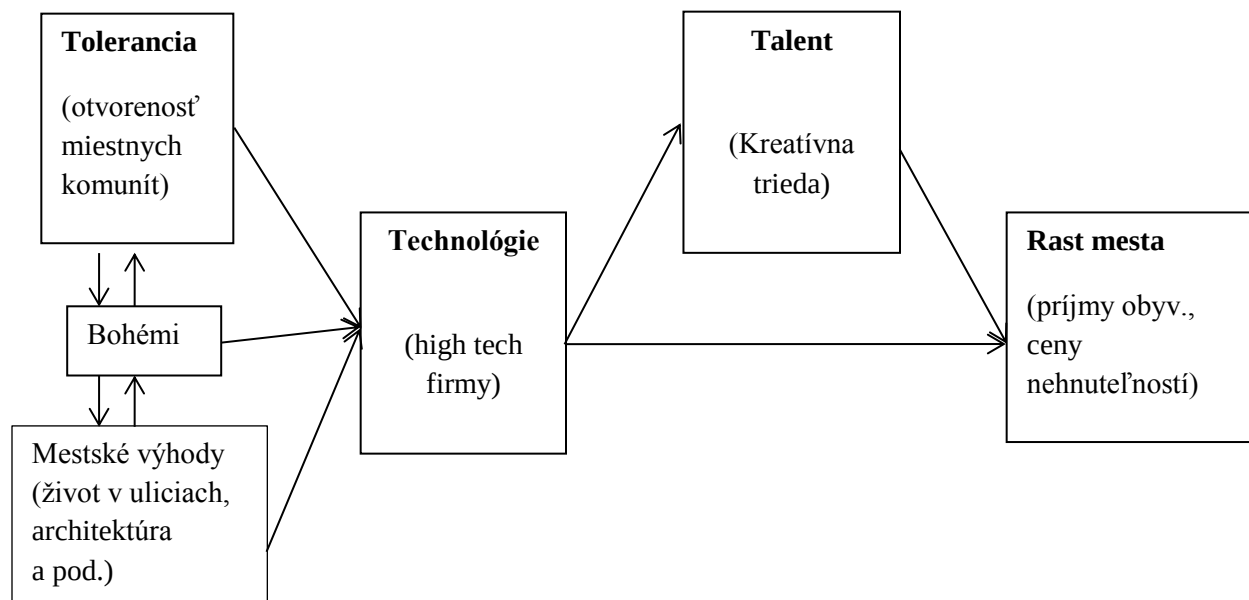


Schéma 1 Mechanizmus rastu miest z pohľadu konceptu kreatívnej triedy
Zdroj: <http://www.sav.sk/journals/uploads/10301142Rehak%20-%20OK.pdf>

Ako zo Schémi 1 vyplýva, ekonomický rast miest je výsledkom vzťahu tolerancie, talentu a technológií, ktoré tiež autor súhrne pomenúva ako index kreativity (3T), pričom každý zo subindexov je rozdelený ešte na ďalšie ukazovatele. Pri aplikovaní indexu na Európu sa vyskytovali isté odchyľky, nakoľko index bol pôvodne zostavený pre požiadavky amerického prostredia. Preto v diele *Europe in the creative ages* (2004) autor upravuje schému 3T práve na európske podmienky. Tento index je zložitejší a skladá sa z trošku iných komponentov.

Floridovo delenie kreatívnej triedy rovnako ako samotný 3T index sú mnohými autormi (napr. Bernstein (2005), Peck (2005), Donegan & Lowe (2008), Scott (2006)) kritizované. Považujú ich za zidealizovaný pohľad nezakladajúci si na všetkých ekonomických faktoroch. S názormi autorov o vymedzení kreatívnej triedy súhlasíme len čiastočne. Škatuľkovanie pracovníkov na super kreatívne jadro a kreatívnych profesionálov nepovažujeme za správne, nakoľko vysokú dávku kreativity si vyžadujú aj iné ako spomínané odvetvia. Každá práca je jedinečná, má svoje pravidlá a zákonitosti, a kreativita v nich môže byť využívaná v rovnakej miere. Záleží od povahy a schopností pracovníkov. Tiež súhlasíme s tvrdením autorov, že takáto koncepcia môže viesť ku nárastu príjmových nerovností. Na druhej strane si myslíme, že

sociálny kapitál môže byť prvkom determinujúcim ekonomiku a kreatívna trieda má podľa nás vplyv na ekonomický rast. Niektoré ukazovatele 3T indexu nepovažujeme za relevantné. Odmietame tvrdenie, že homosexuáli sú významnejšími nositeľmi kreativity než ostatní ľudia. Napriek tomu, že 3T index bol modifikovaný na podmienky Európy, pri jeho vyčísl'ovaní sa môžeme stretnúť s istými prekážkami. V podmienkach Slovenskej republiky sa index kreativity vytvára len veľmi ťažko, nakoľko ani štatistický úrad nedisponuje potrebnými údajmi na jeho zostavenie.

Priemysel je najdôležitejšie odvetvie národného hospodárstva, ktoré rozhodujúcou mierou ovplyvňuje rozvoj jednotlivých miest a regiónov. V našej práci sa venujeme rozvoju mesta na základe kreativity, a preto je potrebné aby sme definovali pojem kreatívny priemysel.

Kreatívny priemysel označuje tie časti ekonomiky, ktoré vytvárajú ekonomickú hodnotu na základe individuálneho tvorivého vkladu či umeleckého nadania. Ide o sektor postavený na zhodnocovaní duševného vlastníctva, do ktorého možno zaradiť oblasti tvorivej činnosti ako architektúra, dizajn, film, hudba, ale aj tvorba počítačových hier či reklama. Ako uvádzajú Bobirca a Draghici (2011), tvorí v podstate prienik medzi umením, kultúrou, podnikaním a technológiami, pričom zahŕňa aktivity súvisiace s dizajnom, výrobou a distribúciou tovarov a služieb, ktoré ako hlavný vstupný kapitál využívajú práve ľudskú kreativitu.

Definičný rámec, používaný Európskou komisiou, je uvedený v štúdií Ekonomika kultúry z roku 2006 (KEA), podľa tejto definície sa celá oblasť delí na kultúrny sektor a kreatívny sektor. Do kultúrneho sektora patria oblasť tradičného umenia (výtvarné a divadelné umenie, kultúrne dedičstvo) a oblasť kultúrneho priemyslu (film, audiovizia, televízne a rozhlasové vysielanie, počítačové hry, hudba, vydavateľská činnosť). Do kreatívneho sektora patria kreatívny priemysel (dizajn, architektúra a reklama) a príbuzné oblasti (napr. vývoj softvéru).

Aj Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky sa venovalo problematike kreatívneho a kultúrneho priemyslu a to najmä pre aktuálnosť danej témy. V roku 2011 vypracovalo dokument prezentujúci slovenský model kreatívneho a kultúrneho priemyslu, ktorý vymedzuje kreatívny priemysel nasledovnými odvetviami: architektúra, divadlo, dizajn, film a video, hardvér a súvisiace služby, podporné služby (umelecké a eventové agentúry, poradenské spoločnosti, a i.), hudba, IKT, komunikačné médiá, kultúrne a prírodné dedičstvo, literatúra

a knižný trh, módný priemysel, multimediálny priemysel, pamäťové inštitúcie, reklamný priemysel, remeslá, softvér, trh s umením, vizuálne umenie a zábavný priemysel.

Možnosťami rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku sa zaoberala aj Slovenská inovačná a energetická agentúra, ktorá v marci 2014 zverejnila rovnomenný dokument vymedzujúci kreatívny a kultúrny priemysel pre naše podmienky. Na spracovanie tohto dokumentu použili britskú metodológiu DCMS z roku 2014. Department for Culture, Media and Sport – Odbor kultúry, médií a športu sa venuje vymedzeniu a meraniu kreatívneho priemyslu v Spojenom kráľovstve od roku 1997.

Je zaujímavé sledovať fakt, že záujem rôznych subjektov o výskum kreatívnej ekonomiky na Slovensku narastá. Poukazuje to na uspokojovanie potreby stáleho skúmania súčasného stavu, sledovania svetových trendov, stanovovania stratégií rozvoja a tým zabezpečovanie neustáleho napredovania a zlepšovania budúcnosti.

Naša práca sa zaoberá hlavne otázkou kreatívneho mesta, a jedným z prvých kto charakterizoval tento pojem bol Charles Landry. Podľa tohto autora je kreatívne mesto také, ktorému sa darí nachádzať inovatívne riešenia na problémy v súčasnom meste, čo sa však nemôže uskutočniť, pokiaľ sa nezmení starý systém chápania rozvoja mesta. V kreatívnom meste to však nie je iba o umelcoch a ostatných, ktorí sú zaradení ako kreatívni, aj keď zohrávajú dôležitú úlohu. Kreativita prichádza z akéhokoľvek iného zdroja, ktorý sa zaoberá riešením problémov vynaliezavým spôsobom, môže to byť sociálny pracovník, podnikateľ, vedec alebo štátny úradník. Napriek tomu najviac sa uplatňuje tvorivosť v umení a kreativita umeleckých organizácií má špecifické vlastnosti, ktoré sa najviac zhodujú s riadenou ekonomikou (Charles Landry, 2005).

Na kreatívny rozvoj a potenciál danej miestnej samosprávy pôsobí množstvo činiteľov. Rôzni autori sledujú rôzne činitele vplyvajúce na miestny ekonomický rozvoj. Všeobecne môžeme vychádzať z toho, či činitele determinujúce municipálnu ekonomiku pôsobia z vnútorného alebo vonkajšieho prostredia a správajú sa ako vnútorné (endogénne) alebo vonkajšie (exogénne) (Švantnerová, Kožiak, 2005). Jednotlivé vonkajšie a vnútorné činitele zobrazuje Tabuľka 1.

Tabuľka 1 Vnútorne a vonkajšie činitele rozvoja miestnej ekonomiky

Vnútorne činitele	štruktúra spoločenských potrieb na území municipality, municipálny majetok, vlastné finančné zdroje municipality, miestne zdroje pracovných síl, zdroje miestnych surovín, hospodárska štruktúra na území municipality, infraštruktúru miestneho významu
Vonkajšie činitele	dosiahnutá úroveň hospodárskeho rozvoja štátu, lokalizačné rozhodnutia, sociálno-ekonomická úroveň regiónu, regionálna hospodárska štruktúra, infraštruktúra nadmiestneho významu, poloha sídla

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Švantnerová, Kožiak 2005.

Niektorí autori charakterizujú vonkajšie činitele rozvoja miestnej ekonomiky ako tvrdé alebo aj tradičné faktory a vnútorné činitele zase ako mäkké faktory miestneho rozvoja. A práve mäkké faktory sa stávajú kľúčovými pri vytváraní a rozvíjaní kreatívneho mesta. Podľa Miškovičovej a Vaňovej (2014) sú základnými determinantmi kreatívneho mesta sociálna klíma, politický a verejný rámec, mäkká a kultúrna infraštruktúra, reprezentácia mesta, podnikanie, prieskum a inovácie, komunikácia, prepojenosť a sieťovanie, vystavané prostredie, obyvateľnosť a blahobyt. Nakoľko náš výskum zameriavame práve na mäkkú infraštruktúru kreatívneho mesta v Schéme 2 tento faktor bližšie charakterizujeme.

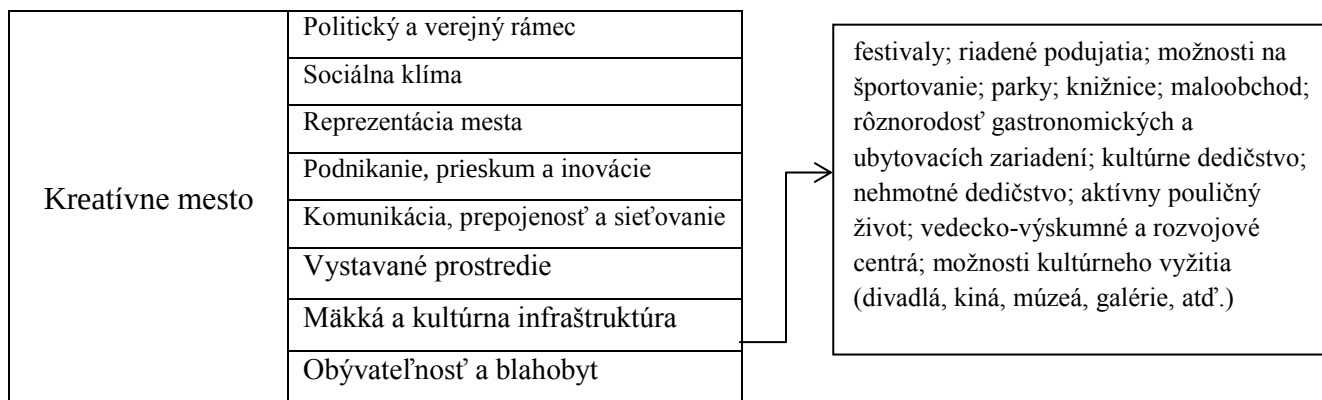


Schéma 2 Faktory kreatívneho mesta

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Miškovičová, Vaňová 2014

Kreatívne mesto neustále rieši otázku udržateľnosti kreativity. Mesto musí pracovať na udržateľnosti a podpory kreativity, pričom musí vziať do úvahy aj faktory, ktoré ovplyvňujú kreativitu. Elizabeth Curridová, americká teoretička umenia a kultúry, vo svojej knihe Warhol

economy (2007) pojednáva o týchto faktoroch kreativity, pričom vymedzuje 3 dôležité podporné faktory kreatívneho prostredia:

- sociálne milieu,
- médiá,
- hustota a diverzita kreativity.

Jedným z dôležitých faktorov kreativity je sociálne milieu, čo znamená miesto určené na neformálne stretnutia umelcov, kultúrnych profesionálov, free lancerov, či kultúrnych producentov. Na tomto mieste môžu diskutovať a zdieľať nové myšlienky, nápady, alebo si navzájom ponúkať pracovné možnosti. Autorka knihy sa zaujíma najmä o miesta ako kaviarne, bary či iné neformálne miesta, ktoré fungujú ako “žijúci priestor“ podporujúci mechanizmy spolupráce, špecifické pre tieto kultúrne a kreatívne odvetvia. Elizabeth Curridová poukazuje aj na klastre, v ktorých sa zoskupujú: pracovná sila, firmy, dodávatelia, ale aj zdroje, ktoré produkujú sociálne prostredie nacielené na zapojenie do spolupráce všetkých tých, ktorí sa pohybujú v daných sektoroch, ale neformálnym spôsobom. Za ústrednú silu umenia a kultúry určuje tento neformálny spoločenský život, ktorý je považovaný za úspešný vedľajší produkt ekonomického klastra.

Faktor médií slúži na validáciu existujúcich kreatívnych diel a šírenie povedomia o nich na lokálnej, niekedy až na globálnej úrovni.

Ako tretí uvádza faktor hustoty a diverzity kreativity. Dôvod, prečo je tento faktor dôležitý, vysvetľuje ako potrebu zabezpečenia ďalšieho rozvoja kreatívnych odvetví, pričom je potrebné využitie kritických más kreatívnych firiem a ich diverzitu, a nie iba existenciu ojedinelých firiem, či organizácií. Jedným z dôvodov, prečo New York je populárny svoju kreativitu, a prečo je lídrom v kultúrnych a kreatívnych odvetviach je, že tu žijú a pracujú kreatívni profesionáli v tesnej blízkosti. Vďaka tomu majú pracovníci v týchto odvetviach príležitosť sa navzájom inšpirovať a spolupracovať.

S takýmto chápaním kreatívneho mesta sa plne stotožňujeme. Presne súhlasí s našou predstavou kreatívneho mesta a prvkov, ktoré sú jeho súčasťou. V druhej časti našej práce sa budeme snažiť identifikovať miesta v meste Banská Bystrica, ktoré spĺňajú faktory kreatívneho prostredia, spomínané autorkou Elizabeth Curridovou.

