

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2020/36114651036408836

VPLYV ŠPORTOVÝCH PODUJATÍ
NA ROZVOJ DESTINÁCIE

Bakalárska práca

2020

Zuzana Cibáková

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

VPLYV ŠPORTOVÝCH PODUJATÍ
NA ROZVOJ DESTINÁCIE

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v cestovnom ruchu a službách

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra služieb a cestovného ruchu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Miroslava Čukanová, PhD.

Bratislava 2020

Zuzana Cibáková

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

Meno a priezvisko

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcela poďakovať Ing. Miroslave Čukanovej, PhD. za cenné rady, ústretovosť, ochotu a trpezlivosť, ktoré mi poskytla pri vypracovaní tejto bakalárskej práce.

Dátum:

.....

Meno a priezvisko

Abstrakt

CIBÁKOVÁ, Zuzana: *Vplyv športových podujatí na rozvoj destinácie*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra služieb a cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Miroslava Čukanová PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 49 s.

Cieľom záverečnej práce bolo identifikovať vplyv vybraného podujatia, Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji IIHF, na destináciu. Predmetom porovnania a analýzy sú Majstrovstvá sveta IIHF 2011 a 2019 v Bratislave. Práca je rozdelená do 3 kapitol. Obsahuje 3 grafy, 10 tabuliek, 3 obrázky, 6 schém. Prvá kapitola je venovaná definíciám pojmov a charakteristikám, týkajúcej sa problematiky. V ďalšej časti sa charakterizuje hlavný cieľ práce a parciálne ciele. Uvádza v nej metodiku práce, objekt skúmania a zvolené metódy skúmania. Záverečná kapitola sa zaoberá identifikovaním pozitívnych a negatívnych vplyvov organizovania MS 2011 a MS 2019 na mesto Bratislava. Obsahuje SWOT analýzu aj jej vyhodnotenie.

Výsledkom riešenia danej problematiky je identifikovanie vplyvov organizovania Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji a zhodnotenie, ktoré z vplyvov majú na rozvoj destinácie najväčší vplyv.

Kľúčové slová:

destinácia, rozvoj destinácie, športové podujatia, vplyv športových podujatí, Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji

Abstract

CIBÁKOVÁ, Zuzana: *The impact of sport events on the development of destination.* – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Services and Tourism. – Advisor: Ing. Miroslava Čukanová PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 49 p.

The aim of the bachelor thesis is to identify the impact of the selected event, the Ice Hockey World Championship, on the destination. The subject of comparison and analysis are Ice Hockey World Championship 2011 and Ice Hockey World Championship 2019 organized by Bratislava. It contains 3 graphs, 10 tables, 3 pictures, 6 diagrams. The thesis is divided into three chapters. The first chapter is devoted to definitions of terms and characteristics related to the issue. The next chapter characterizes the main goal of the thesis and partial goals. We present the methodology of work, the object of research and selected research methods. The final chapter deals with the identification of positive and negative impacts of organizing the Ice Hockey World Championship 2011 and Ice Hockey World Championship 2019 on the city of Bratislava. It contains a SWOT analysis and its evaluation.

The result of solving this problem is to identify the effects of organizing the World Ice Hockey Championships and evaluate which of the influences have the greatest impact on the development of the destination.

Key words:

destination, development of destination, sport events, impact of sport events, Ice Hockey World Championship

Obsah

ÚVOD	8
1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA	
A V ZAHRANIČÍ	9
1.1 VYMEDZENIE POJMU DESTINÁCIA A DESTINAČNÝ MANAŽMENT	9
1.2 ROZVOJ DESTINÁCIE	12
1.3 ORGANIZOVANÉ PODUJATIA A ICH VÝZNAM PRE CIELOVÉ MIESTO	13
1.4 ŠPORTOVÉ PODUJATIA	16
1.5 VPLYVY ŠPORTOVÝCH PODUJATÍ.....	19
2 CIEĽ PRÁCE	23
2.1 METODIKA PRÁCE	24
2.1.1 Charakteristika objektu skúmania	24
2.1.2 Pracovné postupy, spôsob získavania údajov a ich zdroje	25
2.1.3 Metódy použité v teoretickej a praktickej časti	26
3 VÝSLEDKY PRÁCE A DISKUSIA	28
3.1 ZÁKLADNÉ UKAZOVATELE O PODUJATÍ MAJSTROVSTIEV SVETA IIHF V ĽADOVOM HOKEJI 2011 A 2019 NA MESTO BRATISLAVA	28
3.2 VPLYV MAJSTROVSTIEV SVETA IIHF V ĽADOVOM HOKEJI	37
ZÁVER	41
4 ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	43

Úvod

Vo vývoji cestovného ruchu nastali v posledných rokoch viaceré významné zmeny. Hlavnou zmenou bolo, že turisti prestali cestovať len za jednotlivými atrakciami, kultúrnymi pamiatkami, či reštauráciami, ale vybrali si ako cieľ svojej cesty samotnú destináciu, ktorá im ponúka komplex rôznych služieb a spolu s ďalšími subjektami vytvára produkt cestovného ruchu.

Rozvoj cestovného ruchu v destinácií zabezpečuje ponuka danej destinácie. Tá uspokojuje rôzne potreby a želania svojich klientov. Tvorí ju primárna ponuka, ktorá je daná prírodnými zdrojmi, a sekundárna ponuka, ktorá je výsledkom tvorby ľudskej činnosti.

Súčasťou ponuky destinácie sú aj rôzne organizované podujatia. Hlavné úlohy organizovaných podujatí sú najmä zvýšiť povedomie o danej destinácií, zvýšiť ziskovosť destinácie, ale aj prilákať do nej väčšie množstvo turistov. Športové podujatia sa radia k jedným z typov týchto podujatí. Vďaka svojej popularite na celom svete, dokážu zaujať a prilákať turistov do rôznych destinácií. Majú dlhú a rozsiahlu históriu, rôzne charakteristiky a je možné ich vnímať z viacerých pohľadov.

Organizácia tohto typu podujatia so sebou prináša rôzne pozitívne a negatívne účinky, ktoré môžu rozvoj destinácie ovplyvniť. Patria medzi ne rôzne ekonomické, sociálne, kultúrne, sídelné či enviromentálne vplyvy.

Záverečná práca sa zameriava na identifikovanie vplyvov plynúcich z organizovania Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji IIHF v Bratislave. Prvá kapitola práce syntetizuje poznatky súvisiace s pojmom destinácia, rozvoj destinácie, organizované a športové podujatia. Obsahom druhej kapitoly je hlavný cieľ, doplnený o čiastkové ciele a výskumnú otázku, metódy skúmania a objekt skúmania. Tretia kapitola prináša výsledky skúmanej problematiky Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a Majstrovstiev sveta IIHF 2019, ktoré porovnáva, identifikuje pozitívne a negatívne vplyvy týchto podujatí na destináciu a prostredníctvom SWOT analýzy identifikuje silné a slabé stránky, hrozby a príležitosti, ktoré vznikajú vďaka pozitívnym a negatívnym vplyvom na destináciu.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Vymedzenie pojmu destinácia a destinačný manažment

V posledných rokoch zasiahli rôzne zmeny aj vývoj cestovného ruchu (CR) vo svete. Podľa Novackej (2014, 11 s.) môžeme cestovný ruch zdefinovať ako určité zoskupenie aktivít v danom prostredí, ktoré dokážu uspokojiť ľudské potreby. Tieto ľudské potreby vznikajú v súvislosti s cestovaním ľudí do miest, kde nemajú trvalé bydlisko a dôvody cestovania môžu byť rôzne (napr. oddych alebo služobná cesta).

Výsledkom pôsobenia týchto zmien je okrem iného aj to, že v súčasnosti už samotné hotely, reštaurácie či aquaparky nie sú pre návštevníka cieľovým miestom. Cieľovým miestom sa stal komplex všetkých poskytovaných služieb (ubytovacích, stravovacích, voľnočasových, zábavných), teda destinácia. A keďže destinácia ako celok poskytuje viaceré služby, mala by byť strategicky riadená destinačným manažmentom. Pretože tým, že sa subjekty v destináciách snažia spolupracovať, ovplyvňujú zážitok každého jej návštevníka (Kuhn a Tomášová, 2011).

Palatková (2006, 16 s.) definuje destináciu ako súbor odlišných služieb, ktoré sú koncentrované na danom mieste alebo v určitej oblasti, a sú poskytované v závislosti od potenciálu (atraktivity) miesta alebo oblasti. Podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO) možno destináciu CR charakterizovať ako miesto, ktoré si turista vyberá ako cieľ svojej návštevy, a v ktorom stráví najmenej jednu noc. Tiež je to miesto, kde sa nachádzajú rôzne atraktivity a zariadenia CR a taktiež sú poskytované s nimi súvisiace služby. Destinácia je riadená destinačným manažmentom a má vytvorené administratívne hranice (UNWTO, 2007).

Autorka Novacká (2008, 108 s.) uvádza, že z danej definície vyplýva, že destinácia:

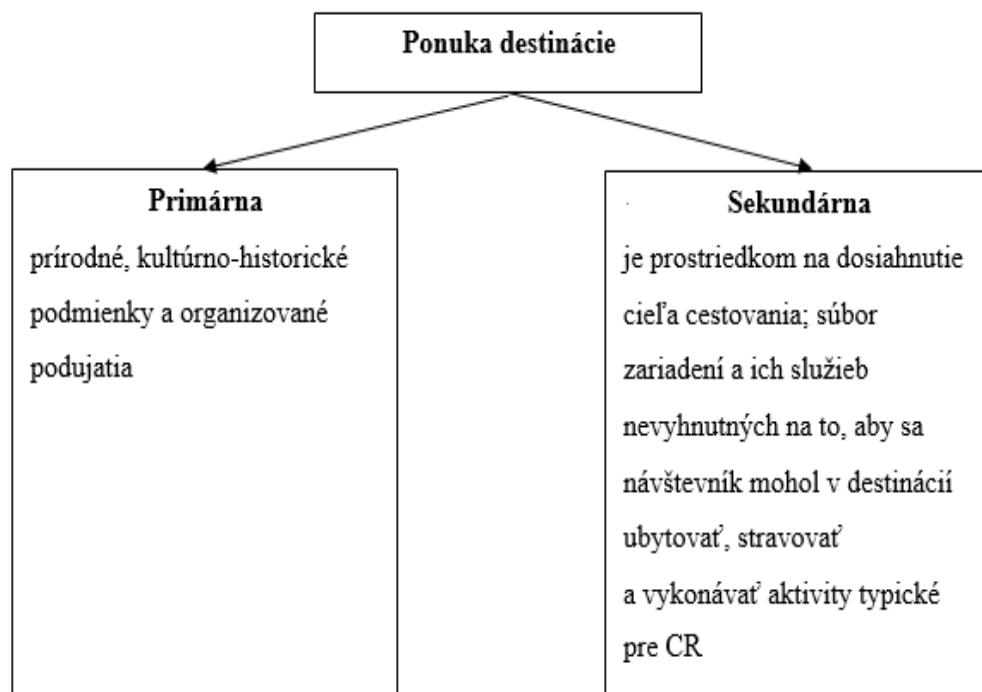
- môže byť vnímaná na rôznych úrovniach, a to globálnej, medzinárodnej, národnej a lokálnej,
- jej teritórium nemusí byť presne určené administratívnymi hranicami ale môže byť určené,
- môže vzniknúť na základe jednotného vecného zamerania (napr. Banícka cesta v SR).

Podľa H. Bartla a F. Schmidta (1998, 2 s.) destinácia ponúka klientovi komplexný reťazec služieb, ktoré si klient samostatne vyberie, a ktorý obsahuje celý proces už od vzniku informácie, rezerváciu až po uskutočnenie daného pobytu a návrat klienta domov.

Gúčik (2012, 54 s.) charakterizuje destináciu ako určitý ohraničený priestor, o ktorý sa zaujíma daná skupina ľudí. V CR je to miesto, kde subjekty (ako podniky CR a organizácie) poskytujú návštevníkovi produkt CR a kde sa nachádzajú zodpovedajúce zariadenia CR. Toto miesto musí byť taktiež dopravne dostupné, aby ho mohli navštíviť aj iné osoby ako miestni obyvatelia. Destinácia je nositeľom ponuky cestovného ruchu.

Ponuka cestovného ruchu je súbor prvkov, ktoré v rôznych kombináciách tvoria statky cestovného ruchu. Rozlišujeme primárnu a sekundárnu ponuku cestovného ruchu (Gúčik, 2004), ktorú uvádzame v schéme č.1. Gúčik (2004) konštatuje, že to aký je rozsah a charakter ponuky, určuje primárna ponuka a na ňu nadväzujúca sekundárna ponuka.

