



Študentská vedecká aktivita

**Organizácia športového podujatia s medzinárodným významom a jej vplyv
na stredisko cestovného ruchu**

Dominika Raková

Sekcia: Cestovný ruch

Konzultant: Ing. Tomáš Gajdošík

Banská Bystrica
2015

Obsah

Obsah	2
Úvod	3
Vymedzenie pojmov strediska cestovného ruchu a organizované podujatie	4
Cieľ, materiál a metodika práce.....	6
Výskum práce	6
Záver	13
Zoznam bibliografických odkazov	14
Prílohy	15

Úvod

Kým v minulosti ľudia neprikladali veľký význam vplyvu organizovaných podujatí na cestovný ruch a podujatia boli predmetom štúdie geografie, sociológie alebo ekonómie, dnes sa stali dôležitým motivačným faktorom v cestovnom ruchu. Figurujú v marketingových plánoch mnohých stredísk cestovného ruchu a plánovanie týchto podujatí v rámci cestovného ruchu má dopad na konkurencieschopnosť strediska (Getz, 2007).

V práci sa venujeme problematike strediska cestovného ruchu a organizovaného podujatia. Cieľom našej práce je zistiť vplyv organizácie Majstrovstiev sveta juniorov v alpských disciplínach na stredisko cestovného ruchu Jasná- Nízke Tatry.

Pre organizované podujatie je charakteristická pôsobnosť. V našej práci sa zaoberáme podujatím s medzinárodným významom, kde je dôležitá dôkladná príprava a organizácia. Spokojnosť návštevníkov, pretekárov, tímov a partnerov je nevyhnutná. Je to reklama nie len pre stredisko cestovného ruchu, ale aj pre Slovensko ako cieľové miesto cestovného ruchu.

Vymedzenie pojmov stredisko cestovného ruchu a organizované podujatie

Jednou z prvých definícií strediska cestovného ruchu je definícia od Svetovej organizácie cestovného ruchu UNWTO (1993, s. 22), ktorá definuje stredisko cestovného ruchu ako miesto, ktoré svojou atraktivitou, zariadeniami cestovného ruchu a službami si návštevník alebo skupina návštevníkov zvolí ako cieľové miesto pre svoj pobyt. Preto je nevyhnutá primárna a sekundárna ponuka cieľového miesta, ktorá zabezpečí uspokojenie potrieb návštevníkov. Je to teda miesto, ktoré má mať dobre vybudovanú infraštruktúru, či už služieb cestovného ruchu, ale taktiež aj dopravnú dostupnosť. Práve v definícii od Gúčika a kol. (2004, s. 125) sa stretávame so strediskom cestovného ruchu, ako sídelným útvarom alebo súborom objektov a zariadení v rekreačnom priestore, ktoré je dopravne dostupné a má k dispozícii potrebnú vybavenosť. Stredisko je dôležitým faktorom pri plnení potrieb návštevníkov. Ako píše Kaspar (1995, s. 47), stredisko je kryštalizačným bodom cestovného ruchu. Vďaka svojej príťažlivosti je jeho stredobodom, rozhodujúce pre pobyt návštevníkov, a tým aj pre dopyt po službách cestovného ruchu.

Z pohľadu motivácie a uspokojenia potrieb jednotlivých návštevníkov je najpresnejšia charakteristika strediska cestovného ruchu ako cestovného cieľa, kde nemožno ponúkať všetko a všetkým, ale iba to, čo očakáva vybraná cieľová skupina zákazníkov, ktorej potreby a želania chce a vie uspokojovať (Gúčík 2011, s. 247).