V tejto podkapitole sme sa venovali chápaniu kreativity a jej definovaniu. Prestavili sme koncept kreatívnej triedy formulovaný Richardom Floridom v diele *The Rise of the creative class* (2002). Autor tu tiež poukazuje na možnosť určenia kreativity krajiny pomocou indexu kreativity so subindexami Talent, Technológia a Tolerancia. Ďalej sme priblížili pojmy kreatívny priemysel a kreatívne mesto. Kreatívne mesto môžeme chápať ako mesto, ktoré je schopné vytvoriť pre ľudí také prostredie, v ktorom dokážu myslieť, plánovať a konať s fantáziou a tým využívať príležitosti alebo riešiť zdanlivo neriešiteľné problémy mesta. Identifikuje, vyhľadáva a priťahuje kreatívnych ľudí a tiež je schopné mobilizovať nápady, talent a kreatívne organizácie. Vymedzenie týchto pojmov bolo pre našu prácu dôležité, nakoľko cieľom práce je vytvorenie kreatívnej mapy mesta Banská Bystrica, potrebovali sme sa oboznámiť zo základnými prvkami kreatívneho mesta – kreatívnymi triedami, kreatívnym priemyslom a kreatívnou infraštruktúrou.

V nasledujúcej kapitole sa zameriame na kreatívny potenciál mesta Banská Bystrica.

2. ANALÝZA KREATÍVNEHO POTENCIÁLU MESTA BANSKÁ BYSTRICA

Druhá kapitola práce približuje mesto Banská Bystrica. Venuje identifikácii kreatívnej infraštruktúry mesta a jej potenciálu z pohľadu občanov prostredníctvom dotazníkového prieskumu. Práve touto kapitolou sa snažíme naplniť cieľ našej práce a bude slúžiť ako podklad pre spracovanie kreatívnej mapy mesta Banská Bystrica.

2. 1. Mesto Banská Bystrica

Mesto Banská Bystrica – srdce stredného Slovenska leží vo Zvolenskej kotline, v údolí rieky Hron medzi Kremnickými, Starohorskými vrchmi a Poľanou. Mesto Banská Bystrica je tiež známe aj ako „Mesto pod Urpínom“. Urpín s výškou 510 m n. m. je vrch v Slovenskom stredohorí v celku Zvolenská kotlina v podcelku Bystrická vrchovina. Urpín sa nachádza v katastrálnom území mesta Banská Bystrica blízko centra a je viditeľný z mnohých častí mesta. Z východnej strany susedí s časťou Uhlisko, zo severu s centrom mesta a zo západu s Radvaňou. Na východnej strane kopca je banskobystrická Kalvária zo 17. storočia. Úbočím Urpína tečie rieka Hron a vedie železničná trať Zvolen - Vrútky. Na tejto trati je pod Urpínom zastávka Banská Bystrica - Mesto, tzv. Malá stanica. Od nej vedie na Urpín serpentínový chodník. História mesta sa začala písať v 13. storočí. Z pôvodne Slovenskej osady Bystrice – zásluhou niekoľkých rodín saských kolonistov, ktorí na území dnešného mesta prirodzene vytvorili hospodársko-správnú a remeselnícku základňu banskej výroby v tejto oblasti, stúpol význam osady natoľko, že ju kráľ Belo IV. v roku 1255 povýšil na mesto.

Tabuľka 2 Geografické a demografické údaje mesta Banská Bystrica

Geografické a demografické údaje	
Rozloha	103,37 km ²
Nadmorská výška	362 m.n.m
Počet obyvateľov	77 786
Hustota obyvateľov na km ²	786 obyvateľov
Výška vrchu Urpín	510 m.n.m.
Kraj	Banskobystrický
Okres	Banská Bystrica
Historické názvy mesta	Nova villa Bystriciensis, Neosolium, Neusohl, Beszterczebánya
Mesto Banská Bystrica sa	Banská Bystrica, Iliaš, Jakub, Kostiviarska, Kráľová, Kremnička,

skladá z mestských častí	Majer, Podlavice, Radvaň, Rakytovce, Rudlová, Sásová, Senica, Skubín, Šálková, Uľanka
--------------------------	---

Zdroj: Vlastné spracovanie

Podobne ako firmy, inštitúcie alebo aj ľudia aj mesto Banská Bystrica vypracovanú stratégiu rozvoja. Teda rozpracovanú víziu, kam mesto smeruje, kam sa chce dostať. V súčasnosti sa takéto stratégie v obciach mestách i krajských samosprávach nazývajú programy hospodárskeho a sociálneho rozvoja (PHSR). Posledný program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Banská Bystrica bol vypracovaný na roky 2007 – 2013. Tento strednodobý strategický dokument sa skladal zo 4 základných oblastí rozvoja:

1. Rozvoj ekonomiky, pracovných príležitostí, kúpyschopného dopytu a ďalších investícií v meste (ekonomický rozvoj - oblasti: zamestnanosť, podnikanie, investície, propagácia mesta, zahraničné vzťahy)
2. Zvýšenie možností na uplatnenie občanov na trhu práce, vo verejnom živote a rozvoj voľnočasových aktivít (rozvoj ľudských zdrojov - oblasti: vzdelávanie detí, mládeže a dospelých, voľný čas, kultúra, šport)
3. Poskytnúť možnosť kvalitného, dôstojného života pre všetkých občanov (sociálny rozvoj - oblasti: sociálna inklúzia, bývanie, nezamestnanosť, bezpečnosť, zdravotníctvo)
4. Neustále zlepšovať podmienky pre zdravie a bezpečnosť občanov a návštevníkov mesta (životné prostredie a technická infraštruktúra - oblasti: krajina, urbanistika, znečistenie, doprava, komunikácie, odpadové, vodné hospodárstvo, rozvody)

Mesto si v rámci jednotlivých kategórií stanovilo niekoľko hlavných cieľov, realizačných cieľov, priorít, opatrení a aktivít. Väčšina cieľov zadaných týmto dokumentom bola podľa vyhodnocovacích správ za roky 2007, 2008, 2009 naplnená avšak správy za ostatné roky zverejnené nie sú a teda nemôžeme komplexne zhodnotiť realizáciu tohto programu. Nakoľko orientácia na stránke mesta je čiastočne komplikovaná, je možné, že mesto ho na svojej stránke uvádza pod nejakým iným odkazom, než spomínané správy. Zaujali nás však aj niektoré aktivity na realizáciu strategických cieľov, ktoré podľa správy z roku 2009 do toho termínu realizované neboli napr. Vybudovanie detského centra kultúry (Bábkové divadlo na rázcestí, Múzeum bábok, tvorivé dielne), Vybudovanie centra súčasného umenia, rekonštrukcia Domu kultúry, Realizovať koncepciu v oblasti voľného času, kultúry, športu, informácií a poradenstva vrátane podpory inštitúcií pôsobiacich v meste a i.

Strategický zámer rozvoja mesta Banská Bystrica do roku 2013 bol: *Zvýšiť atraktivitu mesta pre občanov, investorov, podnikateľov a návštevníkov. Vízia na nasledujúce obdobie teda roky 2014-2023 znie: Banská Bystrica bude o 20 rokov mestom, kde sa oplatí žiť, prísť a zostať.*

Nový program strategického vývoja mesta bude stáť na 3pilieroch (Tabuľka 3).

Tabuľka 3 Pilieri rozvoja mesta Banská Bystrica na roky 2014-2023

Pilier rozvoja mesta	Programy z programovej štruktúry mesta
I. pilier - Občianske mesto	Moderná samospráva Kultúra, šport, voľný čas a mládež
II. pilier - Prosperujúce zelené mesto	Ekonomický rozvoj Vzdelanie, veda a výskum Dopravná a technická infraštruktúra
III. pilier - Zdravé mesto	Sociálny rozvoj a zdravie Životné prostredie a bývanie

Zdroj: http://www.banskabystrica.sk/?id_kat_for_menu=20801

Na rozdiel od predchádzajúceho program bude budúca stratégia rozvoju mesta postavená na 3 pilieroch, napriek tomu pre každý z pilierov budú opäť vypracované strategické ciele, priority, opatrenia, aktivity, gestori, partneri, finančné nároky časti aktivít, merateľné ukazovatele.

Mesto Banská Bystrica zatiaľ nezverejnilo žiadnu správu o programe PHSR na roky 2014-2023, k dispozícii sú len SWOT analýzy pracovných skupín – ekonomický rozvoj, ľudské zdroje, sociálna oblasť, životné prostredie a infraštruktúra. Členmi pracovných skupín sú opäť predstavitelia verejných i súkromných inštitúcií, pôsobiach v meste, vrátane zamestnancov Mestského úradu, poslancov Mestského zastupiteľstva, zamestnancov úradu Banskobystrického samosprávneho kraja, občianskych združení, podnikov a pod. Mesto tiež zverejnilo dokument Návrh strategickej vízie smerovania kultúry v meste Banská Bystrica na rok 2014-2020, kde popisuje analýzu súčasného stavu, priestorové a materiálne vybavenie, subjekty kultúry na území mesta, SWOT analýzu mestskej kultúry v Banskej Bystrici a vízia a strategické ciele na dané obdobie (Príloha 1)

Pri hodnotení momentálneho stavu kultúry v Banskej Bystrici správa udáva: „Čoraz alarmujúcejší je stav súborov záujmového umeleckej činnosti. Naliehavejšie sa vynára potreba vytvárať viac priestoru pre amatérske zoskupenia na území mesta a okolia Banskej Bystrice. Túto úlohu je nutné chápať dvojzmerne. Po prvé je to vytvorenie priestoru na základnú existenciu

takýchto zoskupení, to znamená poskytnúť podmienky a priestor na ich fungovanie. Po druhé formou individuálnych predstavení alebo organizáciou pravidelných prehliadok a festivalov poskytovať priestor na ich účinkovanie. Práve ucelená koncepcia kultúrnych festivalov rozmanitého zamerania (zborový spev, tanec, Hudobná jar, folklór, Hudobná jeseň a pod.) sa stala živnou pôdou pre vznik a existenciu viacerých umeleckých súborov. Súbory, ktoré zostali pod správou mesta, majú v dôsledku absencie voľných priestorov nevyhovujúce podmienky na činnosť. Je to úloha, ktorú v dnešnej dobe nikto okrem zariadení typu mestských kultúrnych organizácií na seba neprevezme, pretože je vysoko nezisková. Napriek tomu, ide o dôležitú misiu, pretože existencia takýchto článkov amatérskej kultúry je v súčasnosti ohrozená, čoho dôkazom je stále sa zmenšujúci počet amatérskych zoskupení v oblasti moderného tanca, folklóru, zborového spevu, divadla, ale aj v iných oblastiach kultúry.“

Medzi významné tradičné podujatia, ktoré organizuje mesto Banská Bystrica, správa zaraďuje napríklad: Charitatívny ples mesta Banská Bystrica, Banskobystrická hudobná jar, Festival zborového spevu Viliama Figuša – Bystrého, Medzinárodný dixielandový festival, Cisárska vizitácia, Kultúrne leto, Letná hudba, Dni mesta, Radvanský jarmok, Banskobystrická hudobná jeseň, Hrajteže mi, hrajte, Mikuláš, Vianočné programy, Silvester, predstavenia Mestského divadla - Divadla z Pasáže.

So stanoviskom správy súhlasíme. Nie len umelecké súbory by potrebovali veľkú injekciu financií a starostlivosti, či aspoň väčšej propagácie. Možno by sa na prvý pohľad zdalo, že mesto organizuje pomerne dosť podujatí, na druhej strane v porovnaní s inými veľkými mestami by sme povedali, že je to priemer. Preto nás prekvapilo stanovisko Národného osvetového centra Bratislava, podľa jeho prieskumu je šírka ponuky kultúrnych aktivít a jej pestrosť v meste Banská Bystrica dokonca druhá najširšia v rámci celej Slovenskej republiky. Správa udáva, že je to výsledkom infraštruktúry kultúry v meste, ďalej ponúka zoznam subjektov, ktoré v oblasti kultúry v meste pôsobia. Celkovo prezentuje vyše 260 stredísk, múzeí divadiel, súborov, umeleckých školských zariadení, speváckych zborov, dobrovoľníckych subjektov, subjektov zameraných humanitne, na ľudské práva, na ľudovú kultúru, voľno časových združení, subjektov zameraných na rómsku komunitu, na telesne a duševne postihnutých, na rodinu, mládežníckych združení, klubov a iné. O väčšine z nich sme počuli prvýkrát. Dôvodom môže byť ich slabá činnosť, úzka zameranosť alebo, a to považujeme za hlavný dôvod, slabá komunikácia, informovanosť o ich činnosti a akciách. Sme preto zvedaví na výsledky výskumu

z druhej časti práce, či občania mesta Banská Bystrica registrujú uvedené subjekty a či ich považujú za kreatívnu infraštruktúru mesta.

SWOT analýzu mesta Banská bystrica približuje Tabuľka 4.

Tabuľka 4 SWOT analýza mesta Banská Bystrica

SWOT analýza mesta Banská Bystrica	
Silné stránky	Slabé stránky
• slávna história • mnoho národných kultúrnych pamiatok a pamätihodností • atraktívne a kvalitné podujatia počas roka • Štátna opera ako reprezentant vysokej kultúry a nie obvyklý jav v krajských mestách • mnoho subjektov verejného i súkromného sektora pôsobiacich v oblasti kultúry, úspešná reprezentácia vlastnej kultúry aj mimo mesta	• nefunguje dom kultúry, amfiteáter • ako jediné krajské mesto nemáme veľkokapacitný krytý priestor pre kultúrne podujatia, konferencie • 35 % občanov bolo v roku 2013 nespokojných s možnosťami trávenia voľného času v oblasti kultúry (nárast nespokojnosti o 11 % oproti roku 2006)
Príležitosti	Ohrozenia
• eurofondy • mladí ľudia sú "virtuálni" - zbehlí v priestore internetu (pomerné ľahký spôsob komunikácie s nimi) • záujem rodín s malými deťmi o spoločné trávenie voľného času • mimovládny organizáciám v SR dôveruje 40 % občanov, čo je viac ako dôvera ústavným orgánom • možnosti zahraničnej spolupráce - mesto Banská Bystrica má v zahraničí 19 partnerských miest a 3 spolupracujúce mestá • podpora EÚ kreatívnemu priemyslu - nové možnosti uplatnenia a pracovných príležitostí v oblasti umenia a dizajnu	• znižujúci sa počet spojov z iných miest a destinácií, čo znemožňuje návštevníkom z regiónu navštevovať kultúrne podujatia v Banskej Bystrici • lepšia poloha mesta Zvolena • zmena klímy (zimné a letné extrémny - ohrozenie sezónnych aktivít organizovaných vo vonkajšom priestore) • nezáujem médií o pozitívne správy • systém parkovania v meste ohrozuje mobilitu občanov aj návštevníkov • rýchle životné tempo, nedostatok času a energie na návštevu kultúrnych podujatí alebo zapájanie sa aktívne do záujmovej činnosti • ponuka ľahkých atraktivít (PC, obchodné centrá), návštevy obchodných centier ako forma trávenia voľného času mladých ľudí, rodín s deťmi • podiel verejných výdavkov na kultúru z hrubého domáceho produktu sa v SR znižuje

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa dokumentu Návrh strategickej vízie smerovania kultúry v meste Banská Bystrica.

S vypracovanou SWOT analýzou sa do veľkej miery stotožňujeme. Do silných stránok by sme pridali ešte veľký ľudský potenciál, veľkú koncentráciu študentov aj z umeleckých škôl. Ako slabé stránky vidíme nedostatočnú koordináciu subjektov pôsobiacich v oblasti kultúry, realizácia kultúrnych akcií v nevhodných priestoroch (napr. športová hala Štiavničky), vysoké vstupné pre študentov na hosťujúce predstavenia, koncerty.

Mesto Banská Bystrica sa na väčšine internetových stránok prezentuje ako historické mesto s množstvom kultúrnych pamiatok, jadro mesta je historickým dedičstvom a hradná oblasť bola vyhlásená za národnú kultúrnu pamiatku. Návštevníci mesta tiež veľmi kladne hodnotia okolitú prírodu a pokoj, ktorým mesto vyžaruje. V tejto kapitole sme si mesto Banská Bystrica priblížili aj z pohľadu jeho zamerania sa na vlastný kultúrny rozvoj. Niektoré aktivity v tomto smere boli úspešné iné zase nie. To však znamená, že je ešte stále priestor kam rásť, veď kreativita nepozná medze. My sme sa rozhodli pozrieť sa na mesto Banská Bystrica ako na mesto s kreatívnym potenciálom. Zaujímalo nás ako Banskú Bystricu vidia domáci obyvatelia. Vystúpiť trochu z „kliše“ pohľadu na mesto, ktorým sa ako Bystričania reprezentujeme a pozrieť sa viac pod povrch. Identifikovať miesta, ktoré by sme mohli charakterizovať ako prvky kreatívnej infraštruktúry mesta a následne tento „domáci pohľad“ ponúknuť návštevníkom mesta Banská Bystrica.