Schéma č. 1: Ponuka destinácie

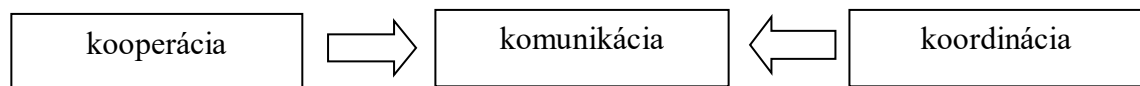


Zdroj: vlastné spracovanie podľa Gúčik (2012)

Gúčik (2012, 54 s.) ďalej uvádza, že destinácia (cieľové miesto) je daná prírodnými zdrojmi a doplnená výsledkami ľudskej činnosti (organizované podujatia, možnosti dopravy, ubytovania, stravovania, odpočinku alebo kultúrneho vyžitia). To znamená, že vďaka kombinácií primárnej a sekundárnej ponuky cestovného ruchu sú uspokojované potreby resp. želania návštevníkov. Aby sa mohol CR v destináciách rozvíjať a tvoriť konkurencieschopnú ponuku, nevyhnutným základom preň je destinačný manažment. Ten sa v turisticky vyspelých krajinách sveta vyvíjal už od 50. rokov dvadsiateho storočia (Novacká, 2008, 109 s.).

Holešinská (2007, 20-37 s.) udáva definíciu, podľa ktorej destinačný manažment spočíva v procese založenom na spolupráci medzi jednotlivými zainteresovanými aktérmi cestovného ruchu (napríklad miestni obyvatelia, investori a poskytovatelia služieb) a na koordinácii v oblasti plánovania, organizovania a rozhodovania v destinácii, pričom kľúčovým faktorom úspešnej realizácie destinačného riadenia je podľa autorky vzájomná komunikácia. Nazýva ho princípom 3K – kooperácia, komunikácia a koordinácia (schéma č. 2).

Schéma č. 2 : Princíp 3K



Zdroj: Holešinská (2012)

Za základné úlohy destinačného manažmentu sa považuje (UNWTO, 2007, 1-2 s.):

- zodpovednosť za reklamu, propagáciu a taktiež prilákanie hostí,
- garantovanie zhody medzi prísľubom a skutočnosťou, čo znamená že návštevníci, u ktorých budú uspokojené potreby a očakávania v danej destinácii, budú šíriť dobré meno destinácie, čím do nej v neposlednom rade môžu prilákať väčší počet návštevníkov v budúcnosti,
- vytváranie a zaistenie ochrany udržateľného prostredia cieľového miesta.

Autor Gúčik (2012, 60 s.) uvádza, že destinácie pôsobia na trhu ako virtuálne podniky, pretože majú vytýčené svoje vlastné ciele, tiež aj vlastný produkt, ktorým sa snažia stanovené ciele dosiahnuť. Disponujú aj personálnou a infraštruktúrnou

vybavenosťou. Aby daná destinácia dosiahla určený cieľ, a zosúladiť činnosti rôznych prvkov a subsystémov, mala by využiť aplikáciu manažmentu. Podľa autora, je destinačný manažment výnimočný tým, že musí byť použitý v zložitom systéme, kde pôsobí veľa nezávislých subjektov zo súkromného ale aj verejného sektora, miestnych rezidentov ale aj návštevníkov. Jedným z najdôležitejších cieľov manažmentu cieľového miesta je trvalo udržateľný rozvoj destinácie.

Najdôležitejším činiteľom, ktorý vplýva na destinačný manažment, je jeho produkt. Produkt cieľového miesta zabezpečuje plnenie vopred naplánovaných cieľov, taktiež vyžaduje, aby v danej destinácii bola vybudovaná vhodná infraštruktúra CR a aby v nej pracovali kvalifikovaní zamestnanci. Dôležitým faktorom je taktiež, či manažment nájde správne metódy ale aj spôsoby ako by mal produkt umiestniť na trhu CR.

Z dôvodu, že na vytváraní produktu cieľového miesta participujú rôzne subjekty verejného ale aj súkromného sektora, je nevyhnutné aby ich činnosti boli riadené destinačným manažmentom (Gúčik, 2012).

1.2 Rozvoj destinácie

Pre rozvoj CR v destinácii je dôležité vytvárať špeciálne ekonomické činnosti, ktoré sú typické pre CR ale taktiež aj ekonomické činnosti, ktoré sú podnietené priemyslom CR a v odlišnej miere dokážu nasýtiť potreby zákazníkov. Najdôležitejšou podmienkou pre vplývajúce CR na sociálny a ekonomický rozvoj destinácie je rozvinutosť (Gúčik, 2012):

- technickej infraštruktúry,
- sociálnej infraštruktúry,
- zabezpečujúcich a nadväzujúcich činností.

Pod pojmom ekonomický a sociálny rozvoj autori Maier a Tödling (1998, 36 s.) rozumejú hodnotovo orientovaný pojem, o ktorom môžeme mať určité predstavy, ale spôsob ako si ho každý jeden človek predstaví sám, je individuálny. Avšak slovné spojenie „rozvoj destinácie“ sa zameriava na geograficky vymedzené územie. Podľa autorov Maiera a Čtyrokého (2000, 59 s.) je rozvoj územia dopredu premyslené zhodnocovanie určitého geograficky vymedzeného územia. Znamená to, že ľudia

si naplánujú, akým spôsobom budú dané územie alebo budovy v ňom používať, aby sa zvýšil jeho osoh / zisk.

Ekonomický a sociálny rozvoj územia tvoria štruktúru, ktorá sa skladá z dvoch častí a to ekonomického rozvoja územia a sociálneho rozvoja územia. Je pravidlom, že oba typy rozvoja sa vzájomne podmieňujú – sociálny rozvoj je podmienený ekonomickým rozvojom a ten znova sociálnym. Typickým znakom sociálneho rozvoja je rast mentálnej vyspelosti spoločnosti a pre ekonomický rozvoj je príznačný rast a efektívne využívanie výrobných faktorov.

Môžeme povedať, že ekonomický a sociálny rozvoj územia je stály, nikdy sa nekončiaci a obežný proces, ktorý sa odohráva na danom geograficky vymedzenom území. Na tomto území dochádza k vzájomnému ovplyvňovaniu týchto typov rozvoja, čoho efektom je zhodnocovanie územia a zdokonaľovanie jeho spoločnosti (Hul'ó, 2011, 12 s.).

Od 90. rokov 20. storočia sa v súvislosti s rozvojom používa pojem trvalo udržateľný rozvoj. Trvalo udržateľný rozvoj je obohatený o ďalší pilier rozvoja (okrem ekonomického a sociálneho rozvoja), a to ekologický rozvoj. Podľa tohto môže byť trvalá udržateľnosť uskutočniteľná len vďaka spojeniu už uvedených troch dimenzií.

Keďže existuje určitá hierarchia medzi danými dimenziami rozvoja, kde najvyššie postavenie má ekonomická dimenzia, môže dôjsť ku vzniku sporu pri presadzovaní záujmov viacerých záujmových skupín, je dôležité zaistiť ich reguláciu prostredníctvom ďalšej dimenzie – inštitucionálnej (Európska komisia, 2006, 6 s.).

1.3 Organizované podujatia a ich význam pre cieľové miesto

Podľa Aiest (Association Internationale d'Experts Scientifiques de Tourisme, 1987) sú organizované podujatia udalosti, ktoré majú jednorazový alebo opakujúci sa charakter a ich trvanie je časovo obmedzené. Ich úlohou je zviditeľniť cieľové miesto CR a taktiež zvýšiť jeho ziskovosť z krátkodobého ale aj dlhodobého hľadiska. Úspech organizovaných podujatí závisí najmä od jedinečnosti, prestíže a aktuálnosti. Ich cieľom je vzbudiť záujem u ľudí a vyvolať pozornosť (Aiest, 1987 In Kotíková, 2008a, 7-17 s.).

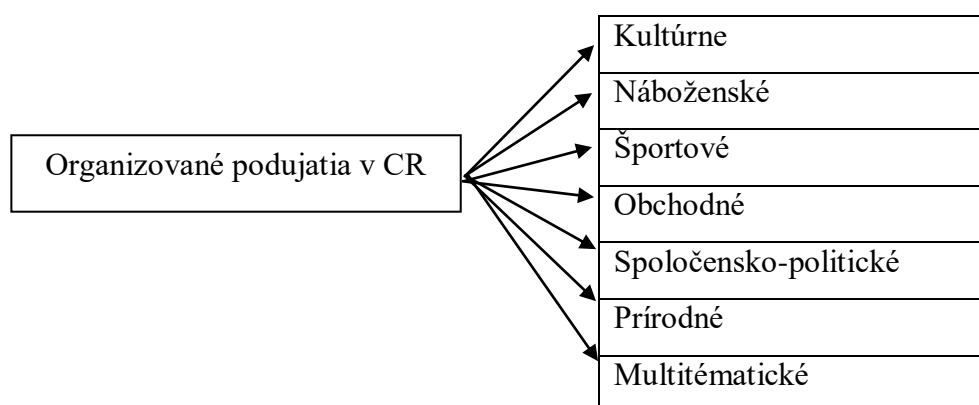
Gúčik (2001, 161 s.) označuje organizované podujatia v cestovnom ruchu za „*dynamickú súčasť primárnej ponuky cieľového miesta.*“ Podľa neho je to „*veľmi premenlivý objekt ponuky v CR, ktorý je nevyhnutné organizovať a pohotovo využívať*“.

Autor Bowdin a iní (2011, 24-27 s.) uvádzajú, že organizované podujatia sa plánujú a tvoria iba pri určitej špeciálnej príležitosti v snahe dosiahnuť dopredu určené ciele (napr. rozvoj kultúry, rozvoj destinácie, posilnenie národnej identity). K ich základným znakom patrí:

- schopnosť pritiahnúť návštevníkov do destinácie, a dať impulz rozvoju CR v území,
- obmedzené trvanie,
- jednorazový alebo nepravidelný výskyt,
- vplyv na zvýšenie povedomia,
- sociálna skúsenosť,
- únik od všednosti.

„*Podujatia majú slávnostný charakter, sú tematicky zamerané, dostupné, autentické, jedinečné, vyzdvihujú kvalitu, tradície, symbolizmus, pohostinnosť a pohodlie*“ (Bowdin et al., 2011). Existujú rôzne členenia organizovaných podujatí, napríklad autor Kmeco (2005) člení organizované podujatia v CR nasledovne:

Schéma č. 3 : Členenie organizovaných podujatí v CR



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kmeco (2005)

Podľa autora Kmeca (2007): „*účasť na organizovaných podujatiach je z hľadiska návštevníkov v CR primárnym alebo sekundárnym (doplňujúcim) motívom*“

návštevy cieľového miesta“ (Kmeco, 2007, 142-150 s.). Ak cestujeme do destinácie s hlavným cieľom návštevy významného podujatia (napr. hudobný koncert, športové podujatie), hovoríme o primárnom motíve návštevy. Avšak keď cestujeme do dopredu vybranej destinácie, v ktorej sa koná organizované podujatie a jeho návšteva je iba spestrením nášho programu (napr. návšteva psích záprahov v lyžiarskom stredisku, gastropodujatia v mestskom stredisku), hovoríme o sekundárnom motíve návštevy.

Pre autorku Novackú (2013, 120 s.) znamená organizovanie podujatí pre vybranú destináciu zmeny a oživenie stereotypu. Prostredníctvom organizovaných podujatí je udržiavaný miestny záujem o podporu CR. Taktiež do destinácie prichádzajú návštevníci nielen v dovolenkovom období, ale aj v období mimo hlavnej sezóny.

Destinácia CR môže organizovať podujatia z rôznych dôvodov a to napríklad z dôvodu, že chce dosiahnuť ekonomický efekt zisk alebo kvôli podpore danej destinácie a rovnako aj podpore rozvoja cestovného ruchu (Novacká, 2013, 120 s.). Organizované podujatia môžu na cieľové miesto vyplývať pozitívne.