V cestovnom ruchu sa čoraz častejšie stretávame s pojmom organizovaného podujatia event tourism. Organizované podujatie Pompurová (2013, s. 91) charakterizuje ako časopriestorovú, cieľavedome vytvorenú udalosť s obmedzeným trvaním, ktorá uľahčuje, sprostredkúva a kompletizuje originálne zážitky ako zdroj osobnej skúsenosti v koncentrovanej podobe, čím sa stáva jedinečnou tak z hľadiska návštevníka, ako aj organizácie. Getz (2007) tvrdí, že organizované podujatia sú odpoveďou na hľadanie lokálnej a spoločenskej identity v globálnom prostredí. Preto je teda nevyhnutné venovať im primeranú pozornosť, analyzovať význam a sledovať dopyt po nich.

Organizované podujatie vyvoláva potreby súvisiace s poznaním, zábavou, kultúrneho a športového vyžitia a úplne alebo čiastočne ich uspokojuje. Je príkladom zážitkovej spotreby, ktorá nie je nevyhnutná, ale obohacuje život (Opaschowski, 1996, s. 31 In Gúčík, 2001, s. 161). Organizované podujatie teda nepatrí k primárnej spotrebe, ale návštevník z neho získava úžitky a efekty, ktoré implementuje do svojho života.

V cestovnom ruchu plnia organizované podujatia niekoľko dôležitých funkcií. Cieľové miesta predstavujú príležitosť na zvýšenie príjmov z cestovného ruchu, ako aj zvýšenie povedomia o cieľovom mieste. Stimulujú rozvoj cestovného ruchu v území, pomáhajú zviditeľniť cieľové miesto a generujú ďalšie pozitívne ekonomické, sociálne, politické a environmentálne vplyvy v danom území (Pompurová, 2013 s. 91). Pri bližšom skúmaní týchto účinkov porovnáme názory autorov Musgrave, Raj (2009) a Bieger, Müller, Elsasser (2003).

Tabuľka 1 Vplyvy organizovaných podujatí

účinok	Pozitívne	Negatívne
ekologický	- možnosť k zlepšeniu už existujúcich štruktúr (dopravy, starého materiálu) a infraštruktúry (čističky odpadových vôd) - zvyšovanie povedomia o životnom prostredí - obnova životného prostredia - rozvoj odpadového hospodárstva - záujem o dlhodobú ochranu územia	- zaberanie nových plôch krajiny novou infraštruktúrou - vyťaženosť dopravy v čase podujatia - zvýšené čerpanie energie, vody pred a počas podujatia - krátkodobé a dlhodobé znečisťovanie životného prostredia - nevhodné nakladanie s odpadmi - hluk - poškodenie kultúrneho a prírodného dedičstva
ekonomický	- príjmy z podujatia - zvýšenie počtu návštevníkov - zvýšený výber daní - rozvoj podnikania - stimulovanie miestnej výroby - tvorba pracovných miest - investície k zlepšeniu infraštruktúr - imidž a zvýšenie povedomia o stredisku - know-how	- zvyšovanie cien tovarov a služieb - možné deficity podujatia- zlý finančný manažment - peňažné prostriedky na udržiavanie infraštruktúr
sociálny	- nové kontakty - obnova tradícií - zvýšenie hrdosti miestnych obyvateľov - rozvoj miestneho spoločenstva	- otázne budúce využitie vybudovanej infraštruktúry - prerušenie normálneho fungovania spoločnosti - narušenie životného štýlu miestnych obyvateľov - zvýšené bezpečnostné riziko
politický	- prestíž - informovanie potenciálnych investorov - sociálna súdržnosť	- nedostatok zodpovednosti - nevhodné alokovanie zdrojov - poškodená reputácia - strata kontroly

Prameň: Spracované podľa Musgrave, Raj, 2009 a Bieger, Müller, Elsasser, 2003, 2014

Cieľ, materiál a metodika práce

Cieľom tejto práce je zistiť vplyv organizovania športového podujatia s medzinárodným významom na stredisko cestovného ruchu. Objektom skúmania je lyžiarske stredisko Jasná-Nízke Tatry. Subjektom skúmania sú Majstrovstvá sveta juniorov v alpských disciplínach v roku 2014.