2.2. Metodika práce

Výskum by sme mohli rozdeliť do dvoch častí. V prvej časti nášho výskumu sme sa zamerali na zostavenie štandardizovaného dotazníka. V druhej časti sme sa venovali získavaniu a spracovaniu nadobudnutých informácií, pričom sme použili logické metódy – analýzu, syntézu, indukciu, dedukciu a komparáciu.

Objektom nášho výskumu bolo mesto Banská Bystrica reprezentované občanmi. Pre podrobnejší prehľad sme ich rozdelili na nasledujúce segmenty: študenti/ mládež (od 15 do 26 rokov), dospelí (26 rokov – 60 rokov), dôchodcovia (nad 60 rokov), mamičky s deťmi (deti do 15 rokov), pracujúci v kreatívnom odvetví, študenti v kreatívnom odvetví.

Predmetom nášho výskumu bolo zistenie názoru respondentov na súčasný stav jednotlivých aktivít organizovaných mestom pre občanov ako aj informovanosti zo strany mesta. Tiež sme chceli identifikovať miesta a akcie, ktoré tvoria naše mesto kreatívnym mestom.

Na zber údajov sme použili metódu dotazníkového prieskumu. Dotazník (Príloha 2) pozostával z 18 otázok 5 typov: otvorené, uzavreté s možnosťou viacerých odpovedí, uzavreté s možnosťou jednej odpovede, sématický diferenciál a matica výberu z možností (škála možností). Otázky sme formulovali tak, aby sme naplnili cieľ práce. Mohli by sme ich zhrnúť do troch okruhov. Prvý okruh sa venoval zisťovaniu momentálneho stavu a spokojnosti s možnosťami využívania voľného času prostredníctvom akcií organizovaných mestom, ako aj

zist'ovaniu smerovania potrieb cieľových segmentov. V druhom okruhu mohli respondenti hodnotiť najmä komunikácia medzi mestom a občanmi. Tretí okruh otázok sa zameriaval na miesta a aktivity charakterizujúce kreatívne mesto, resp. miesta a aktivity, ktoré by mohli byť nositeľom potenciálu kreatívnej infraštruktúry z pohľadu domácich obyvateľov mesta. Dotazník bol anonymný a získané informácie budú ďalej využité pri tvorbe kreatívnej mapy mesta Banská Bystrica.

Dotazníky sme distribuovali prostredníctvom e-mailov, sociálnej siete a niektorých respondentov sme oslovili aj osobne.

Získané informácie sme následne hodnotili a spracovali pomocou programu Excel 2010, niektoré hotové grafy sme dostali ako výstup programu stránky www.Survio.com, kde sme dotazník vytvárali.

2.3. Analýza a interpretácia výsledkov výskumu

V nasledujúcej podkapitole priblížime odpovede respondentov na opytované otázky. Prostredníctvom dotazníku sme oslovili 200 respondentov rôznych segmentov, vrátilo sa nám 106 dotazníkov. Výskum nemáme ešte ukončený, predpokladáme ešte ďalšie získavanie odpovedí, poprípade doplnenie či modifikáciu otázok, nakoľko nás téma zaujala a plánujeme v práci pokračovať aj po ukončení ŠVA. Vzhľadom na časový termín odovzdania práce hodnotíme momentálne výstupy. Výsledky prieskumu uvádzame v nasledujúcich tabuľkách a grafoch.

Tabuľka 5 Zaradenie respondentov do segmentov

segment	počet	%
študenti/ mládež (od 15 do 26 rokov)	61	57,6
dospelí (26 rokov – 60 rokov)	23	21,7
dôchodcovia (nad 60 rokov)	3	2,8
mamičky s deťmi (deti do 15 rokov)	8	7,6
pracujúci v kreatívnom odvetví	6	5,7
študenti v kreatívnom odvetví	5	4,7

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka 5 popisuje rozdelenie respondentov do jednotlivých segmentov. Ako sme už spomínali v úvode tejto kapitoly, rozhodli sme sa osloviť nasledujúce segmenty: študenti/ mládež

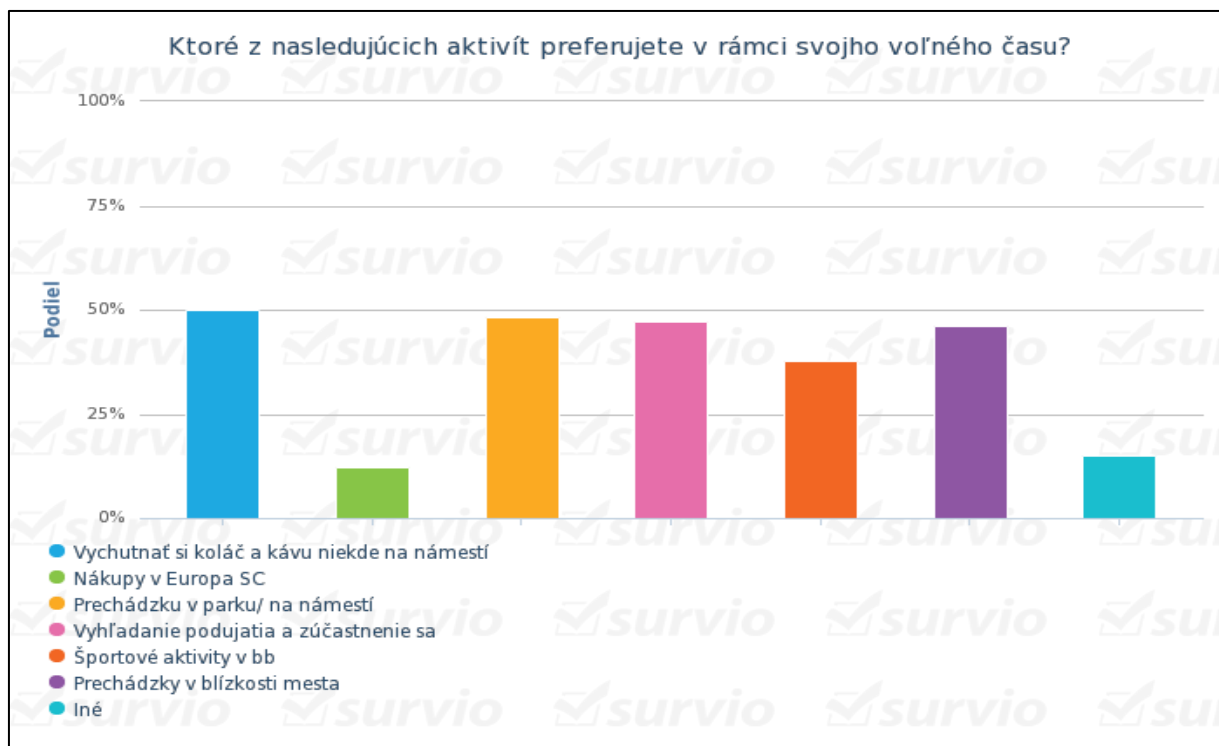
(od 15 do 26 rokov), dospelí (26 rokov – 60 rokov), dôchodcovia (nad 60 rokov), mamičky s deťmi (deti do 15 rokov), pracujúci v kreatívnom odvetví, študenti v kreatívnom odvetví.

Najviac sa nám podarilo osloviť študentov a mládež, tvorili 57,6% opýtaných, druhú najpočetnejšiu skupinu opýtaných tvorili dospelí 21,7%. Ostatné skupiny respondentov zaznamenali účasť pod 10%. Dôvodom môže byť väčší počet otvorených otázok, kde sa respondenti museli zamyslieť nad odpoveďou, ale aj krátke obdobie zberu dát. Nakoľko výskum stále prebieha predpokladáme % nárast odpovedí všetkých segmentov.

Prvá časť – Aktivity z pohľadu občanov v meste Banská Bystrica

Prvá časť dotazníkového prieskumu sa zaoberá súčasnými možnosťami trávenia voľného času z pohľadu občanov mesta Banská Bystrica. Zisťuje účasť respondentov na akciách konaných mestom a identifikuje, na ktoré aktivity by sa malo podľa občanov v budúcnosti mesto zamerať.

Graf 1 zobrazuje aktivity preferované v rámci voľného času. Vychádzajúc z daného grafu sme zistili, že približne polovica respondentov preferuje a rada svoj čas venuje týmto aktivitám : vychutnanie si koláču na námestí, prechádzku v parku/ na námestí, vyhľadaniu a zúčastneniu sa podujatia a prechádzkam v blízkosti mesta. Z opýtaných respondentov 40 uviedlo, že sa v rámci svojho voľného času venujú športovým aktivitám, a len 13 by svoj voľný čas strávilo nakupovaním v Europe Shopping Centrum. Možnosť iné vyplnili 16 respondenti, ktorí by svoj voľný čas strávili iným spôsobom ako bolo na výber z daných možností. Pre lepšiu prehľadnosť a spracovanie výsledkov sme ich uviedli v osobitnej Tabuľke 8. V Tabuľke 8 sme znázornili aktivity, ktoré by respondenti preferovali viac ako z možností, ktoré boli uvedené v dotazníku. Vzhľadom nato, že u niektorých boli odpovede rovnaké, uviedli sme aj počet respondentov, ktorí by si vybrali iné možnosti strávenia voľného času. Z nášho pohľadu mnoho ľudí rado trávi čas v meste Banská Bystrica a myslíme si, že ľudia majú záujem o kultúru v meste a celkovo o trávenie času v meste. Mnoho z nich uvádza, že sa rado zdržiava v centre mesta, ale aj v okolitej prírode mesta. Vzhľadom k tomu, že Banská Bystrica má čo ponúknuť, veríme, že dokáže naplniť očakávania a spokojnosť občanov v rámci trávenia voľného času.



Graf 1 Aktivity voľného času preferované občanmi mesta Banská Bystrica

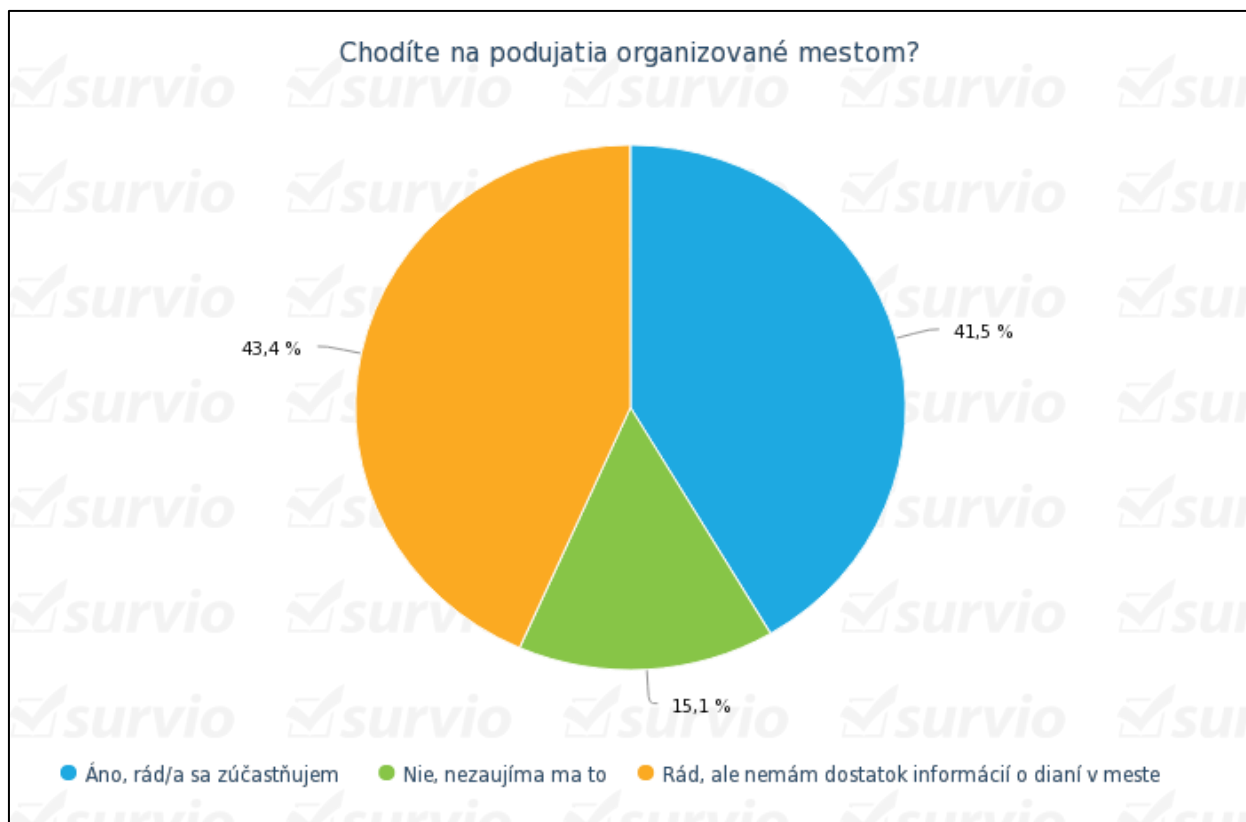
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka 6 Iné aktivity

Aktivity	Počet respondentov
Priateľ/Priateľka	2
Výlet mimo mesta Banská Bystrica	2
Kultúrne aktivity (organizácia, tvorba v rôznych umeleckých odvetviach, koncerty, divadelné predstavenia, rozvoj umelcov a i.)	6
Práca	3
Šport vo vlastnej réžii (plaváreň)	2
Kalvária - prechádzka	1
Turistika	2
Aktivity pre rodiny s deťmi	1

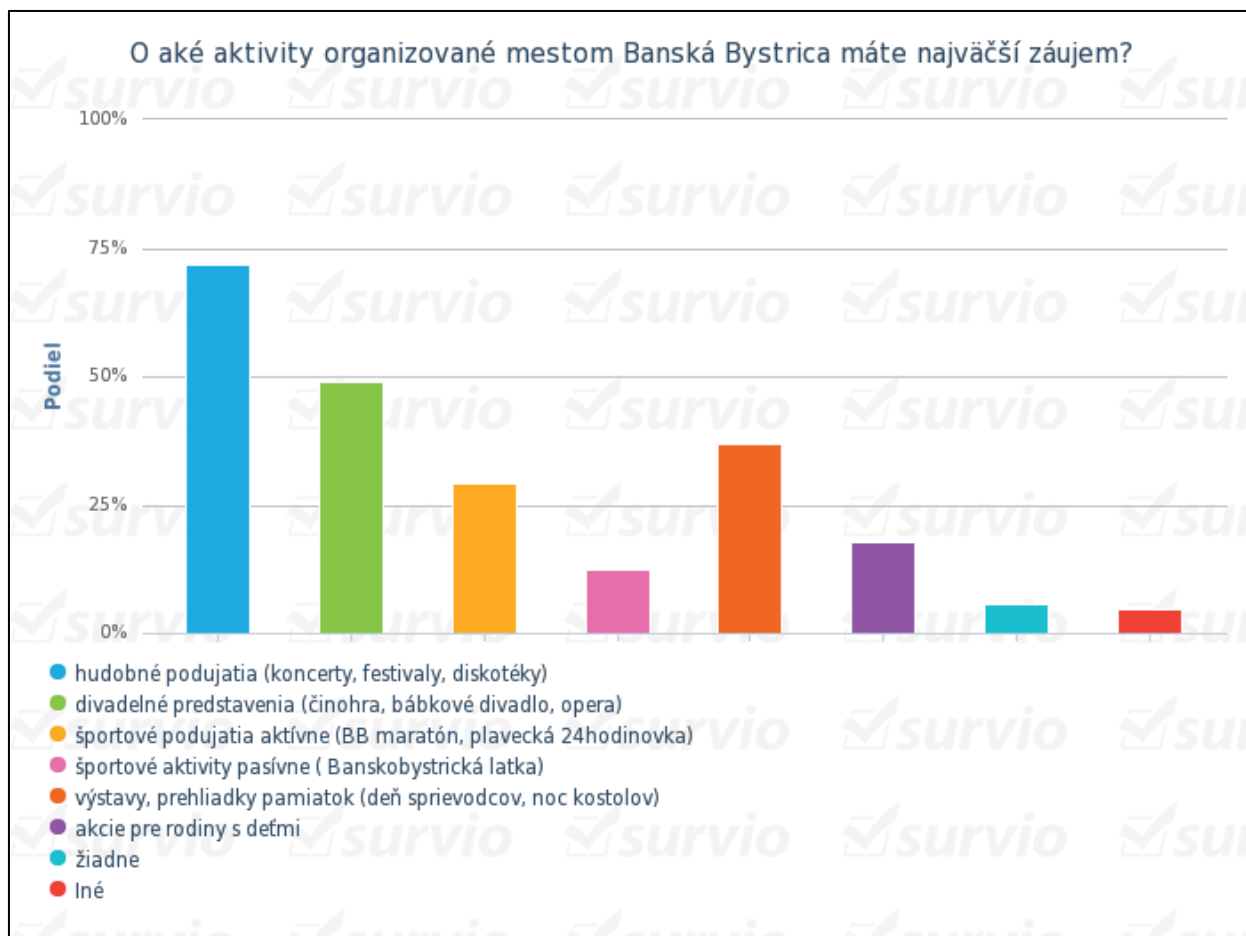
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Graf 2 ukazuje koľko občanov z danej vzorky respondentov sa zúčastňuje podujatí organizovaných mestom. Ako vyplýva z grafu 43,4 % občanov sa radi zúčastňujú podujatí, ale nemajú dostatok informácií o podujatiach a udalostiach organizovaných mestom. Môžeme konštatovať, že ľudia majú záujem o dané udalosti, lebo až 41,5% opýtaných sa týchto podujatí zúčastňuje. Len 15,1% opýtaných odpovedalo, že o tieto podujatia nemajú záujem, a teda sa ich ani nezúčastňujú.