Tabuľka č. 1 :Pozitívne účinky organizovaných podujatí na cieľové miesto

Ekonomické účinky	Sociálne účinky
<ul style="list-style-type: none"> - Zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní - Predĺženie priemernej dĺžky pobytu návštevníkov - Predĺženie sezóny v cieľovom mieste - Zvýšenie priamych a nepriamych príjmov z CR - Vyšší výber daní - Rozvoj podnikania, stimulovanie miestnej výroby - Rozvoj výstavby - Tvorba nových pracovných miest - Multiplikačný efekt, rast miestnej ekonomiky - Zlepšenie dopravnej dostupnosti cieľového miesta - Zvýšenie hodnoty nehnuteľností v mieste konania podujatia - Zlepšenie informovanosti potenciálnych investorov - Rozšírenie investičných a exportných príležitostí miestnych podnikateľov - Rast počtu ubytovacích zariadení - Pozitívne efekty na platobnú bilanciu štátu - Zvýšenie možnosti získania grantov 	<ul style="list-style-type: none"> - Zvýšenie zainteresovanosti miestneho obyvateľstva na dianie v cieľovom mieste vrátane zvýšenia záujmu o dobrovoľníctvo - Obnova zvykov a tradícií - Zvýšenie hrdosti miestnych obyvateľov na územie, v ktorom žijú - Ľahšia integrácia obyvateľstva - Rozvoj miestnej infraštruktúry - Dlhodobá propagácia - Rozvoj miestneho spoločenstva - Väčšie možnosti rozptýlenia a zábavy pre miestnych obyvateľov - Možnosti interkultúrneho kontaktu - Lepšie možnosti rozvíjať sociálne zručnosti a sociálne väzby - Priaznivé psychologické účinky na miestnu komunitu
Politické účinky	Environmentálne účinky
<ul style="list-style-type: none"> - Zlepšenie imidžu destinácie - Prestíž 	<ul style="list-style-type: none"> - Zvyšovanie povedomia o životnom prostredí - Obnova životného prostredia - Rozvoj odpadového hospodárstva - Záujem o dlhodobú ochranu územia

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Pompurová (2014)

Okrem pozitívnych účinkov, môžu mať organizované podujatia aj negatívne účinky na cieľové miesto (Musgrave & Raj, 2009).

Tabuľka č. 2: Negatívne účinky organizovaných podujatí na cieľové miesto

Ekonomické účinky	Sociálne účinky
<ul style="list-style-type: none"> - Náklady na podujatie, ktoré v prípade jeho neúspechu znáša miestna/ národná ekonomika - Zlý finančný manažment - Rast cien tovarov a služieb 	<ul style="list-style-type: none"> - Otázne budúce využitie vybudovanej infraštruktúry - Prerušenie normálneho fungovania spoločnosti - Odchod miestneho obyvateľstva - Narušenie životného štýlu miestnych obyvateľov - Strata autenticity - Apatia miestnych obyvateľov - Zvýšené bezpečnostné riziko - Nerovnomerné rozdeľovanie bohatstva
Politické účinky	Environmentálne účinky
<ul style="list-style-type: none"> - Nedostatok zodpovednosti - Nevhodné alokovanie zdrojov - Poškodená reputácia - Strata kontroly 	<ul style="list-style-type: none"> - Krátkodobé a dlhodobé znečistenie životného prostredia - Nevhodné nakladanie s odpadmi - Hluk - Zahľtenie dopravných komunikácií - Zvýšené čerpanie energií a ďalších prírodných zdrojov - Poškodzovanie prírodného a kultúrneho dedičstva

Zdroj: vlastné spracovanie podľa MUSGRAVE, RAJ (2009)

Podľa Gúčika (2012) význam organizovaných podujatí spočíva najmä v tom, že krátkodobo podnecujú rozvoj CR v destinácií (napr. viac návštevníkov, dlhšia sezóna), taktiež ju zviditeľňujú a zlepšujú jej imidž.

1.4 Športové podujatia

Jednou z kategórií organizovaných podujatí sú práve športové podujatia. Korene športových podujatí siahajú až do obdobia staroveku a sú spojené s históriou starovekého Grécka, konkrétne s Olympiou. Práve v Olympii sa konalo najvýznamnejšie športové podujatie, a to Olympijské hry. Konali už od roku 776 p. n. l., prebiehali päť dní a na ich programe bolo sedem rôznych disciplín.

Pravidelné organizovanie týchto hier bolo udržiavané až do 4. storočia, kedy boli na príkaz cisára Olympijské hry zrušené a nepodarilo sa ich obnoviť až do roku 1896. Tým na dlhý čas prakticky zanikli akékoľvek významné podujatia športového

charakteru. Až na konci 18. storočia nástupom industrializácie a úbytkom fyzicky namáhavej práce sa opäť začali vytvárať vhodné podmienky pre konanie športových podujatí a narastala iniciatíva ľudí, ktorí sa snažili vymyslieť spôsoby, ako si zmerať sily a porovnať svoje schopnosti (Grexa, 2007, 5-17 s.).

Okrem Olympijských hier boli veľmi významné v minulosti aj Panhelénske (Všegrécke) hry (okolo roku 520 p.n.l.), ktorých tie Olympijské boli súčasťou. Hry boli okrem športu prepojené s náboženstvom a obsahovali aj umelecké súťaže (Grexa, 2011, 15 s.). V roku 366 p.n.l. sa prvý krát konali Rímske hry, ktoré vznikli z etruských koreňov. V týchto hrách ako aj v Olympijských, súťažili iba muži v disciplínach ako napríklad preteky vozov či boje gladiátorov. V stredoveku, konkrétne v 16. storočí sa začali konať Cotswold Olympic Games v Anglicku a Highland Games v Škótsku. V 18. storočí sa prvý krát konalo podujatie Olympiade de la République vo Francúzsku. Približne do 20. storočia boli atléti na týchto športových podujatiach výlučne muži. Avšak potom sa začal rozvíjať aj medzinárodný ženský šport.

V súčasnosti poznáme veľa definícií slovného spojenia „športové podujatie“. Kmeco (2007, 146-147 s.) charakterizuje športové podujatia ako rôzne športové, pohybové a spoločensko-zábavné aktivity, ktorých sa zúčastňujú, či už aktívne alebo pasívne, veľké skupiny ľudí. Môže ísť o rôzne turnaje, súťaže, preteky a mnoho ďalších podujatí podobného typu, kde je umožnený prístup aj verejnosti. Organizujú sa v rôznych športových disciplínach. Tieto podujatia prispievajú k rozvoju športovej infraštruktúry, ale môžu byť využívané aj na iné potreby miestneho obyvateľstva. Novotný a kol. (2011) špecifikujú definíciu športového podujatia z dvoch pohľadov, ktoré uvádzame v tabuľke č. 3.

Tabuľka č. 3: Vymedzenie športových podujatí podľa užšieho a širšieho pohľadu

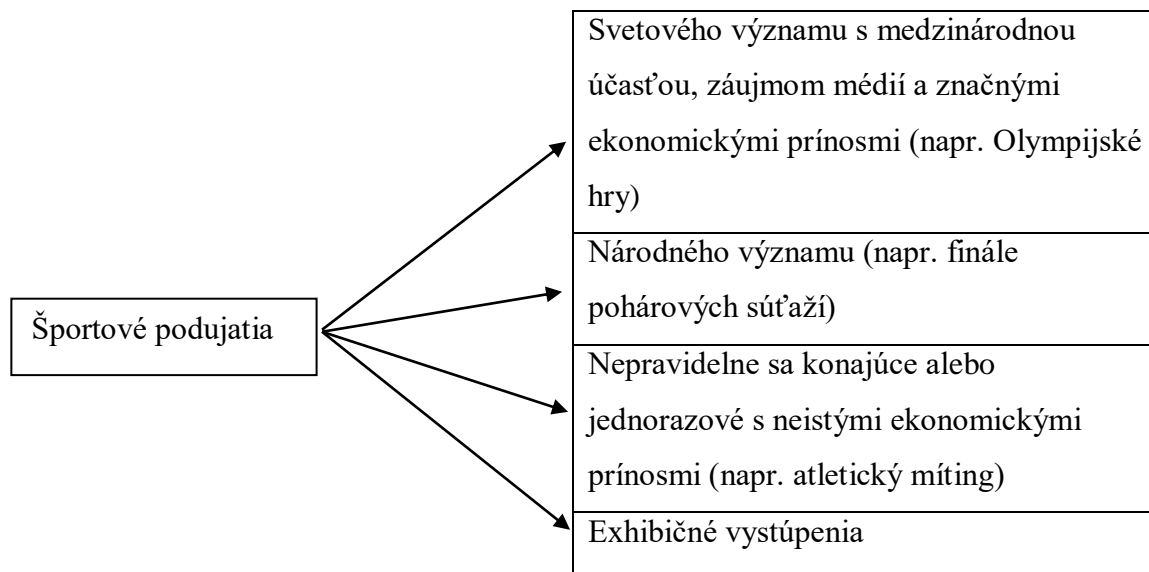
Užší pohľad	Širší pohľad
<p>Jednorazová udalosť</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trvanie: od niekoľkých hodín až po dni - Cieľ: súťaž jedného alebo viac športových odvetví - Hry - súťaženie vo všetkých odvetviach 	<ul style="list-style-type: none"> - Trvanie: náhodná alebo pravidelná účasť - Cieľ: zdokonaľovať fyzickú a duševnú kondíciu, budovať spoločenské vzťahy, súťaž - Hry - všetky formy fyzickej aktivity

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Novotný (2011)

Podľa druhu rozdeľujeme športové podujatia na jednodborové, ktoré obsahujú iba jednu športovú disciplínu (napr. plávanie) alebo viacodborové, ktoré obsahujú väčší

počet športových disciplín (Novotný, 2011, 455-460 s.). Gúčik (2012) uvádza, že športové organizované podujatia sú cieľavedome vytvorené a majú len obmedzenú dobu trvania, ktorá sprostredkúva originálne športové, pohybové a spoločensko-zábavné zážitky. Každé podujatie je na základe osobnej skúsenosti jedinečné z pohľadu pasívneho návštevníka, aktívneho účastníka ale aj organizátora. Bowdin (2011) rozdeľuje športové podujatia nasledovne (schéma č.4):

Schéma č. 4: Delenie športových podujatí podľa autora Bowdina



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Bowdin (2011)

Okrem uvedeného delenia športových podujatí, uvádza Novotný (2011) nasledovné 2 delenia:

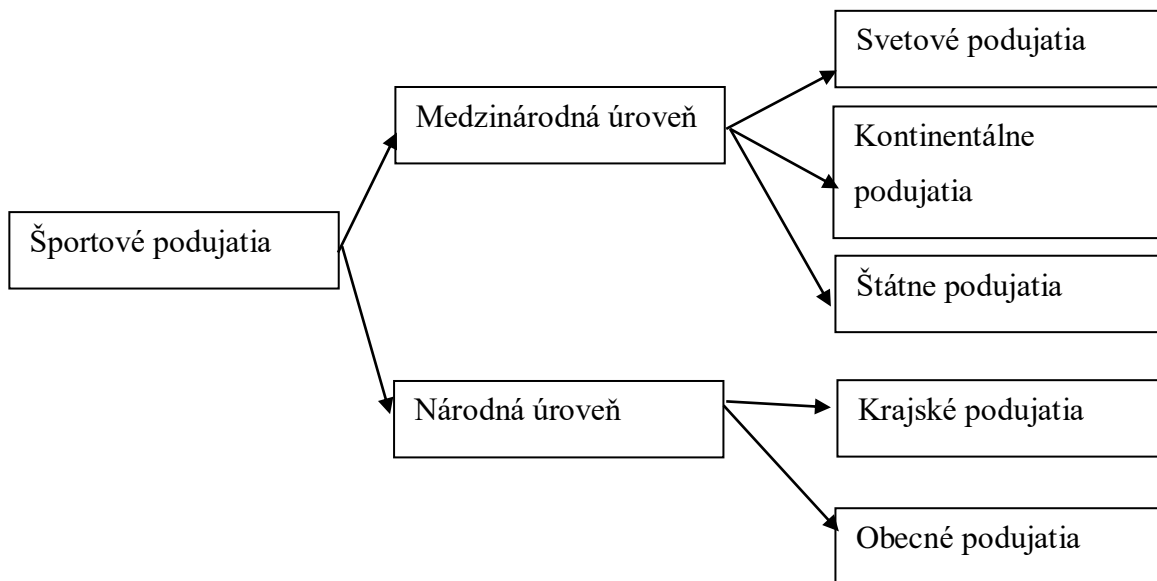
Tabuľka č. 4: Delenie športových podujatí podľa participácie

Typ podujatia	Príklad	Charakteristika podujatia
Podujatia orientované na pasívnych návštevníkov	Exhibičné zápasy a reprezentačné stretnutia v populárnych športových disciplínach	Zúčastňuje sa na nich relatívne malý počet športovcov a veľký počet divákov
Podujatia orientované na aktívnych účastníkov	Maratónsky beh	Organizátori sa snažia na toto podujatie prilákať čo najväčší počet profesionálnych a/ alebo amatérskych športovcov
Podujatia zamerané na aktívnu, ale aj divácku účasť	Stretnutia bývalých úspešných športovcov	Tieto podujatia boli najskôr orientované na aktívnu účasť, ale vďaka svojej tradícii a dobrému menu si získali mediálny i divácky ohlas

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Novotný (2011)

Nasledujúca schéma ilustruje rozdelenie športových podujatí podľa ich pôsobnosti. Novotný (2011, 455 s.) ich rozdeľuje na 2 veľké skupiny, ktorými sú medzinárodná a národná úroveň, a k tým priraduje ďalšie podujatia, patriace do danej úrovne.