Metodika zberu dát pozostávala z primárneho a sekundárneho prieskumu. V primárnom prieskume sme použili metódu opytovania, kde sme viedli neštandardizovaný rozhovor s generálnym sekretárom organizačného výboru Ing. Martinom Kupčom. Získali sme informácie z príprav organizovaného podujatia, marketingovej komunikácie, finančného krytia, plánovaného rozpočtu, zhodnotenia podujatia a perspektívy do budúcnosti. Ďalším zdrojom informácií bol Obecný úrad obce Demänovská Dolina, kde nám poskytli využitie ubytovacej kapacity za rok 2012, 2013 a 2014. Zo sekundárnych zdrojov sme použili odbornú a časopiseckú literatúru, internetové zdroje a štatistické zdroje.

Výskum práce

Stredisko Jasná- Nízke Tatry je najväčším lyžiarskym strediskom na Slovensku. Nachádza sa v pohorí Nízke Tatry, ktoré je súčasťou národného parku NAPANT. Pohorie sa tiahne stredným Slovenskom medzi údoliami Váhu a Hrona a regiónmi Liptova a Horehronia. Najvyšším vrcholom je Ďumbier (2043 m n.m.) a druhým, lyžiarsky a turisticky známejším, je Chopok (2024 m n.m.). Stredisko Jasná je vybudované na severnej a južnej strane Chopka. Na začiatku zimnej sezóny 2012/2013 prepojili Chopok- juh a Chopok- sever lanovkami. Stredisko ponúka 46 km upravených zjazdoviek rôznych náročností, vhodných pre začiatočníkov, rodiny s deťmi, ale aj pre pokročilých lyžiarov znázornené v tabuľke 2 (www.jasna.sk, 2015).

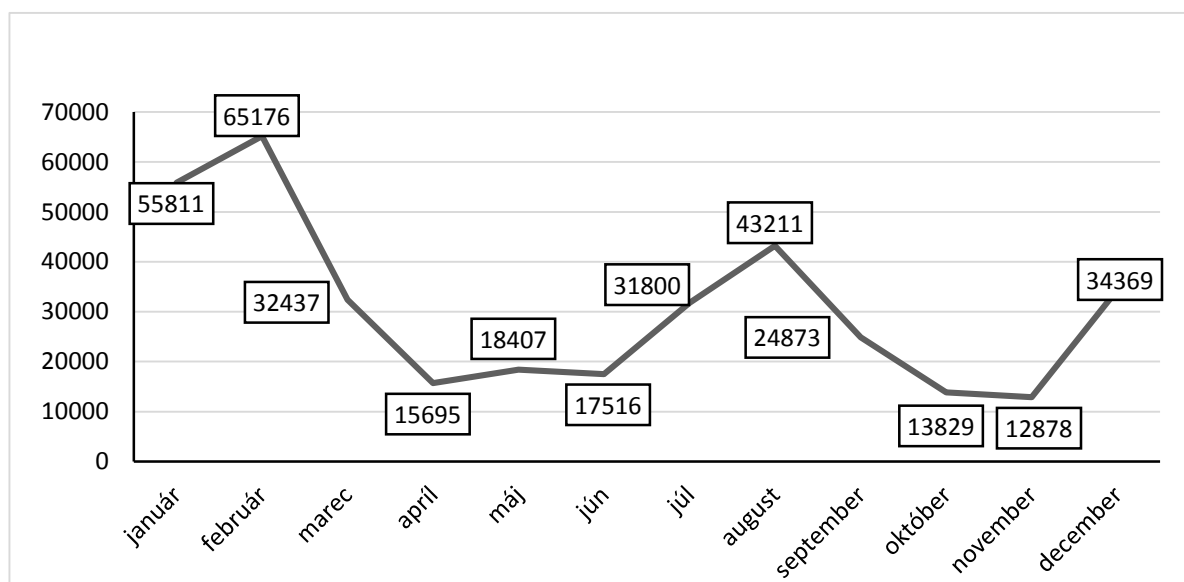
Tabuľka 2 Zjazdovky Jasná-Nízke Tatry

Označenie	Náročnosť	Podiel
Modrá	ľahká	30,81
Červená	stredná	49,11
Čierna	ťažká	20,09

Prameň: www.jasna2014.sk, 2015

V stredisku premáva 30 lanoviek a vlekov s prepravnou kapacitou viac ako 30 000 osôb za hodinu. Dĺžka zimnej sezóny je spravidla od začiatku decembra a minimálne do konca apríla.