Graf 2 Atraktivita podujatí organizovaných mestom Banská Bystrica
Zdroj: Vlastné spracovanie.

V nasledujúcom grafe hodnotíme o aké aktivity organizované mestom majú naši respondenti záujem. Z výsledkov grafu vyplýva, že respondenti prejavili najväčší záujem o hudobné podujatia. Až 71,7 % respondentov prejavilo záujem o podujatia tohto typu. S takmer 50% sa na druhom mieste umiestnili divadelné predstavenia a trojicu uzatvorili výstavy a prehliadky pamiatok s počtom. Tesne pod 30 % sa umiestnili aktívne športové podujatia. S menej ako 20 % sa umiestnili akcie pre rodiny s deťmi, pričom prihliadame, že toto číslo by mohlo byť aj väčšie, vzhľadom k najpočetnejšej vzorke uchádzačov, ktorú tvoria študenti. Len 5,7 % označilo možnosť, že sa nezúčastňujú žiadnych aktivít. Možnosť iné si vybralo 4,7 %, pričom ich predstavy o aktivitách sú nasledovné : turistika organizovaná Klubom Slovenských Turistov – Lokomotíva, akcie organizované Záhradou – Centrom nezávislej kultúry, podujatie SNP, radvanský jarmok, ale aj tvorivé dielne a aktivity tohto typu.



Graf 3 Záujem o aktivity organizované mestom Banská Bystrica
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Zo spracovanej Tabuľky 9 vyplýva, že respondenti by uvítali viac hudobných podujatí, aktivít pre mládež, podujatí pre deti / s rodiny s deťmi a viac podpory organizáciám venujúcim sa mládežníckym záujmovým združeniam. Naopak najmenšie uplatnenie by podľa respondentov mali besedy, diskusie, prednášky, organizácie pre spájanie generácii a viac podujatí pre seniorov.

Tabuľka 7 Preferované aktivity

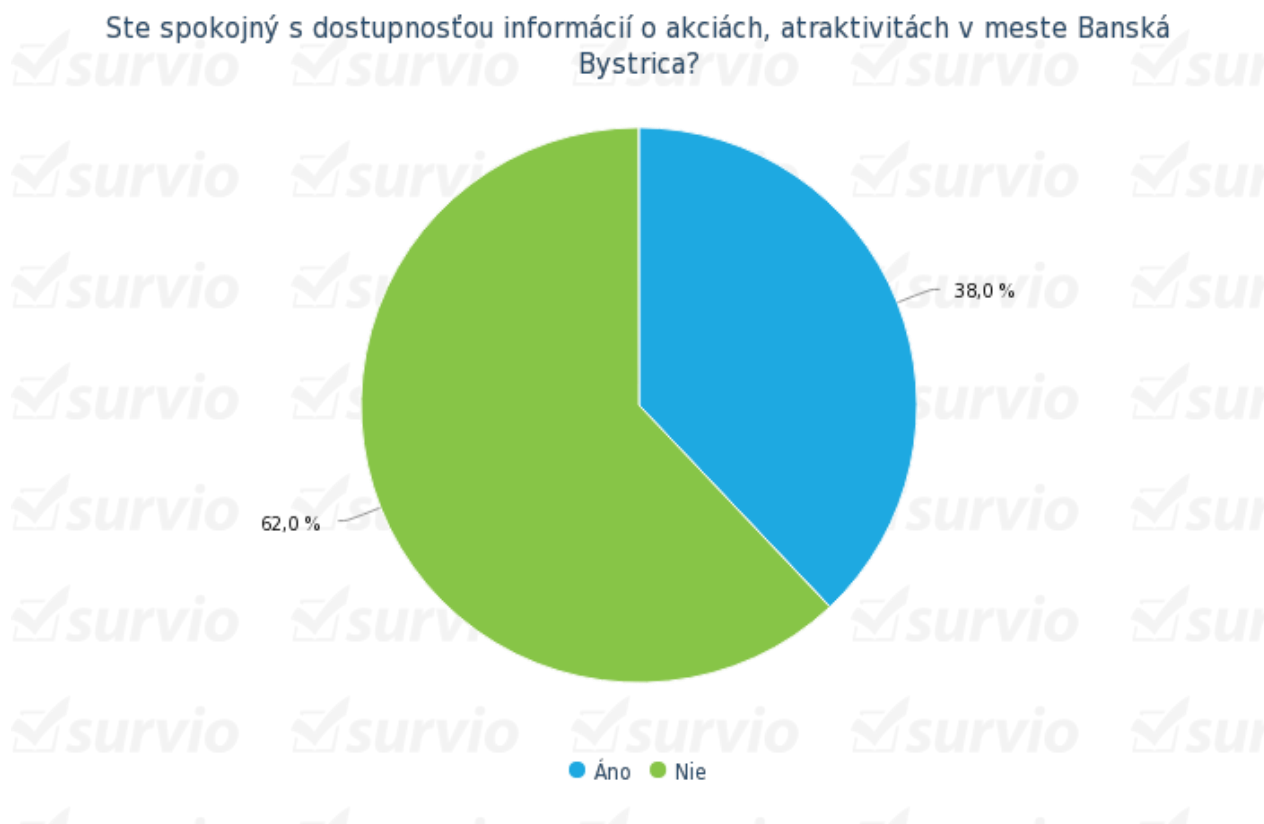
Aktivity	Odpovede 1. a 2.	1.Súhlasím	2.Skôr súhlasím	3.Skôr nesúhlasím	4.Nesúhlasím
organizovalo viac hudobných podujatí (napr. koncerty, koncerty v parku, koncerty na netradičný miestach, festivaly, diskotéky, hudobné workshopy)	102	74	28	2	2
organizovalo viac umeleckých podujatí (napr. divadelné predstavenia, letné kino, autorské čítanie/recitácia, výstavy a prezentácie umelcov na verejných miestach, umelecké workshopy)	98	65	33	6	2
organizovalo besedy, diskusie, prednášky	79	28	51	21	6
organizovalo viac podujatí pre deti/ rodiny s deťmi (napr. interaktívne výstavy, tvorivé dielne, súťaže, výlety, letné tábory)	100	55	45	5	1
organizovalo viac aktivít pre mládež (napr. kvízové večery, kreatívne workshopy, IT workshopy, kuchárske workshopy, deň spoločenských hier, dobrovoľníctvo)	101	62	39	5	0
viac podporovalo organizácie venujúce sa mládežníckym záujmovým aktivitám (napr. ZUŠ, centrá voľného času, občianske združenia, umelecké súbory, športové tímy)	100	67	33	6	0
organizovalo viac podujatí pre seniorov	86	34	52	18	2
organizovalo aktivity pre spájanie generácií (napr. starší mladším, mladší starším)	81	43	38	22	3
viac využívalo potenciál umelcov - PG,AU...	93	54	39	11	2
viac využilo potenciál dizajnérov, reklamných pracovníkov na svoje zviditeľnenie sa	90	63	27	12	4

Zdroj: Vlastné spracovanie

Druhá časť – Informovanosť a propagácia mesta Banská Bystrica

Druhá časť dotazníkového prieskumu zisťuje nakoľko sú respondenti spokojní s informovanosťou v meste, aké informačné kanály využívajú a ktoré by podľa ich názoru malo mesto skôr využívať. Odpovede sme opäť spracovali graficky.

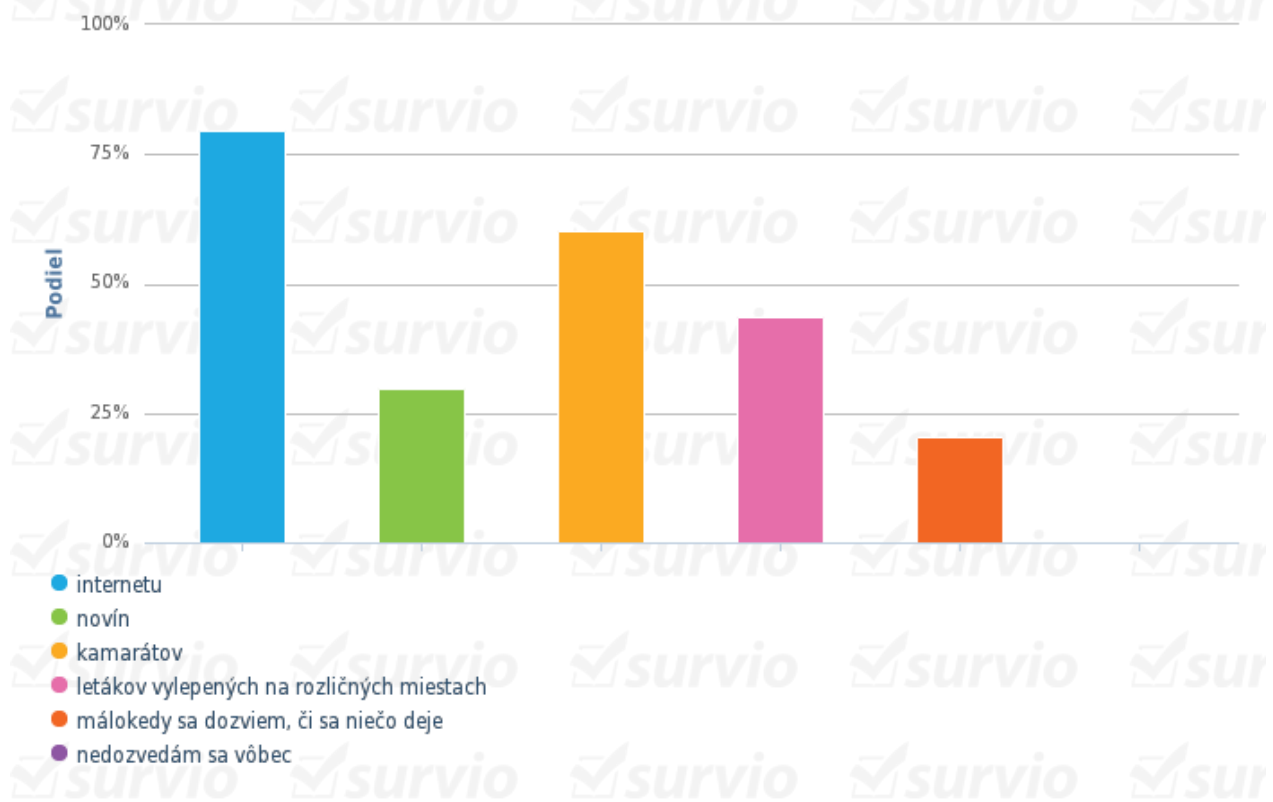
Výsledky z Grafu 4 poukazujú na skutočnosť, že len 38 % respondentov je spokojných s dostupnosťou informácií o aktivitách prebiehajúcich v meste Banská Bystrica. Až 62 % si myslí, že získanie a dostupnosť informácií o akciách a aktivitách je problémové a prijali by viac informácií o aktivitách prebiehajúcich a konajúcich sa v meste Banská Bystrica.



Graf 4 Informovanosť mesta Banská Bystrica o aktivitách a podujatiach
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Graf 5 ilustruje výsledky spôsobu informovanosti sa o aktivitách v meste Banská Bystrica. Ako uvádza, najviac využívaným prostriedkom na získavanie informácií o podujatiach je internet. Až 86 respondentov zvolilo túto možnosť. Za druhý najpoužívanější prostriedok získavania informácií respondenti označili možnosť získania informácií od svojich kamarátov. Letáky sú tiež atraktívnym nástrojom odkiaľ sú ľudia schopní dozvedieť sa informácie o dianí v meste, pretože 47 respondentov uviedlo aj túto možnosť. 32 respondentov by informácie vyhľadávalo v novinách a 22 respondentov uviedlo, že sa málokedy dozvie, že sa niečo deje. Potešila nás aj odpoveď, ktorú neoznačil ani jeden z respondentov, a to tá, že obyvatelia sa o aktivitách nedozvedajú vôbec.

O podujatiach v Banskej Bystrici sa dozvedám prostredníctvom

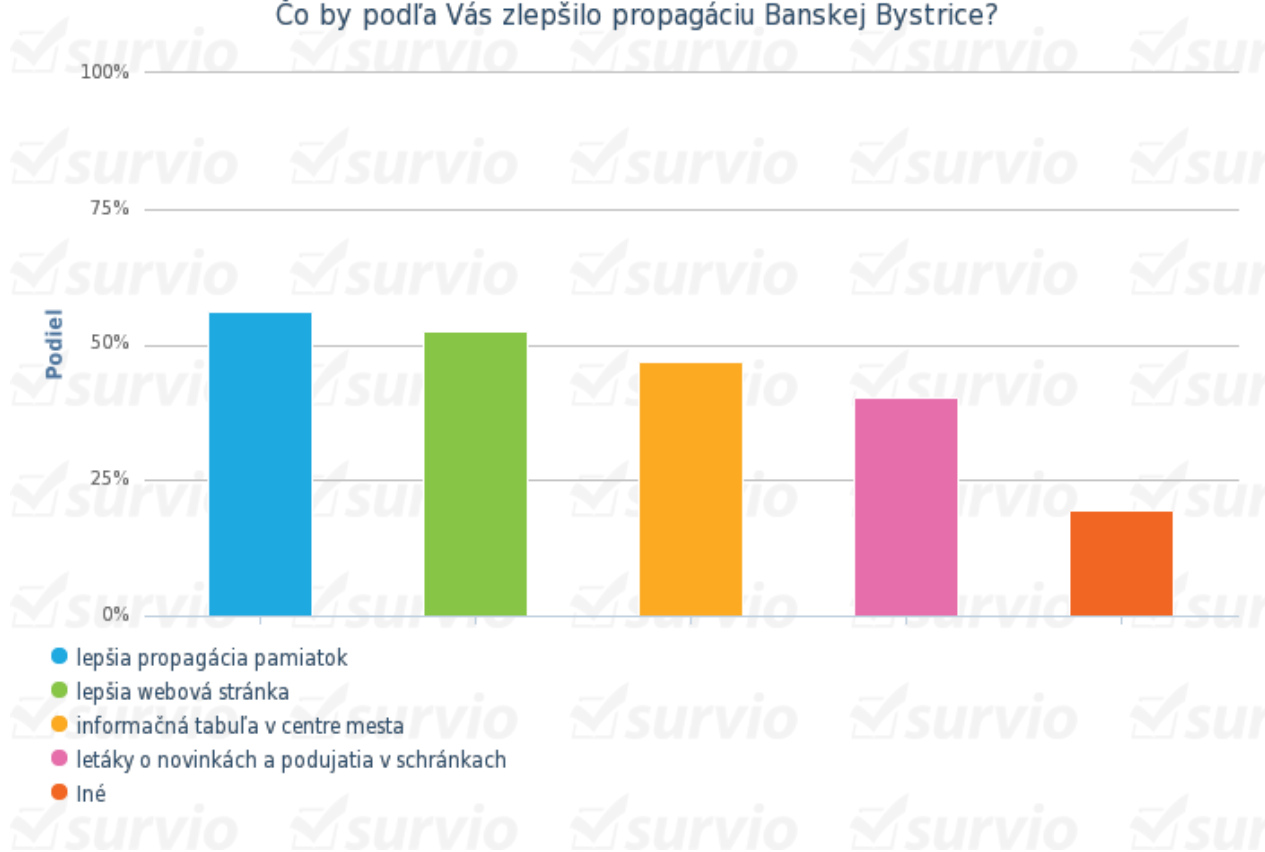


Graf 5 Spôsob získavania informácií v meste

Zdroj: Vlastné spracovanie

V nasledujúcej otázke dotazníkového prieskumu nás zaujímalo, čo by podľa respondentov zlepšilo propagáciu mesta Banská Bystrica. Otázka ponúkala výber viacerých možností: lepšia propagácia pamiatok, lepšia webová stránka, informačná tabuľa v centre mesta, letáky o novinkách a podujatia v schránkach a tiež priestor na individuálne vyjadrenie respondentov. Výsledok popisuje nasledujúci Graf 6.