Schéma č. 5: Delenie športových podujatí podľa ich pôsobnosti



Zdroj: Novotný (2011)

1.5 Vplyvy športových podujatí

So športovými podujatiami súvisia ich pozitívne a negatívne vplyvy na ľudské okolie a rovnako aj účely, pre ktoré sú organizované. Podujatia sú aktivity, ktoré sú organizované s viacerými cieľmi, a to (Poloma, 2007):

- uspokojujú potreby ľudí (spoločenské a individuálne),
- súvisia s dosahovaním dopredu stanovených cieľov,
- zdieľajú spoločný pocit resp. myšlienku,
- uspokojujú potrebu byť súčasťou spoločenského diania.

K najhlavnejším vplyvom športových podujatí patria zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia, ekonomická prosperita, sídelný rozvoj, sociálne a kultúrne dopady ako aj environmentálne vplyvy.

Zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia

Zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia patrí k základným cieľom, prečo by malo mesto resp. destinácia organizovať športové podujatie. Vďaka veľkému publiku, ktoré sleduje dané podujatie, prichádza do destinácie väčší počet návštevníkov ako keby podujatie organizované nebolo. Destinácia dostáva väčší priestor na vlastnú prezentáciu a vytvorenie dobrého imidžu v očiach nielen návštevníkov, ale aj potenciálnych investorov. Avšak snaha organizovať športové podujatie môže smerovať aj k upevneniu už predtým silného medzinárodného postavenia krajiny (Kováč, 2009). Organizovanie športových podujatí môže mať aj negatívny vplyv na imidž, napríklad v prípade neúspechov alebo problémov pri jeho organizovaní, na čo môžu negatívne reagovať návštevníci, miestni rezidenti ale aj médiá.

Ekonomická prosperita

Jedným z najdôležitejších argumentov na organizáciu športových podujatí v danom meste resp. krajine je podľa Kováča (2009) predpokladaný vplyv na ekonomiku danej destinácie. So športovými podujatiami prichádzajú rôzne pozitíva ako napríklad mobilizácia investičných zdrojov, zníženie nezamestnanosti a nárast turistickej návštevnosti. Sú to hlavné impulzy, ktoré stimulujú ekonomickú aktivitu a následne aj prosperitu týchto miest. Avšak organizovanie športových podujatí má aj svoje negatívne stránky. Príkladom je cielené presmerovanie štátnych prostriedkov a ich nahromadenie iba v jednom meste resp. regióne. Na to vo väčšine prípadov negatívne reaguje verejnosť, pretože prostriedky sú často presmerované na úkor kvality a množstva verejných služieb, ktoré sú podporované štátom. Podľa Preussa (2004), mesto (región, krajina) dosiahne najväčší ekonomický rozmach pri organizovaní veľkého športového podujatia vtedy, ak toto podujatie bude správne načasované. Podľa neho je najvýhodnejší čas pre organizáciu podujatia obdobie ekonomickej recesie, kedy stagnujú ceny, cena práce je nižšia a je nižší podiel importu. Vtedy je ideálny čas na dosiahnutie najlepších ekonomických efektov rastúcich investícií a spotrebiteľských výdavkov. Avšak problémom je, že stav budúcej ekonomickej situácie danej lokality v čase rozhodovania o prípadnej organizácii podujatia a tiež o následných investíciách nie je možné predpovedať.

Sídlný rozvoj

Aby bola destinácia ekonomicky prospešná, mala vytvorený dobrý imidž a tiež medzinárodnú prestíž, je v jej záujme pri organizovaní športových podujatí vytvoriť vizuálne a funkčne atraktívne prostredie, ktoré my malo zvyšovať jej atraktívnosť v celosvetovom meradle (Kováč, 2009). Autor ďalej konštatuje, že: *„veľké športové podujatia sa v tejto súvislosti uplatňujú ako účinný katalyzátor fyzických zmien v územnej štruktúre mesta. Ten pôsobí v podobe jedného príp. niekoľkých veľkých územnoplánovacích projektov, ktoré zásadným spôsobom na rozsiahlych plochách a so zapojením enormného množstva verejných financií transformujú priestorovú štruktúru miest (napr. OH 1992 v Barcelone, OH 1988 a MS vo futbale 2002 v Soule, MS vo futbale 1998 v parížskom St. Dennis), alebo v podobe desiatok až stoviek malých, finančne skromnejších projektov prispievajúcich k zlepšeniu životných podmienok miestneho obyvateľstva (napr. Hry britského spoločenstva 2006 v Melbourne).“*

Aj v prípade využitia športových podujatí pre účely sídelného rozvoja však existuje niekoľko rizík. Jedným z nich je riziko, presídľovania obyvateľstva. Pri realizácii veľkých športových podujatí môže byť narušený život obyvateľov destinácie napríklad nadmerným hlukom, výstavbou novej infraštruktúry a pod. Niektorí ľudia dokonca môžu prísť o svoje domovy v dôsledku novej výstavby. Veľmi častým problémom sa stáva aj tzv. gentifikácia, ktorá znamená, že pre potreby podujatia sú renovované aj upadajúce časti mesta. Renováciou sa zvýši tržobná hodnota daných objektov, ktoré následne prilákajú bohatších nájomníkov, avšak tí vytlačujú pôvodné skupiny obyvateľov s nižším príjmom. Ďalším rizikom môže byť, že po intenzívnej výstavbe potrebnej infraštruktúry a po ukončení športového podujatia, športoviská upadajú a nie sú ďalej využívané, pretože projekty sa často viac orientujú na potreby daného podujatia ako na skutočné potreby miestneho obyvateľstva (Kováč, 2009).

Sociálne a kultúrne dopady

Tak, ako aj pri ostatných typoch vplyvov, aj tu platí, že veľkosť sociálnych, ako aj kultúrnych dopadov na dejisko podujatia či na celý región veľmi závisí od rozsahu športového podujatia, doby jeho trvania, ale aj od iných charakteristík. Je dôležité uvedomiť si, že miestni obyvatelia a ich postoje zohrávajú významnú rolu pri hodnotení sociálnych dopadov každého podujatia. Ich názor na konanie športového

podujatia ovplyvňuje aj ochotu politikov uvoľniť verejné zdroje na organizáciu podujatia. Negatívny postoj domácich obyvateľov ku konaniu akcie sa môže prejavovať v neochote podieľať sa na organizácii podujatia, v odmietaní propagácie daného podujatia, či v prístupe a interakcii s návštevníkmi akcie, čo sú faktory, ktoré môžu výrazne ovplyvniť úspešnosť organizovania podujatia (Preuss, Solberg, 2006).

Environmentálne vplyvy

Iba zriedkavo majú športové podujatia pozitívne ekologické vplyvy na danú destináciu. Vo väčšine prípadov pôsobia (zvlášť tie s veľkým rozsahom) na prostredie negatívne a zodpovedné orgány sa snažia tieto negatívne vplyvy minimalizovať. Veľkosť ekologických vplyvov výrazne závisí od konkrétneho miesta konania podujatia (osídlené/ neosídlené prostredie), ale aj od jej ďalších charakteristík (Kováč, 2009). Vo všeobecnosti však podľa Standevena a De Knoppa (1999) vplyva organizovanie športových podujatí na životné prostredie v ich dejisku dvoma spôsobmi:

- kvôli organizácií športového podujatia je nutné v danej destinácii vybudovať potrebné športoviská a ďalšiu infraštruktúru, tie avšak môžu byť vybudované mimo hostiteľského mesta priamo v prírodnom prostredí, kde môžu narušiť pôvodné ekosystémy,
- tým, že je organizované veľké športové podujatie prichádza do danej destinácie veľký príliv turistov a vzniká preľudnenie dejiska, popritom vzniká veľa negatívnych javov, ktoré ovplyvňujú životné prostredie (znečisťovanie, hluk...).

Pre minimalizovanie negatívnych environmentálnych vplyvov športových podujatí je nevyhnutné, aby boli všetky zásahy do pôvodného prostredia vopred naplánované, konzultované s odborníkmi. Taktiež platí, že veľkosť dopadov na životné prostredie závisí od rozsahu daného podujatia, takže najviac sa téma environmentálnych vplyvov dostáva do popredia pri konaní Olympijských hier (Kováč, 2009).

2 Ciel' práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je identifikovať vplyv vybraného podujatia, Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji IIHF, na destináciu. Pre naplnenia hlavného cieľa bolo stanovených niekoľko parciálnych cieľov v teoretickej ako aj praktickej časti.

Parciálne ciele v teoretickej časti:

1. Vymedziť pojem destinácia a destinačný manažment.
2. Systematizovať poznatky súvisiace s rozvojom destinácie.
3. Sprehľadniť poznatky o organizovaných podujatiach.
4. Sumarizovať poznatky o vplyvoch podujatí na cieľové miesto.

Parciálne ciele v praktickej časti:

5. Sprehľadniť základné ukazovatele o podujatí Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji 2011 a 2019 na mesto Bratislava.
6. Identifikovať vplyv Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji.
7. Zhodnotiť mieru pozorovaných vplyvov Majstrovstiev sveta na destináciu.

K stanoveným parciálnym cieľom v praktickej časti sme stanovili nasledujúcu výskumnú otázku (VO):

- VO1. Ktoré z identifikovaných vplyvov pôsobia na rozvoj destinácie?

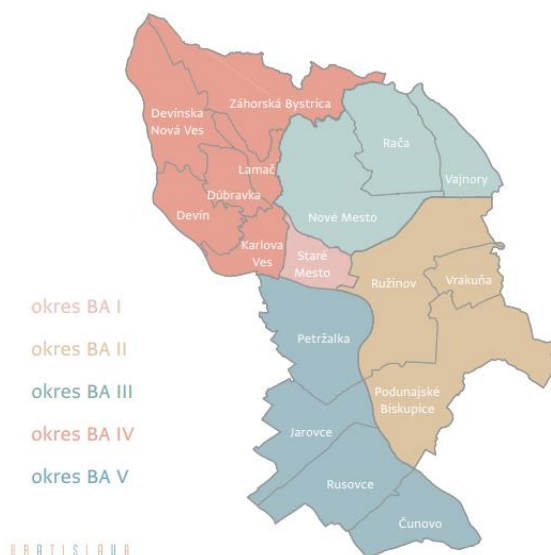
2.1 Metodika práce

2.1.1 Charakteristika objektu skúmania

Objektom skúmania bakalárskej práce sú Majstrovstvá sveta IIHF v ľadovom hokeji, ktoré sa uskutočnili v hlavnom meste Slovenskej republiky – Bratislave v rokoch 2011 a 2019. Bratislava, ktorá sa rozprestiera na juhozápade Slovenska, je hlavným a najväčším mestom Slovenskej republiky. Podľa ŠÚSR (2019) mala v roku 2018 presne 432 864 obyvateľov, s hustotou obyvateľstva 1177 obyvateľov/km². Územie mesta sa člení na 5 samostatných okresov:

- Okres BA I – Staré mesto
- Okres BA II – Vrakuňa, Ružinov, Podunajské Biskupice
- Okres BA III – Vajnory, Rača, Nové Mesto
- Okres BA IV – Záhorská Bystrica, Devínska Nová Ves, Lamač, Dúbravka, Devín, Karlova Ves
- Okres BA V – Petržalka, Jarovce, Rusovce, Čunovo

Obrázok č. 1: Územné členenie Bratislavy



Zdroj: ŠÚSR, 2019

Aj keď má mesto bohatú históriu, vo svete sa radí k najmladším hlavným mestám. Napriek tomu láka turistov z rôznych krajín sveta, ktorí obdivujú rôzne pamiatky a stavby ako napríklad Bratislavský hrad, UFO alebo Dóm sv. Martina. Okrem toho sú pre Bratislavu typické moderné obchodné centrá, vynikajúce umenie,

ktoré vytvárajú kuchári a pivovarníci, priateľskí obyvatelia ale aj mnohé výstavy, podujatia a obchodné príležitosti.

2.1.2 Pracovné postupy, spôsob získavania údajov a ich zdroje

Celý proces spracovania bakalárskej práce možno rozdeliť na niekoľké fázy, ktoré sú zhrnuté v nasledujúcej schéme č. 6:

Schéma č. 6: Fázy spracovania bakalárskej práce

1. fáza: Teoretické východiská	<ul style="list-style-type: none"> - štúdium domácich a zahraničných bibliografických zdrojov - syntéza získaných poznatkov do jednotlivých kapitol
2. fáza: Ciele	<ul style="list-style-type: none"> - formulácia hlavného cieľa bakalárskej práce - formulácia parciálnych cieľov - formulácia výskumnej otázky
3. fáza: Zber údajov zo sekundárnych zdrojov	<ul style="list-style-type: none"> - zoskupenie dostupných štatistických údajov zo Štatistického úradu Slovenskej republiky
4. fáza: Sekundárny prieskum	<ul style="list-style-type: none"> - zoskupenie údajov o zisku, kapacite štadióna, výstavbe a rekonštrukcii štadióna, o sadzbách daní, marketingových kampaniach, regulácií dopravy a parkovaní, o environmentálnej kampani z voľne dostupných elektronických zdrojov - tabuľka pozitívnych a negatívnych vplyvov na podujatie - SWOT analýza
5. fáza: Výsledky práce a diskusia	<ul style="list-style-type: none"> - formulácia záverov vyplývajúcich z realizácie predchádzajúcich etáp spracovania práce

Zdroj: vlastné spracovanie

Kľúčovou etapou nášho výskumu bola hlavne analýza dostupných teoretických zdrojov (etapa č.1), ktoré sme získali najmä z knižných ale aj elektronických zdrojov. V tejto časti práce sme použili domáce ale aj zahraničné zdroje, ktoré boli dostupné

najmä v Slovenskej národnej knižnici v Martine a v Slovenskej ekonomickej knižnici Ekonomickej univerzity v Bratislave.