Demänovská dolina je najnavštevovanejšou dolinou Nízkych Tatier. Má dĺžku 15 km a je významným strediskom cestovného ruchu, najmä však pre lyžiarske stredisko Jasná (www.jasna.sk, 2015). Nachádza sa tu mnoho známych hotelov triedy **** a ***, ako napr. Wellness hotel Grand ****, Hotel Družba ****, Hotel Tri Studničky ****, Horský hotel Srdiečko ***, Wellness hotel Chopok****. Hotely v obci Demänovská Dolina tvoria podstatnú časť ubytovacej kapacity pre návštevníkov domáceho aj aktívneho zahraničného cestovného ruchu. V roku 2013 podľa Štatistického úradu Slovenskej republiky bolo v Žilinskom kraji 2 397 984 prenocovaní, z čoho 394 413 prenocovaní sa uskutočnilo v obci Demänovská Dolina, čo predstavuje 16,44 %. Počet prenocovaní v roku 2014 bolo 366 002, čo je oproti predchádzajúcemu roku pokles o 28 411 prenocovaní. Na grafe č. 1 vidíme najväčší počet prenocovaní vo februári 2014 s počtom 65 176 prenocovaní.



Graf 1 Ubytovacia kapacita v roku 2014

Prameň: Obecný úrad Demänovská dolina, vlastné spracovanie 2015

História organizovaných podujatí v Jasnej sa spája s Veľkou cenou Demänovských jaskýň, ktoré je najstarším lyžiarskym pretekcom na Slovensku a jedným z najstarších v Európe. Prvé preteky v zjazde a v skoku na lyžiach sa konali na Chopku v marci 1938. Úspešnosť podujatia, budovanie ubytovacích zariadení a zlepšenie ciest v Demänovskej doline bolo impulzom, aby sa preteky organizovali každoročne. O rok neskôr v marci 1939 zapísali

podujatie „Veľká cena Demänovských jaskýň“ do lyžiarskej histórie. V nasledujúcej tabuľke je stručné zobrazenie histórie Veľkej ceny Demänovských jaskýň (www.jasna2014.sk, 2015).

Tabuľka 3 História Veľkej ceny Demänovských jaskýň

Rok	Podujatie
1939	Prvý ročník pretekov VCDJ
1969	Zahrnutie pretekov do kalendára FIS
1973	Európsky pohár muži (Prvý Európsky pohár)
1974	Majstrovstvá Európy juniorov
1975	Európsky pohár muži
1976	Európsky pohár
1977	Európsky pohár
1978	Európsky pohár
1979	Svetový pohár
1980	Európsky pohár
1981	Európsky pohár muži
1982	Svetový pohár muži
1984	Svetový pohár ženy
1985	Majstrovstvá sveta juniorov
1987	Svetová zimná univerziáda
1999	Svetová zimná univerziáda
2008	Európsky pohár muži
2009	Európsky pohár ženy
2011	Európsky pohár ženy
2012	Európsky pohár ženy
2013	Európsky pohár ženy
2014	Majstrovstvá sveta juniorov
2015	Európsky pohár muži
2016	Svetový pohár

Prameň: www.jasna2014.sk, 2015

Ako môžeme vidieť z tabuľky, Majstrovstvá sveta juniorov sa konali v Jasnej po druhýkrát, pričom v roku 2014 to bol 75. ročník Veľkej ceny Demänovských jaskýň. Svetový pohár na konal už trikrát a v roku 2016 sa plánuje opäť. Najčastejšie zastúpenie mal Európsky pohár, ktorý sa uskutočnil aj s rokom 2015 až 12-krát.