Čo by podľa Vás zlepšilo propagáciu Banskej Bystrice?



Graf 6 Spôsoby propagácie mesta Banská Bystrica

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Názor respondentov je v tejto oblasti rôznorodý. Viac ako polovica 56,2% si myslí, že Banská Bystrica by mala zlepšiť propagáciu pamiatok. 51,4% opýtaných by navrhlo lepšiu webovú stránku, informačnú tabuľu v centre mesta by odporučilo 47,6 % respondentov a 41 % by privítalo letáky o novinkách a podujatiach v schránkach. Pomerne veľké zastúpenie odpovedí predstavuje aj možnosť iné, kde respondenti vyjadrili svoj názor. Väčšina respondentov 42% navrhuje, aby mesto viac komunikovalo prostredníctvom sociálnych sietí, skvalitnilo informačnú hodnotu direct mailov a celkovo viac využívalo možnosti internetu. Z ďalších odpovedí tiež vyplýva, že občania by prijali väčšiu informovanosť prostredníctvom oznamovacích tabúľ po celom meste. 19% opýtaných si myslí, že propagácia mesta je dostatočná a netreba vynakladať financie do duplicitných propagačných aktivít, skôr by sa malo mesto zamerať na zvýšenie frekvencie aktivít, rovnako vyzdvihujú kampaň VISIT BB, ktorá by si podľa nich zaslúžila viac pochopenia zo strany obyvateľov aj zastupiteľstva. Veľmi zaujímavý návrh spomedzi odpovedí bol navrhnutie mobilnej aplikácie pre turistov ako možnosť propagácie mesta.

Pri zostavovaní dotazníka sme sa zamýšľali nad komunikáciou mesta prostredníctvom internetových stránok. Zdalo sa nám, že informácie o jednotlivých akciách a aktivitách, ktoré sú organizované v meste ale nie len mestom, sú roztrúsené. Chýbala nám istá jednota, teda mať všetko ako sa hovorí po jednej strechou. Naším návrhom by bolo vytvorenie alebo doplnenie už existujúcich propagačných stránok, kde by boli zverejnené všetky (alebo aspoň väčšina) aktivity konajúce sa v meste. Rozdelené by boli do jednotlivých skupín podľa segmentov – rodiny s deťmi/deti, mládež, dospelí, dôchodcovia. Pričom by šlo o participáciu mesta so súkromným sektorom. Najväčší dôraz by sme ale kládli na jej prepojenie so sociálnou sieťou. Pýtali sme sa teda aj občanov mesta, či by podľa ich názoru mala takáto www stránka, ktorá by pravidelne aktualizovala podujatia a aktivity konajúce sa v meste Banská Bystrica (rozdelená pre deti, študentov, starších...) Otázka bola zostavená ako semantický diferenciál. Väčšina respondentov sa priklonila ku kladnej odpovedi na túto otázku, z toho 58,5% opýtaných sa vyjadrilo áno, 23,6% skôr áno. 10,4% respondentov sa k tejto otázke postavilo neutrálne a 7, 6% negatívne (3,8% skôr nie a 3,8% nie).

Tretia časť - Kreatívne mesto Banská Bystrica

Nasledujúci okruh otázok sa zameriava na mesto Banská Bystrica ako kreatívne mesto. Zaujímalo nás, čo si respondenti predstavujú pod týmto pojmom a či vnímajú Banskú Bystricu ako kreatívne mesto. Tiež sme chceli identifikovať miesta, ktoré by mohli byť reprezentantom takéhoto mesta nie len pre návštevníkov ale aj domácich. Identifikovať kreatívnu infraštruktúru mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov.

Pre našich respondentov sme zvolili aj jednu dobrovoľnú otázku, ktorá sa zaoberala zhodnotením celkovej atmosféry mesta Banská Bystrica. V otázke nás zaujímalo aj to, ako na našich respondentov pôsobí mesto Banská Bystrica. Z opýtanej vzorky nám na dobrovoľnú otázku odpovedalo až 93 respondentov. Odpovede respondentov môžeme rozdeliť do troch skupín, kde prvej skupine vyhovuje život v Banskej Bystrici a je spokojná s danou atmosférou. Druhá skupina vyjadruje spokojnosť so životom v meste, avšak má určité výhrady týkajúce sa využiteľnosti potenciálu mesta. Tretia skupina sú respondenti, ktorí sú nespokojní s rôznymi problémami týkajúcimi sa mesta, a tým teda pociťujú horšiu atmosféru a celkový dojem z mesta je ovplyvnený práve danými negatívnymi skutočnosťami. Pod každým odsekom venujúcim sa danej skupine, uvádzame aj príklady niektorých z nich, ktoré považujeme za nosné a výstižné pre

dané skupiny. Zámerom je obohatenie práce o kreatívne odpovede, ktoré sú pre nás zaujímavé a z nášho pohľadu vystihujúce situáciu v našom meste.

Najčastejšie odpovede týkajúce sa spokojnosti hovorili o tom ,že mesto Banská Bystrica na nich pôsobí romanticky, pozitívne, historicky, krásne, dobre, bezpečne, pokojne, priateľsky, moderne, príjemne, čarovne, pohodovo, ticho a priemerne. Väčšinou odpovede tvorili pozitívne ohlasy, s tým, že Banská Bystrica je pre nich to najkrajšie mesto a miesto, aj vzhľadom nato, že tu bývajú, ale aj na základe rôznych iných faktorov (príroda, kamaráti, ľudia žijúci v meste, študentské mesto, a i.). Z odpovedí môžeme spomenúť nasledovné:

- veľmi pohostinné mesto s priateľskými ľuďmi,
- príjemná atmosféra , páči sa mi že sa zachováva historicky duch mesta,
- pozitívne, relatívne bezpečné, historické centrum je veľmi pekné, infraštruktúra vybudovaná úplne dostatočne,
- prekrásne kultúrne historické mesto s príjemnou atmosférou v objatí vrchov; milí obyvatelia s peknou slovenčinou,
- naše mesto nie je obrovské a väčšina sa navzájom poznáme či už osobne alebo z videnia, preto by sme naše mesto mohli nazvať rodinným mesto.

Bohužiaľ musíme konštatovať, že odpovede mnohých respondentov boli síce kladné a celkovo boli spokojní s atmosférou mesta, avšak mnoho z nich písalo, že Banská Bystrica málo využíva svoj potenciál. V odpovediach nachádzame kritiku na nedostatočné pracovné miesta, zanedbané parky, nedostatočné zabezpečenie materských škôlok mestom, nedostatok aktivít organizovaných mestom, hlavne na podporu umeleckej činnosti, ale aj športu. Vyskytli sa aj odpovede, ktoré hovorili o nedostatočne zabezpečenej mestskej hromadnej doprave, či ponuke mestských aktivít len pre určité profesie a určité vekové kategórie.

- mesto Banská Bystrica je jedno z najkrajších, ale naozaj by to chcelo trošku vnieť život. Primäť ľudí sa zabávať stretávať športovať a to všetky generácie!,
- veľký potenciál v mnohých oblastiach, ale ako množstvo iných miest na SR to nevedia využiť a zanechať hlbokú emóciu aby sa rozhodol turista prenocovať, prísť znova,
- mám ho rada, ale atmosféra znamená aj čo sa tu všetko dá robiť a tu ešte mesto zaostáva,
- pôsobí na mňa ako krásne mesto bez možnosti relaxu zábavy a oddychu. mesto spoločensky umiera,

- krásne mesto, ktoré trochu zaspalo v posledných rokoch, ale verím, že v budúcnosti sa preberie,
- Banská Bystrica bohužiaľ na mňa pôsobí dojmom, že nič sa tam nedeje, resp. verejnosť nie je dostatočne informovaná,
- krásne malé historické mesto ktoré má ale problém zviditeľniť sa.

V rámci tretej skupiny sme zaznamenali aj nespokojnosť obyvateľov mesta Banská Bystrica na rôzne mestské záležitosti. Respondentom sa nepáčilo, že problémy v meste sa riešia najmä v dlhodobom horizonte, prístup mesta k svojim povinnostiam, ale aj k možnostiam vylepšenia mestských záležitostí, ale aj budov (stanica, diery pri mestskom úrade, rozbúraná Slovenska, a i.). Z ekonomického pohľadu respondenti podotkli aj na nedostatočnú výrobu a vytkli točenie sa peňazí z väčšej časti iba v službách. V niektorých odpovediach občania zaujímali aj stanovisko, že ľudia by mali viac chodiť do mesta a nenakupovať len v Európe Shopping Centre. Občania pociťujú aj nedostatok záujmu o nich a ich potreby, hlavne z zo strany volených predstaviteľov mesta:

- každým rokom sa mi zdá ako keby to šlo dolu vodou.. Ľudia sa vytrácajú a svetlá hasnú...,
- centrum kultúry zaplavené tonami billboardov, ktoré kazia inak nádherné mesto,
- mesto je krásne až na hlavné veci ako autobusová a železničná stanica, málo verejných WC,
- mám pocit že Banská Bystrica je zanedbávaná zo strany poslancov a politikov. Mládež sa snaží oveľa viac. Čo je na jednej strane skvelé, zároveň ale aj smutné.

Nasledujúca otázka sa zameriavala na identifikáciu pojmu kreatívne mesto. Zo všetkých 106 odpovedí na nasledujúcu otázku sme vybrali tie, ktoré podľa nás najviac vystihujú všetky názory respondentov. Pod pojmom kreatívne mesto si občania Banskej Bystrice predstavujú mesto, ktoré:

- podporuje ľudí, ktorí majú snahu zapájať do diania, a zároveň ponúka príležitosti na prejavenie sa každému, čo o to stojí. Nemusí to byť len po umeleckej stránke, ako sú napríklad výstavy "neznámych" umelcov, ale aj kreatívne myšlienky z iných oblastí ako spríjemniť, zvýšiť kvalitu a uľahčiť život obyvateľom Banskej

Bystrice, ponúknuť kreatívne riešenia súčasných problémov. Kreatívne mesto nezáleží len od mestského úradu ale aj od ľudí,

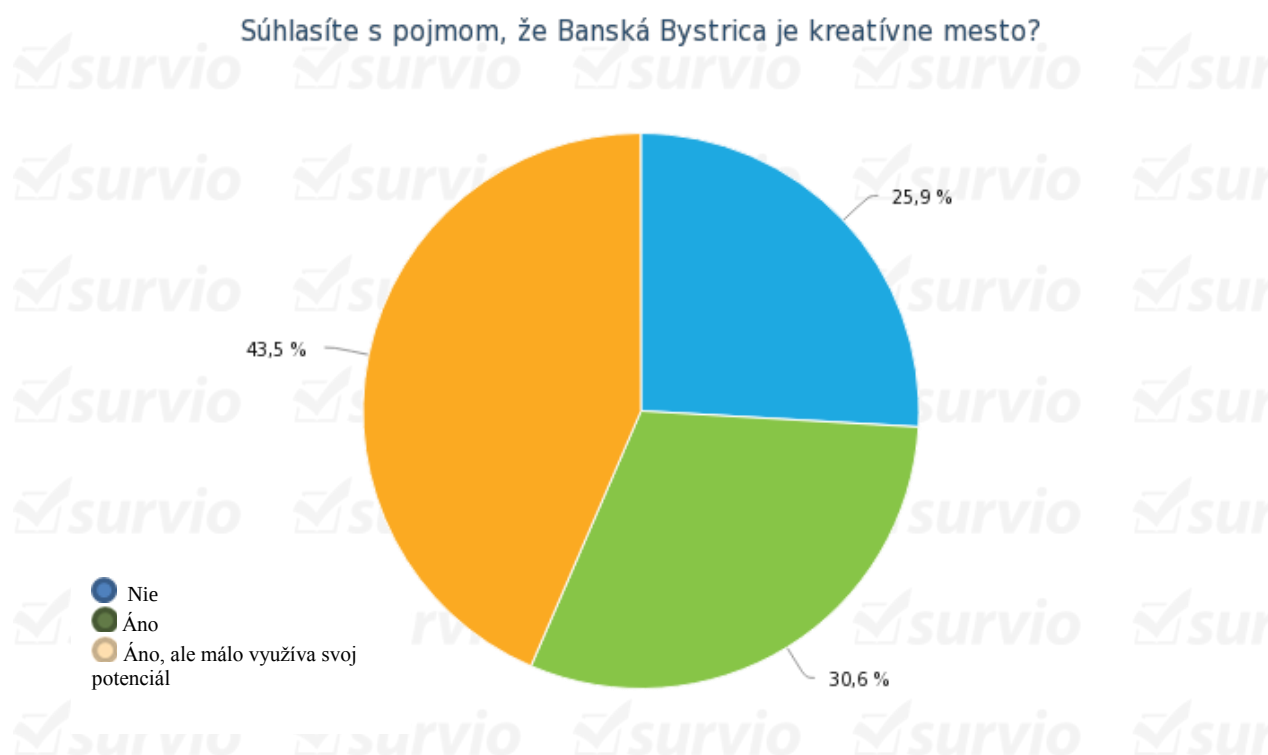
- mesto, ktoré svoj potenciál nedrží na hranici priemernosti, ale mieri za výnimočnosťou. Živé mesto. Mesto budované všetkými, zapájajúce a spájajúce generácie, mesto, ktoré rastie do krásy a nie do počtu parkovacích miest,
- mesto, ktoré svojim obyvateľom ponúka veľa rozmanitých možností na trávenie svojho voľného času, veľa workshopov, priestor pre umelcov a sebarealizáciu obyvateľov ktorí ukážu čo je v nich , čo by aktívne prezentovalo ako kultúrnu hodnotu mesta,
- modernizácia infraštruktúry, IT technológií, robiť veci pre obyvateľstvo, široká ponuka príležitostí či už pracovných alebo voľnočasových.

Väčšina odpovedí sa zhoduje s teoretickým vymedzením kreatívneho mesta, i keď respondenti sa zameriavajú viac na mäkkú infraštruktúru (možnosti trávenia voľného času), na druhej strane boli aj odpovede, ktoré dokazujú, že respondenti vnímajú kreatívne mesto komplexne, priradujú k tomuto pojmu aj politický a verejný rámec, sociálnu klímu, reprezentáciu mesta, obývateľnosť a blahobyt. Necelé percento opýtaných si myslí, že pojem kreatívne mesto je nezmysel.