Podľa získaných zdrojov, sme si vytýčili hlavný cieľ bakalárskej práce, parciálne ciele a výskumnú otázku (etapa. č.2). Pri komparácií počtu ubytovaných návštevníkov, počtu prenocovaní a miery nezamestnanosti boli použité štatistické údaje Štatistického úradu Slovenskej republiky. Štatistiky získané z uvedených databáz sa stali základom pre tvorbu vývojových grafov (etapa č. 3).

Ďalšie údaje o zisku, kapacite štadióna, výstavbe a rekonštrukcii štadióna, o sadzbách daní, marketingových kampaniach, regulácií dopravy a parkovaní, o environmentálnej kampani boli získané z voľne dostupných elektronických zdrojov. Informácie získané z uvedených elektronických zdrojov sa stali základom pre tvorbu tabuľky o pozitívnych a negatívnych vplyvoch podujatia na destináciu, a tvorbu SWOT analýzy o silných a slabých stránkach, príležitostiach a hrozbách daných podujatí (etapa č. 4).

V poslednej etape našej práce sme formulovali závery, ktoré vyplývajú z predchádzajúcich etáp spracovania práce.

2.1.3 Metódy použité v teoretickej a praktickej časti

V teoretickej časti prevládajú všeobecné teoretické metódy, ktorými sú metóda abstrakcie, metóda analýzy a syntézy, a metóda indukcie a dedukcie. Analyticko-syntetickú metódu sme aplikovali pri skúmaní teoretických prístupov k vymedzeniu pojmu destinácia a destinačný manažment. Dedukciu sme použili napríklad pri všeobecnej charakteristike pojmu ekonomický a sociálny rozvoj destinácie alebo taktiež pri uvedení znakov športových podujatí. Indukciu sme aplikovali najmä pri charakteristike vplyvov športových podujatí.

V praktickej časti bakalárskej práce boli uplatnené najmä konkretizácia, analýza a dedukcia. Doplnené sú špeciálnymi teoretickými metódami, z ktorých vyberáme metódy exaktné (matematické), a komparatívne. Konkretizáciu, analýzu a dedukciu sme použili pri vybraných ukazovateľoch, identifikovaní pozitívnych a negatívnych vplyvov podujatia na destináciu a SWOT analýze. Matematické metódy sme použili

pri SWOT analýze a komparatívne metódy najmä pri porovnávaní Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a Majstrovstiev sveta IIHF 2019.

Metódu grafického znázornenia sme použili v teoretickej aj praktickej časti práce, prostredníctvom tabuliek, obrázkov, schém a grafov sme sprehľadnili a znázornili niektoré ukazovatele a charakteristiky.

3 Výsledky práce a diskusia

3.1 Základné ukazovatele o podujatí Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji 2011 a 2019 na mesto Bratislava

Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji sa uskutočnili v Bratislave dva razy. V roku 2011 prebiehali od 29.4.-15.5. Zápasy boli rozdelené do dvoch miest, a to Bratislavy a Košíc. V Bratislave to bolo na novo vybudovanom Zimnom štadióne Ondreja Nepelu, ktorý počas šampionátu niesol meno Orange aréna. Ako môžeme vidieť v tabuľke č. 5, tá mala v čase diania MS pre divákov pripravených presne 10 055 miest na sedenie. V roku 2011 sa na tomto štadióne odohralo dokopy 32 zápasov a štadión navštívilo až 291 227 divákov. Celkovo bola využitá kapacita miest na sedenie počas MS 2011 na 90,51 %.

V roku 2019 sa v dátume od 10.5. – 26.5. na MS 2019 zúčastnilo v Bratislave 277 444 divákov. V porovnaní s rokom 2011 sa tento rok hralo v Bratislave až 34 zápasov, čo je o 2 zápasy viac, ale veľkosť kapacity miest na sedenie sa nezmenila. V roku 2019 bola počas MS využitá kapacita miest na sedenie iba 81,15 %. (Zimný štadión Ondreja Nepelu, 2011, REHÁK, Š. – ŠTOFKO, M., 2011, IIHF, 2020)

Tabuľka č. 5: Základné porovnanie využitia Zimného štadióna Ondreja Nepelu v rokoch 2011 a 2019

Rok	Počet návštevníkov na Zimnom štadióne Ondreja Nepelu	Kapacita štadióna	Počet zápasov	Kapacita štadióna pre všetky zápasy	Využitie kapacity štadióna
2011	291 227	10 055	32	321 760	90,51 %
2019	277 444	10 055	34	341 870	81,15 %

Zdroj: vlastné spracovanie podľa REHÁK, Š. – ŠTOFKO, M. (2011), IIHF (2020)

Zimný štadión Ondreja Nepelu musel byť pre potreby MS 2011 zrekonštruovaný, pretože nevyhovoval základným podmienkam IIHF pre organizovanie takéhoto druhu podujatia. Pre výstavbu nového štadióna najprv muselo byť zlikvidované 80 % starého štadióna. Demolačné práce sa však dotkli života obyvateľov v tejto oblasti, a niektoré ulice museli byť pre rekonštrukciu uzavreté.

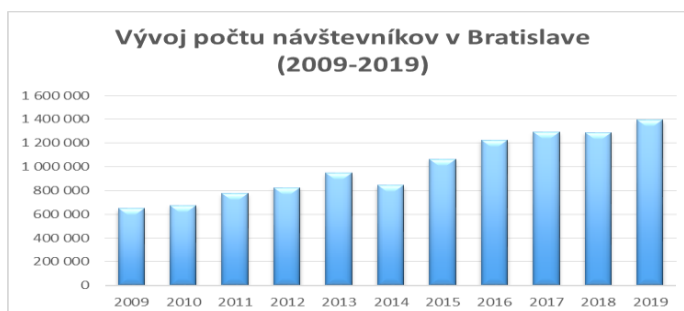
Súčasťou rekonštrukcie bola napríklad výmena strešnej konštrukcie a celej technológie. K pôvodnej jednej ľadovej ploche pribudla aj druhá, tréningová a kapacita miest na sedenie sa z pôvodných 8 350 zvýšila na 10 055 miest. Okrem toho sa stavba výrazne predražila presne z plánovaných 71 miliónov eur na približne 96 miliónov eur (PRAVDA, 2009, ASB, 2011).

Pred organizovaním MS 2019 bolo potrebné na Štadióne Ondreja Nepelu vykonať rekonštrukciu, avšak nie v takom rozsahu ako pred MS 2011. Investícia do štadióna predstavovala približne 2 milióny eur a peniaze boli použité najmä na výmenu chladiaceho systému, vzduchotechniky, informačnej kocky, do kúpy rolby, nových sedadiel, ale aj do bezpečnostného systému. Do tejto investície prispelo mesto Bratislava sumou 950 000 eur (TASR, 2018).

Počet návštevníkov

Sledovali sme aj vývoj počtu návštevníkov v meste Bratislava od roku 2009 až po rok 2019. Ako môžeme vidieť v grafe č. 1, počet návštevníkov v meste Bratislava sa od roku 2009 postupne zvyšoval. V roku 2011, kedy boli na Slovensku organizované Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji, mesto dosiahlo hranicu 800 000 návštevníkov. Jediným menej úspešným rokom z tohto hľadiska, kedy sa počet návštevníkov oproti predošlému roku znížil, bol rok 2014. Vtedy klesla návštevnosť mesta na 844 524. Avšak v roku 2019 bol zaznamenaný počet až 1 395 896 návštevníkov, čo predstavuje zatiaľ najvyššiu nameranú hranicu. Oproti roku 2018 prišlo do mesta Bratislava až o 105 840 ľudí viac. Jedným z faktorov takéhoto vysokého rastu bolo okrem iných vplyvov aj organizovanie Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji, kedy do Bratislavy zavítalo veľa ľudí aj z rôznych krajín sveta (ŠUSR, 2020).

Graf č. 1: Vývoj počtu návštevníkov v Bratislave (2009-2019)

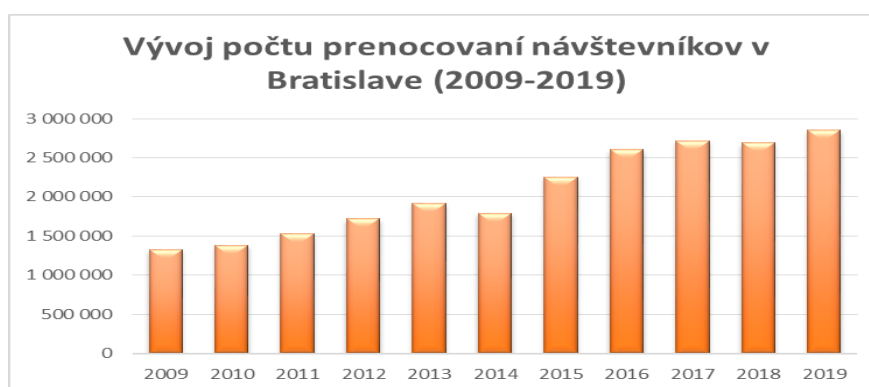


Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠUSR, 2020

Počet prenocovaní

Okrem počtu návštevníkov nás zaujímal aj počet ich prenocovaní v Bratislave. Z grafu č. 2 dokážeme identifikovať, že v Bratislave počet prenocovaní od roku 2009 postupne narastal. V roku 2011 presiahol počet prenocovaní v Bratislave hranicu 1 500 000. Jedinú výnimku, kedy počet prenocovaní poklesol je rok 2014. Najvyšší počet prenocovaní v Bratislave bol zaznamenaný v roku 2019 a to presne 2 850 755 prenocovaní. Túto skutočnosť, okrem iného ovplyvnili aj konajúce sa Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji, ktoré prilákali na viac dní rôznach návštevníkov, a tí využili možnosť prenocovať v meste (ŠUSR, 2020).

Graf č. 2: Vývoj počtu prenocovaní návštevníkov v Bratislave (2009-2019)



Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠUSR, 2020

Podľa týchto údajov môžeme povedať, že ročný prírastok osôb, ktoré prenocovali v Bratislave v roku 2011 bol o 145 525 viac, ako tomu bolo v roku 2010, čo mohlo ovplyvniť aj športové podujatie MS 2011. Výška sadzby dane za ubytovanie v Bratislave bola v tom čase na úrovni 1,65 €. Po vynásobení týchto dvoch čísiel, sme dostali hodnotu 240 116,25 €, čo predstavuje príjem pre danú destináciu (viď tabuľka č. 6) (Zastupiteľstvo – Bratislava, 2010).

Podobne v roku 2019 sa zvýšil v Bratislave počet prenocovaní oproti predošlému roku o 158 968 osôb, na čo vplýval fakt, že v roku 2019 sa v Bratislave uskutočnili MS. Výška sadzby dane bola v roku 2019 na úrovni 1,70 €. Po vynásobení týchto dvoch čísiel sme dostali hodnotu 270 245,60 €, čo predstavuje príjem pre destináciu. Oproti roku 2011 bol príjem destinácie vyšší presne o 30 129,35 € (viď tabuľka č. 6) (Bratislava, 2017).

Tabuľka č. 6: Výpočet príjmu pre destináciu

Rok	Prírastok osôb v počte prenocovaní	Výška dane za ubytovanie v danom roku (€)	Príjem pre destináciu (€)
2010 – 2011	+ 145 525	1,65	240 116,25
2018 – 2019	+ 158 968	1,70	270 245,60

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Bratislava (2017), Zastupiteľstvo – Bratislava (2010)

Evidovaná miera nezamestnanosti

Ďalším vybraným ukazovateľom je evidovaná miera nezamestnanosti v Bratislavskom kraji. Ako môžeme vidieť na grafe č. 3, miera evidovanej nezamestnanosti sa až do roku 2013 zvyšovala až na hranicu 6,17. Odtedy sa postupne znižovala, až v roku 2018 dosiahla hodnotu 2,62. V roku 2019 znova stúpila na číslo 2,83. Môžeme teda zhodnotiť, že organizovanie MS v roku 2011 ale aj v roku 2019 nemalo významný vplyv na pokles nezamestnanosti (ŠUSR, 2020).