Majstrovstvá sveta juniorov v alpských disciplínach sa konali 26.2 – 6.3. 2014 v štyroch disciplínach : zjazd, super obrovský slalom, obrovský slalom a slalom. Zjazd je najrýchlejšia, nazývaná aj kráľovská disciplína. Skladá sa z jedného kola a troch až štyroch km dlhej trate, kde pretekári na niektorých úsekoch dosahujú rýchlosť až 150 km/hod. Super obrovský slalom známy aj ako Super G, ktorý pozostáva z kombinácie techniky obrovského slalomu a zjazdu. Trať je kratšia ako pri zjazde a má aj menej bránok. Obrovský slalom patrí k technickým disciplínam. Preteká sa v dvoch kolách a hodnotí sa súčet dosiahnutých časov. Slalom je traťovo najkratšia a technicky najnáročnejšia disciplína. Preteky sa konajú v dvoch kolách, kde sa časy tiež spočítajú (www.sla.sk, 2015). V tabuľke 5 je znázornená dĺžka, prevýšenie a sklon trate pre určitú disciplínu.

Tabuľka 4 Disciplíny na Majstrovstvách sveta juniorov

	Zjazd	Super G	Obrovský Slalom	Slalom
Dĺžka	2 580 m	2 080 m	1 075 m	590 m
Prevýšenie	710 m	510 m	370 m	200 m
Sklon	28 %	26 %	38 %	34 %

Prameň: www.jasna2014.sk, 2015

Organizácia podujatia s medzinárodným význam si vyžaduje dostatočnú prípravu. Pri organizovaní Majstrovstiev sveta juniorov sa príprava začala približne pol roka pred podujatím. Obsahovala organizačnú prípravu a administratívnu prípravu. Do organizačnej spadalo zabezpečenie ubytovacích kapacít, stravovania a komunikácia s tímami. Administratívna príprava, ktorá je riešená v pravidlách lyžiarskych pretekov a v pravidlách Majstrovstiev sveta juniorov obsahovala napr. termíny, kedy je potrebné poslať pozvánky tímom, partnerom, organizáciám. Popri organizačnej a administratívnej prebiehala športová diplomacia, ktorej úlohou boli stretnutia v rámci Medzinárodnej lyžiarskej federácie FIS, inšpekcie z medzinárodnej členskej federácie, stretnutia ap. Intenzívne prípravy boli približne mesiac pred podujatím, kedy prebiehala komunikácia so strediskom Jasná, marketingová komunikácia, materiálno-technické zabezpečenie, príprava programu a nevyhnutností, ktoré zabezpečia priebeh podujatia.

Celé to smerovalo k jednému cieľu, a to cez Majstrovstvá sveta juniorov sa dostať k organizovaniu Svetového pohára. „Cieľom organizácie Majstrovstiev sveta juniorov bolo ukázať, že sme organizátor a hlavne stredisko schopné organizovať Svetový pohár“ (Kupčo, 2015).

Priebeh podujatia bol ovplyvnený počasím. Rozmanitosť počasia komplikovala organizáciu podujatia. Tento vonkajší faktor má veľký vplyv na lyžiarske podujatie a na kvalitu trate. „Od kvality trate sa odvíja kvalita celého podujatia. Samotný priebeh bol poznačený počasím, ale jednak skúsenosťami organizačného tímu, znalosťou danej lokality a do istej miery aj šťastím sa nám podujatie podarilo úspešne uskutočniť“ (Kupčo, 2015). Medzi ďalšie problémy, ktoré sa počas podujatia vyskytli radíme problém naplnenia rozpočtu na strane príjmov. Plánovaný rozpočet tohto podujatia sa pohyboval na strane nákladov 708 600 €. Plánované príjmy boli 710 000 €.