Po definovaní pojmu kreatívne mesto sme sa pýtali, či respondenti vnímajú Mesto Banská Bystrica ako kreatívne mesto. Prehľadné zobrazenie odpovedí ponúka Graf 7. 43,4 % respondentov nepovažuje mesto Banská Bystrica za kreatívne mesto. 56,6 % opýtaných si naopak myslí, že by sme týmto pojmom mesto Banská Bystrica mohli označiť, z toho 31,1% ale uvádza, že málo využíva svoj potenciál. Na otázku prečo si to myslia odpovedali:

- málo priestoru pre kreatívnych ľudí, chýba interakcia mesta s kreatívcami (študenti, architekti...) - malá propagácia, ľudia málo využívajú dané ponuky a nedostatočné využívanie priestorov (napr. amfiteáter, kluby),
- vedenie mesta sa nezaoberá touto problematikou, nevyužíva kreatívnych študentov ako potenciál /už sa rysujú snahy, no stále treba zapracovať omnoho viac,
- aj áno, aj nie... Každý víkend sa tu deje nejaké podujatie, v lete je ich mnoho.. ale ťažko povedať, zanedbáva svoju historickú hodnotu,

- Ľudia prichádzajú s rôznymi dobrými nápadmi, ktoré ale nemajú veľkú propagáciu ani finančné prostriedky.

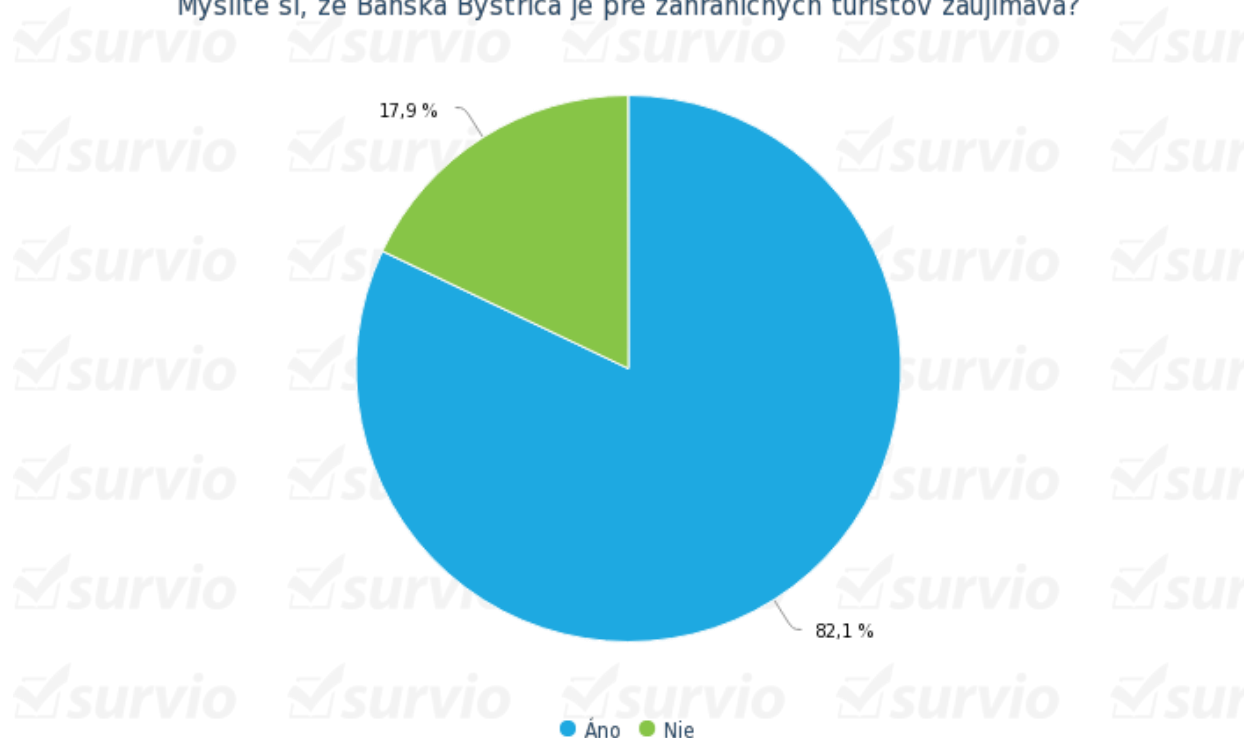


Graf 7 Kreatívne mesto Banská Bystrica
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Mesto Banská Bystrica by sme na základe predchádzajúcej otázky mohli zaradiť medzi kreatívne mestá. Zaujímalo nás teda, ktoré miesta by sme mohli zaradiť do kreatívnej infraštruktúry mesta. V nasledujúcich otázkach sme sa respondentov pýtali, či si myslia že je mesto Banská bystrica pre návštevníkov zaujímavé, ktoré miesta (aktivity) v Banskej Bystrici by odporučili návštevníkom mesta, ktoré sú ich najobľúbenejšie miesta, ktoré považujú za najkreatívnejšie a o ktorých miestach, aktivitách sa hovorí len málo (možno o nich vedia len domáci), ale zaslúžili by si, aby sa o nich dozvedeli aj iní.

Podľa odpovedí respondentov je mesto Banská Bystrica pre návštevníkov zaujímavé a má im čo ponúknuť. Ako vyplýva z výsledkov z Grafu 8 až 87 respondentov tvrdí, že mesto Banská Bystrica je pre zahraničných turistov zaujímavé. Len 19 respondenti si myslia, že mesto Banská Bystrica zahraničným turistom nemá čo ponúknuť, a teda je pre nich nezaujímavé.

Myslíte si, že Banská Bystrica je pre zahraničných turistov zaujímavá?



Graf 8 Atraktivnosť Banskej Bystrice pre zahraničných turistov
Zdroj: Vlastné spracovanie.

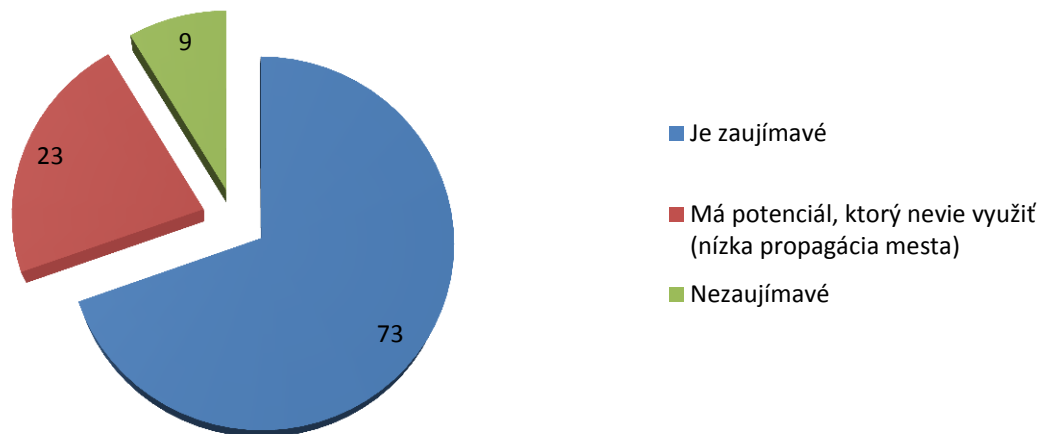
Graf 9 uvádza informácie získané na základe otvorenej otázky, ktorá znela : Vyjadrite svoj názor na otázku prečo je Banská Bystrica ne/zaujímavá pre zahraničných turistov. V grafe sú zobrazené výsledky respondentov, ktoré sa sme rozdelili do troch nasledovných skupín: Je zaujímavá, je zaujímavá, ale málo využíva svoj potenciál, nie je zaujímavá. Z vyhodnotených odpovedí vyplýva, že Banská Bystrica je podľa názoru respondentov pre zahraničných turistov zaujímavá. Mnohí to tvrdili hlavne z vlastnej skúsenosti a za príklady dávali najmä históriu mesta, okolitú prírodu, námestie, kultúru, podujatia, pamiatky, dostupnosť, blízkosť do iných miest, cenová dostupnosť, poloha, zvyky a tradície týkajúce sa aj mesta Banská Bystrica, veľký potenciál, park a pamätník SNP. V odpovediach často krát uvádzali aj konkrétne názvy miest ako Špania dolina, Donovaly či kostolík v Hronseku. Mnoho respondentov si myslí, že Banská Bystrica má čo ponúknuť a boli hrdí a spokojní s tým, že žijú práve v tomto meste. Mnohí z nich stretávajú stále častejšie zahraničných turistov a z ich získaných skúsenosti môžeme konštatovať, že Banská Bystrica je pre nich naozaj zaujímavým miestom. Niektorí z nich dokonca tvrdili, že o podujatiach, ktoré sa dejú v našom meste majú lepší prehľad ako sami domáci. Podľa nášho

názoru mnoho z nich má pozitívny postoj k Banskej Bystrici ako mestu a prekvapilo nás, že odpovede respondentov boli dlhé a často krát umelecky opísané.

Druhá skupina boli respondenti, ktorí tvrdili, že Banská Bystrica je veľmi pekné a zaujímavé miesto, ale má nízku propagáciu. S názormi prečo je Banská Bystrica zaujímavá sa v mnohých prípadoch zhodovali s prvou skupinou, ktorá nízku propagáciu mesta nespomenula. Väčšia podpora umeleckých diel, viac podujatí a koncertov, vymyslieť niečo čo iné mestá nemajú, akcie pre väčší počet ľudí toto všetko by podľa respondentov mohlo prispieť k lepšiemu využívaniu, podľa nich dosť veľkému, potenciálu mesta. Dôvody prečo Banská Bystrica nie až tak atraktívna pre zahraničných turistov argumentovali respondenti nasledujúcimi tvrdeniami: zlá informovanosť v meste (podujatia, pamiatky, blízke okolie a i.), chýbajú služby pre zahraničných turistov a ich nízka úroveň, málo konkurencieschopné oproti iným mestám, nízky záujem o mesto, zlé prerozdelenie peňažných prostriedkov mesta, zlepšenie spolupráce medzi mestom a súkromnými i dobrovoľníckymi organizáciami.

Tretia skupina svoj názor obhajuje tým, že mesto je nezaujímavé hlavne preto, lebo tu nie je dostatok aktivít, ktorým by sa mohli zahraniční turisti venovať. Ďalej tvrdia, že Banská Bystrica, je zaujímavá, ale len pre kratšie časové obdobie, pri dlhšom tu už človek nemá čo robiť. Zaznamenali sme aj odpoveď, že v porovnaní s inými mestami/štátmi, Banská Bystrica nie je nič extra, a že nemá čo ponúknuť. Respondenti spomenuli aj chýbajúcu prezentáciu mesta, či jednotlivých umelcov. Odpoveď ako Banská Bystrica je nudné mesto, ale aj také miesto ako toto mesto sa dá nájsť hocikde inde sa našli v našich odpovediach na danú otvorenú otázku.

JE MESTO BANSKÁ BYSTRICA PRE ZAHRANIČNÉHO TURISTU NE/ZAÚJÍMAVÉ?



Graf 9 Záujem o mesto Banská Bystrica zahraničnými turistami
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Nakoľko sme dospeli k záveru, že mesto je pre návštevníkov zaujímavé, pýtali sme sa, ktoré miesta by respondenti odporučili návštevníkom mesta. Odpovede sme rozdelili do nasledujúcich kategórií Tabuľka 8. Kategórie sme zoradili zostupne podľa počtu odpovedí, rovnako sme postupovali aj pri vymenovaní odporúčaných miest.

Tabuľka 8 Odporúčané miesta pre návštevníkov mesta Banská Bystrica

Kategória	Odporúčané miesto
Historické a kultúrne pamiatky	Námestie SNP a celé historické jadro (barbakan, Thurzov dom, Matejov dom, Skuteckého, šikmá veža, radnica), Múzeum SNP aj tanky, kalvária, Tihániovský kaštieľ, parky, ŠVK, kostoly a evanjelický cintorín, Galéria, Múzeum J.G. Tajovského a Jozefa Murgaša
Príroda a športové aktivity	Urpín, Hvezdáreň, plaváreň a kúpalisko, všeobecne turistika a okolitá príroda - Králická tiesňava, Šachtičky, Donovaly, Suchý vrch (rebríky), Malachovská skalka, Pánsky diel, Harmanecká jaskyňa, Kalište, Badínsky prales, Sásovská dolina, Majerova skala, splav Hrona, hokej, zimný štadión
Kultúrne centrum	Štátna opera, Záhrada – CNK, BNDR, kino v bazéne, štúdio tanca, klub HAD, amfiteáter
Posedenie	Le Roy, Barbakan klubovňa, Klub 77, Európa SC, Jazz klub, Aura, Perla- pivo, exkurzia pivovar, obed na Námestí SNP, útulná kaviarnička na Dolnej ulici (napr. Pigis), Koliba, Tirish
aktivita	Radvanský jarmok
okolie	Špania Dolina, Hronsek, Ľupčiansky hrad, Sliač kúpele

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Najčastejšie odpovede sa zameriavali na historické a kultúrne pamiatky najmä na historické centrum a múzeum SNP. Respondenti vyzdvihovali aj prírodu v okolí mesta, ktorá ponúka aktivity v zime aj v lete. Najčastejšie odpovede tiež vyzdvihovali krásu Španej Doliny. Zaujalo nás, že respondenti prezentujúci kreatívne odvetvia zamerali odpovede skôr na historické pamiatky a okolie Banskej Bystrice. Len jeden respondent by odporučil Záhradu – CNK a jeden spomenul Štátnu operu, koncert v HAD-e a pivo v Perle. Odpovede respondentov sa z časti zhodovali s miestami (okrem prírodných a športových aktivít), ktoré sú zaradené ako miesta kultúrnej infraštruktúry mesta v dokumente Strategické smerovanie kultúry mesta Banská Bystrica, spomínanom v závere prvej kapitoly práce.

Medzi najobľúbenejšie miesta občanov Banskej Bystrice môžeme na základe dotazníkového prieskumu zaradiť jednoznačne námestie SNP a to nie len vďaka historickému jadru, výhľadu z hodinovej veže, fontáne ale aj možnosti posedenia. Druhým najobľúbenejším miestom je podľa obyvateľov Banskej Bystrice park SNP (tiež sem môžeme zaradiť park pri striebornom námestí) a Urpín, s krásnym výhľadom od kláštora a kalváriou. Respondenti tiež označili sa najobľúbenejšie miesta prírodu v okolí Banskej Bystrice – Sásovská dolina, Panský diel, Suchý vrch (kone), Laskomer, Šachtičky, Malachovská skalka, Donovaly. Pomerne veľa respondentov spomenulo aj kostoly v Banskej Bystrici, Európu SC, Záhradu – CNK, podniky Le Roy, Klub 77, HAD; ŠVK, Štiavničky, Fugerov dvor a mestské časti všeobecne – Sásová, Radvaň, Sídliisko. Veľmi sa nám páčili odpovede: „lavička nad Sásovou s krásnym výhľadom“ a „výhľad na nočnú Banskú Bystricu a západ Slnka z Panského dielu.“ Prehľadne tieto odpovede zobrazuje Tabuľka 9.

Tabuľka 9 Zoznam obľúbených miest občanov Banskej Bystrice

Centrum	Námestie SNP, Hodinová veža, fontána, kostoly, Le Roy
Bezprostredné okolie	Múzeum SNP, Záhrada-CNK, parky, Klub 77, opera, ŠVK
Blízke okolie	Urpín, kalvária, Európa SC, HAD, Sídliisko, Sásová, Štiavničky, Radvaň
Vzdialenejšie okolie	Panský diel, Sásovská dolina, Laskomer, Fugerov dom, Šachtičky,, Malachovská skalka

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Námestie SNP bolo respondentmi označené za najkreatívnejšie miesto v Banskej Bystrici. Uviedlo ho 25,5% respondentov. Vyzdvihujú najmä akcie, ktoré sa tu konajú a priľahlé uličky. 16,6% opýtaných označilo za najkreatívnejšie miesto Záhradu – CNK. Za kreatívne miesto považujú aj park SNP, pretože sa tam koná najväčšie množstvo zaujímavých akcií, či už jarmok, folklórne hry, koncerty, výstavy a podobne, dá sa športovať oddychovať relaxovať; Európu SC; ZUŠ J. Cikker, Akadémiu umení a Konzervatórium J.L.Bellu, BNDR. Prehľad odpovedí zobrazujeme v nasledujúcej Tabuľke 12. Zaujala nás jedna odpoveď označujúca za najkreatívnejšie miesto Sásová : „Sásová, pretože tam ľudia vyrastajú bez akýchkoľvek sociálnych rozdielov (aj keď sú, nikto to tam nerieši), ľudia sa nehanbia otvoriť sa a žije.“

Tabuľka 10 Zoznam Najkreatívnejších miest podľa obyvateľov mesta Banská Bystrica

Najkreatívnejšie miesta v Banskej Bystrici		
Námestie SNP	kalvária	Úľuv
Záhrada - CNK	Divadlo štúdio tanca,	Sásová
Park SNP	Tancujúci dom	Detské ihriská
Európa SC	Opera	Podniky: HAD, Klub 77, Mních
BDNR	Divadlo z pasáže	Radvanský jarmok
ZUŠ J. Cikker, AU, Konzervatórium J.L. Bellu	Matejov dom, Thurzov dom	Miesta realizácie kreatívnej triedy (ateliér, dielňa)

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Posledné dve otázky dotazníkového prieskumu sa orientujú na identifikáciu miest a aktivít, o ktorých vie len málo ľudí (možno aj domácich), ale určite stoja za to, aby sa o nich dozvedeli aj iní. Prvá otázka bola zameraná na miesta a druhá na aktivity.