Graf č. 3: Miera evidovanej nezamestnanosti v Bratislavskom kraji (2009-2019)



Zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠUSR, 2020

Zisk

Zisk z Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji v roku 2011 a 2019 sa významne líšil. Kým v roku 2011 bola suma zisku na úrovni 2 500 000 €, tak v roku 2019 sa suma vyšplhala až na hranicu 7 500 000 €.

Tabuľka č. 7: Zisk z Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a 2019

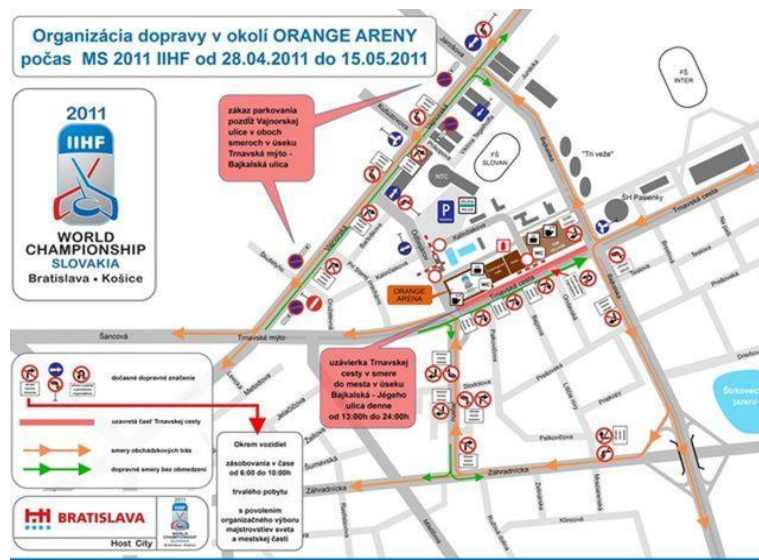
Rok	2011	2019
Zisk (€)	2 500 000	7 500 000

Zdroj: vlastné spracovania podľa <https://dennikn.sk/minuta/1509851/>

Doprava a parkovanie

V roku 2011 zaviedol počas MS Dopravný podnik Bratislava (DPB) niekoľko dopravných zmien, a to autobusovú a električkovú kyvadlovú dopravu medzi záchytnými parkoviskami, Zimným štadiónom Ondreja Nepelu a zónami pre fanúšikov v Bratislave. Dočasne sa zmenili aj názvy niektorých zastávok MHD v blízkosti štadióna a Fanúšikovskej dediny. Doprava v okolí Zimného štadióna bola v priebehu MS regulovaná (viď. obrázok č.2) (IIHF, 2009).

Obrázok č.2: Dopravný režim v Bratislave počas 2011 IIHF MS v ľadovom hokeji



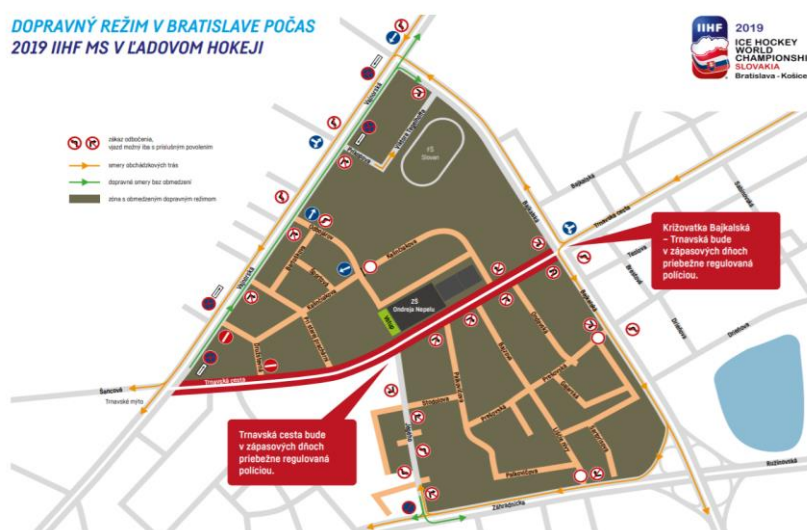
Zdroj: <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/170071-o-tyzden-zacnu-platit-dopravne-obmedzenia-pre-ms-v-hokeji/>

Pre účely MS 2011 v Bratislave boli k dispozícii 4 záchytné parkoviská pre návštevníkov mesta a to na Staviteľskej ulici, v Prievoze, na Trnávke a v Petržalke pri Starom moste. Zo všetkých záchytných parkovísk premávala do mesta kyvadlová doprava (HOCKEY SLOVAKIA, 2011).

Mesto Bratislava v súvislosti s konajúcimi sa MS 2019 zaviedlo niekoľko pravidiel, týkajúcich sa dopravy. Ako prvé bolo zavedené bezplatné cestovanie všetkými linkami MHD počas celého šampionátu. Cestujúci sa mali počas kontroly preukázať buď vstupenkou (dátum platnosti vstupenky musel byť totožný s dňom prepravy v MHD) alebo preukážkou IIHF (počas celej doby trvania MS) priamo vo vozidle. Okrem toho boli najmä v okolí Zimného štadióna uzavretých niekoľko ulíc, a resp. doprava na nich bola regulovaná (viď obrázok č.3). Dopravný podnik Bratislava, a.s. pristúpil k tomuto športovému podujatiu veľmi zodpovedne. V meste boli posilnené niektoré pravidelné autobusové, trolejbusové a električkové spoje, či už premávali v zvýšených intervaloch alebo bola zväčšená ich kapacita kľbovými vozidlami. Bola vytvorená špeciálna posilnená doprava, hlavne v časoch pred zápasmi a po zápasoch v smere z Hlavnej stanice na Zimný štadión a opačne, ale aj do iných častí mesta. Okrem toho DPB zaviedol aj zrýchlené autobusové spoje (DOPRAVNÝ PODNIK BRATISLAVA, 2019).

V dátumoch od 10.5.-26.5.2019 boli v Bratislave vytvorené 4 záchytné parkoviská, a to v Dúbravke, na Zlatých pieskoch, na Tyršovom nábreží a na Technickej. K záchytnému parkovisku na Technickej, bola vytvorená aj kyvadlová doprava na Zimný štadión Ondreja Nepelu (IIHF, 2019).

Obrázok č.3: Dopravný režim v Bratislave počas 2019 IIHF MS v ľadovom hokeji



Zdroj: <https://www.iihf.com/sk/events/2019/wm/news/9762/bratislavcanov-cakaju-pocas-majstrovstiev-sveta-v>

Keďže železničná doprava je jedna z najekologickejších druhov dopravy, dopravným partnerom pre MS v hokeji 2019, sa stala Železničná spoločnosť Slovensko (ZSSK). Počas MS vypravila ZSSK sedem mimoriadnych vlakov pre fanúšikov. Pre každého cestujúceho, ktorý využil tento mimoriadny vlak, bol pripravený malý darček v podobe fanúšikovského šálu. Okrem fanúšikov, boli však prepravovaní železničnou dopravou aj samotní hráči či rozhodcovia a delegáti medzi dvomi dejiskami šampionátu. Taktiež vlakové vozne boli vyzdobené oficiálnymi motívmi 2019 IIHF MS v ľadovom hokeji (ŽELEZNIČNÁ SPOLOČNOSŤ SLOVENSKO NÁRODNÝ DOPRAVCA, 2019).

Marketing

Marketingovú kampaň pre MS IIHF 2011 mala na starosti hlavne Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR) spolu s organizátorskými mestami Bratislava a Košice, rovnako s Bratislavským a Košickým samosprávnym krajom doma, ale aj v zahraničných krajinách. SACR propagovala MS 2011 na 23 rôznych medzinárodných veľtrhoch cestovného ruchu, v 13 krajinách sveta, a to hlavne v krajinách, ktoré sa zúčastnili na MS (napríklad v Londýne, Fínsku, Českej republike atď.). Na túto kampaň vynaložila SACR 2,3 milióna eur. Účastníci veľtrhov získali mnoho praktických informácií o MS, možnostiach ubytovania, doprave a zaujímavých miestach, či rôznych ďalších podujatiach v dejiskách konania šampionátu. Pre novinárov a touroperátorov boli organizované infocesty, kde mohli zistiť napríklad stav príprav na MS (Belinský, 2011, TASR, 2011).

V roku 2019 organizátori MS IIHF kládli väčší dôraz na reklamu a propagáciu ako v roku 2011. Ministerstvo dopravy a výstavby SR chcelo spropagovať Slovensko ako krajinu, do ktorej fanúšikovia prídu nielen na MS, ale napríklad aj na dovolenku či krátky výlet. Na štadiónoch ale aj vo FANZÓNACH ľudia mali možnosť prečítať si rôzne zaujímavosti o Slovenskej republike. Oficiálne meno celej kampane znelo „TRAVEL IN SLOVAKIA GOOD IDEA“. Taktiež návštevníci rôznych svetových veľtrhov mohli dozvedieť základné informácie o konaní MS 2019 na Slovensku. Okrem Ministerstva dopravy a výstavby SR sa na propagácii podieľali aj iní partneri a sponzori MS (Škoda, Kaufland atď.), či už v televízií alebo naživo počas priebehu šampionátu. Veľmi významným partnerom MS 2019 bola ŽSSR, ktorá zabezpečovala železničné spojenie medzi dejiskami šampionátu. Jej vozne boli špeciálne vyzdobené

oficiálnymi motívmi MS (IIHF, 2019, VISIT BRATISLAVA, 2019, TRAVEL IN SLOVAKIA, GOOD IDEA, 2020).

Pre fanúšikov bol v roku 2011 pripravený aj bohatý sprievodný program vo Fanúšikovskej dedine, ktorá sa nachádzala v tom čase v priestoroch Základnej školy na Kalinčiakovej ulici a vstup do nej bol voľný. Kapacita dediny bola takmer 10 000 miest a otvorená bola v každý hrací deň od 12.00 h do 24.00 h. V areáli školy stáli veľké stany, koncertné pódium, ale aj veľká obrazovka, na ktorej mohli diváci sledovať všetky prenosy z MS 2011. Organizátori tu prichystali aj umelú hraciu plochu s mantinelmi, kde si mohli návštevníci zahrať hokej. Okrem toho bola v dedine aj možnosť zakúpiť si aj oficiálne reklamné predmety k MS 2011 (HOCKEY SLOVAKIA, 2011).

Oproti roku 2011 nastalo v roku 2019 pár zmien. Fanúšikovská dedina dostala nové meno tzv. FANZÓNA. Nachádzala sa tento raz na Trnavskom mýte pred Istropolisom, neďaleko od Zimného štadióna Ondreja Nepelu. Bola otvorená počas celého diania MS, okrem dní, kedy neprebiehali zápasy. V dni, kedy boli na programe 2 hracie zápasy, bola otvorená od 14.00 h, a v dni s tromi hracími zápasmi, bola otvorená už od 11.00 h. Zatvárala sa vždy hodinu po skončení posledného zápasu dňa. Vstup do FANZÓNY bol zadarmo a jej kapacita bola 9 000 divákov. Bola rozdelená na dve časti. Prvú, kde sa fanúšikovia mohli zabaviť bohatým sprievodným programom, občerstviť sa, zapojiť sa do rôznych súťaží, vychutnať si zápasy naživo na veľkoplošnej obrazovke a druhú, v ktorej mali svoje stánky sponzori a partneri MS 2019. Tu mohli návštevníci vyhrať aj lístky na rôzne zápasy (VISIT BRATISLAVA, 2019).

Environmentálne prostredie

Organizátori MS v roku 2019 brali do úvahy aj zaťaženie životného prostredia vplyvom uskutočnenia takéhoto rozsiahleho a dlho trvajúceho podujatia. Vôbec prvý krát na Slovensku pri príležitosti organizovania medzinárodného podujatia bolo zavedené triedenie odpadu v takom veľkom rozsahu. Počas MS sa dokopy v oboch dejiskách šampionátu vytriedilo skoro 75 ton odpadu, čo predstavovalo viac ako 56 % celkového odpadu. Bolo vytriedených skoro 7 ton skla, viac ako 21 ton plastov vrátane plechoviek, viac ako 25 ton papiera a vyše 15 ton biologicky rozložiteľného odpadu. Tvorbu plastového odpadu sa podarilo znížiť najmä používaním zálohovaných pohárov,

ktoré návštevníci mohli využiť viackrát, taktiež použitím bio degradovateľných gastroobalov z cukrovej trstiny. Hygienické potreby pre účely šampionátu (toaletný papier, vreckovky a pod.) boli vyrobené z recyklovaného papiera, čím bolo zachránených viac ako 170 stromov. Avšak ekologické aktivity sa zamerali aj na triedenie odpadu a vzdelávanie návštevníkov v tejto oblasti. Túto snahu organizátorov ocenila aj Medzinárodná hokejová federácia. Organizačný výbor MS IIHF 2019 získal ocenenie udržateľnosti a dokázal, že aj pre dlhotrvajúcich a náročných športových podujatiach, ktoré majú niekoľko tisícovú návštevnosť, sa dá správať ekologicky a brať ohľad na životné prostredie (Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky, 2019).