Tabuľka 5 Plánovaný rozpočet

položka	komisia	náklady	príjmy
pretekový materiál	preteková	50 000,00 €	-
technické zabezpečenie - personál	preteková	100 000,00 €	-
doprava	preteková	15 000,00 €	-
sekretariát - vybavenie	sekretariát	3 000,00 €	-
sekretariát - personál	sekretariát	7 000,00 €	-
ubytovanie Tatralandia	ubytovacia	63 300,00 €	285 000,00 €
ubytovanie Jánošík	ubytovacia	7 250,00 €	-
ubytovanie Lúčky	ubytovacia	5 850,00 €	-
strava a nápoje	ubytovacia	122 400,00 €	-
strava technici	ubytovacia	4 800,00 €	-
dary, pamiatkové predmety	ceremoniálová	5 000,00 €	-
site eventy	ceremoniálová	20 000,00 €	-
marketing	marketingová	30 000,00 €	-
merchandise	marketingová	10 000,00 €	15 000,00 €
reklamný partneri	promo-klient	10 000,00 €	300 000,00 €
TV prenos - výroba	-	50 000,00 €	-
TV prenos - dotácia FIS	finančná	-	10 000,00 €
dotácia MŠVVŠ SR	finančná	-	70 000,00 €
dotácia mesto LM	finančná	-	5 000,00 €
dotácia VÚC	finančná	-	10 000,00 €
dotácia OOCR	finančná	-	10 000,00 €
dotácia SACR	finančná	-	5 000,00 €
výdavky sekretariátu	sekretariát	2 000,00 €	-
výdavky zdravotnej komisie	zdravotná	5 000,00 €	-
výdavky technickej komisie	technická	150 000,00 €	-
výdavky telekomunikačnej komisie	telekomunikačná	10 000,00 €	-
výdavky dopravnej komisie	dopravná	3 000,00 €	-
výdavky tlačovej komisie	mediálna	15 000,00 €	-
výdavky ceremoniálovej komisie	ceremoniálová	20 000,00 €	-
spolu	-	708 600,00 €	710 000,00 €
rozdiel	-	-	1 400,00 €

Prameň: Interné dokumenty SLA, 2014

V tabuľke 5 môžeme vidieť, že značnú časť príjmov predstavuje ubytovanie. Pobytové náklady si všetci účastníci hradia sami. Sú stanovené pravidlá, aká je maximálna výška za ubytovanie a aj štandard, aký má ubytovanie spĺňať. Pretekárom bolo zabezpečené ubytovanie v Holiday Village Tatralandia. Ubytovatí boli v chatkách a všetky tímy na jednom mieste. Bolo to netradičným typom ubytovania, ktoré nazvali „Olympijská dedina“, kde sa vytvorila

olympijská atmosféra. V Liptov Arene, ktorá je v areáli Tatralandie bolo servisné miesto pre prípravu približne 2500 párov lyží.

V tabuľke 5 vidíme aj dotáciu od FIS vo výške 10 000 €. FIS neprispieva na organizáciu podujatia, ale na výrobu televízneho signálu. Podľa Pravidiel medzinárodných lyžiarskych súťaží sa FIS snaží o čo najširšiu podporu a zviditeľnenie športového lyžovania s ohľadom na najlepšie záujmy národných lyžiarskych asociácií. Pri tomto podujatí to pokrylo približne štvrtinu nákladov na televíziu. Náklady boli vysoké, pretože technické disciplíny boli vysielané aj na televízii Eurosport. Zvyšnú časť nákladov sa podarilo pokryť spoluprácou so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch (SACR), ktorá pomocou reklamných spotov prezentovala Slovensko. Bez tejto spolupráce by nebolo možné televízny prenos sprostredkovať. Okrem iného vytvorila aj reklamný spot zameraný na konkrétne podujatie, ktorý odvysielala na televízii RTVS a TA3. V poľskom jazyku bol spot na portále onet.pl. Okrem televízie boli aj rozhlasové spoty, ktoré podporili podujatie v maďarskom Juventus Radió a v českom rádiu Frekvence (www.sacr.sk, 2015).