45,8% respondentov zdieľa názor, že neexistujú miesta, ktoré by boli nositeľmi potenciálu a o ktorých ľudia veľmi nevedia. Na druhej strane vyše polovica respondentov uvádza, že také miesta v Banskej Bystrici sú a prostredníctvom otvorenej otázky vyjadrili svoj názor. Ako príklad uvádzajú banský prekop v Španej Doline, Bánoš, zákutia mestských častí, náučný chodník v Jakube, Laskomerská dolina, Filmový klub v pamätníku SNP, Divadlo Akadémie umení, starý pivovar v centre a budova s unikátnym reťazovým systémom držania strechy, Kráľický vodopád, hudobné átrium ŠVK, horolezecká stena v podkroví jedného domu na námestí, Cult club a pizzeria Corna. Spomínajú tiež miesta, ktoré už boli uvedené ako najobľúbenejšie miesta, či tie ktoré by odporučili návštevníkom mesta: Hvezdáreň, kalvária, cintoríny, Skuteckého galéria, Záhrada- CNK, BNDR, Klub HAD, detské ihriská, okolitá príroda, múzeum J.GTajovského a J.Murgaša v Tajove, radvanský kaštieľ. Priblíženie práve takýchto miest, ktoré návštevníkom nie sú veľmi známe, je cieľom rozhlasovej relácie RTVS Potulky mestom. Tú uviedli respondenti ako zdroj získavania informácií o nových miestach. Na druhej strane väčšina opýtaných uviedla, že informovanosť je veľmi zlá a uvítali by zmenu v tejto oblasti.

Rovnako viac ako polovica opýtaných (51,4%) pomenovalo aktivity, ktoré by podľa ich názoru mali byť viac propagované. Zaujali nás niektoré postrehy, pretože o spomínaných aktivitách sme naozaj nevedeli. Respondenti spomenuli:

- nedávno rozbehnuté diskusie aj so známymi osobnosťami na rôzne aktuálne a zaujímavé témy v HAD klube,
- pochod z Donovalov do Španej doliny po Banskom vodovode,
- večer Nula v Klube 77,
- rockscape, podujatia v mestskom parku, urpífest, výročie sásovej rudlovej, monmartebb,
- aktivity neformálnych skupín a športovcov, napríklad Parkour meeting Banská Bystrica,
- workshopy v múzeách a galériách; Klub opery; Kráľovská vizitácia,
- aktivity v blízkych dedinách napr. Selce – Kutliarsky deň,
- súťaže, napr. v robení kávy, vedomostný kvíz,
- povstalecká vatra,
- festivaly Artorium; Bábkarská Bystrica; Barbakan; Dámy a páni, prichádzame.

Ďalej respondenti uviedli: hokejbalové zápasy, turnaje, folklórne hry, dobrovoľnícke aktivity, koncerty začínajúcich kapiel, kino v bazéne, akcie na amfiteátri, cirkevné aktivity a aktivity pre mládež či deti, aktivity SCVČ, predstavenia študentov, aktivity Záhrady – CNK, obchod ihrisko, kde si môžu návštevníci zahrať spoločenské hry, predstavenia Akadémie umení.

Prostredníctvom výsledkov dotazníkového prieskumu sme si vytvorili obraz o tom, ako občania mesta Banská Bystrica vnímajú súčasný stav mäkkej infraštruktúry mesta a na aké aktivity by sa malo mesto v budúcnosti zamerať. Zhodnotili sme súčasnú komunikačnú aktivitu mesta, ako aj možnosti jej rozvoja. Dozvedeli sme sa, čo rozumejú respondenti pod pojmom kreatívne mesto a vytvorili záver, že Banská Bystrica má v sebe potenciál kreatívneho mesta. Z odpovedí respondentov sme skonštatovali, že mesto Banská Bystrica je podľa občanov mesto s príjemnou atmosférou a tiež atraktívne pre jej návštevníkov. Závety zistení sme zhrnuli do nasledujúcej kapitoly. Na základe informácií o miestach, ktoré sú podľa nich reprezentatívne, ktoré sú obľúbené, kreatívne, miestach a aktivitách, o ktorých by sa malo viac hovoriť, v nasledujúcej časti práce tiež vypracujeme kreatívnu mapu mesta Banská Bystrica.

3. ZHRNUTIE ZISTENÍ A NÁVRH RIEŠENÍ

Ako vyplýva z daných získaných informácií o aktivitách v našom meste, ľudia majú záujem a radi trávia voľný čas v meste. Vzdialenejšie časti mesta Banská Bystrica tak isto pútajú pozornosť kam sa vybrať, keď máme dostatok času. Mnoho ľudí sa rado zúčastňuje aktivít, ktoré sú organizované mestom. Podľa nášho názoru a nášho osobného prieskumu bohužiaľ aj tento dotazník potvrdzuje slabú informovanosť o aktivitách a podujatiach v našom meste. Z nášho pohľadu by bolo potrebné posilniť a spropagovať udalosti dejúce sa v meste, ktoré sú organizované mestom, ale aj inými inštitúciami. Teší nás, že ľudia majú záujem o podujatia a kultúru v našom meste, a že sa radi zúčastňujú rôznych podujatí. Z nášho osobného pohľadu to znamená, že naše mesto aj na základe tejto získanej informácie môžeme nazvať kreatívne, a že má kreatívny potenciál. Záujem o podujatia a kultúru z nášho pohľadu berieme ako jeden z hlavných pilierov pre rozvoj mesta a pre jeho kreatívny rast. Ako vyššie spomíname lepšia propagácia podujatí by zlepšila využitie potenciálu mesta z pohľadu jej občanov a taktiež aj rozvoj kultúry. Výsledky dotazníku poukazujú, že Banská Bystrica žije hlavne hudbou. Záujem o koncerty a hudobné podujatia je veľký a mnoho ľudí má záujem o rozširovanie a neustále organizovanie podujatí tohto typu v meste Banská Bystrica. Výsledky z dotazníku informujú aj o tom, že ľudia by vo veľkej miere radi podporili mnohé aktivity konajúce sa v Banskej Bystrici, hlavne so zameraním pre mládež a deti. Aj tieto výsledky z dotazníku dokazujú, že ľudom chýba miesto a priestor pre prejavenie ich kreativity a názorov, berúc do úvahy, že kreatívne odvetvie v Banskej Bystrici sa teší veľkému záujmu zo strany jej občanov.

Druhá časť pojednáva o informovanosti mesta Banská Bystrica. Z prieskumu vyplýva, že úroveň informovanosti o podujatiach v meste Banská Bystrica je veľmi nízka. Veľa obyvateľov mesta by sa rado zúčastnilo mnohých aktivít a podujatí, avšak nemajú prehľad o podujatiach a celkovom dianí v meste. Väčšina respondentov uvádza, že ich informačné zdroje sú najmä internet, kamaráti a v menšej miere aj letáky na viditeľných a známych miestach. Propagácii mesta na základe získaných údajov by pomohla najmä lepšia prezentácie prostredníctvom pamiatok, lepšia webová stránka a úspech by podľa názorov respondentov mala aj informačná tabuľa v strede mesta. Súhlasíme však s názorom, že mesto by nemalo investovať do propagácie duplicitne, skôr využívať také komunikačné kanály, ktoré by obsiahli veľké množstvo ľudí a zároveň plnili svoju úlohu efektívne. Berúc do úvahy fakt, že respondenti získavajú najviac informácií prostredníctvom internetu, webová stránka o aktuálne

organizovaných podujatiach ich rovnako ako jej prepojenosť a väčšia komunikácia prostredníctvom sociálnych sietí by podľa nášho názoru boli najlepšie možnosti. Pre lepšiu spokojnosť, informovanosť a atraktivnosť mesta navrhujeme vytvoriť webovú stránku (poprípade takýmto spôsobom aktualizovať už existujúcu stránku), ktorá bude primárne zameraná na podujatia, aktivity a akcie organizované v Banskej Bystrici. Dôležité je spomenúť, že stránka by sa venovala nielen mestským podujatiam, ale aj podujatiam, ktoré ponúkajú aj iné centrá (napr. Záhrada,...). Stránku navrhujeme rozdeliť do 4 segmentov, kde si každý nájde program, predovšetkým podľa stanovených vekových kritérií. Naším odporúčaním je umiestnenie tabule do centra mesta, kde sa o aktuálnych programoch dozvedia aj občania starších vekových kategórií, či občania, ktorí nemajú internet. Tabule by boli kreatívne nielen svojím obsahom ale aj svojím dizajnom. Mestu by sme odporúčili sa viac venovať propagácii aktivít a celkovo propagácii mesta pre jej občanov, ale aj návštevníkov. Tiež by sme odporúčili väčšiu participáciu súkromného a verejného sektora. Väčší patriotizmus zo strany právnych subjektov, by mohol byť nápomocný aj v rozvoji ľudských zdrojov.

V tretej časti nášho výskumu sme sa zamerali na hodnotenie atraktivnosti a vymedzenie mesta Banská Bystrica ako kreatívneho mesta. Na základe získaných výsledkov môžeme konštatovať, že Banská Bystrica je z pohľadu obyvateľov veľmi atraktivne mesto aj pre zahraničných turistov, a že podľa názoru respondentov má čo ponúknuť. Odpovede sa zhodovali hlavne v atraktivnosti jej historického jadra, pamiatok a blízkeho okolia. Výsledky informujú, že mesto Banská Bystrica má veľký potenciál, problémom je však jeho využitie. Respondenti poukazujú aj na nedostatočnú propagáciu mesta a jej neschopnosti predat' sa a zviditeľniť v porovnaní s inými mestami. Spokojnosť a atmosféru mesta jej obyvatelia hodnotia kladne, no v mnohých prípadoch opäť poukazujú na nevyužité príležitosti mesta. V meste sa v značnej miere prejavuje aj nespokojnosť zo strany občanov. Nespokojnosť pramení z nedostatočného záujmu o ich potreby najmä z pohľadu politikov. Napriek tomu, že pojem kreatívne mesto je pre verejnosť pomerne nový, pri jeho charakterizácii vystihli jeho podstatu. Vnímanie však je orientované prevažne na mäkkú infraštruktúru mesta. Z odpovedí vyplýva, že väčšina občanov vníma aj Banskú Bystricu ako kreatívne mesto, ktoré má ale oveľa väčší potenciál, než využíva. A to najmä pre nedostatočnú interakciu mesta s kreatívcami (študenti, architekti), slabú propagáciu, a tým menší záujem o využívanie daných ponúk a priestorov (napr. amfiteáter, kluby) Dôvodom podľa nás môže byť tiež fakt, že dnešná zrýchlená doba zameriava

Ľudí viac na svoje povinnosti, ekonomický prospech a na organizáciu voľného času akosi zostáva málo času. A tak každý čaká, že pre neho pripraví niečo niekto iný. Respondenti nám ponúkli dostatok informácií na vytvorenie obrazu kreatívnej infraštruktúry mesta. Prostredníctvom miest, ktoré by odporučili návštevníkom, miest ktoré sú im najbližšie a podľa ich názoru kreatívne. Rovnako ponúkli námety miest a aktivít, ktoré v povedomí širokej verejnosti Banskej Bystrici nemajú veľké zastúpenie, no stoja za to, aby im ľudia venovali väčšiu pozornosť. Prekvapil nás názor občanov pri identifikácii spomínaných miest a aktivít. Čakali sme väčšiu kreativitu, nakoľko väčšina názorov nám prišla „kliše“, aspoň pri návrhoch miest, ktoré by odporučili návštevníkom mesta. Lepšiu predstavu sme získali pri pomenúvaní obľúbených miest a miest a aktivít, ktoré nie sú veľmi propagované, i keď to úplne nenaplnilo naše očakávania.

Pri spracovaní kreatívnej mapy mesta Banská Bystrica sme teda vychádzali z návrhov občanov mesta. Pôvodným zámerom bolo vytvorenie dvoch kreatívnych máp mesta. Jednej z pohľadu občanov a jednej z pohľadu zástupcov kreatívneho odvetvia. Zastúpenie druhej spomínanej skupiny však do dátumu spracovania údajov nebolo ešte dostatočné, preto sme sa rozhodli tento krok v našej práci vynechať. Priebežné výsledky tiež indikovali, že názor zástupcov kreatívnej triedy pri identifikácii miest je veľmi podobný názoru ostatných oslovených segmentov. Nakoľko identifikovaných miest bolo pomerne veľa, čo nás na jednej strane teší, na druhej strane trochu sťažuje prácu. Rozhodli sme sa teda o vytvorenie 3 typov mapy. Úzky okruh zahrňujúci námestie a okolie, stredný okruh a široký okruh, ktorý by tvorili aj miesta blízko mesta Banská Bystrica. Zoznam miest jednotlivých okruhov ponúkame v nasledujúcich tabuľkách. Rovnako sme vypracovali tabuľku zobrazujúcu aktivity v meste. Pripomíname, že nižšie uvedené miesta a aktivity predstavujú prezentáciu len čiastočných výsledkov a teda tabuľky nezobrazujú všetky prvky kreatívnej infraštruktúry mesta Banská Bystrica.