3.2 Vplyv Majstrovstiev sveta IIHF v ľadovom hokeji

Podľa vybraných ukazovateľov, uvedených v predošlej časti práce (viď. časť 3.1) sme zhotovili finálnu tabuľku, ktorá sa viaže k organizovaniu MS 2011 a MS 2019 v Bratislave. Uvideli sme v nej pozitívne, ako aj negatívne vplyvy organizovania tohto podujatia, ktoré sme rozdelili do piatich oblastí, a to:

- Zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia,
- Ekonomická prosperita,
- Sídelný rozvoj,
- Sociálne a kultúrne dopady,
- Environmentálne vplyvy.

V každej z uvedených oblastí sme uviedli viacero príkladov pozitívnych aj negatívnych vplyvov organizovania MS 2011 a MS 2019 v Bratislave, avšak iba niektoré majú významný vplyv na rozvoj Bratislavy. Z oblasti Zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia považujeme za najvýznamnejší pozitívny vplyv, že počas organizovania tohto podujatia narástol počet návštevníkov a prenocovaní, z čoho vyplýva aj najvýznamnejší pozitívny vplyv oblasti Ekonomická prosperita a to je zvýšenie priamych a nepriamych príjmov z CR. Za najvýznamnejšie negatívne vplyvy v týchto oblastiach považujeme zlý finančný manažment a z toho plynúce predraženie výstavby Zimného štadióna Ondreja Nepelu. V oblasti Sídelný rozvoj je najväčším pozitívom výstavba nového štadióna, ktorý sa mohol využívať na rôzne účely aj po ukončení MS, avšak významným negatívom bola výstavba, ktorá obmedzila bežný život nielen obyvateľom v blízkom okolí ale aj cestujúcim, ktorí využívali cestnú dopravu v meste. S tým sa spája aj negatívum oblasti Sociálne a kultúrne dopady, a to apatia obyvateľov Bratislavy, ktorí museli strpieť rôzne obmedzenia týkajúce sa či už dopravy, výstavby štadióna alebo prílevu veľkého množstva turistov počas diania šampionátu. Ako významné pozitívum môžeme uviesť že síce MS významne neprispeli k poklesu nezamestnanosti, ale zvýšil sa záujem občanov na dianie, resp. dobrovoľníctve. V poslednej oblasti Environmentálne vplyvy vyberáme ako veľmi významný prínos kampaň na triedenie odpadu na štadióne a vo FANZÓNE ale aj negatívny vplyv a to, budovanie novej infraštruktúry.

Tabuľka č. 8: Pozitívne a negatívne vplyvy organizovania MS 2011 a MS 2019 v Bratislave

	Pozitívne vplyvy	Negatívne vplyvy
Zlepšenie imidžu a medzinárodného povedomia	<ul style="list-style-type: none"> - Zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní v Bratislave - Vybudovanie nového Zimného štadióna Ondreja Nepelu - Rekonštrukcia Zimného štadióna Ondreja Nepelu - Pripravené zmeny v MHD - Propagácia prostredníctvom SACR na rôznych veľtrhoch - Propagácia prostredníctvom kampane „TRAVEL IN SLOVAKIA GOOD IDEA“ - FANZÓNA - Fanúšikovská dedina 	<ul style="list-style-type: none"> - Predraženie výstavby Zimného štadióna Ondreja Nepelu - Zlý finančný manažment - Poškodená reputácia
Ekonomická prosperita	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilizácia investičných zdrojov - Nárast počtu návštevníkov a prenocovaní - Zvýšenie priamych a nepriamych príjmov z CR - Zlepšenie dopravnej dostupnosti cieľového miesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Nahromadenie finančných prostriedkov na jednom mieste - Predraženie výstavby Zimného štadióna Ondreja Nepelu
Sídlny rozvoj	<ul style="list-style-type: none"> - Výstavba nového Zimného štadióna Ondreja Nepelu - Rekonštrukcia Zimného štadióna Ondreja Nepelu - Zmeny v MHD 	<ul style="list-style-type: none"> - Výstavba - Hluk - Regulácia dopravy
Sociálne a kultúrne dopady	<ul style="list-style-type: none"> - Zvýšenie zainteresovanosti občanov Bratislavy na dianí v cieľovom mieste vrátane zvýšenia záujmu o dobrovoľníctvo 	<ul style="list-style-type: none"> - Prerušenie normálneho fungovania spoločnosti - Apatia obyvateľov Bratislavy - Zvýšené bezpečnostné riziko
Environmentálne vplyvy	<ul style="list-style-type: none"> - Partnerstvo so ZSSR - Kampaň na triedenie odpadu na štadióne a vo FANZÓNE 	<ul style="list-style-type: none"> - Znečistenie zväčšeným príchodom návštevníkov - Budovanie infraštruktúry - Zahltenie dopravných komunikácií

Zdroj: vlastné spracovanie

Všetky pozitívne aj negatívne vplyvy z tabuľky č. 8, sme preniesli do tabuľky č. 9, SWOT analýzy a rozčlenili medzi Silné stránky, Slabé stránky, Príležitosti a Hrozby. Následne sme ku každému vplyvu priradili váhu a hodnotenie. Nasledovne sme pri každom vplyve váhu a hodnotenie medzi sebou vynásobili.

Tabuľka č. 9: SWOT analýza

Silné stránky	Váha	Hodnotenie	Výsledok	Slabé stránky	Váha	Hodnotenie	Výsledok
Vybudovanie štadióna Ondreja Nepelu	0,22	3	0,66	Zlý finančný manažment	0,75	-4	-3
Rekonštrukcia štadióna	0,09	3	0,27	Poškodená reputácia	0,25	-3	-0,75
FANZÓNA, Fanúšikovská dedina	0,18	4	0,72				
Zvýšenie priamych a nepriamych zdrojov z CR	0,26	5	1,3				
Partnerstvo so ZSSR	0,07	4	0,28				
Kampaň na triedenie odpadu	0,18	4	0,72				
Súčet	1		3,95	Súčet	1		-3,75
Príležitosti	Váha	Hodnotenie	Výsledok	Hrozby	Váha	Hodnotenie	Výsledok
Zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní	0,23	5	1,15	Predraženie výstavby štadióna	0,15	-5	-0,75
Pripravené zmeny v MHD	0,14	4	0,56	Nahromadenie finančných prostriedkov na jednom mieste	0,13	-3	-0,39
Propagačná kampaň SACR	0,12	3	0,36	Výstavba	0,14	-1	-0,14
Mobilizácia investičných zdrojov	0,19	4	0,76	Hluk	0,09	-2	-0,18
Lepšia dopravná dostupnosť	0,1	3	0,3	Regulácia dopravy	0,1	-3	-0,3
Zvýšenie zainteresovanosti občanov Bratislavy na dianie v cieľovom mieste vrátane zvýšenia záujmu o dobrovoľníctvo	0,06	3	0,18	Prerušenie normálneho fungovania spoločnosti	0,02	-3	-0,06
Propagačná kampaň „TRAVEL IN SLOVAKIA, GOOD IDEA“	0,16	4	0,64	Apatia obyvateľov Bratislavy	0,06	-3	-0,18
				Zvýšené bezpečnostné riziko	0,11	-2	-0,22
				Znečistenie spôsobené zväčšeným počtom turistov	0,05	-3	-0,15
				Budovanie infraštruktúry	0,12	-2	-0,24
				Zahľtenie dopravných komunikácií	0,03	-2	-0,06
Súčet	1		3,95	Súčet	1		-2,67

Zdroj: vlastné spracovanie

Prostredníctvom SWOT analýzy nám vyšlo, že najväčší vplyv na rozvoj mesta Bratislava počas organizovania MS 2011 a 2019 mali zvýšenie priamych a nepriamych zdrojov z CR, zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní, zlý finančný manažment a predraženie výstavby Zimného štadióna Ondreja Nepelu.

Po sčítaní internej časti SWOT analýzy nám vyšla konečná hodnota 0,20. Pri externej časti hodnota 1,28. V konečnej bilancii, ktorá vychádza zo SWOT analýzy nám vyšla po sčítaní internej a externej časti kladná hodnota, čo znamená, že MS 2011 a MS 2019 organizované v Bratislave, mali pozitívny vplyv na rozvoj mesta.

Tabuľka č. 10: Vyhodnotenie SWOT analýzy

Interná časť	Silné stránky + Slabé stránky	$3,95 + (-3,75) = 0,20$
Externá časť	Príležitosti + Hrozby	$3,95 + (-2,67) = 1,28$
Konečná bilancia	Interná časť + Externá časť	$0,20 + 1,28 = 1,48$

Zdroj: vlastné spracovanie

Záver

Cieľom predkladanej bakalárskej práce bolo identifikovať vplyvy vybraného športového podujatia na destináciu. Ako športové podujatie sme si vybrali Majstrovstvá sveta IIHF 2011 a Majstrovstvá sveta IIHF 2019, ktoré sa rovnako uskutočnili v Bratislave.

Športové podujatia sú rôzne športové, pohybové alebo spoločensko – zábavné aktivity, ktorých sa zúčastňujú v súčasnosti veľké skupiny ľudí, či už aktívnym spôsobom, ako športovci alebo pasívnym spôsobom, ako diváci daného športového podujatia. Avšak športové podujatie môže vplývať na rozvoj destinácie pozitívne aj negatívne.

Výsledkom riešenia záverečnej práce bolo identifikovať vplyv Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a 2019 na usporiadateľské mesto Bratislava. Za významné pozitívne vplyvy môžeme považovať napríklad zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní v Bratislave, a z toho plynúci zisk, taktiež propagačné kampane, ktoré splnili svoju úlohu a do mesta pritiahli viac turistov. Medzi pozitívne vplyvy patria rovnako aj environmentálna kampaň, vďaka ktorej sa počas šampionátu vytriedilo veľké množstvo odpadu ale aj mnoho ďalších ako vybudovanie nového Zimného štadióna Ondreja Nepelu, nárast záujmu ľudí o dobrovoľníctvo ale aj zmeny v MHD.

Za negatívne vplyvy môžeme označiť zlý finančný manažment, vďaka ktorému sa výstavba Zimného štadióna Ondreja Nepelu predražila, a tým sa poškodila aj reputácia športového podujatia. Život obyvateľov Bratislavy tiež poznačil hluk, regulácia dopravy, zahltenie dopravných komunikácií čo viedlo až do apatie obyvateľov. Medzi negatíva, ktoré ovplyvňujú životné prostredie patria aj znečistenie spôsobené prílevom turistov a budovanie novej infraštruktúry.

Poslednú časť našej práce predstavuje SWOT analýza, v ktorej sme identifikovali, ktoré z pozitívnych a negatívnych vplyvov predstavujú pre Bratislavu silné a slabé stránky, príležitosti či hrozby.

Prostredníctvom SWOT analýzy sme vyhodnotili, že najväčší vplyv na rozvoj mesta Bratislava počas organizovania Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a 2019 mali nasledovné ukazovatele: zvýšenie priamych a nepriamych zdrojov z cestovného ruchu,

zvýšenie počtu návštevníkov a prenocovaní, zlý finančný manažment a predraženie výstavby Zimného štadióna Ondreja Nepelu.

Vďaka váhe a hodnoteniu každej položky v tejto analýze, môžeme potvrdiť, že organizovanie Majstrovstiev sveta IIHF 2011 a Majstrovstiev sveta IIHF 2019 malo pozitívny vplyv na rozvoj destinácie.

Z uvedeného môžeme tvrdiť, že hlavný cieľ našej práce sme splnili.

4 Zoznam použitej literatúry

1. AIEST. The role and impact of mega-events and attractions on regional and national tourism development. In Kotíková, H., Schwartzhoffová, E. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. [cit. 2020-30-01]. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 7-17 s. ISBN 978-80-87147-04-7.
2. ANCIENT CIVILIZATIONS. Gladiators, Chariots, and the Roman Games. [elektronický zdroj]., [2008], [cit. 4.11.2019]. Dostupné na: <https://www.ushistory.org/civ/6e.asp>
3. ASB. Zimný štadión Ondreja Nepelu je pripravený na MS v hokeji. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 25.03.2020]. Dostupné na: <https://www.asb.sk/architektura/obcianske-stavby/sportoviska/zimny-stadion-ondreja-nepelu-je-pripraveny-na-ms-v-hokeji>
4. BARTL, H. and SCHMIDT, F. *Destination management*. [cit. 2020-24-01]. Wien : Institut für Regionale Innovation, 1998. 2 s.
5. BELINSKÝ, Peter. MS v hokeji: Kvalita služieb je naša kvalita. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 20.03.2020]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/183472/ms-v-hokeji-kvalita-sluzieb-je-nasa-kvalita/>
6. BOWDIN, Glenn. et al. *Events Management*. [cit. 2019-28-12]. 3.vydanie. Oxford : Elsevier Butterworth-Heinemann, 2011. 24 – 27 s. ISSN 978-1-85617-818-1.
7. BRATISLAVA. Daň za ubytovanie. [elektronický zdroj]., [2017], [cit. 6.05.2020]. Dostupné na: <https://bratislava.sk/sk/dan-za-ubytovanie>
8. DENNÍK N. Majstrovstvá sveta v hokeji vytvorili zisk 7,5 milióna eur pred zdanením. V roku 2011 to bolo 2,5 milióna. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 1.03.2020]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/minuta/1509851/>
9. DOPRAVNÝ PODNIK BRATISLAVA. Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019: MHD na vstupenku zadarmo a posilnenie spojov. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 1.03.2020]. Dostupné na: <https://dpb.sk/sk/sprava/majstrovstva-sveta-v-ladovom-hokeji-2019-mhd-na-vstupenku-zadarmo-a-posilnenie-spojov>
10. EUROPEAN COMMUNITIES. *Methodological work on measuring the Sustainable development of tourism*. [cit. 2020-03-02]. Luxembourg : Office for Official Publications of the European Communities, 2006. 33 s. ISBN 92-79-01680-6.