V marketingovej komunikácii boli nedostatky. Bolo to spôsobené finančnou náročnosťou a bola to oblasť, kde sa rozhodli šetriť. Propagácia prebiehala hlavne na sociálnej sieti Facebook, kde malo podujatie vlastnú stránku a bola založená oficiálna webová stránka. Bola rozdelená na tri sekcie- odborná, určená pre tímy, kde získali potrebné informácie, laická pre širokú verejnosť a pre médiá, ktorá sa dosť prelínala s laickou.

Marketingová komunikácia bola v réžii Tatry mountain resorts, a.s. (TMR), konkrétne to zabezpečovalo marketingové oddelenie Jasnej. Reklamné spoty sa nachádzali na internetovej stránke Jasnej a všetkých TMR stredísk, ako napr. Tatralandia, TatryMotion.

Každý deň bol zabezpečený kultúrny program, predvádzanie a testovanie lyží. Slabšia bola propagácia v meste Liptovský Mikuláš, kde sa počítalo s väčšou podporou a ochotou. Vyhlásenie výsledkov bývalo na námestí, no pôvodný plán znel, že by tu prebiehal každý večer kultúrny program, ktorý by bol prerušený vyhlásením výsledkov a pokračoval by ďalej. Znova sa ukázal problém vo financiách, kde bol rozpočet 10 000 € na otvárací, záverečný ceremoniál a každodenné vyhlásenia výsledkov. Bolo to pomerne málo na 10 dní, kde bolo zahrnuté pódium, moderátor a ozvučenie.

Z hľadiska návštevnosti strediska to bolo návštevníkom skôr na ťarchu, keďže boli uzavreté trate. Snaha bola, aby to prijali pozitívne, a preto sa to komunikovalo formou doplnkového programu k lyžovačke. Pozitívny fakt bol, že nórsky reprezentant Henrik

Kristoffersen týždeň pred podujatím získal bronzovú medailu na Zimných olympijských hrách v Sochi a Petra Vlhová, ako domáca vyhrala slalom.

Vplyv na výletníkov, ktorí by prišli len kvôli podujatiu nenastal. Bol to krok k Svetovému poháru, ktorý bude inak rezonovať aj v médiách. Bol to tiež test pre organizátorov, vybudovanie stabilného tímu, či už organizačného výboru, technickej časti alebo spolupráca so strediskom, ktorá je teraz na veľmi dobrej úrovni. „Aj prevádzkovateľ pochopil, že je to cesta, ktorou by mali ísť, vychovávať lyžiarov a propagácia lyžiarskeho strediska vedie aj cez športové podujatia“ (Kupčo, 2015). Sledovanosť Svetového pohára na televízii Eurosport je v priemere 1 000 000 ľudí na svete. Počas víkendu trvá prvé a druhé kolo po hodine a pol. Za jeden víkend bude Jasnú vidieť 1 000 000 ľudí počas troch hodín v televízii. Svetový pohár je jediné, marketingovo zaujímavé podujatie, všetky súťaže sú menej atraktívne, samozrejme okrem Majstrovstiev sveta seniorov a Olympijských hier. Kontinentálne poháre bývajú finančne stratové a neatraktívne pre divákov. „Niekedy to bol sviatok, keď bol Európsky pohár, prešlo pár rokov a záujmy ľudí sa zmenili“ (Kupčo, 2015). Najväčší paradox je, že pretekári, ktorí sa zúčastňujú kontinentálnych pohárov sú o pár rokov hviezdami vo Svetovom pohári.