Tabuľka 11 Kreatívna infraštruktúra- úzky okruh

Kreatívna infraštruktúra mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov		
Úzky okruh	Námestie SNP	historické centrum, hodinová veža, fontána, starý pivovar v centre, budova s unikátnym reťazovým systémom držania strechy, lezecká stena
	Okolie	Múzeu SNP a parky mesta, kostoly, Galéria Skuteckého
	Posedenie	Le Roy, Barbakan klubovňa, Klub 77, Európa SC, klub HAD, Ihrisko
	Kultúra a zábava	Štátna opera, Záhrada – CNK, BNDR, kino v bazéne, Divadlo štúdio tanca, Divadlo z pasáže, Divadlo AU, Úľuv, filmový klub v pamätníku SNP hudobné átrium ŠVK, plaváreň, Štiavničky, zimný štadión, splav Hrona

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka 12 Kreatívna infraštruktúra- stredný okruh

Kreatívna infraštruktúra mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov		
Stredný okruh	Urpín	Kalvária, Hvezdáreň, Tancujúci dom
	Okolie	Laskomer, náučný chodník v Jakube, Fugerov dvor
	Sasová, Radvaň	Tihániovský kaštieľ, Urpiner, Banoš, Sasovská dolina, Panský diel, Suchý vrch

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka 13 Kreatívna infraštruktúra- široký okruh

Kreatívna infraštruktúra mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov		
Široký okruh	Blízke okolie	Múzeum J.G. Tajovského a Jozefa Murgaša v Tajove, okolitá príroda - Kráľická tiesňava, Šachtičky, Malachovská skalka, Badínsky prales, Majerova skala
	Vzdialené okolie	Donovaly, Špania Dolina, Hronsek, Slovenská Ľupča, Harmanecká jaskyňa

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka 14 Kreatívna infraštruktúra- aktivity

Kreatívna infraštruktúra mesta Banská Bystrica z pohľadu občanov		
Aktivity	Úzky okruh	Aktivity na námestí SNP a v parku pod pamätníkom SNP, Deň sprievodcov, diskusie a koncerty v klube HAD, koncerty a akcie v Klube 77, festivaly Rockscape, Urpínfest, Monmartebb, Artorium; Bábkarská Bystrica; Barbakan; Dámy a páni, prichádzame, Parkour meeting Banská Bystrica, folklórne hry, dobrovoľnícke aktivity, kino v bazéne, aktivity Záhrady – CNK, predstavenia študentov, pouliční umelci ai.
	Stredný okruh	Kutliarsky deň - Selce
	Široký okruh	Pochod z Donovalov do Španej doliny po Banskom vodovode, turistické akcie a cyklovýlety

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Pre lepšie spracovanie týchto výsledkov navrhujeme vytvorenie aktivity Spoznaj mesto Banská Bystrica a okolie. Aktivita by bola podobná v súčasnosti čoraz populárnejšej hre Geocaching. A splňala by niektoré požiadavky respondentov o väčšej interaktívnosti aktivít. Prostredníctvom mobilnej aplikácie, by účastníci získali GPS súradnice, ktoré by ich priviedli na jednotlivé miesta. Každé miesto by obsahovalo popis, či už z historického pohľadu alebo nejakú zaujímavosť spojenú s mestom Banská Bystrica. V tomto bode rozširujeme aktivitu na dve modifikácie. Jedna modifikácia by predstavovala časť aktivity pre tých, ktorí chcú mesto len spoznávať. Druhá modifikácia by sa zamerala na aktívnych návštevníkov/obyvateľov mesta. Okrem spoznávania histórie a zaujímavostí mesta, by na jednotlivých stanovištiach plnili rôzne úlohy, či hľadali indície, ktoré by ich priviedli k pokladu. Aktivita by nemusela mať fixnú podobu, ale mohla by sa rozširovať. Jednak v spolupráci jednotlivých občanov, čím by sme zabezpečili väčšiu participáciu občanov na rozvoji mesta, nakoľko jej absencia bola respondentmi vyčítaná. A na druhej strane by bola aktualizovaná o miesta, o ktorých predpokladáme, že budú vznikať postupným rozvojom mesta. Do budúcnosti by bola možná ďalšia modifikácia tohto prístupu a rozčlenenie miest podľa kritérií- historický okruh, okruh okolia (prírodné krásy a možnosti turistiky), okruh pre deti, okruh podľa záujmov a podobne. Tiež by sa mohla prispôbiť obdobiu návštevy mesta najmä z pohľadu sezónnych aktivít.

Presnejšie spracovanie tohto konceptu predpokladáme v ďalších častiach nášho výskumu.

ZÁVER

Práca rieši problematiku kreatívneho mesta Banská Bystrica. V práci sú zobrazené základné teoretické východiská, ktoré sú nosné pre našu prácu. Vychádzajúc zo základných teoretických poznatkov, sme uskutočnili dotazníkový prieskum, ktorý mal pre našu prácu veľkú vypovedaciu hodnotu.

Dotazníkový prieskum už pri jeho vyplňaní urobil na obyvateľov mesta Banská Bystrica veľmi dobrý dojem, aj napriek jeho, pre niektorých, dlhšiemu vyplňaniu. Ohlasy na dotazník a náš záujem o ich názory ich veľmi tešil, čomu sme sa tešili aj my vzhľadom k veľkému počtu zaujímavých, umeleckých a kreatívnych odpovedí. Ľudia stanovovali a poukazovali na rôzne svoje postrehy a názory, ale aj na príčiny, ktoré vnímajú ako problémové. Zo zozbieraných dát od našich respondentov, sme vyhodnotili tri hlavné závery. Banská Bystrica je kreatívne mesto, ktoré má čo ponúknuť, a ktoré si zaslúži väčšiu pozornosť pri jej prebúdzaní zabudnutého potenciálu, ktorý je podľa výsledkov veľký. Druhým dôležitým záverom bola lepšia podpora propagácie mesta, či už voči iným konkurenčným mestám, alebo na prilákanie rôznych zahraničných turistov. Podľa názorov respondentov sme zistili a spracovali aj tretí záver, ktorý rieši problematiku nedostatku informovanosti o podujatiach a akciách v meste Banská Bystrica. Na základe zistených výsledkov, sme spracovali aj odporúčania a návrhy pre riešenie oblastí, ktoré sme z pohľadu respondentov videli ako problémové, nepostačujúce a kde ľudia pociťovali nespokojnosť. Spracovanie kreatívnej mapy netradičným spôsobom vnímame jednak ako dôležitý výsledok našej práce, ale aj ako súčasť návrhových opatrení a odporúčaní, pre lepšiu propagáciu mesta. V kreatívnej mape sa nachádzajú miesta, ktoré respondenti vyhľadávajú a najviac obľubujú, a ktoré sú pre nich kreatívne, alebo majú pre nich inú pridanú hodnotu. V závere našej práce by sme chceli poukázať aj na prekvapivé ohlasy na náš dotazník, ktorí obyvatelia hodnotili a mali veľký záujem niečo v meste zmeniť. Mnoho odpovedí bolo obširných a mnoho odpovedí bolo umelecky a kreatívne vyjadrených. V našej práci sme teda potvrdili potenciál a záujem obyvateľov mesta o mesto, jeho dianie, aktivity a budúci vývoj. Veríme, že naša práca má veľkú pridanú hodnotu, a môže dopomôcť pri poukazaní na nedostatky týkajúce sa mesta všeobecne, ale aj na spokojnosť vnímanú obyvateľmi. Taktiež sa domnievame, výsledky našej práce budú zaujímavé nielen pre nás, ale aj pre samotných respondentov, ktorí o výsledky prejavili veľký záujem, aj a predstaviteľom mesta môžu zistenia priniesť určitý osoh. Treba poukázať aj na fakt, že obyvatelia na základe prieskumu očakávajú a vítajú, že naše mesto

by mohlo spraviť pozitívne zmeny, ktoré by viedli k zlepšeniu a podpore rôznych záležitostí v meste, a naopak, ktoré by eliminovali a vyriešili záležitosti, ktoré ľudia vnímajú ako problémové až kritické. Obyvatelia mesta sú pre zmenu otvorení a tešia sa záujmu o ich názory.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BOBIRCA, A.; DRAGHICI, A. 2011. *Creativity and Economic Development*, [online]. Waset.org. 2011. Dostupné na internete: <http://www.waset.org/journals/waset/v59/v59-171.pdf>
2. FLORIDA, R. 2004. *The Rise of the Creative Class. ...and How It's Transforming work, leisure, community, & everyday life*. New York : Basic Books, 2004. 434 s. ISBN 978-0-465-02477-3
3. FLORIDA, R., TINAGLI, I. 2004. *Europe in the Creative Age* [online]. Demos.co.uk. 2004. Dostupné na internete: <http://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf?1240939425>
4. HOWKINS, J. 2001. *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. London : Penguin Books, 2001. 288 s. ISBN 978-0-140-28794-3
5. LANDRY, CH. 2005. *Lineages of the Creative City* [online]. Charleslandry.com. 2005. Dostupné na internete: <http://charleslandry.com/panel/wp-content/plugins/email-before-download/download.php?dl=4df87e2f0e700e5ad56c87722d6d4b17>
6. MESTO BANSKÁ BYSTRICA, základné informácie o meste. Dostupné na internete: <http://www.banskabystrica.sk/informacie-o-meste.phtml?id3=14482>
7. MESTO BANSKÁ BYSTRICA, Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Banská Bystrica. Dostupné na internete: http://www.banskabystrica.sk/index.php?id_menu=36597
http://www.banskabystrica.sk/index.php?id_menu=36597
8. MESTO BANSKÁ BYSTRICA, Návrh strategickej vízie smerovania kultúry v meste Banská Bystrica. Dostupné na internete: www.banskabystrica.sk/download_file_f.php?id=494204
9. MINISTERSTVO KULTÚRY SLOVENSKEJ REPUBLIKY. 2011. *Pôsobnosť ministerstva kultúry v oblasti kreatívneho priemyslu* [online]. Dostupné na internete: <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kreativny-priemysel-165.html>
10. MIŠKOVIČOVÁ, A.; VAŇOVÁ, A. 2014. What Makes the City Creative – Comparison of Creative City's and Local Socio-economic Development's Factors. In *Proceedings of the Central European Conference in Regional Science* [in print]

11. REHÁK, Š. 2014. Kreatívna trieda a kreatívne mestá. Teoretický koncept a jeho limity. In *Sociológia*, roč. 46, 2014, č. 5. ISSN 1336-8613, s. 599 – 619.
12. SALBOT, V., SALBOTOVÁ, G.: Tvorivosť a jej rozvíjanie v škole, Banská Bystrica: Pedagogická fakulta UMB, 1998, ISBN 80-8055-199-5, s.136
13. ŠVANTNEROVÁ, L., KOŽIAK, R. 2005. *Ekonomika miestnej samosprávy*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2005. 98 s. ISBN 80-8083-117-3
14. ZLATÁ, D. 2011. *Kreatívne mesto a kreatívne „klastre”* [online]. Jetotak.sk. 2011. Dostupné na internete: <http://www.jetotak.sk/autonomna-zona/kreativne-mesto-a-kreativne-klastre>

PRÍLOHY

Príloha 2

7.4.2015

Kreatívne mesto v regióne

Kreatívne mesto v regióne

Vážená pani, vážený pán,

dovoľte nám obrátiť sa na Vás s prosbou o vyplnenie tohto dotazníka, ktorého odpovede nám budú veľmi vzácne a nápomocné pri písaní našej práce. Práca sa venuje problematike mesta Banská Bystrica ako kreatívneho mesta nášho regiónu.

Veríme, že si nájdete chvíľu na vyplnenie dotazníka a vopred ďakujeme za Váš čas a spoluprácu, ktorú si veľmi vážime!

Segment

Pozn. pod kreatívnym odvetvím podľa DCMS rozumieme oblasti: reklama, architektúra, trh s umením a starožitnosťami, vývoj počítačových hier a videohier, remeslá, dizajn, módne návrhárstvo, film a video, hudba, scénické umenie, vydateľská činnosť, softvérový vývoj, rozhlasové a televízne vysielanie

- ☐ Študenti/mládež (od 15 rokov – do 26 rokov)
 - ☐ Dospelí (od 26 rokov do 60 rokov)
 - ☐ Mamičky s malými deťmi (deti do 15 rokov)
 - ☐ Dôchodcovia(od 60 rokov)
 - ☐ Pracujúci v kreatívnych odvetviach
 - ☐ Študent študujúci v kreatívnom odvetví
-

svojho voľného času?

Pozn. možnosť výberu viacerých odpovedí

- ☐ Vychutnať si koláč a kávu niekde na námestí
- ☐ Nákupy v Europa SC
- ☐ Prechádzku v parku/ na námestí
- ☐ Vyhľadanie podujatia a zúčastnenie sa
- ☐ Športové aktivity v bb
- ☐ Prechádzky v blízkosti mesta
- ☐ Iné

Chodíte na podujatia organizované mestom?

- ☐ Áno, rád/a sa zúčastňujem
- ☐ Nie, nezaujíma ma to
- ☐ Rád, ale nemám dostatok informácií o dianí v meste

O aké aktivity organizované mestom Banská Bystrica máte najväčší záujem?

- ☐ hudobné podujatia (koncerty, festivaly, diskotéky)
- ☐ divadelné predstavenia (žinohra, bábkové divadlo, opera)
- ☐ športové podujatia aktívne (BB maratón, plavecká 24hodinovka)
- ☐

- ☐ športové aktivity pasívne (Banskobystrická latka)
- ☐ výstavy, prehliadky pamiatok (deň sprievodcov, noc kostolov)
- ☐ akcie pre rodiny s deťmi
- ☐ žiadne
- ☐ Iné

Mestu Banská Bystrica by podľa Vášho názoru prospelo, keby:

	súhlasím ▼	skôr súhlasím	skôr nesúhlasím	nesúhlasím ▼
organizovalo viac hudobných podujatí (napr. koncerty, koncerty v parku, koncerty na netradičný miestach, festivaly, diskotéky, hudobné workshopy)	☐	☐	☐	☐
organizovalo viac umeleckých podujatí (napr. divadelné predstavenia, letné kino, autorské čítanie/recitácia, výstavy a prezentácie umelcov na verejných miestach, umelecké workshopy)	☐	☐	☐	☐
organizovalo besedy, diskusie, prednášky	☐	☐	☐	☐

7.4.2015

Kreatívne mesto v regióne

organizovalo viac
podujatí pre deti/ rodiny
s deťmi (napr.
interaktívne výstavy,
tvorivé dielne, súťaže,
výlety, letné tábory)

☐☐☐☐

organizovalo viac aktivít
pre mládež (napr.
kvízové večery, kreatívne
workshopy, IT
workshopy, kuchárske
workshopy, deň
spoločenských hier,
dobrovoľníctvo)

☐☐☐☐

viac podporovalo
organizácie venujúce sa
mládežníckym
záujmovým aktivitám (napr.
ZUŠ, centrá
voľného času, občianske
združenia, umelecké
súbory, športové tímy)

☐☐☐☐

organizovalo viac
podujatí pre seniorov

☐☐☐☐

organizovalo aktivity pre
spájanie generácií (napr.
starší mladším, mladší
starším)

☐☐☐☐

viac využívalo potenciál
umelcov - PG, AU...

☐☐☐☐

viac využilo potenciál
dizajnérov, reklamných
pracovníkov na svoje
zviditeľnenie sa

☐☐☐☐

Myslíte si, že Banská Bystrica je pre zahraničných turistov zaujímavá?

☐ Áno

☐ Nie

Napište svoj názor, ktorý Vás viedol k odpovedi na predchádzajúcu otázku.



Keby ste mali charakterizovať celkovú atmosféru mesta Banská Bystrica, ako na Vás pôsobí?

z hľadiska komfortu, symbolickej hodnoty, autenticity miesta, postoja mesta k príležitostiam a problémom...



Ste spokojný s dostupnosťou informácií o akciách, atraktivitách v meste Banská Bystrica?

☐ Áno

☐

Nie

O podujatiach v Banskej Bystrici sa dozvedám prostredníctvom

- ☐ internetu
- ☐ novín
- ☐ kamarátov
- ☐ letákov vylepených na rozličných miestach
- ☐ málokedy sa dozviem, či sa niečo deje
- ☐ nedozvedám sa vôbec

Čo by podľa Vás zlepšilo propagáciu Banskej Bystrice?

Pozn. možnosť výberu viacerých odpovedí

- ☐ lepšia propagácia pamiatok
 - ☐ lepšia webová stránka
 - ☐ informačná tabuľa v centre mesta
 - ☐ letáky o novinkách a podujatia v schránkach
 - ☐ Iné
-

Myslíte si, že by mala úspech samostatná www stránka, ktorá by sa pravidelne aktualizovala, kde by boli podujatia a aktivity konajúce sa v meste Banská Bystrica? (rozdelená pre deti, študentov, starších,...)

Áno

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Nie

Čo si predstavujete pod pojmom kreatívne mesto?



Súhlasíte s pojmom, že Banská Bystrica je kreatívne mesto?

☐ Áno☐ Nie☐ Je, ale málo využíva svoj potenciál. prečo?

Kam by si ste odporúčili ísť zahraničnému

turistovi? Navrhните aspoň tri miesta.



Ktoré je Vaše najobľúbenejšie miesto v Banskej Bystrici?



Ktoré miesto v Banskej Bystrici je podľa Vás najkreatívnejšie zo všetkých?



Sú podľa Vás miesta v Banskej Bystrici, o ktorých vie len málo ľudí a stoja za to, aby sa navštívili?

☐

Nie

☐

Áno, ktoré?

Organizujú sa podľa Vás akcie, o ktorých vie len málo ľudí a stoja za to, aby sa o nich dozvedeli aj iní?

- ☐ Nie
- ☐ Áno, aké?

ODOSLAŤ DOTAZNÍK

Dotazník (/sk/?source=survey_footer&medium=link&term=brand) bol vytvorený v Survio.

Vyskúšajte si predpripravené vzory dotazníkov ([/sk/vzory-dotaznikov?](/sk/vzory-dotaznikov?source=survey_footer&medium=link&term=survey_templates)

[source=survey_footer&medium=link&term=survey_templates](/sk/vzory-dotaznikov?source=survey_footer&medium=link&term=survey_templates)) pre rýchly štart!