11. GREXA, Ján. *Aké boli antické olympijské hry*. [cit. 2019-31-10]. Slovenský olympijský výbor, 2011. 15 s. ISBN 978-80-89460-06-8.
12. GREXA, Ján. *Přehled světových dějin sportu*. [cit. 2019-31-10]. Masarykova univerzita, 2007. 5-17.s. ISBN 9788021045057.
13. GÚČIK, Marián. a kol. *Krátky slovník cestovného ruchu*. [elektronický zdroj]., [2004], [cit. 2020.29.01.]. Dostupné na: [file:///C:/Users/Po%C4%8D%C3%ADta%C4%8D/Downloads/Zakladne_pojmy_CR%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Po%C4%8D%C3%ADta%C4%8D/Downloads/Zakladne_pojmy_CR%20(4).pdf)
14. GÚČIK, Marián. a kol. *Manažment cieľového miesta cestovného ruchu*. [cit. 2019-30-12]. Banská Bystrica : Dali, 2012. 44-45, 54-60, 144-147 s. ISBN 978-80-8141-025-3.
15. GÚČIK, Marián. *Cestovný ruch*. [cit. 2019-30-12]. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001. 161 s. ISBN 80-08-03071-2.
16. HOCKEY SLOVAKIA. *Fanúšikovská dedina pre takmer 10-tisíc ľudí*. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 02.04.2020]. Dostupné na: <https://www.hockeyslovakia.sk/sk/article/fanusikovska-dedina-pre-takmer-10-tisic-ludi>
17. HOCKEY SLOVAKIA. *V Bratislave počas šampionátu päť liniek kyvadlovej dopravy*. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 02.04.2020]. Dostupné na: <https://www.hockeyslovakia.sk/sk/article/v-bratislave-pocas-sampionatu-pat-liniek-kyvadlovej-dopravy>
18. HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. [cit. 2020-25-01]. Brno : Masarykova univerzita, 2012. 151 s. ISBN 978-80-210- 5847-7.
19. HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinačný management, aneb, Jak řídit turistickou destinaci*. [cit. 2020-25-01]. Brno : Masarykova univerzita, 2007. 20-37 s. ISBN 978-80-210-4500-2.
20. HULO, Peter. *Meranie vplyvov cestovného ruchu na ekonomický a sociálny rozvoj v Európskej únii*. [cit. 2020-02-02]. Martin, 2011. 11-13 s. ISBN 978-80-970657-5-1.
21. IIHF. *Regulácia dopravy v Bratislave počas MS*. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 15.03.2020]. Dostupné na: <https://www.iihf.com/sk/events/2019/wm/news/9762/bratislavcanov-cakaju-pocas-majstrovstiev-sveta-v>

22. IIHF. Slovakia prepares for 2011. [elektronický zdroj]., [2009], [cit. 24.03.2020]. Dostupné na: http://webarchive.iihf.com/sk/home-of-hockey/news/news-singleview/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=3654&cHash=cf6255defb9c7d8f3cb515c446b636b4
23. IIHF. Ukázať svetu skvelý hokej a krásy našej krajiny. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 01.04.2020]. Dostupné na: <https://www.iihf.com/sk/events/2019/wm/news/9518/ukazat-svetu-skvely-hokej-a-krasy-nasej-krajiny>
24. KMECO, Ľubomír. Organizované podujatia vo vybraných strediskách cestovného ruchu na Slovensku. In *Ekonomická revue cestovného ruchu: vedecký časopis Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela*. 2005, roč. 38, č. 2, s. 88-98. ISSN 0139-8660.
25. KMECO, Ľubomír. Podujatia organizované v cestovnom ruchu. In Gúčik, M. a iní *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. [cit. 2019-28-12]. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2007. 142-150 s. ISBN 978-80-89090-34-1.
26. KOVÁČ, Igor. Organizácia športových podujatí v urbánom priestore. [elektronický zdroj]., [2009], [cit. 4.11.2019]. Dostupné na: <http://www.sportcenter.sk/stranka/organizacia-sportovych-podujati-v-urbannom-priestore>
27. KUHN, Igor. – TOMÁŠOVÁ, Petra. Úvod do destinačného manažmentu. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 2020.29.01.]. Dostupné na: <https://docplayer.org/21619454-Uvod-do-destinacneho-manazmentu.html>
28. MAIER, Gunther. – TÖDTLING, Franz. *Regionálna a urbanistická ekonomika 2*. [cit. 2020-03-02]. Regionálny rozvoj a regionálna politika. Bratislava : Elita, 1998. 36 s. ISBN 80-8044-049-2.
29. MAIER, Karel. – ČTYROKÝ, Jiří. *Ekonomika územního rozvoje*. [cit. 2020-03-02]. Praha : Grada Publishing, 2000. 59 s. ISBN 80-7169-644-7.
30. MINISTERSTVO ŽIVOTNÉHO PROSTEDIA SLOVENSKEJ RUPUBLIKY. Na majstrovstvách sveta sa podarilo vytriediť 56% odpadu. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 1.03.2020]. Dostupné na: https://www.minzp.sk/spravy/2019/jul/na-majstrovstvach-sveta-hokeji-podarilo-vytriedit-56-odpadu.html?fbclid=IwAR17vhnFLOcpIGURRW_Oc4YNZAHLn3z3lmzjjYaiXVnfy2Q7KFjzHdC4MNw

31. MUSGRAVE, James., RAJ, Razaq. *Event Management and Sustainability*. [cit. 2019-30-12]. Wallingford : CABI, 2009. 25 s. ISBN 9781845935252.
32. NOVACKÁ, Ľudmila - KULČÁKOVÁ, Marta. Klient v cestovnom ruchu. In *Ekonomická revue cestovného ruchu. - Banská Bystrica* : Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 1996. ISSN 0139-8660, 1996, roč. 29, č. 3, s. 143. Recenzia na: Klient v cestovnom ruchu / Ľudmila Novacká, Marta Kulčáková. - Bratislava : Eurounion, 1996. - ISBN 80-85568-60-8.
33. NOVACKÁ, Ľudmila. a kol. *Destinatour*. [cit. 2020-06-02]. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2013. 120 s. ISBN 978-80-225-3752-0.
34. NOVACKÁ, Ľudmila. Destinačný manažment cestovného ruchu v regióne. In *Verejná správa a regionálny rozvoj*. 2008, roč. 4, č. 2, s. 108-109. ISSN 1337-2955.
35. NOVOTNÝ, Jiří. a kol. *Sport v ekonomice*. [cit. 2019-02-11]. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 455-460 s. ISBN 978-80-7357-666-0.
36. PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová stratégia destinácie cestovního ruchu*. [cit. 2019-29-12]. Praha : Grada Publishing, 2006. 16 s. ISBN 80-247-1014-5.
37. POLOMA, Margaret. Çağdaş Sosyoloji Kuramları, (Erbaş H., Çev.), Eos Yayınevi, Ankara. In: CELİK S., CETINKAYA M. Y. *Festivals in event tourism: The case of international izimir art festival. International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*. 2013, Vol. 3. Issue: 1, pp. 1-21 ISSN: 1925-4432.
38. POMPUROVÁ, Kristína. *Organizované podujatia ako nástroj dynamizácie cestovného ruchu*. [cit. 2019-02-11]. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Belianum, 2014. 12 - 29 s. ISBN 978-80-557-0779-2.
39. PRAVDA. O týždeň začnú platiť dopravné obmedzenia pre MS v hokeji. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 20.03.2020]. Dostupné na: <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/170071-o-tyzden-zacnu-platit-dopravne-obmedzenia-pre-ms-v-hokeji/>
40. PRAVDA. Štadión Ondreja Nepelu začali rekonštruovať pre MS 2011. [elektronický zdroj]., [2009], [cit. 20.03.2020]. Dostupné na: <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/161533-stadion-ondreja-nepelu-zacali-rekonstruovat-pre-ms-2011/>

41. PREUSS, Holger. *The Economics of Staging the Olympics – A Comparison of the Games 1972 – 2008*. [cit. 2020-27-01]. Edward Elgar Publishing, Inc., Northampton, 2004. 291-332 s. ISBN 978 1 84376 893 7.
42. PREUSS, HOLGER., SOLBERG, HARRY. Attracting major sporting events: the role of local residents. *European Sport Management Quarterly*. 2006, **6**(4), 391-411.
43. REHÁK, Š. – ŠTOFKO, M. Štúdia k Majstrovstvám sveta v hokeji 2011 v Bratislave. [elektronický zdroj]. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave, 2011 [cit. 2020.01.04.]. Dostupné na: <https://docplayer.cz/48417763-Studia-k-majstrovstvam-sveta.html>
44. ROBERT DOVER. A History of The Olimpicks. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 4.11.2019]. Dostupné na: <https://www.olimpickgames.co.uk/history>
45. SCOTLANDISNOW. HIGHLAND GAMES EVENTS. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 4.11.2019]. Dostupné na: <https://www.scotland.org/events/highland-games/highland-games-events>
46. STANDEVEN, Joy. - DE KNOP, Paul. *Sport tourism*. [cit. 2020-03-02]. Champaign, Ill.: Human Kinetics, 1999. 376 s. ISBN 9780873228534.
47. ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY. *Bratislava v číslach 2019* [cit. 2020-03-02]. Bratislava : Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2019. 6 s.
48. ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY. DATAcube. [elektronický zdroj]., [2020], [cit. 13.04.2020]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/cr3004qr/v_cr3004qr_00_0_00_sk
49. TASR. VIDEO: Do štadióna Ondreja Nepelu bude potrebné investovať milióny eur. [elektronický zdroj]., [2018], [cit. 13.04.2020]. Dostupné na: <https://www.teraz.sk/najnovsie/brief-do-stadiona-ondreja-nepelu-bude/309893-clanok.html>
50. TASR. Vyše dva milióny eur. Toľko stála propagácia šampionátu. [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 20.03.2020]. Dostupné na: <https://dennik.hnonline.sk/podniky-a-trhy/311930-vyse-dva-miliony-eur-tolko-stala-propagacia-sampionatu>
51. TRAVEL IN SLOVAKIA GOOD IDEA. Bratislava. [elektronický zdroj]., [2020], [cit. 3.3.2020]. Dostupné na: <https://slovakia.travel/bratislava>
52. UNWTO. *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. [cit. 2020-30-01]. Madrid : UNWTO, 2007. 1-2 s. ISBN 978-92-844-1243-3.

53. VISIT BRATISLAVA. VŠETKO O IIHF MAJSTROVSTVÁCH SVETA V ĽADOVOM HOKEJI PRE FANÚŠIKOV. [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 1.03.2020]. Dostupné na: <https://www.visitbratislava.com/sk/vsetko-o-ms-v-hokeji-2019/>
54. ZASTUPITEĽSTVO – BRATISLAVA. Návrh o VZN [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 06.05.2020]. Dostupné na: <https://zastupitelstvo.bratislava.sk/data/att/33146.pdf>
55. ZIMNÝ ŠTADIÓN ONDREJA NEPELU. Štadión [elektronický zdroj]., [2011], [cit. 25.03.2020]. Dostupné na: http://www.nepela-arena.eu/dp/id_ktg=1031&p1=2025
56. ŽELEZNIČNÁ SPOLOČNOSŤ SLOVENSKO NÁRODNÝ DOPRAVCA. *Fanúšikovia budú môcť využiť posilnené vlakové spoje.* [elektronický zdroj]., [2019], [cit. 20.03.2020]. Dostupné na: https://www.zssk.sk/aktuality/vlakom-na-hokej-zssk-je-dopravny-partner-majstrovstiev-sveta/?fbclid=IwAR3ITP3JN-ryvXRXlanbeqiFJOlxTF12_PrzpfryX1ttBKujjlv0XfVRG4o