Záver

Zvýšenie povedomia o stredisku a imidž, ktorý si Jasná vybudovala, pomohlo splniť hlavný cieľ organizovania Majstrovstiev sveta juniorov. V marci 2016 sa bude Svetový pohár organizovať v Jasnej. „Ohlasy na Majstrovstvá sveta juniorov boli pozitívne, dokonca z FIS sme mali pripomienku, že sme nastavili latku vysoko a nerátajú, že nás v blízkej budúcnosti niekto preskočí, ale že si to želajú. Bolo to veľkým zadosťučinením pre organizačný tím“ (Kupčo, 2015). Ostatné pozitívne vplyvy, ako napr. zvýšenie počtu návštevníkov, zlepšenie infraštruktúry sa neprejavili v plnom rozsahu.

Nízka marketingová komunikácia spôsobila fakt, že domáce obyvateľstvo o organizovanom podujatí nevedelo a nevenovalo mu pozornosť, akú by si zaslúžilo. Preto pozitívne sociálne vplyvy (nové kontakty, zvýšenie hrdosti miestnych obyvateľov, obnova tradícií) nenastali.

V roku 2016 po Svetovom pohári, ktoré bude marketingovo zaujímavejšie podujatie uvidíme, aký dopad malo organizovanie Majstrovstiev sveta juniorov.

Zoznam bibliografických odkazov

1. BIEGER, T., MÜLLER, H., ELSASSER, H. 2003. *Nachhaltigkeit der fis alpinen Ski WM 2003 in St.Moritz, Engadin – Schlussbericht*. Schlussbericht/Evaluation. St. Gallen : Institut für Öffentliche Dienstleistung und Tourismus der Universität St. Gallen, 2003.
2. GETZ, D. 2007. *Event tourism: Definition, evolution and research*. In *Tourism management*, roč. 28, 2008, č. 3, ISSN 0261-5177, s. 403-428.
3. GÚČIK, M. 2001. *Podujatia ako faktor dynamiky mestského cestovného ruchu*. In *Kultúra a cestovný ruch. Zborník z vedeckej konferencie*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2001. ISBN 80-8055-507-9, s. 160-164.
4. GÚČIK, M. 2011. *Cestovný ruch. Politika a ekonómia*. Knižnica cestovného ruchu 20. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.
5. GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátky slovník cestovného ruchu*. Knižnica cestovného ruchu 6. Banská Bystrica : Slovensko-švajčiarske združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 2004. ISBN 80-88945-73-9
6. KASPAR, C. 1995. *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 1995. ISBN 80-901166-5-5.
7. KUPČO, M. 2015. Events Studio Liptov s.r.o., Hlavná 10, Závažná Poruba. 11. marca 2015. Osobná komunikácia.
8. MUSGRAVE, J., RAJ, R. 2009. *Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events*. In *Event Management and Sustainability*. Wallingford : Cabi, 2009. ISBN 978-1-84593-524-5, s. 1-12.
9. POMPUROVÁ, K. 2013. *Plánovanie účasti obyvateľov Slovenska na podujatiach v cestovnom ruchu*. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 46, 2013, č. 2. ISSN 0139-8660.
10. UNWTO. 1993. *Yearbook of tourism statistics*. Madrid, 1993.
11. [cit. 2015-03-09] <<http://www.jasna2014.sk/program/preteky/>>
12. [cit. 2015-03-09] <<http://www.jasna.sk/hory/lyzovacka/info-o-stredisku/>>
13. [cit. 2015-03-15] <<http://www.slovak-ski.sk/zjazdovelyzovanie/alpskelyzovanie.html>>
14. [cit. 2015-03-21] <<http://www.sacr.sk/sacr/novinky/sacr-propaguje-msj-v-jasnej-aj-v-susednych-krajinach/>>

Prílohy

Príloha 1 Neštandardizovaný rozhovor – okruhy tém

1. Organizácia podujatia- dĺžka, priebeh
2. Priebeh Majstrovstiev sveta juniorov
3. Financovanie FIS
4. Ciele podujatia
5. Marketingová komunikácia
6. Zhodnotenie Majstrovstiev sveta juniorov